

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابوبكر بلقايد تلمسان
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
شعبة علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال

" خطة مقياس دراسات جمهور وسائل الاعلام "

إعداد الأستاذة :

غلاب نادية

السنة الدراسية : 2026/2025

الفهرس	
1 - معلومات حول المقياس	ص 1
2 - تقديم المقياس	ص 2
3 - خريطة لأهم الفصول و المواضيع الأساسية في مقياس نظريات التنظيم	ص 3
4 - المحتوى	ص 4
5 - المتطلبات الأساسية	ص 5
6 - مكانة الدرس في البرنامج	ص 5
7 - الأهداف التعليمية	ص 5
8 - طرق تقييم التحصيلات المعرفية	ص 6
9 - طرق التعلم والفهم	ص 7
10 - المقاربة البيداغوجية	ص 8
11 - كيفية سيرورة المقياس	ص 8
12 - موارد مساعدة	ص 9

1- معلومات حول المقياس :

المؤسسة : ابو بكر بلقايد تلمسان

كلية : العلوم الانسانية

شعبة : علوم الاعلام والاتصال

مقياس : دراسات جمهور وسائل الاعلام

الفئة المستهدفة : طلبة السنة الثالثة اتصال

السداسي : الخامس

عنوان الوحدة : وحدة تعليم أساسية

المعامل : 2 / الرصيد : 5

الحجم الساعي الأسبوعي : محاضرات (ساعة ونصف) وأعمال موجهة (ساعة ونصف) .

الحجم الساعي في السداسي : 45 سا (22 سا و 30 د محاضرة و 22 سا و 30 د أعمال موجهة بمعدل 15 حصة محاضرة و 15 حصة أعمال موجهة) .

التوقيت : يوم الثلاثاء من 8:30 سا الى 10:00 سا (المدرج رقم 2)

الأستاذة : غلاب نادية

البريد الالكتروني : ghallabnadia9@gmail.com

الاجابة عبر البريد الالكتروني : عادة يتم الرد خلال اليوم نفسه الذي تم فيه تلقي الرسالة

أماكن التواجد : قاعة الأساتذة بالكلية، يومي الاحد والاثنين 10:00 الى 13.00.

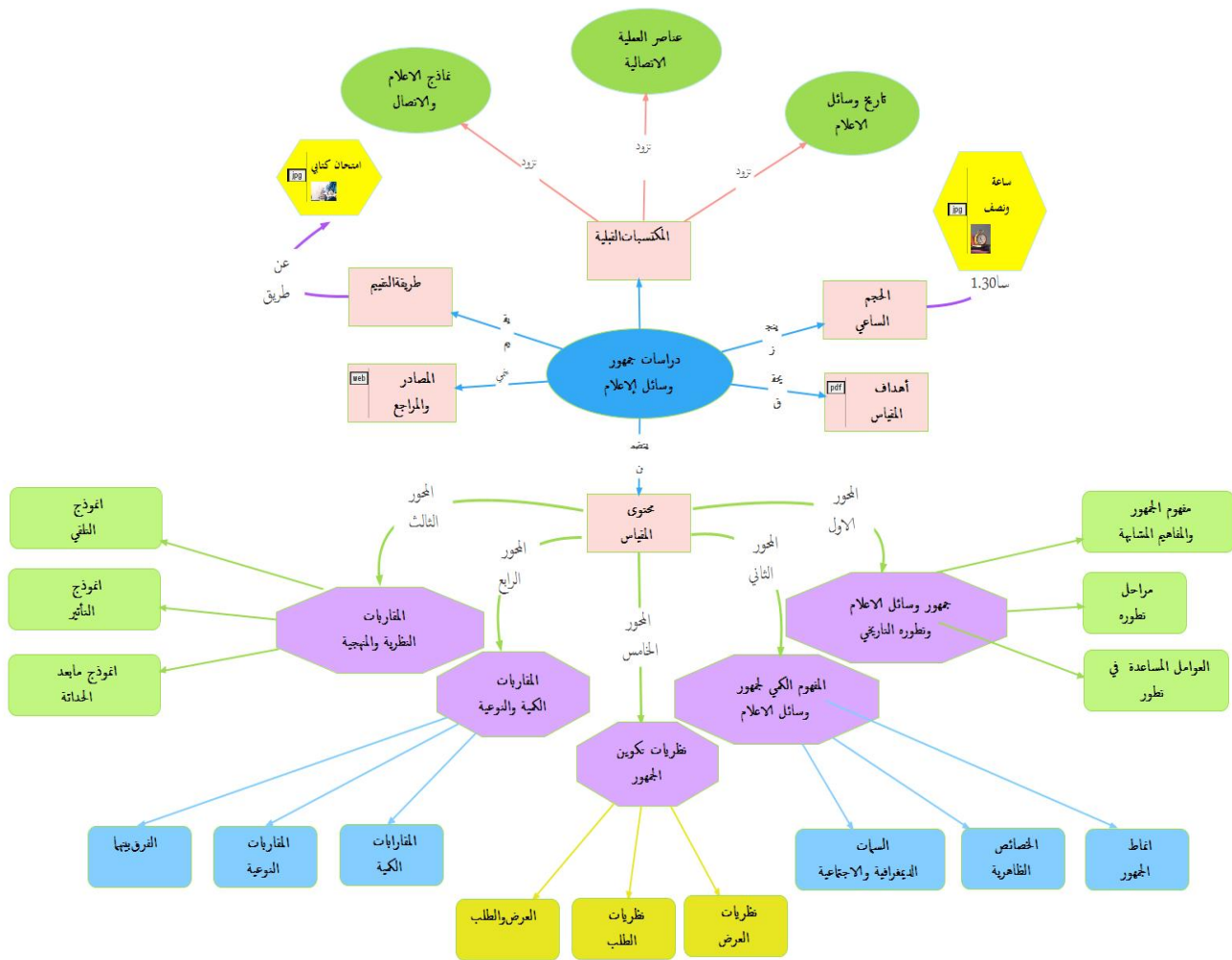
2- تقديم المقياس :

