****

**قسم: الإعلام**

**كلية: الآداب**

**جامعة: صلاح الدين**

**المادة: فلسفة الإعلام**

**كراسة المادة – كورس بووك(دكتوراه )**

**اسم التدريسي: أ.م.د. رضوان خضر علي**

**السنة الدراسية: 2017-2018**

**كراسة المادة**

**Course Book**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **فلسفة الإعلام** | | **1. اسم المادة** | |
| **أ.م.د. رضوان خضر علي** | | **2. التدريسي المسؤول** | |
| **كلية الآداب- قسم الإعلام** | | **3. القسم/ الكلية** | |
| **الإيميل:radwanbadini@gmail.com**  **رقم الهاتف (اختياري):07504521167** | | **4. معلومات الاتصال:** | |
| **3ساعات أسبوعياً (أيام الثلاثاء و الأربعاء)** | | **5. الوحدات الدراسیە (بالساعة) خلال الاسبوع** | |
| **أيام الخميس وأيام الأحد إذا إقتضت الحاجة للمراجعات** | | **6. عدد ساعات العمل** | |
|  | | **7. رمز المادة (course code)** | |
| **الإختصاص ومجال البحث**  - كاتب صحفي وباحث في مجال الإعلام. مدرس للمقررات الدراسية في كليات الصحافة: تاريخ الصحافة العالمية؛ علم إجتماع الاتصال و فنون العمل التلفزيوني، فلسفة الإعلام  - خبير إعلامي يعني بالمسائل السياسية و الثقافية والعلاقات الدولية بين أوروبا الشرقية والغربية من جهة، وبين هذه المجموعة والدول العربية من جهة أخرى؛  - منسق ومنفذ للمشاريع المتعددة الأطراف؛  **الدرايات الإنتاجية**  - ممارسة مختلف فنون الكتابة الصحفية ( المقال، الريبورتاج، المقابلة...الخ) في الإعلام المقروء والمسموع والمرئي. إدارة المؤسسة الإعلامية (فرع او مركز) و تنظيم وتسيير العلاقات العامة؛  - إعداد وتقديم برامج تلفزيونية في المواضيع السياسية والاقتصادية والثقافية العامة على قاعدة معرفية واسعة، نظرية وعملية بتاريخ وجغرافية مناطق تشمل أوروبا الشرقية والغربية و الشرق الأوسط؛  - تكوين وإعداد خطط متكاملة عن المشاريع الإعلامية والدعائية ورسم معالمها وآفاقها لتتلائم مع محيط الانتشار و مع الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية السائدة فيها. التحقق من الإنسجام  والتوازن الإستراتيجي والتكتيكي ضمن رؤية إقليمية شاملة؛  - إجراء دراسات ميدانية ومقارنات من كل الجوانب في المحيط المعني وتحديد المميزات الفريدة لوضع خطة إعلانية **هادفة لتسويق الخدمات والإنتاج والدعاية السياسية**؛ | | **8. البروفايل الاكاديمي للتدريسي** | |
| تعريف فلسفة الإعلام  فلسفه الإعلام من جهة الموضوع  فلسفه الإعلام من جهة المنهج  إسهامات الفكر البشري المعاصر في دراسة طبيعة تأثيرات وسائل الإعلام  الوعي الزائف False Consciousness المنخدع بحقيقة الأشياء  هل قضت وسائل الإعلام على الإيديولوجيا  (هل إنتهت الإيديولوجيا؟ السرديات الكبرى Metanarratives)  قدوم عصر ما بعد الصناعة وصناعة الفكر"/ فرانسيس فوكوياما و "نهاية التاريخ"! الأيديولوجيا باعتبارها خطابا كليانيا Universalist،  دور الإعلام سابقاً ولاحقاً: عودة إلى كهف أفلاطون، بواسطة وسائل الإعلام الحديثة. Camera Obscura  "تجديد إنتاج علاقات الإنتاج"Reproduction of the Relations of Production  حيادية الإعلام- ماكلوهان الشهيرة "فهم الإعلام"- نافع وضار- الإعلام يقدم نفسه على أنه حيادي وموضوعي Understanding Media  لعبة الدال والمدلول، المظهر البرئ المحايد يخفي وراءه كل خدع وأوهام الإعلام.  تصنيم السلعة وصورة الواقع. Fetishism of Commodities  الصورة في خدمة الاستهلاك، أن ترى هو أن تؤمن seeing is believing  جمهرة الأفراد وفردنة الجمهور، التفتنيت Fragmentation والتشميل Totalization  تخصيص العام وتعميم الخاص  التخطيط، النظرية، الإستراتيجية والأساليب الإعلامية  النظريات الإعلامية الغربية:  أ‌. نظرية السلطة ( الاستبدادية)، Authority Theory  ب‌. النظرية الليبرالية (الحرية) Freedom Theory:  ت‌. النظرية الماركسية( السوفيتية):  ث‌. النظرية التنموية  ج‌. نظرية المشاركة الديمقراطية  قضيه تأصيل الإعلام  مجالات تقييم نوعية الإعلام:  أ‌.فلسفه الإعلام (المفاهيم الكلية المجردة التي تستند إليها العملية الاتصالية والاعلاميه)  ب‌.علم الإعلام (القوانين الموضوعية التي تضبط حركه العملية الاتصالية والاعلاميه).  ت‌.فن الإعلام ( اى أنماط وأشكال العملية الاتصالية والاعلاميه). | | **9. المفردات الرئيسية للمادة Keywords** | |
| **10. أهداف المادة والمهارات التي ينبغي أن يكتسبها الطالب من خلال دراسة هذه المادة:**  يتوقع أن يلم الطالب لدى انتهائه من دراسة هذه المادة بالمعارف والخبرات التالية :  • الأخذ بالتخطيط الاعلامى من خلال وضع نظريه إعلاميه تحدد أهداف ووظائف الإعلام طبقا لفلسفتنا وقيمنا الحضارية ،واستراتيجية اعلاميه تحدد الخطه الاعلاميه والأسلوب الاعلامى و المنهج الإعلامي. • أن يكون هدف الإعلام تحقيق التوازن بين مصلحه الفرد ومصلحه الجماعة والمصلحة الخاصة والمصلحة العامة. • تأكيد دور الدولة في اداره الإعلام ولكن كنائب ووكيل عن الجماعة استنادا إلى مفاهيم الديمقراطية والسيادة، مع جواز الملكية الفردية لوسائل الإعلام بشرطي تقييد العملية الاعلاميه بالضوابط العلمية وتحقيق مصلحه الجماعة. • تطوير وسائل الإعلام بالاستفادة من إسهامات المجتمعات المعاصرة في مجالي علم الإعلام وتكنولوجيا الإعلام. • العمل على توسيع مجال الحرية الاعلاميه وفق الضوابط الاخلاقيه كضمانات لتحقيق الحريات الفردية لا كمعوق لها. • إبراز دور الإعلام في تأكيد الهوية الوطنية والقومية ومقاومه التغريب. • فصل الخبر (حقيقة المشكلات) عن الرأى ( تقييم المشكلات واقتراح حلول لها)، فالخبر يجب أن يكون صادقا يجب أن يكون الحقيقة تنشر وتذاع وتبث كما هي بدون مسئوليه ويردع الذين يكذبون، أما الراى فهو اجتهاد صاحبه ينشر ويذاع ويبث على مسئوليه صاحبه، أما كيف يتم الفصل فتلك وسائل تبحث في مكانها وزمانها. | | | |
