تدريس التربية الإعلامية ضِمن المقررات الجامعيّة في الجزائر
دراسة مسحية لآراء عينة من أساتذة كلية علومِ الإعلام والاتصال
بجامعة الجزائر 3

The introduction of media education within the algerian university programms - A survey study of a sample of professors in the faculty of information and communication sciences – university of algiers 3 -

مصطفى كشايري*
كلية علوم الإعلام والاتصال–جامعة الجزائر 3–الجزائر–
Kechairi.mustapha80@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2021/05/05 تاريخ القبول: 2021/05/25

الملخص

تعتبرُ التربية الإعلامية نظاما متكاملا وسيرورة عمليّة تقدمُ وتمنحُ الفرد مهارات إبداعية وابتكارية تمكنهُ من التحليل النقدي للمحتوى الإعلامي الذي يستلزمُ بدوره التمحيصَ والتدقيقَ واكتساب استراتيجيات للفهم والنقد، وهذا ما تنميه التربية الإعلامية.

وهدفت هذهِ الدراسة إلى إبراز التربية الإعلامية كمفهوم يستلزمُ البحث فيها وكممارسة تتطلبُ تدريب الطلبة عليها في المرحلة الجامعية، وهذا بالاعتماد على الاستمارة الالكترونية للتقصي عن آراء عينة من أساتذة الجامعة حول إدراجها ضمن المقررات الجامعية، فمن خلال الوعي بأهمية التربية الإعلامية، يتعلمُ الطالبُ التمييز بين الحقيقة والأفكار الزائفة، وبدورهِ يكتسبُ مهارات تمكنهُ من التعامل مع وسائل الإعلام، إذ يستطيع فهم المعلومات التي يستقبلها حول ما ينشر، خاصة في ظل غزارة المعلومات وبالتالي يصبحُ قادرا على التحليل النقدي والإبداعي للمضامين الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام; التربية; التربية الإعلامية; المقررات الجامعية; الأستاذ الجامعي

Abstract

Media education is a system and a practical process that gives the individual creative and innovative skills that enable him to analyze media messages which in turn requires the acquisition of strategies that allow understanding and criticism of information, And this is what media education promotes

*المؤلف المرسل: مصطفى كشايري، الإيميل: kechairi.mustapha80@gmail.com

The study aims to highlight the importance of media education as a concept that needs to be researched and as a practice that requires students to be searched and educated and as a practice that requires students to be trained. In this study we have used an E-survey to investigate the views of a sample of university professors to know their opinions about including media education in university syllabi. With media education students will learn to distinguish between the truth and the fake news, they will acquire skills that will enable them to deal with media and information with a critical thinking and a better understanding, they will be more able to creatively analyze media contents and criticize especially with the huge flow of information in our days.

Keywords; media; education; media education; university syllabi; university professors

مقدمة:

لقد أصبحَ الإعلام ضرورة حتمية في المجتمعات المعاصرة، خاصة في ظل الطفرة العلميّة والتكنولوجيّة والمعلوماتية التي شهدها العالم والتي مازالت تتلاحقُ في معطياتها ومنجزاتها والتي أضحت عاملا مباشرا في تغيرِ سيرورة وأسلوب الحياة البشريّة، بل وفرضت آليات من نوع آخر والمستجدات الراهنة في تلقي الفرد للأخبار الاجتماعيّة والاقتصاديّة والثقافية والسياسية خاصة في ظل كثرة المعلومات والأخبار التي تحيطُ بالفرد والتي تحملُ بدورها قيما واتجاهات لثقافات متعددة تؤثرُ في سلوكيات الأفراد، وهذا باختلاف مصادرها وبتعدد الوسائل الإعلامية، وعليهِ فإنّ الإشكال المطروح يتمثلُ في أنّ كافة أفراد المجتمع معرضون للمحتويات الإعلامية والتي لا يمكنُ التحكم فيها والتي من شأنها أن تضر بالمتلقي لعدم قدرته وقابليته على غربلة المعلومات، ومن هنا تبرز أهمية التربية الإعلامية باعتبارها آلية جد مهمة لفهم المُنتج الإعلامي ومن أنجح السبل لتنمية الوعي والتفكير الناقد لدى الأفراد.

ذلك أنّ تلقين وتعليم التربية الإعلامية مسؤولية من مسؤوليات مؤسسات المجتمع المدني، من أسرة ومسجد ومدرسة إلى الجامعة التي يساهمُ فيها الأساتذة في تمكين الطلبة من التعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام من خلال التعرف على مهارتين الأولى مهارة التأثر: حيث يكون الطالبُ كمتلقي للمعلومة أي مستهلك واعي ومهارة التأثير: حيث يكون الطالب كمرسل ومصدر للمعلومة ومنتج مسؤول وهذا من خلال تدريسها وإدراجها ضمن المقررات الجامعية.

وتتجسدُ أهمية التربية الإعلامية في مرحلة التعليم العالي في تدريب الطلبة على كيفية التعامل مع الرسائل الإعلامية التي توجهُ إليهم عبر مختلف وسائل الإعلام، حيث يتم تقييمهم من خلال ما ينتجونه من محتوى إعلامي بسيط يساهم في تعزيز الصورة الإيجابية لمجتمعهم وجامعتهم، ونظري من خلال فهمهم لمصطلحات التربية الإعلامية، بحيثُ يتمكن الطلبة في نهاية

المقرر من تطوير معرفتهم ومهاراتهم وتحسين قدرتهم في التعامل مع مصادر المعلومات المختلفة.

وإذا كان الأساتذة الجامعيين من أهم الفاعلين في الجامعات، نظرا للمستوى العلمي والثقافي الذي يمكنهم من التقييم والبحث الدقيق في حقل تكنولوجيا الإعلام والاتصال وكذا التصدي للسلبيات الناتجة عن هذا التطور، ارتأينا إلى ضرورة دراسة آراءهم نحو إدراج التربية الإعلامية ضمن المقررات الجامعية وهذا للأهمية المنوطة بها.

وعليه جاءت هاتهِ الورقة البحثية لطرح الإشكال التالي: ماهي اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو تدريس التربية الإعلامية ضمن المقررات الجامعية في الجزائر؟

يتفرع عن هذا السؤال المحوري مجموعة من التساؤلات الفرعية نوجزها فيما يلي:

1- ما المقصود بالتربية الإعلامية عند الأستاذ الجامعي؟

2- ما هي أهمية وأهداف إدراج التربية الإعلامية ضمن المقررات الجامعية ؟

3- ما هي أساليب تحقيق التربية الإعلامية في الجامعة الجزائرية؟

4- فيما تتمثل معوقات تضمين التربية الإعلامية في المقررات الجامعية؟

أهدافُ البحث وأهميتهِ:

1- التعرف على مفهوم التربية الإعلامية من وجهة نظر الأساتذة الجامعيين بكلية علوم الإعلام والاتصال.

2- التعرف على أهمية وأهداف تفعيل التربية الإعلامية في الجامعة الجزائرية

3- استقراء آليات توظيف التربية الإعلامية في مقررات التعليم الجامعي لدى الطالب، وكذا لفت النظر للمفهوم باعتباره مفهوما يستلزمُ الاهتمام بهِ أكثر من قبل الباحثين في جميع المجالات للانعكاسات الإيجابية له على المجتمعات.

كما تكتسي هذه الدراسة أهمية كبيرة كونها يمكن أن تشكل أساس تبنى عليه خطط واستراتيجيات تطوير وتفعيل التربية الإعلامية في الجامعة الجزائرية، لأن هذه العملية يجب أن تستند إلى وصف دقيق للواقع من جميع جوانبه، الأمر الذي يسعى الباحث إلى تحقيقه من خلال هذه الدراسة في ضوء الوقوف على أهمية وفاعلية التربية الإعلامية لدى أساتذة كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3.