دراسات الجمهور هو مقياس ضمن المحاضرات المقدمة للطلبة في العلوم الانسانية تخصص اتصال حيث يتضمن هذا المقياس ماهية دراسة الجمهور والنظريات المساهمة في تكوينه ، فالجمهور هو اهم عنصر في العملية الاتصالية ووسائل الاعلام لايمكنها تحقيق اهدافها الا من خلال فهم دقيق للجمهور الذي توجه اليه رسائله، ففي الماضي كان ينظر للجمهور على انه متلق سلبي لكن مع تطور وسائل الاعلا خاصة الرقمية اصبح الجمهور فاعلا في انتاج المحتوى والتعليق عليه ونشره.

يركز هذا المقياس على دراسة خصائص الجمهور كالعمر والسن والاهتمامات وكذلك تحليل مستوى سلوكاته في متابعته للوسائل الاعلامية المختلفة كالتلفزيون والاذاعة والصحافة وغيرها، كما يتناول اهم النظريات التي تفسر العلاقة بين الجمهور والاعلام مثل نظرية الايتخدامات والاشباعات ونظريات التأثيرات فهذا المقياس مهم جدا لانه يساعد في لنتاج المحتوى الاعلامي الفعال والموجه خاصة في ظل المنافسة الشرسة.

وينقسم محتوى هذا المقياس الى خمس محاور رئيسية كما يلي :

- (1) المحور الأول :جمهور وسائل الاعلام وتطوره التاريخي : و يتناول كيفية ظهر جمهور وسائل الاعلام وانتقاله من الجمهور التقليدي المستهلك الى جمهور فاعل وواع ومتفاعل بدأ من ظهور الطباعة الى غاية ظهور التقنيات الاتصالية الرقمية الحديثة.
- (2) المحور الثاني : المفهوم الكمي لجمهور وسائل الاعلام: ويشمل كافة انواع الجماهير سواء الجمهور المفترض أو المتفاعل النشط او الجماهير الواعية والمستهدفة
- (3) المحور الثالث : نظريات تكوين الجمهور: و يتطرق هذا المحور الى كافة النظريات المكونة للجمهور سواء نظريات الطلب أو العرض أو نظريات الطلب والعرض معا.
- (4) المحور الرابع : المقاربات الكمية والنوعية: ويشمل المقاربات الكيفية والكمية والتي تساعد الباحث في معرفته لكيفية نشأة وتكون هذه الجمهور
- (5) المحور الخامس : المقاربات النظرية والمنهجية: وشكات النماذج الثلاثة، التلقي، التأثير وما بعد الحداثة
- (6) و الخريطة التالية توضح أهم المحاور و المواضيع الأساسية في مقياس دراسات جمهور وسائل الاعلام



