

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة أم البواقي

فتح

عرض تكوين ماستر

أكاديمي

المؤسسة	الكلية/ المعهد	القسم
جامعة أم البواقي	كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية	قسم العلوم الإنسانية

الميدان : علوم إنسانية واجتماعية

الفرع: علوم الإعلام والاتصال

التخصص:الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
Université d'Oum Elbouaghi

OUVERTURE

OFFRE DE FORMATION MASTER ACADEMIQUE

Etablissement	Faculté / Institut	Département
Université d'Oum Elbouaghi	Sciences sociales et humaines	Sciences humaines

Domaine: Sciences humaines et sociales

Filière : Sciences de l'information et de la communication

Spécialité: Communication de Masse & Nouveaux Médias

الفهرس

I - بطاقة تعريف الماستر	-----
1 - تحديد مكان التكوين	-----
2 - المشاركون في التأطير	-----
3 - إطار وأهداف التكوين	-----
أ. شروط الالتحاق	-----
ب. أهداف التكوين	-----
ج. المؤهلات و القدرات المستهدفة	-----
د. القدرات الجهوية و الوطنية لقابلية التشغيل	-----
هـ. الجسور نحو تخصصات أخرى	-----
و. مؤشرات متابعة مشروع التكوين	-----
ز. قدرات التأطير
4-الإمكانيات البشرية المتوفرة	-----
أ لسانذة المؤسسة المتدخلين في الاختصاص	-----
ب-التأطير الخارجي	-----
5-الإمكانيات المادية المتوفرة	-----
أ. المخابر البيداغوجية والتجهيزات	-----
ب. ميادين التربص والتكوين في المؤسسات	-----
ج. مخابر البحث لدعم التكوين في الماستر	-----
د. مشاريع البحث لدعم التكوين في الماستر	-----
هـ. فضاءات الأعمال الشخصية وتكنولوجيات الإعلام والاتصال	-----
II - بطاقة التنظيم السداسي للتعليم	-----
1 - السداسي الأول	-----
2 - السداسي الثاني	-----
3 - السداسي الثالث	-----
4 - السداسي الرابع	-----
5 - حوصلة شاملة للتكوين	-----
III البرنامج المفصل لكل مادة	-----
IV - العقود/الاتفاقيات	-----

بطاقة تعريف الماجستير
(تعبئة كل الخانات إجباري)

1-تحديد مكان التكوين: جامعة أم البواقي

- كلية أو معهد: كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
- قسم : العلوم الانسانية

2- المشاركون في التكوين (*):

- المؤسسات الجامعية الأخرى:

-جامعة قسنطينة 3.

- المؤسسات والشركاء الاجتماعيون الاقتصاديون الآخرون:

- المؤسسة الوطنية للتلفزيون
- المؤسسة الوطنية للإذاعة
- الإذاعة المحلية بأم البواقي
- مجمع الشروق للصحافة والاعلام.
- المؤسسة الوطنية اتصالات الجزائر.
- الشركة الوطنية للاتصالات (نجمة).
- المديريات الفرعية لمختلف القطاعات الاقتصادية والخدماتية والادارية بولاية أم البواقي.

- الشركاء الدوليون الأجانب :

- إدراج الاتفاقيات الخاصة بالتكوين في الملاحق .

3- إطار وأهداف التكوين:

-توفير تكوين نوعي للطالب في جانبيه النظري والتطبيقي سيما في ظل الاستثمارات الضخمة التي بذلتها الدولة من خلال إنجاز مركز التدريب والنشاط السمعي البصري بجامعة أم البواقي.
-توفير فرصة التكوين في تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة لطلبة جامعة أم البواقي وتجنبيهم عناء التنقل للجامعات الأخرى سيما وأن هذا التخصص يستقطب أعداد كبيرة من الطلبة.

-الاستغلال الامثل لإمكانيات التأطير وتجهيزات العمل وطاقات الاستيعاب لتوفير فرص حقيقية لتكوين حقيقي نوعي يرقى لطموحات الطلبة ويضمن مخرجات ذات جودة للمجال الأكاديمي والمهني لمجال الاعلام والاتصال محليا ووطنيا.

-مواكبة التطورات الفنية والتقنية الحاصلة في تكوين الطلبة في تخصص الاعلام والاتصال سيما تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة وتأهيلهم علميا وعمليا

أ- شروط الالتحاق) تحديد تخصصات النموذجية لليسانس التي تسمح بالالتحاق بالتكوين في الماستر المعني (

جميع حملة شهادة الليسانس في علوم الاعلام والاتصال مع إعطاء الأولوية لطلبة تخصص الاعلام ثم الالتحاق في نظام المطابقة الجديد لعروض التكوين في الليسانس الموحدة ووطنيا. أما حملة الليسانس سواء في النظام الكلاسيكي أو نظام التعليم العالي الجديد ل.م.د فتعطي الأولوية لطلبة السمعي البصري ثم طلبة الصحافة المكتوبة ثم طلبة الاتصال والعلاقات العامة.

ب- أهداف التكوين (الكفاءات المستهدفة، المعارف المكتسبة عند نهاية التكوين، 20 سطر على أكثر تقدير)

-مسايرة الجهود الاصلاحية التي تقوم بها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.
-تكيف البرامج البيداغوجية والعلمية مع التطورات الحاصلة سيما في مجال تكنولوجيات الاعلام والاتصال والوسائط الجديدة في التعليم والاعلام.
-التكيف مع متطلبات العولمة الاعلامية سيما في مجال تكنولوجيات التعليم العالي والوسائط الجديدة للبحث العلمي الاعلامي.

-تسهيل عمليات الاندماج والحركية ووطنيا ودوليا، سواء للطلبة الجزائريين الراغبين في الالتحاق بالجامعات الاجنبية أو للطلبة الاجانب الراغبين في الالتحاق بالجامعات الجزائرية.
-الرفع من التنافسية العلمية للجامعات الجزائرية وتجويد مخرجاتها لتلبية احتياجات السوق الوطنية ولما لا اقتحام السوق الاقليمية والدولية للعمل الاعلامي والبحث العلمي.

ج- المؤهلات والقدرات المستهدفة (فيما يخص الاندماج المهني – 20 سطر على الأكثر)
إن الغرض من فتح هذا التكوين هو الاسهام الفعال في أهداف التعليم العالي والبحث العلمي في الجامعة الجزائرية والرفع من قدراتها التنافسية من خلال تجويد مدخلاتها ومخرجاتها ومنه فيسعى إلى تحقيق المؤهلات والكفاءات الآتية :

-تسهيل عملية اندماج الطلبة مع الفضاء الاعلامي الجديد (السيبري) وتأهيلهم للتعامل الذكي مع تكنولوجيايات الاعلام الحديثة والوسائط الجديدة للاعلام والاتصال واستخدامها الأمثل في البحث العلمي.
-وترقية قدرات الطلبة على التعامل السليم مع مصادر الإعلام التقليدي ة والإلكترونية في ظل بيئة معلوماتية تشهد تطور معلوماتي وتقني مستمرين .
-الإسهام الفعال في تكوين نوعي للكفاءات العلمية والاعلامية المتخصصة في الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة بالشكل الذي يوفر على المحيط الاقتصادي والاجتماعي الخبرات الضرورية والكفاءات المطلوبة للتنمية المستدامة.

-تكوين متخصصين وباحثين في الإعلام والاتصال سيما في تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة لقرود المؤسسات الاعلامية الوطنية ومختلف الهيئات والمؤسسات الوطنية التعليمية والثقافية والمعرفية بالكادر البشري المؤهل لاعطاء دفع قوي للمشهد الاعلامي والاتصالي والثقافي الجزائري.
-إنكاء مشروع التفكير الاستراتيجي الوطني من خلال الاستثمار الامثل في خزان التفكير العلمي والاكاديمي الوطني من خلال تكوين نوعي ونموذجي لتكوين المكونين سواء أساتذة جامعيين أو مدربين مهنيين لترقية وتجويد المنتج العلمي والاعلامي الوطني.

د- القدرات الجهوية والوطنية القابلة لتشغيل حاملي الشهادات الجامعية:

يفتح هذا العرض التكويني فرصا حقيقية للشغل محليا ووطنيا ودوليا سيما في ظل التحولات العميقة في البنية المادية والفكرية لمختلف المجتمعات بما فيها المجتمعات الانتقالية والتي تشهد تحولا مستمرا نحو مجتمعات المعلومات ومجتمعات المعرفة.

-مختلف المؤسسات الإعلامية الوطنية والدولية سواء التقليدية والإلكترونية سواء، صحافة مكتوبة والإلكترونية، المؤسسات الاذاعية والتلفزيونية ومواقعها الإلكترونية.
-المواقع الإلكترونية لمختلف المؤسسات العمومية والخاصة العلمية والتعليمية والاعلامية.
- مؤسسات ومراكز سبر الآراء .
-مؤسسات الطبع والنشر ومواقعها الإلكترونية.

-المؤسسات العمومية والخاصة المختلفة سواء أكانت ذات طابع اقتصادي أو خدماتي ، والإدارات العامة.
-مؤسسات ووكالات الاتصال والإشهار الخاصة والعمومية.