مجتمع البحث وعينتهِ:

نظرا لاتساع مجتمع البحث الذي يمكنُ تعريفهُ بأنّه:" المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يسعى الباحث إلى دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته" (محمد عبد الحميد،2000 ، ص 133). وعليهِ تمثلَ مجتمع بحثنا في كافة أساتذة كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3، والمقدر عددهم بـ 227 أستاذ موزعين على مختلف الدرجات العلمية.

وعليه لجأنا في دراستنا إلى أسلوب العينة لحصر المفردات اللازمة للدراسة الميدانية، باعتبارها: " هي جزء من المجتمع الأصلي يحتوي على بعض العناصر التي تم اختيارها منه بطريقة معيّنة وذلك بقصد دراسة خصائص المجتمع الأصلي (عبد الله محمد شريف، 1996، ص112).

حيث تم الاعتماد على العينات الاحتمالية وبالتحديد العينة الطبقية، التي لجأنا إليها لكون مجتمع البحث غير متجانس ويصعب التحكم فيه، بأخذ نسبة 30% من حجم المجتمع الكلي لنتحصل على عينة قِوامها 73 مفردة موزعة على فئات أساتذة كلية علوم الإعلام والاتصال موزعة على النحو التالي:

جدول رقم (1): يبيّن فئات أساتذة كلية علوم الإعلام والاتصال.

فئات الأساتذة	أستاذ التعليم العالي	أستاذ محاضر أ	أستاذ محاضر ب	أستاذ مساعد أ	أستاذ مساعد ب	المجموع
عدد الأساتذة	**37**	**76**	**37**	**54**	**19**	**221**
مفردات العينة	**12**	**25**	**12**	**18**	**6**	**73**

ومن خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن عدد الأساتذة يختلف من فئة إلى أخرى، لذلك وجب علينا تحديد عدد المفردات التي نأخذها من كل فئة، بتطبيق القاعدة التالية: مجموع كل طبقة ÷ العدد الإجمالي × عدد مفردات العينة = العدد الذي نستطيع أخذه من كل فئة، ليتم الحصول على المعلومات المسجلة والتي تم توزيعها بعد ذلك باتباع الطريقة العشوائية البسيطة.

مجالات البحث:

المجال الزماني: ويتمثل في الربع الأول من سنة 2021 (شهر جانفي ، فيفري ، مارس)

المجال المكاني: تم توزيع الاستمارة على الأساتذة الجامعيين بكلية علوم الإعلام والاتصال – جامعة الجزائر 3 – ببن عكنون ولاية الجزائر العاصمة، و عبر الفضاء الرقمي عبر الفايسبوك والفايبر.

أدوات البحث:

اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستمارة لجمع البيانات والتي تعرف على أنها " تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد بطريقة موجهة، وذلك لأن صيغ الإجابات تحدد مسبقا، وهو ما يسمح بالقيام بمعالجة كميّة بهدف استخلاص اتجاهات وسلوكات مجموعة كبيرة من الأفراد انطلاقا من الأجوبة المتحصل عليها (موريس أنجرس، 2006، ص204).

وقد وزعت الاستمارة على أساتذة الكلية بطريقتين الأولى عن طريق تسليمها يدا بيد والثانية بصيغة إلكترونية e–survey ، وذلك في مجموعات الأساتذة عبر مجموعات" فيسبوكية، وكذا مجموعات "الفايبر"، بهدف تسهيل عملية الحصول على المعلومات ، ليتم الحصول على 73 رد والذي يعكس عدد مفردات العينة المختارة والتي اعتمدنا عليها في دراستنا.

منهج البحث:

تسعى هذه الدراسة إلى معرفة مدى وعي وإدراك الأساتذة الجامعيين لموضوع للتربية الإعلامية، وكذا كيفية التعامل مع وسائل الإعلام، ومدى مساهمة الجامعة الجزائرية وبشكل خاص كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3 على تنمية التفكير الإبداعي والنقدي لدى الطلبة تجاه المضامين المختلفة لوسائل الإعلام، لذا فإن هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية في بحوث الإعلام والتي تمثل الأسلوب الأكثر قابلية للاستخدام لدراسة المشكلات والظواهر التي لها علاقة بالإنسان ومواقفه وآراءه ووجهات نظره في علاقته بوسائل الإعلام.

ومن هنا يمكن أن نعرف المنهج بأنه " الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة" (عبد الهادي الفضلي، 2007، ص50). وقد استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الذي يُصنف ضمن المسح الاجتماعي، والذي يعرف على أنه" ذلك النوع من البحوث الذي يتم بواسطة استجواب جميع أفراد مجتمع البحث أو عينة كبيرة منهم، وذلك بهدف وصف الظاهرة

المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها فقط، دون أن يتجاوز ذلك إلى دراسة العلاقة أو استنتاج الأسباب" (صالح بن حمد العساف، 1989، ص191)

تحديد المفاهيم والمصطلحات:

- المقرر الدراسي:

هو ذلك " الجزء من البرنامج الدراسي والذي يتضمنُ مجموعة من الموضوعات الدراسية، التي يلتزمُ الطلاب بدراستها في فترة زمنية محددة قد تتراوح بين فصل دراسي واحد، وعام دراسي كامل وفق خطة محددة" (ماهر اسماعيل صبري، 2009، ص14).

التعريف الإجرائي:

هو عبارة عن إطار هيكلي مدروس للأفكار ونشاطات التدريس حول مقاييس يتمُ تدريسها للطلبة والتي تحتوي على مواضيع تصبُ في التخصص وفق أهداف مسطرة، والذي يستطيعُ المدرس فيها أن يضيف طرقه وأفكارهُ الخاصة من أجل إنجاح العملية التعليمية التعلمية.

- التربية Education :

"هي جملة النشاطات التي تُسهل عملية تعلم شخص في مرحلة التكوين و التي تساهم في نموه ووصوله إلى مرحلة النضج بحيث يصبح فيها قادرا على الاعتماد على نفسه ساعيا بذلك لتحقيق الذات"(hayat mkhoul, 2003, p33) .

التعريف الإجرائي:

هي مجموعة المهارات التعليمية والتعلمية التي يتمُ إكسابها للفرد أثناء عملية نموهِ بهدف بناء شخصيته بناءً يعود بالمنفعة على الصالح الخاص والعام.

- الإعلام:

يعرفه فرنار تيرو: "نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو أصوات أو صور، وبصفة عام، بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور" (زهير إحدادن، 2007، ص14).

التعريف الإجرائي:

وهو تزويد الجماهير بالمعلومات والأخبار بالاعتماد على الوسائل الإعلامية المختلفة

- الأستاذ الجامعي

" هو مختص يستجيب لطلب اجتماعي، يتحكمُ إلى حد ما في المعرفة ومذلك المعرفة العلمية" (سناني عبد الناصر، 2012، ص21).

التعريف الإجرائي:

الأستاذ وهو الذي يمثل المرسل أو القائم بالاتصال في العملية البيداغوجية والذي يبادر بربط العلاقة بينه وبين الطلبة أثناء الموقف التعليمي.