جامعة أوبوكر بلقايد تلمسان
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم العلوم
الانسانية
سنة ثالثة ليسانس، تخصص اعلام واتصال
نظام التكوين ل. م. د.
معامل المقياس 01
من اعداد الاستاذة: غلاب نادية، استاذ مساعد
الحجم الساعي للسباسب 45 ساعة
طريقة التقييم: امتحان كتابي
للاتصال
nadia.ghallab@univ-tlemcen.dz

الخارطة الذهنية لمقياس دراسات جمهور
وسائل الاعلام

3- **محتوى المقياس :** يتضمن هذا المقياس على خمس محاور رئيسية ، كل محور يركز على عناصر مهمة وأساسية ، جاءت هذه المحاور بطريقة متسلسلة و مترابطة ببعضها البعض ، فهذا التدرج والتسلسل في المحاور يعتبر تدرج منطقي ، ودعم كل محور بنموذج حتى يفهم الطالب ويستوعب كل نوع من هذه التنظيمات ، كما تم تدعيم هذه المحاور بتمارين لإزالة كل الغموض حول هذه التنظيمات وتسمح استيعاب وأكثر فهما ويسر وسلاسة ، وكان مخطط المقياس كما يلي :

مخطط دراسات جمهور وسائل الاعلام

مقدمة عامة حول المقياس

(1) المحور الأول : تحت عنوان : جمهور وسائل الاعلام وتطوره التاريخ

ويتم التطرق فيه الى : - مفهوم الجمهور والمفاهيم المشابهة

- مراحل تطوره.

- العوامل المساعدة على تطوره

(2) المحور الثاني : المفهوم الكمي لجمهور وسائل الاعلام

ويتم التطرق فيه الى : - أنماط الجمهور .

- الخصائص الظاهرية.

- السمات الديمغرافية الاجتماعية

(3) المحور الثالث : جمهور وسائل الاعلام وتطوره التاريخي

ويتم التطرق فيه الى : - نظريات العرض

- نظريات الطلب.

- نظريات العرض والطلب

(4) المحور الرابع : المقاربات النوعية والكمية

ويتم التطرق فيها الى - المقاربات الكمية

- المقاربات الكيفية

- الفرق بينهما.

(5) المحور الخامس المقاربات النظرية والمنهجية

ويتم التطرق فيه الى : - نموذج التأثير

- نموذج التلقي

- أنموذج مابعد الحادثة

الخاتمة : نتيجة عامة .

لكي يستطيع الطالب استيعاب محتوى هذه الدروس يجب أن يكون :

- على دراية بعناصر العملية الاتصالية ووظيفة كل منها
- على علم بنماذج الاتصال والمبادئ الأساسية لكل نموذج
- على دراية بتقنيات الاتصال الحديثة .

لأجل ذلك نضع التمرين أو ما يعرف بتطبيق لاختبار المكتسبات القبلية لاختبار مدى استيعاب الطالب لهذه الأساسيات التي من المفروض أن يكون له علم بها خلال مشواره الدراسي السابق .

- تم وضع تمرين لاختبار المكتسبات القبلية عبر منصة التعليم عن بعد بهدف الإجابة عنه من طرف الطلبة لمعرفة الاستاذة مستوى الطلبة في هذه المرحلة ومعالجة نقاط الضعف ان وجدت .
- وفي حالة عدم التوفيق في الإجابة يمكن لطالب الدخول لبعض المراجع لتذكير و الاستفادة منها واسترجاع أهم المعلومات الأساسية الخاصة بنظريات التنظيم .

5- مكانة الدرس في البرنامج :

يمثل هذا المقياس حجر الأساس على اعتبار أنه ضمن الوحدة الأساسية وهو أساس لمقاييس تليه في البرنامج المقرر لسنة الثالثة اتصال ، فهو يعتبر أساس لمقياس الاتصال والعلاقات العامة في السداسي السادس .

6- الأهداف التعليمية :

الكفاءات المستهدفة من خلال هذا المقياس أن يكون للطلاب القدرة على تعريف و فهم مختلف الجماهير ، مع تحديد خصائص ومميزات كل جمهور ، وكذا فهم نقاط الاختلاف بين هذه الأنواع من الجماهير ومعرفة مميزات كل نوع من خلال فهم واستيعاب الشروح المقدمة في كل نوع من هذه الجماهير، ويهدف هذا المقياس الى تحقيق غايات ومعارف علمية تقوي المدارك النظرية للمتعلم حول التنظيم .