ه- الجسور نحو تخصصات أخرى:

يعتبر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة نقطة التقاء بين الكثير من التخصصات ليس فقط في الاعلام والاتصال ولكن كجسر لمد الكثير من التخصصات في العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية وكذا العلوم القانونية والسياسية بالمعطيات العلمية الضرورية لدراسة الظواهر المختلفة في الدولة والمجتمع.
ويتقاطع تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة بشكل مباشر مع الاتصال بمفهومه الشامل.
كما يتقاطع هذا التخصص ويشارك مع كل التخصصات ذات الارتباط العلمي والفني بتكنولوجيا الاعلام والاتصال.

كما يكتسي أهمية معتبرة ويشارك الأهمية الاستراتيجية لتخصصات تكنولوجيا المعلومات والتوثيق

و- مؤشرات متابعة التكوين :

-الميل الكبير الذي لمسناه لدى الطلبة في الليسانس لدراسة التخصصات ذات العلاقة بالاتصال وتكنولوجيات الحديثة، ورغبتهم في مواصلة الدراسة في طور الماستر والدكتوراه في تخصص الاتصال الجماهيري والرأي العام.

-الانفتاح السمعي البصري الذي عرفته الجزائر مما يدفع بالطلبة لدراسة هذا التخصص الواعد مما يفرض على المؤسسات الجامعية عامة وجامعة أم البواقي خاصة ضمان تكوين نوعي للطلبة في هذا المجال وتأهيلهم علميا ومهنيا لتجويد الشبكة البرمجية للتلفزيونات الوطنية العمومية والخاصة.

-توفر قسم العلوم الانسانية سيما شعبة الاعلام والاتصال على كفاءات تدريسية عالية وتمتلك الروح المهنية العالية للتجند لضمان تأطير يرقى لطموحات القدرات والطاقات الاستيعابية للتشغيل.

-السعي لتوفير المناخ الذي يسمح بالانتقال من التكوين النظري ليتكامل مع التكوين الميداني سيما في ظل التحولات التي تشهدها الجزائر في مجال توطين تكنولوجيات الاعلام والاتصال والادارة الالكترونية والبدائل الالكترونية لمختلف الوسائل الاعلامية الجماهيرية.

-انفتاح المؤسسات بشكل عام والمؤسسات الاعلامية بشكل خاص على الجامعة وإبداء رغبتها في التكفل بتوفير فضاءات لتكوين وتربصات الطلبة تمهيدا لتأهيلهم للعمل وإذكاء مهاراتهم واستثمارها لفائدة المجتمع.

ز- قدرات التأطير: (إعطاء عدد الطلبة الممكن التكفل بهم)

يستطيع قسم العلوم الانسانية التكفل بتكوين عدد معتبر من الطلبة في هذا التخصص يمكن أن يصل إلى 100 طالب سيما في ظل توفر قدرات التأطير إضافة إلى الأهلية العلمية للهيئة التدريسية سيما بعد التفوق الذي لاحظناه على دفعات الاخرى للطلبة المتخصصين في الاعلام والاتصال وتوجهاتهم نحو التكيف مع التكنولوجيات الحديثة للاعلام والاتصال. وكل ما يرتبط بالوسائط الجديدة.

هذا بالإضافة إلى الاستثمار البارع للدولة الجزائرية المتمثل في مركز التدريب والنشاط السمعي البصري كمنشأة ضخمة بجامعة أم البواقي لتكوين وتأطير وتأهيل طلبة التخصص بما يعكس إرادة الدولة سيما وزارة التعليم العالي في ترقية وتطوير التعليم العالي في الجزائر.

4- الإمكانات البشرية المتوفرة:

أ- أساتذة المؤسسة المتدخلين في التخصص:

الاسم واللقب	الشهادة التدرج + التخصص	الرتبة	*طبيعة التدخل	التوقيع
أ.د صالح بن نوار	علم الاجتماع	أستاذ	محاضرة+تأطير	
د.نايلي نفيسة	صحافة مكتوبة	محاضر.أ.	محاضرة+تأطير	
د.ضيف ليندة	سمعي بصري	محاضر.أ.	محاضرة+تأطير	
د.حجاء الجمعي	اتصال وعلاقات عامة	محاضر.ب.	محاضرة+تطبيق+تأطير	
د.عيواج عذراء	اتصال وعلاقات عامة	محاضر.ب.	محاضرة+تطبيق+تأطير	
د.حنون نزهة	صحافة مكتوبة	محاضر.ب.	محاضرة+تطبيق+تأطير	
د.وسار نوال	اتصال وعلاقات عامة	محاضر.ب.	محاضرة+تطبيق+تأطير	
د.جفافة نور الدين	دعوة واعلام	محاضر.ب.	محاضرة+تطبيق+تأطير	
أ.مليك محمد	صحافة مكتوبة	مساعد.أ.	محاضرة+تطبيق+تأطير	
أ.بوعزيز زهير	اتصال في التنظيمات	مساعد.أ.	محاضرة+تطبيق+تأطير	

أ.بومشعل يوسف	اتصال وعلاقات عامة	ماجستير اتصال وعلاقات عامة	مساعد.أ.	محاضرة+تطبيق+تأطير
أ.علاق أمينة	صحافة مكتوبة	ماجستير صحافة مكتوبة	مساعد.أ.	محاضرة+تطبيق+تأطير
أ.رحموني لبنى	سمعي بصري	ماجستير اذاعة وتلفزيون	مساعد.أ.	محاضرة+تطبيق+تأطير
أ.صيد عادل	سمعي بصري	ماجستير سمعي بصري	مساعد.أ.	محاضرة+تطبيق+تأطير
أ.زعيم نجود	صحافة مكتوبة	ماجستير صحافة مكتوبة	مساعد.أ.	محاضرة+تطبيق+تأطير
أ.بومشطة نوال	سمعي بصري	ماجستير وسائل الاعلام والمجتمع	مساعد.أ.	محاضرة+تطبيق+تأطير
بن زايد فريد	اتصال وعلاقات عامة	ماجستير اتصال وعلاقات عامة	مساعد.أ.	محاضرة+تطبيق+تأطير
أ.قوجيل نور العابدين	اتصال في التنظيمات	ماجستير اتصال في التنظيمات	مساعد.ب.	تطبيق
أ.هناء عاشور	سمعي بصري	ماجستير وسائل الاعلام والمجتمع	مساعد.ب.	تطبيق

* محاضرة، تطبيق، أعمال موجهة، أعمال تطبيقية، تأطير التبرصات، تأطير المؤتمرات، أخرى (توضح).

ب- التأطير الخارجي

المؤسسة التابعة لها:

الاسم واللقب	الشهادة التدرج + التخصص	الشهادة ما بعد التدرج + التخصص	الرتبة	*طبيعة التدخل	التوقيع

المؤسسة التابعة لها:

الاسم واللقب	الشهادة التدرج + التخصص	الشهادة ما بعد التدرج + التخصص	الرتبة	*طبيعة التدخل	التوقيع

المؤسسة التابعة لها:

الاسم واللقب	الشهادة التدرج + التخصص	الشهادة ما بعد التدرج + التخصص	الرتبة	*طبيعة التدخل	التوقيع

* محاضرة، أعمال تطبيقية، أعمال موجهة، تأطير التريصات، تأطير المذكرات، أخرى (توضح)

5 - الإمكانيات المادية المتوفرة

أ- المخابر البيداغوجية والتجهيزات: تقديم بطاقة عن التجهيزات البيداغوجية المتوفرة بالنسبة للأعمال التطبيقية للتكوين المقترح. (بطاقة واحدة لكل مخبر)

عنوان المخبر : لا يوجد

الرقم	اسم التجهيز	العدد	الملاحظات
01	قاعات الملتيميديا والاعلام الآلي	03	
02	مركز التدريب والنشاط السمعي البصري	01	
03	مركز التعليم المكثف للغات	01	
04	خلية الاتصال بالجامعة	01	
05	كاميرات مهنية	03	
06	آلات تصوير مهنية	03	
07	أجهزة اسقاط ضوئي	03	
08	قاعات المطالعة	02	
09	قاعات التدريس	15	
10	مدرجات	02	
11	قاعات محضرات مجهزة	01	

ب- ميادين التربص والتكوين في المؤسسات:

مكان التربص	عدد الطلبة	مدة التربص
مركز التدريب والنشاط السمعي البصري جامعة أم البواقي	100 طالب	تدريب مفتوح أسبوعيا
مركز التدريب الاذاعي، إذاعة أم البواقي	إلى غاية 50 طالب	من يوم إلى 03 أيام شهريا
إذاعة أم البواقي المحلية	إلى غاية 50 طالب	3 إلى 5 أيام شهريا
مكاتب القنوات التلفزيونية الخاصة	حسب طاقات الاستيعاب	حسب الظروف
التلفزيون الجزائري مكتب قسنطينة	إلى غاية 60 طالب	03 إلى 5 أيام شهريا
مركز التعليم المكثف للغات	إلى غاية 80 طالب	مرتين في الشهر
قاعات الملتيميديا والاعلام الآلي	إلى غاية 80 طالب	من أربع إلى 06 مرات شهريا
خلية الاتصال بالجامعة	30 طالب	05 أيام إلى 10 أيام شهريا
مراكز الارشيف والمعلومات	30 طالب	مرة واحدة إلى 04 مرات شهريا

ج- مخابر البحث لدعم التكوين المقترح:

رئيس المخبر
رقم اعتماد المخبر
التاريخ :
رأي رئيس المخبر :

رئيس المخبر
رقم اعتماد المخبر
التاريخ :
رأي رئيس المخبر :

د- مشاريع البحث الداعمة للتكوين المقترح:

عنوان مشروع البحث	رمز المشروع	تاريخ بداية المشروع	تاريخ نهاية المشروع
القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة ودورها في تنمية قيم المواطنة في ظل ديناميات التغيير		2016/2015 .	2018/2017

هـ- فضاءات الأعمال الشخصية وتكنولوجيات الإعلام والاتصال:

قاعات الاعلام الآلي والمليديا:

تتوفر قسم العلوم الانسانية على قاعتين للاعلام الآلي والمليديا توفران للطالب في تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة امكانية تطوير المهارات الذاتية في التخصص من خلال الاحتكام إلى تطبيق الخبرات المحصل عليها في الجانب النظري.