1. التربية الإعلامية " المفهوم في أبعادهِ المتعددة " وأهميتُها

1.1 في مفهوم التربية الإعلامية:

عرفت منظمة اليونسكو unesco التربية الإعلامية بأنّها قابلية ترجمة وابتكار معاني لآلاف ومئات الرسائل التي تبثُ عبر مختلف وسائل الإعلام، ذلك أنّها:

« The Ability to interpret and create personal meaning from the hundreds, even thousands of verbal and visual symbols we take in everyday through television, radio, news paper, and magazins, and of course advertising » (alexander fedorov, 2018, p56)

كما جاء تعريفها في مؤتمر التربية الإعلامية للشباب 2002 بأنّها: "التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافهِ السياسية والاجتماعية والثقافية والسياق الذي ترد فيه، ويشملُ ذلك التحليل النقدي للمواد الإعلامية وإنتاج هذه المواد وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم التي تحتويها، كما يضيفُ بأنّ هذا المفهوم يرتبط بالتعليم والتعلم عن الإعلام ووسائلهِ المختلفة وليس مجرد عملية تعليمية عن طريق وسائل الإعلام" (المهاجر الحر، 2010).

ويمكنُ تعريفها أيضا بأنّها" جميع الجهود والأنشطة الإعلامية الهادفة التي تبثها وسائل الإعلام المكتوبة والأنشطة الإعلامية التي تساعد على بناء الإنسان وإعداده من جميع النواحي الأخلاقية والعقلية والروحية والاجتماعية والاقتصادية" (حكيمة جاب الله، نسيمة مقبل، 2019، ص 895).

وهذا من خلال تقوية انعكاس كل مواطن على وسائل الإعلام، عبر إكسابهم الوعي النقدي والمعرفة بالقضايا الشخصية والاجتماعية، وممارسة واكتساب نظرة إبداعية على الإعلام وتنمية القدرات التعبيرية والابتكارية في إطار الاتصال والتواصل الإعلامي خاصة في ظل الأخبار الملفقة والزائفة التي أضحت من المتغيرات الأساسية في الساحة البحثية، إذ أنّ الفرد أصبح معرضا للكثير من المعلومات التي لا يمكنُ التحقق منها بشكل كامل خاصة مع التطور التكنولوجي الذي شهدهُ العالم وظهور الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي التي جعلت من

المتلقي مستخدما ينتج الرسائل ويرسلها والتي أثرث مجال البحث للحديث عن التربية الإعلامية الرقمية.

وعليه يمكننا القول بأنّ التربية الإعلامية هي " قدرة الأفراد على الاستخدام الواعي والآمن لوسائل الإعلام من فهم وتفسير، ونقد وتقييم المضامين الإعلامية بأشكالها المتنوعة والمساهمة في تطوير إدراكهم وتعاونهم في إنتاج مضامين إعلامية مسؤولة، وتخزينها والارتقاء باهتماماتهم، وهي تمثل رد فعل طبيعي للبيئة الإعلامية المعقدة والمستجدّات التكنولوجية التي تحيط بهم" (عصام واضح، 2017-2018، ص 45).

ذلك أنّ الاهتمام بموضوع التربية الإعلامية media éducation ليس جديدا، ففي سنة 1982 طالبت منظمة اليونسكو بضرورة إعداد النشء للحياة في عالم يتميزُ بقوة الرسائل المصورة والمكتوبة والمسموعة، كما وقد بدأت التربية الإعلامية في الأساس كأداة لحماية المواطنين من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية، خاصة وأنّها تهدفُ في الأساس إلى:

« ***L'éducation aux médias a pour finalité de rendre chaque citoyen actif, autonome et critique envers tout document ou dispositif médiatique dont il est destinataire ou usager*** »(admin, 2020).

إذ أنّ التربية على محتويات وسائل الإعلام، تستلزمُ التعمق ووضع استراتيجيات مدروسة وطرح تساؤلات حول ماهية المكونات التي يجبُ أن نستهلكها والتي تبثُّ عبر مختلف وسائل الإعلام وبأية طريقة يمكنُ أن نوظف هذه المحتويات دون استهلاكها فقط، باعتبار أنّ المجتمع اليوم أصبح مجتمع علم ومعرفة ومعلومات، يُلزمُ فيه الفرد بالتزود بالمدارك والمعارف لتسخيرها في إطار علاقاته في المجتمع من مجمل الفضاءات التي يمكن أن ينهل منها المعلومات، خاصة وأنّ وسائل الإعلام اليوم أصبحت تفرض نفسها بقوة على المجتمعات باختلاف سياقاتها الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وكذا السياسية، خصوصا أمام الثورة الكبيرة للتطور التكنولوجي في حقل الإعلام والاتصال، التي جعلت من الفرد عرضة لموجة من المحتويات الإعلامية ذات الأبعاد المتعددة ما يستدعي تزوده واكتسابه لمعارفه تمكنه من حماية نفسهِ والتصدي لما لا يفيد.

2.1 التربية الإعلامية، الأهمية والأهداف

1.2.1 أهمية التربية الإعلامية:

"إنّ التربية الإعلامية جزء من الحقوق الأساسية لكل مواطن في كل بلد في بلدان العالم" هكذا ترى منظمة (اليونسكو) أهمية التربية الإعلامية بسبب سلطة الإعلام المؤثرة في العالم المعاصر ذلك أنّها تساعد الشباب على فهم كيفية عمل وسائل الإعلام باعتبارها:

« ***Media education can help young people put current images and messages about Aboriginal people into perspective by helping them understand how the media work, why stereotyping exists, how decisions are made and why "it matters who makes it." Media education is not about learning the right answers; it's about consuming media images with an active, critical mind and asking the right questions*** ». (smart)

كما تبرز أهميتها في أنّها:

1. مهارة ترافق أبناءنا طول حياتهم، وليست مادة دراسية ينساها الطالب بمجرد انتهاء الامتحان، أو عندما يختار تخصصا علمياّ في مجال بعيد عنها.
2. اغتنام الفرصة السانحة في الإعلام الجديد على مستوى العالم وهذا هو أحد أبرز جوانب أهمية التربية الإعلامية، بحيث نشجع أبنائنا على إنتاج مضامين إعلامية ونشرها وبثها، بما يعبّر عن وطنيتهم وثقافتهم وحضارتهم (فهد بن عبد الرحمات الشميمري، 2010، ص25).
3. حماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ومضامينها المختلفة، خاصة لما نعيشه في زمن العولمة وعصر السماوات المفتوحة.
4. تزودهم بالخبرات اللازمة لمساعدتهم على الاستخدام الأمثل لوسائل تكنولوجيا الاتصال ومواكبة التطورات المستمرة بل والسريعة في المجتمع المعلوماتي المحيط بنا.

من هنا برزت الحاجة إلى اعتماد التربية الإعلامية في المناهج الدراسية في المدارس والجامعات ويمكنُ رصد العديد من المؤتمرات وورش العمل والدورات التدريبية والفعاليات العلمية التي جرت في هذا الإطار بدعم من المنظمات العربية والدولية المتخصصة كمنظمة اليونسكو والمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم وغيرهما بهدف التعريف بآليات عمل الإعلام ووسائله وكيفية التعامل مع ملايين الرسائل اليومية التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة بما يضمن التخفيف من التأثيرات السلبية على مجتمعنا (نعيمة خنفر، 2018-2019، ص31).

وعليه فإن التربية الإعلامية ينبغي أن تأخذ بعدا أكثر اتساعا اتجاه تنظيم الجهود في هذا المجال لإشراك المؤسسات الأكاديمية والاجتماعية والأسرة بصورة خاصة في القيام بدورها وفق

خطة مدروسة وتحت إشراف مختصين من كل القطاعات لضمان نجاحها في أداء مهمتها الكبيرة (عبود خلف، 2015، ص256).

