



جامعة فيلادلفيا

الكلية: الآداب والفنون

القسم: العلوم الإنسانية ووحدة متطلبات الجامعة

الفصل: الاول من العام الجامعي 2018-2019

خطة تدريس المادة Course Syllabus	
رمز المادة: 0111145 الشعبة 1	المادة: الدعاية والرأي العام
المتطلبات السابقة او/ والمرافقه: متطلب جامعة اختياري	مستوى المادة: بكالوريوس
الساعات المعتمدة: 3	موعد المحاضرة : 9:45-11:15

عضو هيئة التدريس		الاسم	الرتبة الأكاديمية	رقم المكتب وموقعه	الساعات المكتبية	البريد الإلكتروني
حتم 2.00 – 11.00						

وصف المادة:

تتناول هذه المادة دراسة مفهوم الدعاية واساليب عملها وادواتها وانواعها ودورها في خدمة النظم السياسية المختلفة وتأثيرها على الرأي العام.

وتتناول الدراسة ايضا، الرأي العام كظاهرة اجتماعية ونفسية وإعلامية ودولية، وتأثيرها على الحياة السياسية والاجتماعية للمجتمعات المعاصرة، إضافة الى طرق قياس الرأي العام، إضافة الى دراسة مباحث مثل: الإشاعة وأساليب الحرب النفسية ك نماذج دعائية تستهدف السيطرة على الرأي العام وتوجيهه، مع نماذج تطبيقية للدعاية الدولية.

اهداف المادة:

تعريف الطالب بمفهوم الدعاية والرأي العام ودور وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام والأساليب والأدوات والوسائل الاتصالية المستخلصة لهذا الغرض.

مكونات المادة:

الكتب المقررة:

- أ. "الدعاية والرأي العام" صالح أبو أصعب، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان ط.6 ، 2012.
- ب. الدعاية والاعلام في المجتمعات المعاصرة" محمد جودت ناصر. عمان: دار مجدلاوي، 2008

2. المواد المساندة:

- أ. (أشرطة فيديو، أشرطة صوتية): أشرطة صوتية وفيديو مباشرة من الإنترنت لمصادر مختلفة وتعلن في حينها.
- ب. القراءات الإضافية (الكتب، الدوريات... الخ : أي مجلة أو كتاب له علاقة في الاتصال وستحدد في حينه لكل طالب.

أساليب التدريس:

دراسة و تحليل مصادر من الدعاية والرأي العام لتطبيق ما يدرس نظريا على ارض الواقع بحيث يتم فهم دور الدعاية في التأثير أو في عكس اتجاه الرأي العام تجاه ظروفه الثقافية و بيئته المحيطة.

مخرجات أو نتائج التعلم Learning outcomes

1. المعرفة والفهم **Knowledge and understanding** ، وتزويد الطالب القدرة على فهم مكونات البيئة الدعائية

ومعرفة العوامل المؤثرة فيها، من أجل فاعلية أكثر للتواصل مع المجتمع الذي يعيش فيه.

2. مهارات الإدراك ومحاكاة الأفكار **Cognitive skills** بعد الانتهاء من دراسة المادة سيتمكن الطالب من إدراك أهمية

الدعاية وطرق استخدامها حسب نظريات الاتصال والإقناع في الحياة اليومية بالإضافة إلى قدرته على التواصل وبشكل فعال في المجتمع.

3. مهارات الاتصال والتواصل الأكاديمي (مع المصادر والأشخاص **Communication skills**)، وتهدف إلى تنمية

مهارات الدعاية والتواصل الأكاديمي وغير الأكاديمي (**Practical and/ or professional skills (Transferable Skills)**)

تنمية المهارات التالية:

أ. الإقناع.

ب. التواصل اللغوي وغير لغوي.

ج. فهم كل ما يحيط في البيئة الدعائية ومكوناتها وخصائصها.

د. القدرة على التحليل للمحتوى ومعرفة الإشاعات ومقاومة انتشارها بين أفراد المجتمع.

أدوات التقييم:

• تقارير و/أو أبحاث قصيرة و/أو مشاريع بحثية.

• امتحانات قصيرة (2 على الأقل).

• واجبات (تحدد أثناء الفصل).