قاعة المطالعة والمليديا:

توفر مكتبة الجامعة فضاء علميا للعمل الميداني والبحث من توفير قواعد بيانات علمية سواء الاوعية الالكترونية أو الاوعية التقليدية الورقية وتفتح للطالب فرص حقيقية لتعميق البحث البيبليوغرافي والتطوير الذاتي نظريا وميدانيا.

مركز التدريب والنشاط السمعي البصري:

رغم عدم دخول المركز حيز الخدمة إلا أنه يحوز على امكانيات مادية وتقنية هائلة من شأنها أن تدفع بالطالب في علوم الاعلام والاتصال عامة وتخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة إلى التمرس وباحترافية على العمل الاعلامي عامة وعلى النشاط السمعي البصري خاصة.

II- بطاقة التنظيم السداسي للتعليم
(الرجاء تقديم بطاقات الأربعم (4) سداسيات)

1 - السداسي الأول:

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي 16-14 أسبوع	وحدة التعليم
إمتحان	متواصل			أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة		
		20	09			6:00	6:00	180:00	وحدات التعليم الأساسية
إمتحان	متواصل	5	03			1:30	1:30	45:00	ابستمولوجيا علوم الإعلام والاتصال
إمتحان	متواصل	5	2			1:30	1:30	45:00	نظريات الاتصال الجماهيري
إمتحان	متواصل	5	2			1:30	1:30	45:00	مدخل لمقاربات الوسائط الجديدة
إمتحان	متواصل	5	2			1:30	1:30	45:00	المقاربات النظرية لدراسات الجمهور
		7	4			03:00	3:00	90.00	وحدات التعليم المنهجية
إمتحان	متواصل	4	2			1:30	1:30	45:00	منهجية دراسة الاتصال الجماهيري
إمتحان	متواصل	3	2			1:30	1:30	45:00	المقاربات الكمية و الكيفية
		2	2				3:00	45:00	وحدات التعليم الإستكشافية
إمتحان		1	1				1:30	22:30	تحليل الخطاب
إمتحان		1	1				1:30	22:30	الرأي العام و الوسائط الجديدة
		1	1			1:30		22:30	وحدة التعليم الأفقية
	متواصل	1	1			1:30		22:30	اللغة الأجنبية
		30	16			10:30	12:00	337:30	مجموع السداسي 1

2 - السداسي الثاني:

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي 16-14 أسبوع	وحدة التعليم
				أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة		
		20	9			6:00	6:00	180:00	وحدات التعليم الأساسية
إمتحان	متواصل	5	03			1:30	1:30	45:00	ابستمولوجيا علوم الإعلام والاتصال
إمتحان	متواصل	5	2			1:30	1:30	45:00	نظريات الاتصال الجماهيري
إمتحان	متواصل	5	2			1:30	1:30	45:00	مدخل لمقاربات الوسائط الجديدة
إمتحان	متواصل	5	2			1:30	1:30	45:00	الدراسات الثقافية
		7	4			3:00	3:00	90.00	وحدات التعليم المنهجية
إمتحان	متواصل	4	2			1:30	1:30	45:00	المقاربات المنهجية في دراسة الاتصال الجماهيري
إمتحان	متواصل	3	2			1:30	1:30	45:00	المقاربات الكمية و الكيفية
		2	2				3:00	45:00	وحدات التعليم الإستكشافية
إمتحان		1	1				1:30	22:30	علم اجتماع الجمهور و المستخدمين
إمتحان		1	1				1:30	22:30	الرأي العام و الوسائط الجديدة
		1	1			1:30		22:30	وحدة التعليم الأفقية
	متواصل	1	1			1:30		22:30	اللغة الأجنبية
		30	16			10:30	12:00	337:30	مجموع السداسي 1

3 - السداسي الثالث:

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي 16-14 أسبوع	وحدة التعليم
				أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة		
		20	09			6:00	6:00	180:00	وحدات التعليم الأساسية
إمتحان	متواصل	5	2			1:30	1:30	45:00	الفضاء العمومي والوسائط الجديدة
إمتحان	متواصل	5	2			1:30	1:30	45:00	الدراسات الثقافية والوسائط الجديدة
إمتحان	متواصل	5	2			1:30	1:30	45:00	التنظيم القانوني لتداول المعلومة في الفضاء العمومي
إمتحان	متواصل	5	2			1:30	1:30	45:00	أساليب قياس جمهور ومستخدمي الوسائط الجديدة
		7	4			3:00	3:00	90.00	وحدات التعليم المنهجية
إمتحان	متواصل	4	2			1:30	1:30	45:00	اثنوغرافيا الجمهور و المستخدمين
إمتحان	متواصل	3	2			1:30	1:30	45:00	ورشة إعداد مذكرة
		2	2				3:00	45:00	وحدات التعليم الإستكشافية
إمتحان		1	1				1:30	22:30	المقاولتية
إمتحان		1	1				1:30	22:30	الوسائط الجديدة وقضايا المجتمع
		1	1			1:30		22:30	وحدة التعليم الأفقية
	متواصل	1	1			1:30		22:30	اللغة الأجنبية
		30	16			10:30	12:00	337:30	مجموع السداسي 1

4 - السداسي الرابع: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

تربص في مؤسسة يتوج بمذكرة تناقش

الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي	العمل الشخصي
			التربص في المؤسسة (مذكرة)
15	10	07 ساعات	الملتقيات
15	06	02 ساعتان	أعمال أخرى (حدد)
30	16	135 ساعة	مجموع السداسي 4

5 - حوصلة شاملة للتكوين: (يرجى ذكر الحجم الساعي الإجمالي موزع بين المحاضرات والتطبيقات،
للسداسيات الأربعة بالنسبة لمختلف وحدات التعليم حسب الجدول التالي):

ح س و ت	الأساسية	المنهجية	الاستكشافية	الأفقية	المجموع
محاضرة	270	135	67.5	/	472.5
أعمال موجهة	270	135	/	67.5	472.5
أعمال تطبيقية	/	/	/	/	/
عمل شخصي	105	/	/	/	105
عمل آخر (محدد)	/	/	/	30	30
المجموع	645	270	67.5	97.5	1080
الأرصدة	75	21	6	18	120
% الأرصدة لكل وحدة تعليم	62.5	17.5	5	15	%100

III- البرنامج المفصل لكل مادة
(تقديم بطاقة مفصلة لكل مادة)

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الأول

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الأساسية 1

اسم المادة: ابستمولوجيا علوم الإعلام و الاتصال

الرصيد: 05

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة : مدخل لعلوم الإعلام والاتصال

محتوى المادة:

مدخل إلى الأيبستمولوجيا:

- مفهوم الأيبستمولوجيا

- مهام الأيبستمولوجيا

- أهم الاتجاهات الأيبستمولوجية:

- ديكارت
- إمانويل كانط
- غاستون باشلار
- فوكو
- كارل بوبر
- فايرابند

المراجع:

- 1) . Thomas Samuel Kuhn: *La structure des révolutions scientifiques* .
Dominique Lecourt, *L'épistémologie historique de Gaston Bachelard* (1969), 11^e éd. augmentée, Vrin, Paris, 2002.
- 2) Dominique Lecourt, *Dictionnaire d'histoire et philosophie des sciences* (1999), 4^e éd. Quadrige/PUF, Paris, 2006.
Dominique Lecourt, *La philosophie des sciences* (2001), 5^e éd. Que sais je ?/PUF, Paris, 2010 .
- 3) Jean-Louis Le Moigne, *Les Épistémologies Constructivistes*, Que sais-je ?, PUF.
Edgar Morin, *La Méthode* (6 volumes), *La Connaissance de la connaissance* (t. 3), 1986, Le Seuil, NouvellKarl Popper: *Logique de la découverte scientifique* ISBN (, *Misère de l'historicisme*, *La connaissance objective*.
- 4) Pierre Wagner, dir., *Les Philosophes et la science*, Gallimard, folio-essais, Paris, 2002, rééd. 2005, 2008.

- 5) BOUGNOUX D. Introduction aux sciences de la communication, La Découverte, 1998
MATTELART A., Histoire des théories de la communication, La Découverte, 1995.
- 6) MUCCHIELLI, A., *Les sciences de l'information et de la communication*, Hachette Supérieur, 4e éd., 2006. e édition, coll. Points

رضوان بوجمعة: ابيستمولوجيا علوم الاتصال: أزمة فهم بنية الاتصال في المجتمع الجزائري في المجلة الجزائرية للاتصال. العدد 18 جانفي-جوان 2004.