ويحددُ البحث الحالي أهمية التربية الإعلامية في كونها ذات أهمية بالغة تمكنُ الفرد من اكتساب قدرات ومهارات تمكنُه من أن يكون مواطنا فاعلا في مجتمعه وليس متلقي سلبي يستقبل وفقط بل شخصا حرا له وعي وقادر على بناء معاني واتخاذ قرارات سليمة، كما تسهم التربية الإعلامية في تعزيز فرص الطلبة في التعلّم الذاتي، حيث يؤدي استخدام وسائل الإعلام وتقنيات المعلومات إلى زيادة المعارف وتنمية التفكير الناقد، ومن ثم تدعيم التعلم الذاتي، وللتربية الإعلامية أيضا أهمية أخرى تكمن في تيسير وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات التي يحتاجونها لفهم الكيفية التي يشكل الإعلام بها إدراكهم، وتهيئتهم للمشاركة في صناعة الإعلام ومشاركين في مجتمعات افتراضية ضمن ما يسمى صحافة المواطنة، وذلك وفق أخلاقيات المجتمع وضوابطه.

2.2.1 أهداف التربية الإعلامية :

إنّ الهدف من التربية الإعلامية يتجلى في تمكين المواطن من اكتساب معارف دقيقة يمكنُ أن يسخرها في العملية الإنتاجية، إذ لا يمكن لأي فرد أن يحقق ذاته في المجتمعات الحالية إلا إذا كان عنصرا منتجا، ولكي ينتج يستلزم أن يكون قد تربى ونشأ تنشئة صحيحة وسليمة ودقيقة ليس فقط على مستوى القيم والأخلاق التي يمكنُ الحديث عنها في إطار التعاملات اليومية بل قيم وأخلاق في كيفية التعامل مع المحتوى الإعلامي الذي يقوم بدوره على تحقيق أغراض وأهداف مرتبطة بما ينبغي أن يحققهُ في المجتمع ، إذ أنّ وسائل الإعلام لها دور ووظيفة تربوية هامة تساهمُ بالدرجة الأولى في بناء فرد واع وصالح يخدمُ مجتمعُ إذا ما تم استغلالها في هذا الصدد.

إضافة إلى أنها تسعى للمحافظة على الهوية الثقافية ودعم مقومات الثقافة الوطنية والمحلية وملاحقة التطورات السريعة لتكنولوجيا الاتصال وبناء الشبكات والمجتمعات الافتراضية وبالتالي بناء مواطنين فاعلين وماهرين ينتجون الرسائل ويتشاركونها(salt, 2018) ، والإفادة منها بشكل جيد بالنسبة للفرد والمجتمع كما تهدفُ التربية الإعلامية إلى:

1. تشكيل المعارف والمهارات الاتصالية وتنميتها التي تجعل النشء والمواطنين على وعي كامل بالعمليات الاتصالية بصفة عامة والعملية الإعلامية وأطرافها، وأهدافها وسياستها ولغاتها وعلاقتها وإنتاجها بصفة خاصة.
2. تنمية التفكير النقدي لدى الصغار والكبار بحيث يتمكن الفرد من امتلاك أدوات الاختيار والتحليل والإدراك والتمييز بين الوسائل ومحتواها وأدواتها في التأثير على المتلقيين، وتجنبّ التأثيرات الضارة والإفادة من التأثيرات الإيجابية (نعيمة خنفر، 2018-2019، ص32).
3. القدرة على إنتاج المضامين الإعلامية وإيصالها للجمهور المستهدف (حكيمة جاب الله، نسيمة مقبل، 2019، ص899).

وحسب تقديرنا للأهداف المسطرة للتربية الإعلامية فإنّنا خلصنا إلى القول بأنّها عملية مهمة لحماية الفرد من المضامين السلبية للرسائل الإعلامية المختلفة التي لها من الأهداف الخفية الكثير والتي تسير وفق السياسات الإعلامية الخاصة بها وكذا تطوير الوعي والإدراك لدى الفرد، لأن الغرض الأساسي للتربية الإعلامية ليس تكوين الوعي الناقد فحسب، بل تكوين الحكم الذاتي والمستقل بشأن مضامين إعلامية مختلفة، وبهذا يمكن القول أن جوهر التربية الإعلامية يكمن في وقاية الأفراد ضد الآثار السلبية الناتجة عن تعرضهم لوسائل الإعلام، وهذا عن طريق ارشادهم إلى الانتقائية في التعرض إلى المضامين الإعلامية المتعددة والمختلفة.

2. أساليب تحقيق التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية

"We must prepare young people for living in a world of powerful images, words and sounds." UNESCO, 1982

إنّ تحديث الخلفية النظرية للتعليم والتنشئة الاجتماعية للمجتمع وتحديثها باستمرار أصبح من الضروريات خاصة في ظل الزخم المعرفي والمعلوماتي الذي يعيشهُ الفرد الذي أصبح بدوره محاطا بقوة الصورة والكلمة والصوت(Nikolaeva and others , 2017,p133) ، ما يستدعي تبني استراتيجيات وأساليب ذات فعالية لتجهيزهِ وعوامل ذات أبعاد هامة لتنويع النظام التعليمي الذي مركزه الطالب والتلميذ الذي يستلزم تزويدهُ بالمهارات والمعارف الكفيلة ببنائه بناء سليما.

وقد ظهرت وجهات نظر عدّة حول طرق تفعيل التربية الإعلامية واستراتيجياتها حسب ما أتى به المؤلفان (ابراهيم خلف سليمان الخالدي، محمد أحمد، 2017، ص231) في دراستهما الموسومة بـ " فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة" والتي تتمثلُ :

- أن يتعلم الفرد مهارات التربية الإعلامية من خلال مادة خاصة بالتربية الإعلامية.
- دمج المادة المقررة للتربية الإعلامية بالمنهج كونها كفاية وليست مقرر مع تدريس مهارة التفكير الناقد عن طريق توظيف النموذج الاستقرائي، ودمج التربية الإعلامية مع تقديم مقرر كامل لها.

كما يستلزم على المكونين في الطور الجامعي تبني جملة من المرتكزات في تعليم الطالب للتربية الإعلامية وهذا من خلال (فهد بن عبد الرحمان الشميمري،2010، ص26-27):

- **تعزيز الدافعية للتعلم:** تتمتع التربية الإعلامية بخصائص تعزز الدافعية للتعلم، وذلك بسبب خصوصية موضوعها ومجالها، فهي تبحث في شيء محسوس يتصل مباشرة بحياة المتعلم اليومية، فيكون أدعى لإثارة انتباهه وتحفيزه لاكتشاف هذا المجال ومعرفة أسراره.
- **واقعية هذا المجال والحاجة إليه:** إن التعامل مع الإعلام يستغرق جزءا كبيرا من حياة الإنسان في العالم المعاصر، ويرافقه طوال حياته، وهذا يثير لدى المتعلم الشعور بأهمية امتلاكه لمهارة التعامل مع الإعلام من خلال التربية الإعلامية.
- **وضوح نتائج التعلم:** إن وضوح نتائج التعلم بشكل بارز على شخصية المتعلم في الحياة اليومية تزيد الدافعية وبذل الجهد، لأن الوعي الإعلامي يمكن بسهولة أن يلاحظ على شخصية الإنسان في الحياة اليومية بخلاف قدرته على حل أعقد مسائل الرياضيات مثلا.
- **مهارات التفكير العليا:** إن التربية الإعلامية تساعد المتعلم على اكتساب مهارات التفكير العليا، أو على الأقل إحساسه وشعوره بأهميّتها، لأن الإعلام مجال خصب جدّا لتفعيل مهارات التفكير، وهو يستدعي تعلم المهارات الآتية:
- **مهارة التفكير الناقد:** وهي مهارة أساسية في التربية الإعلامية.
- **مهارة اتخاذ القرار:** وهي ترتبط بأحد مخرجات التربية الإعلامية، وهو اتخاذ قرار التعرض الانتقائي وحسن الاختيار.