• تقديم شفوي للأبحاث والتقارير (يتم الاتفاق عليها مع الطلبة)

• امتحانات فصلية ونهائية (حسب التقييم الجامعي)

توزيع العلامات على أدوات التقييم	
الدرجة	أدوات التقييم
20%	الامتحان الأول
20%	الامتحان الثاني
20%	التقارير و/أو الأبحاث / الواجبات / المشاريع / الامتحانات القصيرة
40%	الامتحان النهائي
100%	المجموع

التوثيق والأمانة الأكاديمية في البحوث والمشاريع

• إسباب الطالب وتعليمه وتدريبه على أسلوب التوثيق مع مراعاة الأمانة العلمية في كتابة التقارير

والبحوث والاقْتباس وتوثيقها علمياً (مع أمثلة توضيحية)، وإسناد الحقوق الفكرية لأصحابها،

والابتعاد عن السطو الأكاديمي. **Plagiarism.**

ملاحظات	الموضوع	الأسبوع
	<ul style="list-style-type: none"> • الامتحان الأول: • الدعاية: تعريفاتها ومصطلحاتها 	الأسبوع الأول
	<ul style="list-style-type: none"> • الدعاية: شروطها وتأثيراتها 	الأسبوع الثاني
	<ul style="list-style-type: none"> • *الإعلان: وظائفه وعوامل نجاحه 	الأسبوع الثالث
	<ul style="list-style-type: none"> • . • الأساليب الإقناعية للدعاية والإعلان . • . 	الأسبوع الرابع
	<ul style="list-style-type: none"> • الرأي العام، تعريفه وأنواعه ومرحلة تكوينه 	الأسبوع الخامس
(فترة الامتحان الأول)	<ul style="list-style-type: none"> • الرأي العام: وظائفه وطرق قياسه 	الأسبوع السادس
	<ul style="list-style-type: none"> • الدعاية الغربية والغزو الثقافي 	الأسبوع السابع
	<ul style="list-style-type: none"> • كيف نخاطب الرأي العام الأجنبي ونصل إليه؟ 	الأسبوع الثامن
	<ul style="list-style-type: none"> • الهوية الثقافية وتحديات الفضائيات العربية في ظل العولمة • التحديات ومناهة الهوية الثقافية 	الأسبوع التاسع
	<ul style="list-style-type: none"> • الهوية الثقافية وتحديات الفضائيات العربية في ظل العولمة. • عشر قضايا تمس الهوية. 	الأسبوع العاشر
	<ul style="list-style-type: none"> • دور الدعاية في تزييف الوعي • حالة التضليل الإعلامي الدولية الأميركية في غزو العراق: أهدافها ودورها وادواتها، خطاب الدعاية الأميركية، • . 	الأسبوع الحادي عشر الامتحان الثاني
الامتحان الثاني	<ul style="list-style-type: none"> • دور الدعاية في تزييف الوعي: أنماط من لعبة الكذب للدعاية الأميركية، تأثير الدعاية الأميركية على الرأي العام الأميركي 	الأسبوع الثاني عشر
	<ul style="list-style-type: none"> • الهيمنة الثقافية وحقوق الإتصال في عصر الإعلام الالمتروني 	الأسبوع الثالث عشر
	<ul style="list-style-type: none"> • الرصد الاعلامي اداة للتعرف على الدعاية والرأي العام 	الأسبوع الرابع عشر
	<ul style="list-style-type: none"> • الدعاية السياسية: الخطاب العربي حول الصراع العربي الاسرائيلي. 	الأسبوع الخامس عشر
فترة الامتحان النهائي.	<ul style="list-style-type: none"> • مراجعات عامة للمادة. • التحضير للامتحان النهائي. 	الأسبوع السادس عشر الامتحان النهائي

حجم العمل الملقى على عاتق الطالب: ما لا يقل عن ساعتين مقابل كل ساعة تدريس

سياسة الحضور والغياب:

لا يسمح للطالب بالتغيب أكثر من 15% من الساعات المقررة للمادة بدون عذر مرضي أو قهري يقبله عميد الكلية إذ يترتب اعتبار الطالب منسحباً من المادة في حالة قبول العميد للعذر، بينما يمنع من التقدم لامتحان النهائي وتكون علامته في المادة صفراً في حالة عدم قبول العميد للعذر المرضي أو القهري.