طريقة التقييم:
امتحان + تقييم متواصل

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الأول

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الأساسية 1

اسم المادة: نظريات الاتصال الجماهيري

الرصيد: 05

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

تمهيد

- مفهوم النظرية
- ظهور وتطور النظريات الاتصال
- أنواع النظريات الإتصال
- * نظريات التأثير
- * النظريات المتعلقة بالجمهور
- * النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال
- أهم النظريات الإعلامية
- * نظرية التأثير المباشر (الحقنة تحت الجلد)
- * نظريات التأثير المعتدل
- * نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة)
- * نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
- نظريات التأثير المحدود (التراكمي)، (التأثير الانتقائي)

*نظرية التدفق على مرحلتين "قادة الرأي"
* نظرية انتشار المبتكرات

المراجع

1. جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط 2، القاهرة، دار الفكر العربي، 1978
2. محمد منير حجاب: نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2011.
3. حسن عماد مكاوي: نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر و التوزيع، 2009.
4. بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2011.
5. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
6. تشارلز. ر. رايت: المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، ترجمة: محمد فتحي، دار المعارف، القاهرة، 1983.
7. Wells: Masscommunications, A word view Paolo Alto, california national preesbooks, 1974
8. Defleur and Dennis: Understanding mass communication, Houghton Mifflin company, 1996

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الأول

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الأساسية 1

اسم المادة: مدخل لمقاربات الوسائط الجديدة

الرصيد: 05

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

أولا / مدخل مفاهيمي :

1- مفهوم : المقاربة / النظرية / البراديغم / الأطروحة / المدخل / النموذج والفوارق

بين هذه المصطلحات

2- مفهوم الوسائط الجديدة وبعض المصطلحات القريبة منها :

hypermedia ج- الوسائط الفائقة Digital media ب- الوسائط الرقمية

Multimedia أ- الوسائط المتعددة

3- خصائص ومزايا الوسائط الجديدة (التفاعلية - اللاتزامنية - اللامكانية - الكونية

- المرونة - الاستيعاب - اللاجماهيرية - اللامركزية ...)

ثانيا / التنظير الإعلامي في ظل الوسائط الجديدة :

1- الوسائط الجديدة و ظواهر فضاءات الاتصال الجديدة

2- صعوبات وإشكاليات التنظير للوسائط الجديدة .

3- خصوصيات التنظير للوسائط الجديدة .

ثالثا : الأطروحات والمنطلقات الفكرية لمقاربات الوسائط الجديدة :

1- أطروحة مجتمع ما بعد الصناعي لدانيال بيل .

2- أطروحة الموجات الثلاث لتوفلر.

3- أطروحة الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان.

4- أطروحة المجتمع الشبكي لمانويل كاسترز ودارين بارني .

5- أطروحة الفضاء العمومي لهابرماس

المراجع:

1- Ratcliffe, J. W. (1983). Notions of Validity in Qualitative Research Methodology. Science Communication.

2- .Ross, A. *Theory and method in the social science* Minnesota, the university press, 1954.

3- McQuail, D. *McQuail's mass communication theory* , 2010 (6th ed.). London: SAGE Publications.

4 -إبراهيم ابراش ، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الإجتماعية ، دار الشروق ، عمان ، 2008.

5 -حسين سعد ، البراديجمات المسيطرة في علوم الإعلام والاتصال وإشكالياتها المعرفية :

https://ia601208.us.archive.org/27/items/oussamasba_yahoo_4/___4.pdf

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الأول

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الأساسية 1

اسم المادة: المقاربات النظرية لدراسات الجمهور

الرصيد: 05

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

أساسيات نظرية حول الجمهور ودراساته:

- مفهوم جمهور وسائل الإعلام (المفهوم النظري، المفهوم الكمي)
- خصائص جمهور وسائل الإعلام (البنية الظاهرية، السمات الديمغرافية)
- اهتمامات دراسات الجمهور (القائم بالاتصال، الرسالة، الوسيلة، نظام التلقي "الجمهور"، السياقات العامة)
- خلفيات دراسات جمهور وسائل الإعلام:

- عوامل تطور دراسات الجمهور
- نظريات تكوين الجمهور
- الاتجاه الامبريقي في أبحاث الجمهور
- تطور مقاربات أبحاث الجمهور:

- تاريخ أبحاث التأثير:
- مرحلة ما قبل التحريات العلمية
- مرحلة التحريات العلمية
- مرحلة العودة للتأثير واللاتأثير

- التوجهات الحديثة في دراسات الجمهور:

- أنموذج التأثير
- أنموذج التلقي
- مؤشرات أنموذج جديد

المراجع

- (1) علي قسايسية، جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها، ط1، دار الورسم للنشر، الجزائر، 2012.
- (2) علي قسايسية، المنطلقات النظرية و المنهجية لدراسات التلقي، أطروحة دكتوراه دولة، تخصص علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2007.
- (3) محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993.
- (4) روبرت هولب، نظرية التلقي: مقدمة نقدية، ترجمة عز الدين اسماعيل، النادي الأدبي الثقافي، جدة، 1994.

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الأول

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية المنهجية 1

اسم المادة: منهجية دراسة الاتصال الجماهيري

الرصيد: 04

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

المحور الأول: المعرفة والبحث العلمي

- مفهوم العلم

- مفهوم المعرفة العلمية

- البحث العلمي والمنهج العلمي

- خطوات المنهج العلمي

المحور الثاني: البحث في الاتصال

- نشأة وتطور البحث في الاتصال

- أنواع بحوث الاتصال

- الاتجاهات البحثية في الاتصال

المحور الثالث: المشكلة البحثية

- نشأة المشكلة البحثية

-اختيار المشكلة البحثية

-تحديد مشكلة البحث

- فرضيات البحث

المراجع:

- 1 جمال راسم محمد، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، كلية الإعلام، القاهرة. 1999.
- 2 احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003
- 3 إبراهيم عبد الله المسلمي، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر
- 4 حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة - مصر. 2003.
- 5 رجاء وحيد الدويدري، البحث العلمي، أساسياته النظرية وممارسته العملية، دار الفكر، دمشق- سوريا، 2000.
- 6 شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.
- 7 فايز جمعة صالح النجار وآخرون، أساليب البحث العلمي، منظور تطبيقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2008.
- 8 محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 2، عالم الكتب، القاهرة، 2004.

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الأول

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية المنهجية 1

اسم المادة: المقاربات الكمية و الكيفية

الرصيد: 03

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

1 مفاهيم أولية :

- مقدمة في منهاج البحث
- المصادر الأولية والثانوية للبحث
- تصميم البحوث العلمية
- أدوات البحث في علوم الإعلام والاتصال

2- المقاربة الكمية في بحوث الإعلام:

- مفهوم البحث الكمي
- أهمية البحث الكمي
- خصائص البحث الكمي
- أدوات البحث الكمي
- الاستبيان
- تصميم استبيان
- أسئلة الاستبيان

- مزايا وعيوب الاستبيانات
- طرق عرض البيانات الكمية
- تحليل وتفسير النتائج الكمية

أهم المراجع

- Bogdan.R.C.& Biklen,S.k. Qualitative Research for _
Education ; An Introduction to Theory and
Methods.Boston,Allyn and Bacon..
- رجاء محمود أبو علام، مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، ط4 ،دار
النشر للجامعات، القاهرة، 2004
 - قراءات معاصرة في نظرية علم الاجتماع، ترجمة مصطفى خلف عبد
الجواد
 - مصطفى عبد الله أبو القاسم خشيم، مناهج وأساليب البحث السياسي، ط1 ،الهيئة
(20) القومية للبحث العلمي، طرابلس، 2002
 - حسان محمد الحسن، مناهج البحث الإجتماعي، ط1 ،دار وائل للنشر والتوزيع،
عمان، 2005 ،
 - Bernard B., Content Analysis in Communication
Research,Glencoe, IL, Free Press,1952
 - Ole H, Content Analysis for Social Science and -
Humanities, Addition, 1969.
 - بهيجة احمد شهاب، المدخل إلى الخدمة الإجتماعية، مطبعة جامعة الموصل،
1982،
 - حمد خليل عباس واخرون، مدخل الى مناهج البحث في التربية وعلم النفس،
دار المسيرة ط1 ،
 - ohn T. Doby, Introduction to Social -
Research,Harunsbing,The Stack Pole Co,1956

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الأول

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الاستكشافية 1

اسم المادة: تحليل الخطاب

الرصيد: 01

المعامل: 01

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

1. مدخل مفاهيمي إلى الخطاب و الخطاب الإعلامي.
2. تعريفات تحليل الخطاب.
3. مقاربات تحليل الخطاب:
 - المقاربة التلفظية.
 - المقاربة التبليغية.
 - مقاربة تحليل المحادثة.
 - التفاعلية الرمزية.
 - اثنوغرافيا التواصل.
 - إثنوميثودولوجيا المحادثات اليومية.
 - المقاربة السوسيو لغوية.
 - المقاربة التباينية.
 - المقاربة التفاعلية في فرنسا وسويسرا.
 - الحوارية و تعدد الأصوات لدى باختين .
 - المدرسة الفرنسية في تحليل الخطاب.
 - المقاربة التداولية.