- **التعلم الذاتي والتعلم مدى الحياة:** إن التربية الإعلامية تضع البذرة الأساسية، والخطوة الأولى التي تتيح للمتعلم مواصلة التعلم في هذا المجال بصفة ذاتية ضمن منهجيات التعلم الذاتي، والتعلم مدى الحياة.

وإذا حاولنا الوقوف في هذا المقام، نجدُ بأنّه أصبح لزاما في العصر الحالي الحديث عن ثنائية الانتقال من الحماية إلى الاستعداد لتفعيل التربية الإعلامية وفق أبعادها الحالية، إذ أنّ التعليم الإعلامي في العديد من الأحيان بدأ كمشروع دفاعي، هدفه حماية الطفل مما يبث وينشر عبر مختلف وسائل الإعلام وبالتالي النظر إلى المحتويات الإعلامية بصورة سلبية لا تأتي منها إلا المخاطر (buckingham, 2001,p7) ، ومع تطورها وتغير مسارها أصبح تفعيلها يبنى على أساس إعداد الطفل للفهم والتحليل والمشاركة بنشاط وبثقافة إعلامية مع ما يحيطهم من أخبار ومعلومات وكذا القدرة على الإنتاج الإعلامي.

3. معوقات تطبيق التربية الإعلامية:

إنّ غياب التربية على المحتوى الإعلامي وعلى الحس النقدي، وغياب الوسائل البيداغوجية التي تمكنُ الفرد من الاستفادة من وسائل الإعلام بطريقة صحيحة، بإمكانها أن تنتج مجموعة من السمات داخل المجتمع، والتي تتجلى في الصراعات الفكرية بين الأفراد نتيجة انتشار أخبار ليست مؤكدة مقابل غياب البحث عن المعلومات الصحيحة وتحديد مصداقية محتوى وسائل الإعلام ومصدرها، فتتبلور في شكل إيديولوجيات وتوجهات يتم تبنيها وتنتشر على أساس مرتكزات تبنى عليها الأفكار ما يجعلهم يتبنون توجهات خاطئة تضرُ بالصالح العام للمجتمع.

فنجدُ من بين التحديات التي تواجه تطور التربية الإعلامية كمفهوم وكممارسة، أن الجهود المبذولة في مجال التربية الإعلامية والتي تم رصدها من خلال الجهود البحثية في هذا المجال مازالت في بدايتها وتحتاج إلى مزيد من التأسيس للمفهوم في كافة المؤسسات التعليمية ونشر الوعي به ثم الدخول في مرحلة التفنيد، وأبرز دليل على ذلك أن البحوث العلمية العربية تعد على أصابع اليد (نهى السيد أحمد ناصر، 2016، ص816).

إضافة إلى جملة من المعوقات أدرجها (أحمد جمال حسن،2015، ص 165) في كتابه الموسوم ب " التربية الإعلامية" والتي تتجلى في الأساس في عدم الإيمان الحقيقي بقيمة التربية الإعلامية سواء داخل المدرسة أو الأسرة، وعدم قدرة المعلمين على تنظيمها تنظيما منهجيا يؤدي إلى تحقيق أهدافها، والتباين الشديد بين الثقافة المدرسية والثقافة التي تروجها وسائل الإعلام.

كما بين بأنّ عدم اقتناع المعلمين بإدخال التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية، واعتقادهم بأنها تمثل رفاهية وليست لها أهمية من المعوقات التي تحول دون ممارستها، إضافة إلى وجود معوقات بشأن تضمين التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية، حيث تثار العديد من الإشكاليات والأسئلة في هذا الصدد، هل تخص مادة مستقلة بمسمى التربية الإعلامية؟ أم يتم تضمينها بشكل تكاملي مع المناهج القائمة؟ أم تخص وحدات ضمن المناهج التي يتم فيها تناول مبادئ التربية الإعلامية، وكذا عدم تفهّم الطلبة للتربية الإعلامية من حيث جوهرها وأسسها، وشعورهم بأنها مادة غير أساسية وغير هامة، لذا يجب على كل المعلمين والأولياء تنمية وعي النشء والشباب بأهمية التربية الإعلامية، ودفعهم إلى ممارسة التفكير الناقد في تعاملهم مع المضامين الإعلامية (أحمد جمال حسن، 2015 ص 165

ومن بين المعوقات التي حاولنا تشخيصها من خلال الأبعاد المتعددة لتطبيقها اجتماعيا وتربويا، تكمنُ بالدرجة الأولى في عدم وجود مراكز متخصصة في التربية الإعلامية يكون هدفها تنمية الوعي لدى الفرد من أجل تكوين مواطن صالح مع تسجيل نقص في المكوّنين والباحثين في مجال التربية الإعلامية الذي من شأنه أن يثري حقل البحث العلمي على مستويات مختلفة.

كما أنّه من بين المعوقات التي يعكف الباحثين على القيام بدراسات حولها تكمنُ في الثورة التكنولوجية التي استفحلت جميع دول العالم ما يشكل عائقا يتمثل في عدم القدرة تقييم المضمون الإعلامي وكذا المعلومات التي تنشر وتبث عبر مختلف وسائل الإعلام خاصة في ظل الإعلام الجديد كمواقع التواصل الاجتماعي التي لا يمكن التحكم في مصداقية كافة ما يتمُ نشره وبالتالي غياب الرقابة وهذا ما لا يمكن التصدي لهُ إلا بإكساب الفرد مهارات ومعارف تمكنهُ من التصدي لما ينشر من محتويات إعلامية مختلة.

4- التحليل الإحصائي للنتائج ومناقشة النتائج

1.4. المحور الأول: السمات الديمغرافية

الجدول رقم (2) يوضحُ جنس المبحوثين

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	34	46.6
أنثى	39	53.4
المجموع	73	%100

يتبينُ لنا من خلال الجدول أنّ أعلى نسبة من الاستجابات تمثلت في الإناث بـ 53.4%، تليها نسبة 46.6% للذكور وهي نسب متقاربة وهذا دليل على أنّ ادراج التربية الإعلامية ضمن المقررات الجامعية أصبح من اهتمامات كلا الجنسين.

الجدول رقم (3): يوضحُ الدرجة العلمية للمبحوثين

الدرجة العلمية	التكرار	النسبة المئوية
مساعد ب	6	8.21
مساعد أ	18	24.6
أستاذ محاضر ب	12	16.43
أستاذ محاضر أ	25	34.24
أستاذ التعليم العالي	12	16.43
المجموع	73	100%

يتضحُ لنا من الجدول، بأنّ فئة المبحوثين الذين شملتهم الدراسة كانت بنسبة 46.6% للأساتذة المحاضرين، تليها 26% للأساتذة المساعدين، ونسبة 15.1% للأساتذة المتعاقدين، وآخر نسبة لأساتذة التعليم العالي بنسبة 12.3%.