وفي نهاية هذا المقياس سيكون الطالب قادرا على أن :

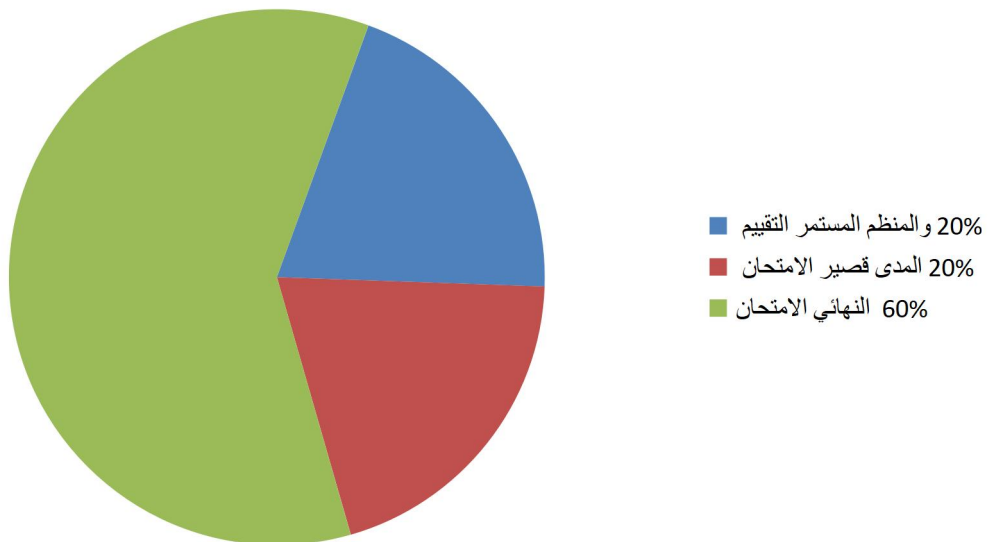
- 1) يتذكر الطالب المعلومات التي اكتسبها في سنوات دراسته السابقة
- 2) يدرك الطالب أهمية الدراسات الاعلامية في تشكيل جمهور الاعلام.
- 3) تحليل النظريات الكمية والكيفية في دراسات الجمهور.
- 4) تقويم العمل الميداني الذي أنجزه الطالب بخصوص منهجية تكوين جمهور وسائل الاعلام.

ملاحظة : يجب على الطالب الاطلاع على كل الروابط المرفقة بالدرس (بما فيها الأهداف) للتمكن من استيعاب كل المعلومات الدرجة .

7- طرق تقييم التحصيلات المعرفية (كيفية تقويم التعلم) :

- **التقييم المستمر :** ويكون في حصة الأعمال الموجهة يدخل في النقطة النهائية للمقياس بنسبة **40 %** مقسمة بين **20 %** لتقييم البحوث المنجزة من طرف الطالب و الحضور و المشاركة في كل حصة و **20 %** تضم امتحان قصير في حصة الأعمال الموجهة مدته من 40 دقيقة الى 60 دقيقة يكون موضوعه ما تم التطرق اليه في المحاضرة و الأعمال الموجهة تكون الأسئلة على شكل تمارين متنوعة تحتوي على المعلومات متنوعة تم التطرق اليها .
- **التقييم بامتحان نهائي :** يتم التقييم النهائي بامتحان كتابي حضور في آخر السداسي يحتوي على كل ما تم التطرق اليه ومناقشته في المحاضرة ويمثل التقييم النهائي بنسبة **60 %** ويشمل هذا الامتحان مسح شامل لكل المعلومات و المكتسبات المعرفية التي تحصل عليها الطالب خلال كامل السداسي سواء من خلال المحاضرة أو حصص الأعمال الموجهة .

دائرة نسبية توضح كيفية تقييم التحصيلات المعرفية لدى الطلبة



8- طرق وأنشطة التعليم – الفهم :-

لكي يستطيع الطالب استيعاب كل المفاهيم و المعلومات التي يتم التطرق اليها أثناء المحاضرة أو حصة الأعمال الموجهة ، والقدرة على القيام بكل نشاطات التعلم في مقياس دراسات الجمهور هناك عدة طرق نوجزها فيما يلي :