- المقاربة السيميائية.
- المقاربة البراغماتية
- مقارنة الأعراف الاجتماعية.
- 4. التحليل الكمي و التحليل الكيفي للخطاب.
- 5. التحليل السيميائي.
- 6. تحليل المضمون

المراجع:

1. حاتم عبيد، **في تحليل الخطاب**. الأردن: دار ورد الأردنية للنشر و التوزيع، 2013.
2. عمر بلخير، **الخطاب الصحافي الجزائري المكتوب - دراسة تداولية**. الجزائر: دار الحكمة للنشر. 2009.
3. جون ستروك، **البنوية وما بعدها من ليفي شتراوس إلى دريدا**. ترجمة: محمد عصفور. الكويت: المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب. 1996.
4. فايزة يخلف، **مبادئ في سيميولوجيا الإشهار**. الجزائر: طاكسيج.كوم ، 2010.
5. محمد عيد الحميد، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**. من التحليل الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل المواقع الإعلامية مصر: عالم الكتب. 2010.
6. **Ferdinand de Saussure , Cours de linguistique générale**. Editions critique, 1997.

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الأول

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الاستكشافية 1

اسم المادة: الرأي العام والوسائط الجديدة

الرصيد: 01

المعامل: 01

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

المحور الأول: الأسس النظرية لدراسة الرأي العام

- مفهوم الرأي العام

- نشأة الرأي العام

- أهمية الرأي العام

- أنواع الرأي العام

- عوامل تشكيل الرأي العام

- مراحل تشكيل الرأي العام

المحور الثاني: قياس الرأي العام

- نشأة وتطور قياس الرأي العام

- أنواع قياس الرأي العام

- مشكلات قياس الرأي العام

- العينات في بحوث الرأي العام

أدوات البحث العلمي واستخداماتها في بحوث الرأي العام (الملاحظة،
الاستقصاء، تحليل المحتوى)

المراجع

- 1- BALLE (FRANCIS) ;LEXIQUE D'information- communication , dalloz, Paris,2006
- 2- Marc lynch: Blogging the New Arab Public, Arab Media & Society (February, 2007
- 3- Riffel Remmy, sociologie des medias, ellipses, Paris,2003
- 4- معتصم بابكر مصطفى: ايدولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام. مركز التنوير المعرفي. 2014
- 5- عاطف عدلي العبد، مختار التهامي: الرأي العام. مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، 2005.
- 6- ماكس ماكومز وآخرون: ترجمة محمد صفوت حسن: الأخبار والرأي العام (آثار الإعلام على الحياة المدنية). الدار الجزائرية للنشر والتوزيع. 2012
- 7- عبد الفتاح أميرة سماح فرج وآخرون: الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم. مركز دراسات الوحدة العربية. بيروت. 2013
- 8- دارن بارني ترجمة أنور الجمعاوي: المجتمع الشبكي. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات. بيروت. 2015
- 9- عبد الكريم الدبيسي: الرأي العام عوامل تكوينه وطرق قياسه. دار المسيرة، عمان، 2011

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الأفقية 1.

اسم المادة: اللغة الأجنبية .

الرصيد: 01

المعامل: 01

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

محتوى المادة الإنجليزية

CONTENT :

Exploitation of specialized texts related to the different technical modules included in the first year program .

- Contraction ، abstracts and analysis of specialized texts .
- Business letters : their techniques with practical exercises .
- Reports and proceeding : their techniques with practical exercises .
- The presentation of the report – the proceeding :
- English oral and written practice .

محتوى مادة الفرنسية

CONTENU :

Etude de texte avec exploitation structurelle. -

Révision et consolidation des structures de base. -

Insistance sur la compétence de la communication. -

Etude de textes spécialisés ayant trait aux différents modules -
techniques inclus
dans le programme du 1 er Semestre .
Consolidation structurelle selon les difficultés des étudiants -

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الأساسية 2

اسم المادة: ابستمولوجيا علوم الإعلام و الاتصال.

الرصيد: 05

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

ابستمولوجيا علوم الاعلام و الاتصال

- هل فروع الاتصال تستحق وصف العلوم؟

- ميلاد علوم الإعلام و الاتصال

- علوم الاتصال: تخصص متعدد التخصصات

إبستمولوجيا الاتصال: المفاهيم و النماذج

-إشكالية النماذج من إشكالية المفاهيم.

-ثالوث نماذج الاتصال:

- النماذج الوضعية

-النماذج النسقية

-النماذج البنائية

-استخدامات النماذج

المراجع:

1. . Thomas Samuel Kuhn: *La structure des révolutions scientifiques* .

Dominique Lecourt, *L'épistémologie historique de Gaston Bachelard* (1969), 11^e éd. augmentée, Vrin, Paris, 2002.

2. Dominique Lecourt, *Dictionnaire d'histoire et philosophie des sciences* (1999), 4^e éd. Quadrige/PUF, Paris, 2006.
Dominique Lecourt, *La philosophie des sciences* (2001), 5^e éd. Que sais je ?/PUF, Paris, 2010 .
3. Jean-Louis Le Moigne, *Les Épistémologies Constructivistes*, Que sais-je ?, PUF.
Edgar Morin, *La Méthode* (6 volumes), *La Connaissance de la connaissance* (t. 3), 1986, Le Seuil, NouvellKarl Popper: *Logique de la découverte scientifique* ISBN (, *Misère de l'historicisme, La connaissance objective*.
4. Pierre Wagner, dir., *Les Philosophes et la science*, Gallimard, folio-essais, Paris, 2002, rééd. 2005, 2008.
5. BOUGNOUX D. Introduction aux sciences de la communication, La Découverte, 1998
MATTELART A., Histoire des théories de la communication, La Découverte, 1995.
6. MUCCHIELLI, A., *Les sciences de l'information et de la communication*, Hachette Supérieur, 4^e éd., 2006. e édition, coll. Points

رضوان بوجمعة: ايبستمولوجيا علوم الاتصال: أزمة فهم بنية الاتصال في المجتمع الجزائري في المجلة الجزائرية للاتصال. العدد 18 جانفي-جوان 2004.

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الأساسية 2

اسم المادة: نظريات الاتصال الجماهيري.

الرصيد: 05

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

- نظريات التأثير القوي
- * نظرية دوامة الصمت
- * نظرية العرس الثقافي
- نظرية الاستخدامات و الإشباع
- النظرية البنائية الوظيفية
- نظرية التفاعلية الرمزية
- نظرية حارس البوابة
- نظريات المعرفة من وسائل الإعلام
- نظرية الفجوة المعرفية

نظريات التأثير البعيد المدى

-نظرية تراكم التأثيرات Cumulative Effects Theory

-نظرية التنبؤ أو التكيف Adaptation Theory

-نظرية النمذجة Modeling Theory

- نظرية التوقعات الاجتماعية Social Expectations Theory
- نظرية بناء المعاني Meaning Construction Theory
- نظرية الصورة الذهنية النمطية Steriotye Theory

المراجع

1. جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط 2، القاهرة، دار الفكر العربي، 1978
2. محمد منير حجاب: نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2011.
3. حسن عماد مكاوي: نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر و التوزيع، 2009.
4. بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2011.
5. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
6. تشارلز. ر. رايت: المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، ترجمة: محمد فتحي، دار المعارف، القاهرة، 1983.
7. Wells: Masscommunications, A word view Paolo Alto, california national preesbooks, 1974
8. Defleur and Dennis: Understanding mass communication, Houghton Mifflin company, 1996

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الأساسية 2

اسم المادة: مدخل لمقاربات الوسائط الجديدة.

الرصيد: 05

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

أولا : الوسائط الجديدة والبراديجمات العلمية :

1- البراديجم الوظيفي.

2- براديجم التفاعل الرمزي.

3- البراديجم النقدي

ثانيا / المداخل النظرية التقليدية : التجديد في الطرح وتطبيقاتها على الوسائط

الجديدة :

1- الدراسات الحديثة في مدخل التأثير .

2- الدراسات الحديثة في مدخل الاستخدامات والإشباع

3- الدراسات الحديثة في مدخل الاعتماد المتبادل.

4- الدراسات الحديثة في مدخل نشر المبتكرات

5- الدراسات الحديثة في مدخل التلقي

ثالثا / المقاربات والمداخل النظرية الجديدة :

1- مقاربات حول سمات وخصائص الوسائط الجديد :

نيكولاس نيغروبونتي- مدخل كروسبي - مدخل ديفيز- مقارنة بافك - مقارنة فيلدر

- مقارنة بولتر وجروسين

2- مقاربات حول مستخدمي الوسائط الجديدة :

نظرية الاختيار - نظرية الثراء - نظرية الوساطة .
3- مقاربات حول محتوى الوسائط

المراجع:

1 - Leah A. Lievrouw, Alternative and Activist New Media, Malden, MA: Polity Press, 2011.

2- Robert Hassan, Julian Thomas , The New Media Theory Reader , Edition 1, McGraw-Hill Professional Publishing,2006.

3- Pavlik, John (1998) New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives, Needham Heights, MA: Allyn & Bacon, Second

Edition.

4- علي قسايسية، المنطلقات النظرية و المنهجية لدراسات التلقي، أطروحة دكتوراه دولة، تخصص علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2007.

5- حسني محمد نصر ، الاتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة ، ورقة مقدمة لمؤتمر: وسائل التواصل الاجتماعي : التطبيقات والإشكالات المنهجية ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، 2015.

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الأساسية 2

اسم المادة: الدراسات الثقافية.