2.4. المحور الثاني: التربية الإعلامية كمفهوم

الجدول رقم (04) يوضح الإحصاءات الوصفية لفقرات المفهوم

ع	الفقرة التربية الإعلامية كمفهوم	أو افق		محايد		أعارض	
		ت	%	ت	%	ت	%
1	أرى بأنّ التربية الإعلامية تساعدُ على فهم الرسائل الإعلامية مع تفسيرها	31	42.46	18	24.65	24	32.87
2	تقوم التربية الإعلامية في الأساس على تدريس طبيعة وسائل الإعلام وليس التدريس باستخدام وسائل الإعلام	39	53.42	15	20.54	19	26.02
3	أجد بأنّ التربية الإعلامية هي القدرة على تفسيروبناء المعنى الشخصي من الرسائل الإعلامية	58	79.45	8	10.95	7	9.58
4	يمكن تعريفها بأنها القدرة على تفسيررسائل وسائل الإعلام بشكل سطحي	10	13.69	17	23.28	46	63.01
5	هي إكساب الطلبة حسا نقديا بشأن كل انتاج إعلامي	64	87.67	6	8.21	3	4.10

يتضح لنا جليا من خلال الجدول أعلاه أن الإجابات المسجلة أخذت نسبة موافقة كبيرة في الفقرة رقم (5) والتي تشير إلى أن التربية الإعلامية كمفهوم لدى الأساتذة الجامعيين تعنى بالدرجة الأولى في إكساب الطلبة حساً نقديا بخصوص المضامين الإعلامية التي يتلقونها عبر مختلف وسائل الإعلام التي يتعرضون لها، باعتبارها آلية تمكنهم من التفكير بشكل ناقد لما يتم نشره من رسائل إعلامية، وفي ذات السياق نجدُ بأنّ التوجه نحو الموافقة على أنّ التربية الإعلامية تكسبُ الطالب القدرة على التفسير والتحليل وبناء المعاني كان باستجابة مرتفعة بنسبة " 79.45% " هذا ما قد يؤدي بنا للقول إلى أنّ هذا المفهوم أصبح من المفاهيم التي يستلزم تعميمها نظريا وتطبيقيا نظرا للأهمية المنوطة بها في قدرتها على بناء شخصية سليمة تستند في تفكيرها على التفكير المحلل للقضايا والأحداث والصراعات خاصة في ظل التزايد للدراسات والأبحاث والملتقيات في هذا الحقل والتي توليها أهمية بالغة نظرا للانعكاسات الإيجابية لها على الفرد، ما يخدمُ بالضرورة الصالح العام للمجتمع ، تليها أيضا بالموافقة الفقرتين " 1 " و" 2" بنسب متقاربة بـ " 53.42%" " و " 42.45%" اللذان يشيران إلى أنّ مفهوم التربية الإعلامية يقوم في الأساس على أطر معرفية ترتكز على تدريس طبيعة وسائل الاعلام بطرق تفسيرية وليست بشكل سطحي مثل ما خلصت إليه إجابات الفقرة الأخيرة من هذا المحور، ما يدل أن أغلبية الأساتذة لديهم معرفة بمفهوم التربية الإعلامية وما يمكن أن تقدمهُ من إضافة للطلبة في حالة ما أدرج ضمن المقررات التي يدرسونها.

3.4. المحور الثاني: أهداف التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية

الجدول رقم (05) يوضح الإحصاءات الوصفية لفقرات أهداف التربية الإعلامية

ع	تحققُ التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية الأهداف التالية:	أوافق		محايد		أعارض	
		ت	%	ت	%	ت	%
1	تمكين الطلبة من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام التي تستخدم في مجتمعهم.	63	86.30	8	10.95	1	1.36
2	تمكين الأفراد من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين.	48	65.75	16	21.91	9	12.32
3	تزويد الطلبة بمحتوى مناسب من الثقافة الإعلامية.	58	79.45	11	15.06	3	4.10

4	القدرة على إنتاج المضامين الإعلامية وإيصالها للجمهور المستهدف.	48	65.75	10	13.69	15	20.54
5	حماية الفرد من المضامين السلبية للرسائل الإعلامية المختلفة وكذا تطوير الوعي والإدراك لدى الفرد.	64	87.67	6	8.21	3	4.10
6	تشكيل المعارف والمهارات الاتصالية وتنميتها.	56	76.71	10	13.69	7	9.58
7	تنمية التفكير النقدي لدى الطلبة.	57	78.08	9	12.32	7	9.58

يتضح لنا من خلال إجابات الجدول رقم (5) أن استجابة المبحوثين لفقرات **أهداف التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية** بنسبة عالية للفقرة رقم 5 والفقرة رقم 1 بنسب متقاربة يقدر بـ 87.67% ونسبة 86.30%على التوالي، هذا ما يدل على أن الأهداف المحققة حسب آراء العينة تكمن بالدرجة الأولى في حماية الفرد من المضامين السلبية للرسائل الإعلامية المختلفة وهذا ما أثبتتهُ منظمة اليونيسكو في تقريرها حول التربية الإعلامية التي كانت بدايتها حماية الفرد من وسائل الإعلام، وهذا من خلال تمكين الطالب من الوصول إلى الفهم الجيد لما تبثه وسائل الإعلام من مضامين ما يؤدي إلى تطوير الوعي والتفكير الناقد لديه، كما جاءت النتائج المتعلقة باستجابات المبحوثين للفقرات 6 و 7 و3 تتجه بالاتفاق على أن الهدف من ادراج التربية الإعلامية في المقررات الدراسية الجامعية يؤدي بالطلبة إلى تزويدهم بثقافة إعلامية سليمة في محيطهم وعلى مختلف الثقافات الأجنبية، كما أنها تزودهم بمهارات اتصالية منها مهارة التفكير الناقد للمحتويات الإعلامية التي لا يمكن تحديد الأهداف المنوطة من نشرها إلا بنقدها وتحليلها وهذا ما يتفق مع نتائج الدراسات التي تصبُ في نفس الحقل المعرفي المدروس منها دراسة (كريم بلقاسي ، 2017، ص132) التي أكدت على أنّ الطالب أصبح يدركُ بأنّ التربية الإعلامية من أسس المؤسسات التعليمية والأسرية التي يجب إدراجها كحقل معرفي في الجامعة، تليها نسب متساوية تتعلق بالفقرة رقم 2 و 4 والتي تقدر بـ 65.75% والتي تؤكد على أن الطالب إن تحققت فيه أهداف التربية الإعلامية فإنه تتكون لديه القدرة على انتاج مضامين إعلامية ونشرها خاصة في الفضاء الرقمي الذي أنتج ما يسمى بصحافة المواطنة " هي صحافة أنشأها أشخاص غير مهنيون على شبكة الأنترنت"، وهو الفضاء الذي اصبح فيه المستخدم مستقبلا للرسالة ومنتجا لها في نفس الوقت.

4.4. المحور الثالث: أساليب تحقيق التربية الإعلامية لأهدافها في المرحلة الجامعية

الجدول رقم (06) يوضح الإحصاءات الوصفية لفقرات أساليب تحقيق أهداف التربية الإعلامية في الجامعة

ع	من أبرز أساليب تحقيق التربية الإعلامية لأهدافها في المرحلة الجامعية ما يلي	أو افق		محايد		أعارض	
		ت	%	ت	%	ت	%
1	أرى بأنّ تصميم برامج التربية الإعلامية أصبح أمرا حتميا في ظل التدفق المعلوماتي	67	91.78	4	5.47	2	2.73
2	يستلزم على الوزارة الوصية تضمين التربية الإعلامية كمقرر دراسي ضمن متطلبات الجامعة	59	80.82	12	16.43	2	2.73
3	- أرى بأنّ الجامعة لا تتوفر على متخصصين في مجال التربية الإعلامية	31	42.46	24	32.87	18	24.65
4	لا تتوفر قنوات إعلامية داخل الجامعة تتيح للطلاب فرصة المشاركة والتعبير عن الرأي فيها.	54	73.97	12	16.43	7	9.58
5	تصميم برامج التربية الإعلامية باشراك متخصصين في مجال التربية والإعلام في الجامعات الجزائرية.	68	93.15	4	5.47	1	1.36
6	أجدُ بأنّه من الضروري الاستعانة بخبراء دوليين في مجال التربية الإعلامية لتصميم برامج مشتركة.	50	68.49	11	15.06	12	16.43