مراجع علمية للمادة

- الكتاب المقررة.
- 1- "الدعاية والرأي العام" صالح أبو أصبع، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان ط.6، 2012.
- 2- الدعاية والاعلام في المجتمعات المعاصرة" محمد جودت ناصر. عمان: دار مجدلاوي، 2008.
-
-
- يمكن الرجوع للمصادر التالية في تغطية موضوعات المادة ومباحثها :
- شاهيناز طلعت: الرأي العام. القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية
- احمد بدر: الرأي العام والاعلام: دراسة في الأصول والنظريات. الكويت: جامعة الكويت: 1990
- إبراهيم أبو عرقوب: الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، عمان، دار مجدلاوي، 1993 .
- سامية محمد جابر: الإتصال الجماهيري والمجتمع الحديث النظرية والتطبيق، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1986
- محمود منصور هيبه: قراءات مختارة في علوم الإتصال بالجماهير، الإسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب، 2004.
- عبدالله زلطة: الإعلام الدولي في العصر الحديث، القاهرة، دار الفكر العربي، 2002.
- صلاح نصر، الحرب النفسية، القاهرة، دار القاهرة للطباعة والنشر، 1967 .
- عاطف الرفوع، الإعلام الإسرائيلي ومحددات الصراع، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 2004
- صالح أبو أصبع، قضايا إعلامية، دبي، دار البيان، 2006 .
- طه عبد العاطي نجم، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2004 .
- عبد السميع غريب: الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 2003 .
- حسن عماد مكاوي وآخر: الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية - اللبنانية، 1998.
- حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة . - القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، 2002، -424 ص
- أحمد ابو الهيجاء، المعلوماتية في الوطن العربي الواقع والأفاق، عمان، مؤسسة عبدالحميد شومان، 2002 .
- آرمان ماتلار ، ترجمة رياض صوما، اكتشاف المواصلات والاتصالات، دار الفارابي، 2004 .
- أنطوان ايريس، ترجمة فؤاد شاهي، عوידات للنشر والطباعة، 2001 .
- بشير العلاق، التسويق عبر الانترنت، عمان، الوراق للنشر والتوزيع، 2002 .
- د. ج تيمونز رويرتس وايمي هايف، فن الحداثة إلى العولمة- رؤى ووجهات نظر في قضية التطور والتغيير الاجتماعي، ج1 + ج2، ترجمة سحر الشيشكلي، الكويت، سلسلة عالم المعرفة (309 / 310) ، 2004 .
- روبرت صولو، ترجمة ليلى عبود، نظرية النمو، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، 2003 .
- روبرت شمول، ترجمة الفرد عصفور، مسؤوليات الصحافة، عمان، مركز الكتب الأردني، 1990 .
- رودني سموللا، حرية التعبير في مجتمع مفتوح، ترجمة كمال عبدالرؤوف، القاهرة، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، 1995 .
- سليمان صالح: أخلاقيات الإعلام، الكويت، مكتبة الفلاح، 2002 .
- [The Media of Mass Communication, 2006 Update](#)
John Vivian, Winona State University
© 2006 / 0-205-46701-6 / Allyn & Bacon
- [Converging Media: An Introduction to Mass Communication](#)
John Pavlik, Rutgers University and Columbia University
Shawn McIntosh, Iona College
© 2004 / 0-205-30803-1 / Allyn & Bacon
- [Media in Your Life, The: An Introduction to Mass Communication, 3/E](#)
Jean Folkerts, George Washington University
Stephen Lacy, Michigan State University
© 2004 / 0-205-38701-2 / Allyn & Bacon
- John Pavlik, [New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives \(Part of the Allyn & Bacon Series in Mass Communication\), 2/E](#) © 1998 / 0-205-27093-X / Allyn & Bacon
- Louis A. Day Ethics in Media Communications - Cases and Controversies (with InfoTrac)
Belmont, CA : Wadsworth/ Thomson
5th Edition © 2006

- مجلة شؤون اجتماعية – الشارقة
- المجلة العربية للعلوم الإنسانية – جامعة الكويت
- مجلة الدراسات الإعلامية، القاهرة.

- **Communication Research.**
- **International Journal of Public Opinion Research.**

Communication web sites

Go to www.mediaguru.org and read about Marshall! McLuhan.

www.cjr.org: The site for the *Columbia Journalism Review*, which provides information about the concentration of ownership in the media

www.deadmedia.org: The web site for the Dead Media Project

www.mediaguru.org: One of most complete web sites on Marshall! McLuhan

Join a Usenet group, found at www.topica.com, and determine the usefulness and accuracy of the information posted on the discussion list.

www.blackfamilies.com: An Internet site aimed at African Americans by Cox

Interactive Media

www.blackvoices.com: The Tribune Company's African-American site

http://urbanlegends.about.com/library/blhoax.htm: A web site that keeps track of Internet hoaxes and scams

www.OneNetNow.com: A web site aimed at all minority populations

www.ghana.com.gh: The home page of the country of Ghana

www.topica.com: The list of discussion groups on the Internet

www.NetNoir.com: The home for NetNoir, an African-American community

www.nytimes.com: The home page of the *New York Times*