الرصيد: 05

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

- 1 تفسير الثقافة والصراع الدائم حول المعنى
- 2 سياسة الترجمة والتفكيك في الخطاب الثقافي
- 3 مدرسة فرانكفورت ودراسات الإعلام والثقافة
- 4 - الاتجاهات الرئيسية في الامبريالية الثقافية والإعلام.
- 5 وسائل الإعلام والرأي العام
- 6 -النوع الاجتماعي (الجنسانية) واستخداماته الإعلامية.
- 7 -النوع في الثقافة الجماهيرية
- 8 -العرقى والتمايز في تشكل الهوية الثقافية.
- 9 ثقافة النخبة والثقافة الشعبية.

أهم المراجع:

- Schiller, D. (1999) *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*. (Cambridge, MA: MIT Press).
- Spencer, Stephen (2006) *Race and Ethnicity: Culture, Identity and Representation*. (London: Routledge).
- Strinati, Dominic (2000) *An Introduction to Studying Popular Culture*. (London: Routledge).
- Smart, Barry (1993) *Postmodernity*. (London: Routledge).
- Sparks, C. (2005) 'What is wrong with globalization?' in the *Journal of Global Media and Communication*, Volume, 1 Number
- Hall, S., Held, D. and McGrew, T. (eds.) *Modernity and its Futures*. (Oxford: Basil Blackwell).
- Hamelink, C. (2001) *The Ethics of the Cyberspace*. (London: Sage).
- Harris, Jan, and Paul Taylor (2005) (eds.) *Digital Matters: The Theory and Culture of the Matrix* (London: Routledge).
- Harvey D. (1989) *The Condition of Postmodernity*. (Oxford: Blackwell).
- Hesmondhalgh D. (2002) *The Cultural Industries*. (London, Sage).
- Hebdige, Dick. (1979) *Subculture: The Meaning of Style (New Accents)*. (Methuen Publishing Ltd.: York)
- Appadurai, Arjun (1996) 'Disjunction and Difference,' in *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalisation*

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية المنهجية 2.

اسم المادة: المقاربات المنهجية في دراسة الاتصال الجماهيري.

الرصيد: 04

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

المحور الأول: مناهج البحث في الاتصال

-المنهج الاستطلاعي

-المنهج الوصفي

-دراسة الحالة

-المنهج التاريخي

-المنهج التجريبي

-تحليل المضمون

-المنهج المقارن

المحور الثاني: أدوات البحث

-الاستبيان

-المقابلة

-الملاحظة

-القياس

المحور الثالث: العينات والمعينة

-مفهوم العينة ومجتمع البحث

-العينات واساليب اختيارها

● العينات الاحتمالية:

-العشوائية البسيطة

-العينة المنتظمة

-العينة الطبقية

-العينة العنقودية

● العينات غير الاحتمالية:

-العينة الحصصية

-عينة الصدفة

-العينة القصدية

-عينة كرة الثلج

المراجع

9 جمال راسم محمد: مناهج البحث في الدراسات الاعلامية-كلية الاعلام، القاهرة، 1999.

10 - احمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال.

ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003

11 - ابراهيم عبد الله المسلمي: مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر

12 - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة،

الدار المصرية اللبنانية، القاهرة - مصر. 2003

13 - رجاء وحيد الدويدري: البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارسته

العملية، دار الفكر، دمشق- سوريا، 2000

- 14 - شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009
- 15 - فايز جمعة صالح النجار وآخرون: أساليب البحث العلمي: منظور تطبيقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2008
- 16 - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية المنهجية 2.

اسم المادة: المقاربات الكمية و الكيفية.

الرصيد: 03

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

● المناهج الكيفية

- مفهوم البحوث الكيفية
- تعريف المناهج الكيفية
- أهمية البحث الكيفي
- خصائص البحث الكيفي
- خصائص المناهج الكيفية
- أنواع المناهج الكيفية
 - ✓ المنهج التاريخي
 - ✓ المنهج السيميولوجي
 - ✓ المنهج الاثنوغرافي
- أدوات جمع البيانات في المناهج الكيفية
- الملاحظة
- التراث النظري
- تحليل وتفسير نتائج البحث الكمي.

مقارنة بين البحوث الكمية والبحوث الكيفية.

المراجع

1. مادلين غراويتز: **مناهج العلوم الاجتماعية**، ترجمة: سام عمار، المركز العربي للتعريب والترجمة والتأليف والنشر بدمشق، 1993.
2. موريس أنجرس: **مناهج البحث في العلوم الإنسانية** ، دار القصبه، الجزائر، 2004.
3. أحمد بن مرسلّي: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال** ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
4. فضيل دليو: **قضايا منهجية في العلوم الاجتماعية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.
5. عمار بوحوش و محمد محمود الذنبيات: **مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث**، ط3، الجزائر، 2001.
6. William Trochim and James Donnelly: **The Research Methods -Knowledge bases**, Third Edition, 2006.
7. E. Bright Wilson, jr : **An introduction to scientific research**, 1991.

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الاستكشافية 2.

اسم المادة: علم اجتماع الجمهور و المستخدمين.

الرصيد: 01

المعامل: 01

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

- جمهور وسائل الإعلام القديمة Old Media:
- مفاهيم عامة: (الجمهور، وسائل الإعلام القديمة).
- خصائص وسمات جمهور وسائل الإعلام.
- أنواع الجمهور.
- الاتجاهات الحديثة في دراسات الجمهور.
- المقاربات النظرية لتأثير وسائل الإعلام على الجمهور.
- مستخدمو وسائل الإتصال الجديدة:
- مدخل مفاهيمي: (وسائل الاتصال الجديدة، المستخدم)
- الخصائص والسمات العامة لمستخدمي وسائل الاتصال الجديدة.
- تأثير وسائل الإتصال الجديدة على المستخدمين.
- المقاربات المفسرة لمستخدمي وسائل الجديدة.

1. BALLE (FRANCIS) ;LEXIQUE D'information communication , dalloz, Paris,2006
- 2- Marc lynch: Blogging the New Arab Public, Arab Media & Society (February, 2007
- 3- RiffelRemmy, sociologie des medias,ellipses,Paris,2003
- 4 معتصم بابكر مصطفى: ايدولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام .مركز التنوير المعرفي.2014
- 5 عاطف عدلي العبد،مختار التهامي: الرأي العام. مركز بحوث الرأي العام،القاهرة،2005.
- 6 ماكس ماكومز وآخرون:ترجمة محمد صفوت حسن:الأخبار والرأي العام(آثار الإعلام على الحياة المدنية).الدار الجزائرية للنشر والتوزيع.2012
- 7 - عبد الفتاح أميرة سماح فرج وآخرون :الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم.مركز دراسات الوحدة العربية. بيروت . 2013
- 8 - دارن بارني ترجمة أنور الجمعاوي: المجتمع الشبكي.المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.بيروت.2015
- 9 - عبد الكريم الدبيسي:الرأي العام عوامل تكوينه وطرق قياسه.دار المسيرة،عمان،2011.

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الاستكشافية 2.

اسم المادة: الرأي العام والوسائط الجديدة.

الرصيد: 01

المعامل: 01

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

المحور الأول: الرأي العام والوسائط الجديدة

-الوسائط الجديدة وتشكيل اتجاهات الجماهير

-الوسائط الجديدة وتشكيل النخب

-الصحافة الالكترونية وتشكيل الرأي العام

-دور الشبكات الاجتماعية في تشكيل الرأي العام (الفايسبوك،التويتر)

-المدونات الالكترونية والرأي العام(المدونات العامة والشخصية سكاى بلوغ

والويكيبيديا)

-الرأي العام وأدوات التشارك (اليوتيوب، flick r)

-التلفزيون الرقمي والرأي العام

المحور الثاني: المقاربات النظرية لدراسة الرأي العام والوسائط الجديدة

-المقاربة الحتمية

-مقاربة الاستخدامات والاشباكات

- 1- BALLE (FRANCIS) ;LEXIQUE D'information communication , dalloz, Paris,2006
- 2- Marc lynch: Blogging the New Arab Public, Arab Media & Society (February, 2007
- 3- RiffelRemmy, sociologie des medias,ellipses,Paris,2003
- 4 معتمصم بابكر مصطفى: ايدولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام .مركز التنوير المعرفي.2014
- 5 عاطف عدلي العبد،مختار التهامي: الرأي العام. مركز بحوث الرأي العام،القاهرة،2005.
- 6 ماكس ماكومز وآخرون:ترجمة محمد صفوت حسن:الأخبار والرأي العام(آثار الإعلام على الحياة المدنية).الدار الجزائرية للنشر والتوزيع.2012
- 7 - عبد الفتاح أميرة سماح فرج وآخرون :الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم.مركز دراسات الوحدة العربية. بيروت .2013
- 8 - دارن بارني ترجمة أنور الجمعاوي: المجتمع الشبكي.المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.بيروت.2015
- 9 - عبد الكريم الدبيسي:الرأي العام عوامل تكوينه وطرق قياسه.دار المسيرة،عمان،2011.

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الأفقية 2.

اسم المادة: اللغة الأجنبية .

الرصيد: 01

المعامل: 01

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

محتوى المادة الإنجليزية

CONTENT :

Exploitation of specialized texts related to the different technical modules included in the second year program .