- الحضور الشخصي : على الطالب الحضور المستمر للمحاضرة وحصة الأعمال الموجهة وتدوين كل المعلومات المهمة و التي تم مناقشتها سوى في المحاضرة أو حصة الأعمال الموجهة بالإضافة الى مشاركة الطالب في الحوارات و النقاشات وطرح مختلف الأسئلة حول مختلف النقاط التي لم يفهمها في المحاضرة أو حصة الاعمال الموجهة ، وتبادل الآراء ووجهات النظر مع الأستاذ و الزملاء حول المواضيع المطروحة ، و الطالب ايضا ملزم بالحضور لحصص الأعمال الموجهة و التي هي مكملة للمحاضرة ، حيث يستمر من خلالها مناقشة البحوث المقدمة الى الطلبة وكذا مختلف التمارين حول مقياس دراسات الجمهور بتوظيف الأفكار المكتسبة من المحاضرة و ما تم التطرق اليه في البحث المقدم وتدوين المعرفة المكتسبة .
- التعليم عن بعد : بعد وضع الاستاذ لدروس في منصة التعليم عن بعد (Moodle) يمكن لطالب الدخول لهذه المنصة للحصول على الدروس بشكل PDF ويسمح له ذلك بتنظيم أفكاره الأساسية وتدعيم النقاط التي استخلصها من خلال حضوره للمحاضرة ويمكنه أيضا التعمق في هذه المحاضرات من خلال الدخول الى روابط المراجع الموجودة في المنصة كما يمكنه الدخول في نقاشات وطرح بعض الأسئلة التي يجيب عليها الأستاذ من خلال ما يعرف بفضاء الدردشة ، ومن خلال الأسئلة الموضوعة في نهاية كل درس يمكن للطلاب أن يقيم ذاته

9- المقاربة البيداغوجية :

ترتكز المقاربة البيداغوجية على ثلاثة ركائز وهي : المعرفة ، الخبرة المكتسبة من المعرفة ، وتوظيف المعرفة وتعتبر هذه الكفاءات مهمة و أساسية في عملية التعلم و تحتاج الى منهجية للوصول الى تحقيقها ، كما ستدعم بتقويمات وتطبيقات لاختبار قدرة الطالب على استيعاب المعلومات المقدمة وتحقيق الأهداف المرجوة .

- ففي الشق الأول الخاص بالمعرفة : يتعرف الطالب على ماهية الجماهير و أنواعها وخصائص كل نوع منها وهنا سيكتسب الطالب كفاءة و القدرة على التعرف و التعلم والفهم مقياس دراسات الجمهور بما يحتويه من معلومات مختلفة حول الجماهير ، وتكتسب هذه الكفاءة عن طريق تخزين كل المعلومات و المفاهيم الخاصة بالدرس وتدعيم هذه الكفاءة بالمناقشة و الأسئلة النظرية حول مدى فهم واستيعاب المعلومات .
- أما الشق الثاني و المتعلق ب الخبرة المكتسبة من المعرفة : وهي كيفية تطبيق هذه المعارف والمفاهيم و المعلومات حول دراسات الجمهور في الحياة وتدعم هذه الكفاءة ببحوث متنوعة تزيد من استيعاب الدرس وتثري المفاهيم المقدمة .
- أما فيما يخص الشق الأخير و المتعلق ب توظيف المعرفة : تتمثل في تطبيق المفاهيم المكتسبة على أرض الواقع أو كيف تساعد هذه الأفكار في حياته اليومية ، لأنه ان لم يستفيد من هذه الأفكار عمليا تصبح لا معنى لها ، وفي هذا المقياس يتمكن الطالب من توظيف المعرفة المكتسبة في ممارسة ميدانية فعلية.

10- كيفية سيرورة المقياس :

مقياس دراسات الجمهور مقسم الى جزئين :

- حصة المحاضرة : وهي حصة نظرية كل أسبوع تهدف الى تقديم المفاهيم وكل المعلومات المختلفة عن مقياس دراسات الجمهور بداية بأهم المفاهيم الخاصة بالمقياس و يقدم كل درس منفصل عن الدرس الآخر على اعتبار أن كل درس يتم فيه التطرق الى نوع محدد من الجماهير حيث يتم من خلال هذا الدرس تناول كل الجوانب الخاصة بنوع الجمهور لمقدم في الدرس .
- تتم سيرورة العمل في شكل حضوري من خلال المحاضرة حيث يكون الطالب اكثر فعالية كما يكون عن بعد أيضا من خلال منصة التعليم الخاصة بجامعة تلمسان لمتضمنة كل الدروس التي تم التطرق اليها بشكل حضوري ، اضافة الى كل المواد العلمية المدعمة لفهم الدروس من مراجع ، وتمارين ، كما يمكن لطالب التفاعل من خلال المكان المخصص بالدراسة .
- حصة الأعمال الموجهة كل أسبوع حصة تهدف الى تعليم الطلبة وتدريبهم من خلال مجموعة الأعمال التي يقوم بها ، سواء كانت بحوث مقدمة أو تقديم حلول لمجموعة التمارين المقدمة والتي يوظف من خلالها الطالب المكتسبات و المعارف التي تحصل عليها من المحاضرة .