| **11. التزامات الطالب:**  يتطلب هذا المقرر الدراسي أن يعي الطالب أهمية المادة ويبدي بعض الحوافز للإلمام بمبادئها ووظائفها وإستخداماتها. وينبغي أن يشارك الطالب بشكلٍ فعال في النقاشات أثناء وبعد كل درس. لأننا سنمنح الطالب الفرصة لكي يحضر سيمينارات ودراسات يتم فيها تداول المادة من كل جوانبها. | | | |
| **12. طرق التدريس**  أن أهم الوسائل التدريسية المتوفرة حالياً هي الداتاشو والباوربوينت وسنلجئ من حين لآخر لإختيار بعض البحوث عن الفلسفة الإعلامية المتبنية في مختلف الدول، تبعاً لسياسة الدولة ومعايير ضبط الخطاب الإعلامي. لقد تبنت مختلف بلدان العالم فلسفات وسياسات متنوعة عبر المراحل التاريخية المختلفة من تطورها والتجربة الثمينة للدول المتقدمة تعتبر أمثلة للإهتداء بها. سنحاول تقريب فهم هذه التجارب لطلبتنا قدر الإمكان.. بالإضافة لإستخدام الوسائل التلقليدية الأخرى: إستخدام السبورة وكتابة وشرح بعض المفردات والظواهر بطريقة الإلقاء التقليدية. طلب كتابة مقالات ومواد لها علاقة بالمادة من مختلف المصادر. | | | |
| **13. نظام التقييم**  يتم إستخدام عدة طرق :   1. المناقشة و طرح أسئلة مباشرة أثناء المحاضرة لجذب إنتباه الطلبة بشكل أدق لبعض المسائل الهامة وزيادة إستيعابهم للمادة؛ 2. إمتحانات أسبوعية وشهرية للتأكد من حسن فهم مختلف جوانب المادة 3. فسح المجال للطالب بإظهار معارفه عن الموضوع شفهياً 4. تقديم الطالب بحث يتناول فيه المادة من مختلف زواياه الفنية والمهنية 5. إمتحان نهاية السيمستر. | | | |
| **14. قائمة المراجع والكتب**   1. د. رضوان باديني: تاريخ وسوسيولوجيا الصحافة العالمية، اربيل، 2010 2. أشرف حسن منصور، الفلسفة وأيديولوجيا الإعلام: إسهام الفكر المعاصر في دراسة وسائل الإعلام الحوار المتمدن-العدد: 3016 - 2010 / 5 / 27 - 3. **A Basic Philosophy of Communication** [**file:///C:/Users/hp.pc/Desktop/A%20Basic%20Philosophy%20of%20Communication.pdf**](file:///C:/Users/hp.pc/Desktop/A%20Basic%20Philosophy%20of%20Communication.pdf) 4. **why-we-need-philosophy-communication**   [**https://medium.com/so-ethical/why-we-need-philosophy-communication-9b54b7f740a3**](https://medium.com/so-ethical/why-we-need-philosophy-communication-9b54b7f740a3) | | | |
| **اسم المحاضر** | **15. المواضيع** | |
| أ.م.د. رضوان خضر علي | يتم توزيع العناوين الرئيسية ومحاور المادة على 16 أسبوعاً، ويتم تناول بمعدل كل عنوان أسبوعياً، والجدول التالي يظهر شكل تقسيم المواضيع بالشكل التسلسل الزمني التالي:   |  |  | | --- | --- | | **المفردة وتطبيقاتها** | **الأسبوع حسب التدرج الزمني** | | تعريف فلسفة الإعلام  فلسفه الإعلام من جهة الموضوع  فلسفه الإعلام من جهة المنهج | الأسبوع الول | | إسهامات الفكر البشري المعاصر في دراسة طبيعة تأثيرات وسائل الإعلام  الوعي الزائف False Consciousness المنخدع بحقيقة الأشياء | الأسبوع الثاني | | هل قضت وسائل الإعلام على الإيديولوجيا  (هل إنتهت الإيديولوجيا؟ السرديات الكبرى Metanarratives) | الأسبوع الثالث | | قدوم عصر ما بعد الصناعة وصناعة الفكر"/ فرانسيس فوكوياما و "نهاية التاريخ"! الأيديولوجيا باعتبارها خطابا كليانيا Universalist، | الأسبوع الرابع | | دور الإعلام سابقاً ولاحقاً: عودة إلى كهف أفلاطون، بواسطة وسائل الإعلام الحديثة. Camera Obscura | الأسبوع الخامس | | "تجديد إنتاج علاقات الإنتاج"Reproduction of the Relations of Production | الأسبوع السادس | | حيادية الإعلام- ماكلوهان الشهيرة "فهم الإعلام"- نافع وضار- الإعلام يقدم نفسه على أنه حيادي وموضوعي Understanding Media | الأسبوع السابع | | لعبة الدال والمدلول، المظهر البرئ المحايد يخفي وراءه كل خدع وأوهام الإعلام. | الأسبوع الثامن | | تصنيم السلعة وصورة الواقع. Fetishism of Commodities | الأسبوع التاسع | | الصورة في خدمة الاستهلاك، أن ترى هو أن تؤمن seeing is believing | الأسبوع العاشر | | جمهرة الأفراد وفردنة الجمهور، التفتنيت Fragmentation والتشميل Totalization  تخصيص العام وتعميم الخاص | الأسبوع 11 | | التخطيط، النظرية والإستراتيجية الإعلامية | الأسبوع 12 | | الأساليب الإعلامية | الأسبوع 13 | | النظريات الإعلامية الغربية:   1. نظرية السلطة ( الاستبدادية)، Authority Theory 2. النظرية الليبرالية (الحرية) Freedom Theory: 3. النظرية الماركسية( السوفيتية): 4. النظرية التنموية 5. نظرية المشاركة الديمقراطية | الأسبوع 14 | | قضيه تأصيل الإعلام | الأسبوع15 | | مجالات تقييم نوعية الإعلام   1. فلسفه الإعلام (المفاهيم الكلية المجردة التي تستند إليها العملية الاتصالية والاعلاميه) 2. علم الإعلام (القوانين الموضوعية التي تضبط حركه العملية الاتصالية والاعلاميه). 3. فن الإعلام ( اى أنماط وأشكال العملية الاتصالية والاعلاميه). | الأسبوع 16 | | | |
|  | 16. المواضيع التطبيقية (إن وجدت) | | |
| للنقاش والمناظرة الداخلية بين الطلاب | * فلسفة الإعلام منذ بداية ظهور الصحافة في العالم معنى ومؤدى(الصحيفة الأولى قتلت صاحبها)، وضرورات تبني فلسفة حيوية للإعلام تتماشى مع روح العصر * التحديات التي تعترض السلطات في العالم الثالث لإنشاء إعلام مهني محايد يسهم في التطوير والتنمية المستدامة للمجتمع. | | |
| **17. الاختبارات**  **١. انشائي:** في هذا النوع من الاختبارت تبدأ الاسئلة بعبارات كـ: وضح كيف، ماهي اسباب ...؟ لماذا ...؟ كيف...؟ مثلاً: ما هي المميزات الأساسية للإخراج التلفزيوني؟ ما الفرق بين المخرج التلفزيوني والمخرج السينمائي؟  **٢. صح أو خطأ:** في هذا النوع من الاختبارات يتم ذكر جمل قصيرة بخصوص موضوع ما ويحدد الطلاب إمكانية الإجابة بصح أو خطأ على هذه الجمل.  **مثلاً:** الهدف من الإخراج التلفزيوني هو التوثيق والأرشفة فقط!.  **٣. الخيارات المتعدده:** في هذا النوع من الاختبارات يتم ذكر عدد من العبارات او المفردات بجانب او اسفل جملة معينه ويقوم الطلاب باختيار العبارة الصحيحه. أو جمل يملأ فيها الطالب الفراغات. | | | |