- Contraction ، abstracts and analysis of specialized texts .
- Business letters : their techniques with practical exercises .
- Reports and proceeding : their techniques with practical exercises .
- The presentation of the report – the proceeding :
- English oral and written practice .

محتوى مادة الفرنسية

CONTENU :

Etude de texte avec exploitation structurelle. -

Révision et consolidation des structures de base. -

Insistance sur la compétence de la communication. -
Etude de textes spécialisés ayant trait aux différents modules -
techniques inclus
dans le programme du 3e Semestre .
Consolidation structurelle selon les difficultés des étudiants -

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الاساسية 3.

اسم المادة: الفضاء العمومي والوسائط الجديدة.

الرصيد: 05

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

- الفضاء العمومي والوسائط الجديدة

- 1 للفضاء العمومي البرجوازي
- 2 عناصر الفضاء العمومي
- 3 للشروط المعيارية للفضاء العمومي المثالي
- 4 أبعاد الفضاء العمومي
- 5 للفضاء العمومي ونماذج الديمقراطية
- 6 للفضاء العمومي غير الرسمي
- 7 للفضاء العمومي خارج الفكر الغربي
- 8 وسائل الإعلام والفضاء العمومي
- 9 للفضاء السيبري وإعادة تشكيل الفضاء العمومي
- 10 للفضاء العمومي الافتراضي

- 1- Albarran, A. B. (2013). The Social Media Industries: Routledge
- 2- Baiocchi, G. (2003). Emergent public spheres: talking politics in participatory governance. American Sociological Review, 52-74 .
- 3- Ballarini, L. (2010). L'espace public au-delà de l'agir communicationnel. Quatre renversements de perspective pour sortir des impasses du modèle habermassien. Université Paris VIII Vincennes-Saint Denis.
- 4- Benhabib, S. (1992). Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal Tradition and Jurgen Habermas' in Craig Calhoun, ed., Habermas and the Public Sphere. Cambridge, MA: MIT Press, 73, 82-83 .
- 5- Boyd, D. (2008). Can social network sites enable political action. International Journal of Media and Cultural Politics, 4(2).
- 6- Calhoun, C. (1992). Introduction: Habermas and the public sphere: MIT Press.
- 7- Calhoun, C. J. (1992). Habermas and the public sphere: MIT press.
- 8- Cohen, J. (1996). Procedure and Substance in Deliberative Democracy. In S. Benhabib (Ed.), Democracy and Difference: Contesting the Boundaries of the Political. Princeton: NJ: Princeton University Press.
- 9- Cohen, J. (1997). Procedure and substance in deliberative democracy. Deliberative democracy: Essays on reason and politics, 407-437 .
- 10-Crossley, N., & Roberts, J. M. (2004). After Habermas: New perspectives on the public sphere. Sociological review monograph .
- 11-Dahlgren, P. (2009). Media and political engagement: Cambridge: Cambridge University Press.

12-Dean, J. (2003). Why the Net is not a Public Sphere.
Constellations, 10(1), 95-112 .
13-

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الاساسية 3.

اسم المادة: الدراسات الثقافية والوسائط الجديدة

الرصيد: 05

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

1. الثقافات الفرعية من معهد برمنغهام إلى الوسائط المتعددة.
2. السلطة والسيطرة والايديولوجيا ومقاربات تحليل الرسائل الإعلامية.
3. الإعلام الرقمي والتجارب الحسية والوجدانية للتقنيات الحديثة.

المراجع:

Schiller, D. (1999) *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*. (Cambridge, MA: MIT Press).

Spencer, Stephen (2006) *Race and Ethnicity: Culture, Identity and Representation*. (London: Routledge).

Strinati, Dominic (2000) *An Introduction to Studying Popular Culture*. (London: Routledge).

Smart, Barry (1993) *Postmodernity*. (London: Routledge).

Sparks, C. (2005) 'What is wrong with globalization?' in the *Journal of Global Media and Communication*, Volume, 1 Number

Hall, S., Held, D. and McGrew, T. (eds.) *Modernity and its Futures*. (Oxford: Basil Blackwell).

Hamelink, C. (2001) *The Ethics of the Cyberspace*. (London: Sage).

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الأساسية 3.

اسم المادة: التنظيم القانوني لتداول المعلومة في الفضاء العمومي.

الرصيد: 05

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

أولاً: مدخل مفاهيمي: تحديد مفهوم كل من: المعلومة - الفضاء العمومي - حرية تداول المعلومة.

ثانياً: الإتجاهات الدولية في تنظيم تداول المعلومة في الفضاء العمومي:

- 1/ حرية تداول المعلومة في الفضاء العمومي من منظور المواثيق الدولية.
- 2/ أبرز التجارب العالمية في مجال التنظيم القانوني لتداول المعلومة في الفضاء العمومي: تجربة الولايات المتحدة الأمريكية - التجربة البريطانية - التجربة الفرنسية.
- 3/ موقف بعض التشريعات العربية من تنظيم تداول المعلومة في الفضاء العمومي (الأردن- مصر).

ثالثاً: التنظيم القانوني لتداول المعلومة في الفضاء العمومي في الجزائر:

1/ في ظل الدساتير الجزائرية.

2/ في التشريعات الإعلامية.

أهم المراجع:

1/ أشرف فتحي الراعي، حق الحصول على المعلومات، دراسة مقارنة، الطبعة

الأولى، دار الثقافة للطباعة و النشر، عمان (الأردن)، 2010م.

2/ د. حمدي حمودة، حق الصحفي في الحصول على المعلومات و مدى تأثيره على

حق الجماهير في المعرفة و الإعلام، دار النهضة العربية، مصر، 2010م.

- 3/ أحمد محمد أحمد مانع، أثر تكنولوجيا المعلومات على ممارسة الحقوق و الحريات العامة، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2012م.
- 4/ قدرى علي عبد المجيد، الإعلام و حقوق الإنسان، قضايا فكرية و دراسة تحليلية و ميدانية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2010م.
- 5/ ماجد راغب الحلو، حرية الإعلام و القانون، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2009م.

6/ Alexis Guedj; **La protection des sources Journalistiques**
Bruylan, Bruxelles,
1998.

7/ André Pouille, Jean Roche, **Libertés publiques et droit de l'Homme**, 14 eme
édition, Dalloz, Paris, 2002.

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الأساسية 3.

اسم المادة: أساليب قياس الجمهور ومستخدمي الوسائط الجديدة.

الرصيد: 05

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

- مدخل للمنظور الكمي للجمهور و مستخدمي الوسائط الجديدة
- مفهوم قياس جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة
- أسباب وأهداف قياس الجمهور
- أساليب قياس حجم الجمهور والمستخدمين
- تقنيات قياس جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين
- تقنيات قياس المبحرين عبر المواقع الإلكترونية

أهم المراجع

- (5) علي قسايسية، محاضرات في مقياس: دراسات الجمهور ومستخدمي الوسائط الجديدة، تخصص: اتصال وسبر الآراء، الجزائر، 2012.
- (6) علي قسايسية، جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها، ط1، دار الورسم للنشر، الجزائر، 2012.
- (7) فضيل دليو، تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الجديدة "قضايا معاصرة"، د.ط، الجزائر، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، 2015.
- (8) الصادق الحمادي، قياس المشاهدة والاستماع: من الفوضى إلى التنظيم، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، معهد الصحافة و علوم الأخبار.

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية المنهجية 3.

اسم المادة: اثنوغرافيا الجمهور والمستخدمين.

الرصيد: 04

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

مدخل عام للدراسات الأنثروبولوجية والإثنوغرافية

- الأنثروبولوجيا

- الإثنولوجيا

- الإثنوغرافيا

- الإثنو-ميتودولوجية

التوجه الإثنوغرافي في الدراسات الإعلامية

- استخدام المنهج الإثنوغرافي لدى دافيد مورلي

- تطور المقترب الإثنوغرافي في دراسات الاتصال

- المقترب الإثنوغرافي ومستخدمي الوسائط الجديدة

- ملاءمة الدراسات الإثنوغرافية لأبحاث الجمهور والمستخدمين

طرق و أدوات البحث الإثنوغرافي

- الملاحظة بالمشاركة

- الطريقة المرفولوجية والكارتوغرافية

- الطريقة التصويرية "الفوتوغرافية"

- الطريقة الفونوغرافية

- الطريقة الفيلولوجية
- الطريقة السوسولوجية
- * الوثيقة الاثنوغرافية
- * اثنوغرافية جمهور التلفزيون
- * اثنوغرافية جمهور الانترنت
- * اثنوغرافية جمهور المستخدمين

المراجع

- بيار بونت، ميشال ايزر و آخرون، معجم الإثنولوجيا و الأنثروبولوجيا، ترجمة مصباح الصهد، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات و التوزيع "مجد"، بيروت، 2006.

- أرمان وميشال ماتلار: تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين العياضي والصادق رابح، الطبعة الثالثة، المنظمة العربية للترجمة بيروت، لبنان، 2005.

- كريس باركر، التلفزيون والعولمة والهويات الثقافية، ترجمة علاء أحمد إصلاح (مجموعة النيل العربية) الطبعة الأولى 2006، مصر القاهرة .

الاطروحات :

- علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي " دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر (1995-2006) أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال 2006/2007.

- وردة قرابينية، أنماط تلقي البرامج التلفزيونية لدى الأسرة الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 2007/2008.

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية المنهجية 3.