11- موارد مساعدة :

هناك بعض الموارد الموجودة على الأرضية الرقمية التي نعرضها على الطالب و التي تساعده في فهم مقياس دراسات الجمهور تتمثل في :

- كل الدروس المقررة و الملقاة في المدرج موجودة في منصة التعليم عن بعد يمكن للطلاب الحصول على الدرس وقت ما شاء .
- كل التمارين الأعمال الموجهة ، مع الحلول المرفقة في نهاية كل فصل .
- اضافة الى مجموعة من المراجع و التي وضعت تحت تصرف الطالب عليه الاطلاع عليها و ذلك لضمان السيورة الجيدة لاكتساب كل الكفاءات المستهدفة ومن ثم النجاح المؤكد .

قائمة المراجع بالعربية:

- 1) علي قسايسية ، جمهور وسائل الاتصال ومستخدميها، ط6، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- 2) محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في وسائل الاعلام ، ط6، عالم الكتب، القاهرة، 1993.
- 3) محلب حفيظة، مطبوعة بيداغوجية في مقياس دراسات جمهور وسائل الاعلام، الجزائر ، 2022.
- 4) علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه ، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية، جامع الجزائر 3، 2007.
- 5) ناصر محمد جودة، العاية والاعلان والعلاقات العامة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، عمان 1998.

قائمة المراجع بالاجنبية

- 1-Grawitz Madeleine, méthodes des sciences sociales, 11eme édition, France, édition Dalloz, 2001.
- 2- Balle Francis, Medias et Sociétés ,N°05 , Ed Montchrestien, 1999.
- 3- Rieffel Remy, Sociologie des Médias, Paris, Ellipses, 2005.
- 4- Marcuse- Harbert ,L'Homme Unidimensionnel, Ed Minuit, Paris, 1968
- Creswell, J. W. , Qualitative inquiry and research design: Choosing among five

traditions, California, Sage, 1998.

5-Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. , Handbook of qualitative research, California, Sage Publications, 1994.

6-Angers Maurice, initiation pratique de la méthodologie des sciences humaines, collections techniques derecherches, casbah, Alger, Algérie, 1997

7-Kerlinger, F,N, Foundations of behavioral research, 3 ed , New York : Holt, Rinehart and Winston, .1986

8. McQuail, Mass Communication Theory, Sage publication, 1984 .

9. J. JOUET, usage et pratiques des nouveaux, outils de communication, In Dictionnaire Critique de la communication, sous la direction de l.Sfz, paris, PUF, 1993.

10- Lacrois- Jean-Guy, Tremblay Gaetan et Pronovost Ghilles, la mise en place de l offre et la formation des usages des NTIC : le cas de Videoway et de Télétel , dans cahiers de recherche sociologique, N21, 1993.

11- Le Coadic Yves,-François, Usages et usagers de l'information, ADBS , Paris 1997.

12- Livingstone Sonia, Relationships between media and audiences: prospects for audience reception studies, op. cit, 2008.

13- Blumler Jay G. and Katz. Elihu, The Uses of Mss Communication, London, SAGE, 1974.

14- Zhao Tong, Analysis of the Concept of Audience in the Digital Age, London School of Economics and Political Science, London, 2018.

15- Livingstone Sonia. (2008). Relationships between media and audiences: prospects for audience reception studies, Book section Original citation: Originally published in Liebes, T and Curran, J. Media, ritual and identity: essays in honor of Elihu Katz. London, UK : Routledge, 1998.

16- Lazarsfeld Paul and Kendall Patricia, “ The Communication Behavior of Average American”, Univercity of llionois Press,1960.

17- Goliot Anne -Lété, Joly Martine et al, Dictionnaire de L image , Paris, librairie

Vuibert, 2006.

18- Belisle.C, Bianchi.J., Jourdan.R, Pratiques Médiatiques, 50 mots clés, paris, CNRS éditions, 1999.