من خلال الجدول أعلاه رقم (06)، يتضحُ لنا استجابة المبحوثين لأبرز أساليب تحقيق التربية الإعلامية لأهدافها في المرحلة الجامعية إذ نجدُ بأنّ اتجاههم الأكبر بالموافقة كان في كل الفقرات، وذلك بأكبر النسب لدى كل أفراد العينة، حيث أكدت العينة في الفقرة رقم 7 و 5 و 1 بنسب 94.52%، و93.15%، و 91.78% على إلزامية عقد ندوات داخل الجامعة يشارك فيها الطلبة في مجال قراءة وتحليل ونقد الرسائل الإعلامية لنشر ثقافة التربية الإعلامية، وكذا تنمية مهارات التفكير الناقد لديه وهي مهارة أساسية في التربية الإعلامية ولا يكون ذلك إلا باشراك أساتذة متخصصين وكذا خبراء من مختلف المراكز والجامعات من أجل تصميم برامج متخصصة في التربية الإعلامية، كما أن النسب المسجلة فيما يتعلق بالفقرة رقم 2 و 4 و 6 والتي تأتي تحت

طي الأبعاد المتعلقة بالمقررات الدراسية التي يرى أفراد العينة أنه أصبح من الضروري ادراج التربية الإعلامية كمقرر ومقياس ضمن الضرورة الملحة لتكوين الطالب في هذا الإطار، خاصة مع وجود تحديات تتمثل في عدم توفر الجامعة على قنوات إعلامية تسمح للطالب المشاركة في التعبير عن أفكاره وآراءه بنسبة 73.97%، وعليه نجد بأنه من المقترحات التي أكد عليها الأساتذة هو الاستعانة بخبراء ومتخصصين دوليين في مجال التربية الإعلامية من أجل عمل مشترك من شأنه أن يؤسس لمراكز متخصصة في هذا المجال مثل ما هو موجود في الدول العربية كأكاديمية التربية الإعلامية الرقمية في لبنان، الأمر الذي من شأنه أن يعزز دافعية التعلم لدى الطلبة، كذلك أن الاستجابات للفقرة رقم 3 تؤكد على أن الجامعة لا تتوفر على متخصصين في مجال التربية الإعلامية وهذا بنسبة 42.46%.

5.4. المحور الرابع: معوقات تطبيق التربية الإعلامية في المقررات الجامعية

بالرغم من أهمية التربية الإعلامية للجمهور بشكل عام والنشء والشباب والطلبة بوجه خاص، إلا أنه توجد العديد من المعوقات التي تحول دون تطبيقها بنجاح وفاعلية، ويمكن حصرها فيما يلي:

الجدول رقم (07) يوضح الإحصاءات الوصفية لفقرات أساليب تحقيق أهداف التربية الإعلامية في الجامعة

ع	الفقرة معوقات تطبيق التربية الإعلامية في المقررات الجامعية	أو افق		محايد		أعارض	
		ت	%	ت	%	ت	%
1	عدم إيمان الأسرة الجامعية بقيمة التربية الإعلامية كتخصص وكمقياس ينعكس بالإيجاب على الطالب.	35	45.94	16	21.91	22	30.13
2	ضعف تحكم الأستاذ الجامعي في التربية الإعلامية كمقرر للتدريس.	23	31.50	31	42.46	19	26.02
3	لا تولي الوزارة الوصية أهمية للتربية الإعلامية كمقرر.	58	79.45	12	16.43	3	4.10

تتضح لنا استجابات المبحوثين لفقرات معوقات تطبيق التربية الإعلامية في المقررات الجامعية، إذ نجد أنهم اتجهوا بأكبر نسبة والمقدرة بـ 79.45% أن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي لا تولي أهمية كبير للتربية الإعلامية بدليل أنه لغاية السنة الماضية بدأت بعض الجامعات تنظم ملتقيات علمية حول مواضيع تخص التربية الإعلامية، إضافة إلى بعض مذكرات التخرج التي تناولت هذا الموضوع وهي قليلة جدا، تليها نسبة 61.64% في الفقرة رقم (1) والتي

ترجع العائق في تطبيق التربية الإعلامية في الجامعة إلى عدم إيمان الأسرة الجامعية بقيمة التربية الإعلامية كتخصص يمكن أن يرجع بالإيجاب على الطالب والجامعة على حد سواء، أما آخر نسبة والمقدرة بـ 42.46% في الفقرة 2 والتي أكد من خلالها المبحوثين على أنهم محايدون بخصوص ضعف تحكم الأستاذ الجامعي في التربية الإعلامية، لأنه لم يتم ادراجها ضمن المقررات الجامعية بعد ولم يتلقى الأستاذ أي تكوين في هذا المجال وبالتالي لا يمكن أن نحكم عليه أن تحكمه في التربية الإعلامية ضعيف، إلا أنه هناك نسبة معتبرة من العينة التي شملتها الدراسة أكدت أن هناك ضعف في التحكم من طرف الأستاذ في هذا المجال ما يمكن تفسيره على غياب التربية الإعلامية عن المقررات الجامعية يؤدي بالضرورة إلى ضعف التحكم فيه.

تحليل النتائج:

من خلال استعراضنا لهذه الورقة البحثية يتضحُ لنا بأنّه أصبح من الضروري حسب النتائج المسجلة إدراج التربية الإعلامية في المقررات الجامعية وهذا بالرغم من التحديات، ومن خلال دراستنا هذه، توصلنا إلى مجموعة من النتائج، تمثلت في:

- ✓ بينت الدراسة وفقا للنسب المسجلة فيما يخصُ المحور المتعلق بمفهوم التربية الإعلامية لدى الأستاذ الجامعي بكلية علوم الإعلام والاتصال بأنّ هناك موافقة كبيرة على مستوى كافة الفقرات المدرجة، باعتبار أنّ التربية الإعلامية تمثلُ حسبهم القدرة على فهم المضامين الإعلامية ونقدها وتفسيرها، وتدريسها في المرحلة الجامعية يكسبُ الطلبة حسا نقديا بشأن المحتوى الإعلامي ما يجعلهُ شخصا واعيا.
- ✓ ومن النتائج المثيرة للاهتمام كذلك حصر مجموعة من الأهداف التي إدراج التربية الإعلامية ضمن المقررات الدراسية في الجامعة الجزائرية
- ✓ أما فيما يتعلق بأساليب تحقيق التربية الإعلامية لأهدافها في المرحلة الجامعية فقد اتفق أفراد العينة بالاستجابة المرتفعة على أنّ هناك مجموعة من الأبعاد والمؤشرات التي يستلزم أن تتحقق من خلال تكاثف الجهود من قبل الوزارة الوصية وبين الأسرة الجامعية لاهتمام بهذا المجال الحيوي وإدراجهِ ضمن المقررات الجامعية لانعكاساته الإيجابية على الطلبة.
- ✓ كما تبين من خلال الإحصائيات المسجلة بأنّ هناك ضرورة ملحة للاستعانة بباحثين ومدربين في مجال التربية الإعلامية مع الحرص على تصميم برامج تعليمية هادفة وأتى هذا بنسبة 93.15% باعتبار أن الجامعة لا تتوفر على متخصصين في ذات المجال ولا على قنوات ووسائل تسهل عملية تدريب الطالب على اكتساب هذا المقياس.

✓ يتفق المبحوثين في المحور الأخير والمتعلق بمعوقات تطبيق التربية الإعلامية في المقررات الجامعية، وحسب ما عكستهُ لنا النسب المسجلة بأنّ الوزارة لا تولي أهمية للتربية الإعلامية بإدراجها كمقرر وكذا الأسرة الجامعية التي ليس لها معرفة بقيمتها كتخصص وكمقياس ينعكس على الطالب بالإيجاب وهذا بنسبة 79.45 %.

خاتمة

من خلال الدراسة المنجزة نؤكدُ على أهمية " التربية الإعلامية " في المجتمع نظرا لانعكاساتها الإيجابية ، والذي يستلزمُ إدماجها في السياقات البحثية والمناهج التعليمية التربوية وكذا المقررات الجامعية بصفة عامة، خاصة في ظل التطور التكنولوجي في مجال الإعلام والاتصال الذي صاحبهُ زخم معرفي ومعلوماتي كبير وضع الفرد أمام كم هائل من المعلومات التي تحتاجُ بالدرجة الأولى إلى فرد ومواطن واعي ذو فكر نقدي وإبداعي وهذا بهدف بناء مجتمع معرفي ذو بنية قوية، وهذا بتدريس التربية الإعلامية في كافة الأطوار وكذا تشجيع الطلبة على فرز ما يستقبلونهُ من مضامين إعلامية بطرق منهجية وهذا بهدف إعداد شباب واعٍ، كما أنّ للتربية الإعلامية دور مهم جدا في نشر الوعي الاجتماعي والسياسي نحو القضايا المختلفة التي يبثها الإعلام باختلاف وسائله وتعددها.

وعليهِ أصبح لزاما على الجامعات وعلى الوزارات الوصية وكذا المؤسسات باختلافها أن تهتم بمجال التربية الإعلامية وتفعيلها لمواجهة التحديات المعاصرة وهذا من خلال إدراجها في السياق البحثي في كافة الأطوار التعليمية بالاعتماد على استراتيجيات ذات أبعاد وظيفية تعودُ بالمنفعة للصالح العام .

توصيات الدراسة:

من خلال ما تقدم في هذهِ الدراسة يقترحُ الباحث الآتي:

- ضرورة ادراج التربية الإعلامية ضمن المقررات الدراسية في كل الأطوار التعليمية لا سيما المرحلة الابتدائية لكونها بداية التنشئة الاجتماعية للأفراد.
- إبراز الدور المهم الذي يعكسهُ تبني التربية الإعلامية على كل فئات المجتمع للفهم الجيد للمضامين الإعلامية التي تتعدد أهدافها وفق سياسيات مؤسسيها.
- ضرورة تفعيل دور الأستاذ في مجال التربية الإعلامية والرقمية، وذلك عن طريق إجراء دورات تدريبية وتكوينية تمكنهُ من بناء نشء مثقف إعلاميا.

- إجراء تنسيق واتصالات بين مختلف مؤسسات المجتمع المدني لتبيان الضرورة الملحة للاهتمام بالتربية الإعلامية كمجال يساعد في الحصول على رأس مال بشري يخدمُ الصالح العام للمجتمع.
- تنمية التفكير الناقد والبناء للفرد، من خلال تمكينه من التكيف مع أنماط الحياة المتغيرة وإكسابه المهارات التي تمكنه من التعامل بموضوعية مع المواقف التي تصادفه.
- القيام بدراسات تكميلية للدراسة الحالية للتعمق والتدقيق في الموضوع للأهمية المنوطة بهِ.

قائمة المراجع:

المؤلفات:

- إحدادن زهير، (2007)، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ط4، الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، الجزائر.
- أنجرس موريس، ترجمة: بوزيد صحراوري، (2006)، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية، دار القصبة للنشر والتوزيع، الجزائر.
- الخالدي ابراهيم خلف سليمان، أحمد محمد، (2016) .*فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك*. الأردن.
- الشميمري فهد بن عبدالرحمان،(2010) . *التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام* .الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- الشريف عبد الله محمد، (1996)، مناهج البحث العلمي دليل الطالب في كتابة الأبحاث والرسائل الجامعية، ط1، مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية.

حسن أحمد جمال. (2015). *التربية الإعلامية*. المنيا، مصر: دار المعرفة.

- خلف عبود، (2015) .*الإعلام والهجرة* .الأردن: دار حامد.

عبد الحميد محمد، (2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة.

– عبد الهادي الفضلي، (2007)، أصول البحث، مؤسسة دار الكتاب الإسلامي قم، إيران.

- صالح بن حمد العسّاف، (1989)، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، مكتبة العبيكان، الرياض.

الأطروحات:

- خنفر نعيمة، (2019) . واقع التربية الإعلانية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة على عينة من طلبة الإعلام والاتصال، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال .أم البواقي–الجزائر :– جامعة العربي ين مهيدي.
- سناني عبدالناصر، (2011–2012)، الصعوبات التي يواجهها الأستاذ الجامعي المبتدئ في السنوات الأولى من مسيرته المهنية، دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة باجي مختار، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة منتوري محمود قسنطينة.

- واضح عصام، (2018) .*التربية الإعلامية كآلية لمواجهة الاغتراب الثقافي لدى الشباب*، دراسة ميدانية على لعينة من تلاميذ السنة الثالثة ثانوي بثانوية الحاج الخير خير – مقرة–، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال المسيلة–الجزائر :جامعة محمد بوضياف .

المقالات:

- بلقاسي كريم، (مارس 2017)، دور مناهج التعليم الجامعي في تحقيق التربية الإعلامية، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، ص 111-134.
- نهى السيد أحمد ناصر (أفريل 2016)، التربية الإعلامية ودورها في بناء شخصية المعلم .*المجلة العلمية لكلية التربية النوعية*.
- ماهر اسماعيل صبري،(مارس 2009)، مفاهيم مفتاحية في المناهج وطرق التدريس، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، المجلد الثالث، العدد الثاني.
- Alexander fedorov, (december 2018), media education around the world : brief history, media education journal, volume 1, number 2.
- Makhoul hayat ,(2003), la communication pédagogique au sein de l'institution scolaire, annales de philosophie et des sciences humaines, n13
- Nikolaeva and others . (2017). strategy of media education: philosophical and pedagogical aspects . journal of history culture qnd art research ;pages ;138 -132.
- David buckingham. (2001). media education: a global strategy for development . unesco ;pages ; 18-1.

المداخلات:

- جاب الله حكيمة، مقبل نسيمة، (30–31 ديسمبر 2019) التربية الإعلامية وتحديات الإعلام الجديد . *الملتقى العلمي الدولي المعاصر للعلوم التربوية والاجتماعية والانسانية والادارية والطبيعية* .اسطنبول تركيا :شبكة المؤتمرات العربية .

مواقع الأنترنت:

- المهاجر الحر، (12 09 ,2010) .التربية الإعلامية.. لماذا منتديات *ستار تايمز* على الرابط:
https://www.startimes.com/?t=25265731
- admin: csem. (2013, 05 22). *conseil supérieur de léducation aux médias*. sur http://www.cationauxmedias.eu
- Media smart. (s.d.). the importance of media education, canada's centre for digital and media litercy **sur**: https://mediasmarts.ca/digital-media-literacy/media-issues/diversity-media/aboriginal-people/importance-media-education
- paper, s. a. (2018, july 2). *medium* the importance of media leteracy **sur :** https://medium.com/@saltandpaper/the-importance-of-media-literacy-783e81b2c272