اسم المادة: ورشة إعداد مذكرة التخرج

الرصيد: 03

المعامل: 02

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

يتدرب الطلبة داخل الورشة على ما يلي:

1. اختيار موضوع البحث و طرق ضبط العنوان.
2. متضمنات مقدمة الدراسة.
3. تحديد مشكلة الدراسة وصياغة سؤال الإشكالية.
4. ضوابط صياغة التساؤلات و الفروض العلمية.
5. ضبط أسباب اختيار الموضوع.
6. أسس صياغة الأهداف و الأهمية العلمية للدراسة.
7. تلخيص الدراسات السابقة وكيفية الاستفادة منها.
8. استخدام المقاربات النظرية.
9. ضبط حدود الدراسة.
10. اختيار منهج الدراسة و أدوات جمع البيانات.
11. اختيار عينة الدراسة.
12. كيفية تحديد مفاهيم الدراسة.
13. تحليل البيانات واستخلاص النتائج.
14. كتابة تقرير البحث.

المراجع:

1. منال المزاهرة، بحوث الإعلام الأسس و المبادئ. الأردن: دار كنوز المعرفة، 2011.
2. أحمد بن مرسل، الأسس العلمية لبحوث الإعلام و الاتصال. الجزائر: دار الورسم، 2013.
3. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال. الجزائر: ط4 ، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.
4. منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي. الأردن: دار المسيرة للنشر و التوزيع . 2013.
5. أ. لارامي و ب. فالي، البحث في الاتصال – عناصر منهجية. ترجمة فضيل دليو وآخرون. قسنطينة: مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث و الترجمة، 2009.
6. Michel Beaud, L'art de la thèse. Alger : Editions Casbah, 1999

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الاستكشافية 3.

اسم المادة: المقاولتية.

الرصيد: 01

المعامل: 01

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

المحور (1) : مفهوم المقاول و المقاولاتية

*تعريف المقولة والروح المقاولاتية وأهم نماذجها (روح المقاولاتية الفطرية أو المكتسبة؟)

*مميزات المقاول:دوافعه، صفاته، أنماط المقاولين، العوامل المفسرة لسلوك المقاول .

المحور (2) : السيرورة المقاولاتية

*ماهية فرصة الأعمال ، العوامل التي تحدد من فرصة الأعمال .

*الابتكار والمقاولاتية: تعريف وأهمية الابتكار، العوامل الرئيسية للابتكار، العوائق التي تحول دون الابتكار .

*تحليل السوق (هل هناك حاجة حقيقية للمنتج؟، تغيير احتياجات وتوقعات العملاء، السوق المستهدف، استراتيجيات تحديد المواقع والتمايز)

الوحدة (3) : خطة الأعمال

*خطة الأعمال: ماهية وعناصر خطة العمل.

*أجهزة دعم المقاولاتية في الجزائر.

المحور (4) : نمو المؤسسة

*ماهية النمو: النمو والنظريات الاقتصادية، مراحل تطور الأعمال، محددات النمو،
*رهانات تدويل الأعمال: الأهمية ، المكاسب والمخاطر.

1. سعاد نائف برنوطي ، إدارة الأعمال الصغيرة: أبعاد للريادة ، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005.

2. عمرو علاء الدين زيدان، ريادة الأعمال: القوة الدافعة للاقتصاديات الوطنية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2007.

3. مجدي عوض مبارك، الريادة في الأعمال: المفاهيم والنماذج والمداخل المختلفة، عالم الكتاب الحديث، اربد، الأردن، 2009.

1. Alexandria Valerio, Brent Parton, and Alicia Robb, **Entrepreneurship Education and Training Programs around the World; Dimensions for Success**, International Bank for Reconstruction and Development, World Bank, 2014.
2. Emile- Michel Hernandez, **L'entrepreneuriat: Approche Théorique**, Editions L'Harmattan, Paris, 2001.

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الاستكشافية 3.

اسم المادة: الوسائط الجديدة وقضايا المجتمع.

الرصيد: 01

المعامل: 01

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

- 1- مجتمع الإعلام والمعلومات.
 - 2- التكنولوجيا والتغير الاجتماعي.
 - 3- العولمة الإعلامية وآثارها الاجتماعية والثقافية.
- ثانيا : الوسائط الجديدة والحياة الاجتماعية :
- 1- الوسائط الجديدة والاتصال الأسري .
 - 2- التفاعل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية ظل الوسائط الجديدة.
 - 3- الوسائط الجديدة والتعليم.
 - 4- توظيف الوسائط الجديدة في مجالات التوعية والتنمية الاجتماعية.
- ثالثا : الوسائط الجديدة وقضايا الفضاء الالكتروني:
- 1- المجتمعات الافتراضية والهوية الافتراضية.
 - 2- بناء المجتمع الشبكي وتنميته.
 - 3- التواصل الاجتماعي وتشكل الفضاء العمومي الافتراضي
- رابعا : الوسائط الجديدة : إشكاليات ومخاطر
- 1- الأمية الالكترونية والفجوة بين الأجيال.
 - 2- الفجوة الرقمية في المجتمع وإشكاليات التنمية.

- 3- إشكاليات الفضاء الافتراضي : الإدمان الإلكتروني – العنف والإباحية -
الاغتراب .. إلخ
3- الإجرام والإرهاب الإلكترونيين وتهديد أمن المجتمع.

المراجع :

–1Nicholas Gane, David Beer, New Media: The Key Concepts ,bloomsbury ,2008.

2- Tzu-Bin LIN،Der Thanq Victor Chen،Ching Sing CHAI , New Media and Learning in the 21st Century: A Socio-Cultural Perspective , Springer Shop , Taiwan , 2015.

- 3- علي محمد رحومة ، علم الاجتماع الآلي ، عالم المعرفة ، 347 ، 2008.
4- مايكل ديرتوزوس ، ماذا سيحدث ؟ كيف سيغير عالم المعلومات الجديد حياتنا ؟ ،
ترجمة : بهاء شاهين ، ط2 الحضارة العربية ، القاهرة ، 2000.

عنوان الماستر: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: الوحدة التعليمية الأفقية 3.

اسم المادة: اللغة الأجنبية .

الرصيد: 01

المعامل: 01

أهداف التعليم:

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

محتوى المادة الإنجليزية

CONTENT :

Exploitation of specialized texts related to the different technical modules included in the secon year program .

- Contraction ، abstracts and analysis of specialized texts .
- Business letters : their techniques with practical exercises .
- Reports and proceeding : their techniques with practical exercises .
- The presentation of the report – the proceeding :
- English oral and written practice .

محتوى مادة الفرنسية

CONTENU :

Etude de texte avec exploitation structurelle. -

Révision et consolidation des structures de base. -

Insistance sur la compétence de la communication. -
Etude de textes spécialisés ayant trait aux différents modules -
techniques inclus
dans le programme du 3e Semestre .
Consolidation structurelle selon les difficultés des étudiants -

V- العقود/الاتفاقيات

نعم

لا

(إذا كانت نعم، تُرفق الاتفاقيات والعقود بالملف الورقي للتكوين)

نموذج لرسالة إبداء النية أو الرغبة
(في حالة تقديم ماستر بالاشتراك مع مؤسسة جامعية أخرى)
(ورق رسمي يحمل اسم المؤسسة الجامعية المعنية)

الموضوع: الموافقة على الإشراف المزدوج للماستر بعنوان :

تعلن الجامعة (أو المركز الجامعي). عن رغبتها في الإشراف المزدوج
عن
الماستر المذكورة أعلاه طيلة فترة تأهيل الماستر.

وفي هذا الإطار، فإن الجامعة (أو المركز الجامعي) ترافق هذا المشروع من خلال:

- إبداء الرأي أثناء تصميم و تحيين برامج التعليم،
- المشاركة في الملتقيات المنظمة لهذا الغرض ،
- المشاركة في لجان المناقشة ،
- المساهمة في تبادل الإمكانيات البشرية و المادية

توقيع المسؤول المؤهل رسميا :

الوظيفة:

التاريخ:

**نموذج لرسالة إبداء النية أو الرغبة
(في حالة تقديم ماستر بالاشتراك مع مؤسسة لقطاع مستخدم)
(ورق رسمي يحمل اسم المؤسسة)**

الموضوع: الموافقة على مشروع بعث تكوين للماستر بعنوان:

المقدم من:

تعلم مؤسسة
بصفتها المستخدم المحتمل لمنتوج هذا التكوين
عن رغبتها في مرافقة هذا التكوين المذكور أعلاه

وفي هذا الإطار، فإننا نؤكد انضمامنا إلى هذا المشروع ويتمثل دورنا فيه من خلال:

- إبداء رأينا في تصميم و تحيين برامج التعليم،
- المشاركة في الملتقيات لهذا الغرض ،
- المشاركة في لجان المناقشة .
- تسهيل قدر المستطاع استقبال الطلبة المتربصين في المؤسسة في إطار إنجاز مذكرات نهاية التخرج أو في إطار المشاريع المؤطرة.

سيتم تسخي الإمكانيات الضرورية لتنفيذ هذه العمليات و التي تقع على عاتقنا من أجل تحقيق الأهداف وتنفيذها
إن على المستوى المادي والمستوى البشري
يعين السيد(ة)*.....منسقا خارجيا لهذا المشروع.

توقيع المسؤول المؤهل رسميا:

الوظيفة:

التاريخ:

الختم الرسمي للمؤسسة: