

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -
كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية
قسم علوم الإعلام و الإتصال

الموضوع:

العلاقة بين التكوين الإعلامي الأكاديمي و تشكيل الرؤية

النقدية لدى طلبة علوم الإعلام و الإتصال

دراسة ميدانية أجريت على طلبة علوم الإعلام و الإتصال في جامعات:
الجزائر - قسنطينة - مستغانم

مذكرة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال تخصص تكنولوجيا وسائل
الإعلام و المجتمع

إشراف:

د/ العربي بوعمامة

إعداد الطالبة:

بن نونة نادية

اللجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
أ.د عطاء الله أحمد	أستاذ محاضر أ	مستغانم	رئيسا
د العربي بوعمامة	أستاذ محاضر أ	مستغانم	مقررا و مؤطر
د أمينة خالدي	أستاذ محاضر أ	مستغانم	مناقشا
د توفيق شليح	أستاذ محاضر أ	وهران 2	مناقشا
د بلحاج حسنية	أستاذ محاضر أ	وهران 2	مناقشا

السنة الجامعية: 2018/2017

شكر

نشكر الله عز وجل الذي منحني القدرة على إنجاز هذا العمل المتواضع ، كما أتقدم
بجزيل الشكر و العرفان:

- إلى الأستاذ المشرف على هذه المذكرة السيد الدكتور: العربي بوعمامة على
تحمله معي أعباء هذا العمل والذي لم ييخل علي بنصائحه و توجيهاته
القيمة .

- كما أخص بالشكر كل الأساتذة الذين أبدوا إهتمام واسعا بموضوع الدراسة
، وأفادوني بآرائهم و مساعدتهم

- و الشكر موصول إلى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل العلمي .

إهداء

أهدي عملي هذا إلى والدي الكريمة - شفاها الله -

إلى والدي العزيز

إلى زوجي وقرّة عيني: إبنتي شيراز.

إلى كل عائلتي وعائلة زوجي.

إلى كل الأصدقاء، و إلى كل طالب علم في شتى المجالات.



أ.....	الشكر
ب.....	الاهداء
ت.....	فهرس المحتويات
د.....	فهرس الجداول
02.....	مقدمة عامة

الجانب المنهجي

07.....	الاشكالية
11.....	أهمية الدراسة
12.....	أسباب إختيار الموضوع
12.....	أ- الأسباب الموضوعية
13.....	ب- الأسباب الذاتية
13.....	الأهداف
14.....	تحديد مفاهيم الدراسة
14.....	مفهوم التكوين الإعلامي
16.....	علوم الإعلام و الاتصال
17.....	مفهوم الرؤية النقدية
20.....	مفهوم طالب علوم الإعلام و الاتصال
21.....	الدراسات السابقة

الجانب النظري

الفصل الأول: مدخل بنيوي وظيفي لنسقية التكوين الجامعي

33.....	مقدمة
34.....	المبحث الأول: ماهية التكوين الجامعي
34.....	المطلب الأول: مفهوم التكوين الجامعي و أسسه
37.....	المطلب الثاني: عناصر العملية التكوينية

41	المبحث الثاني: أهداف و وظائف التكوين الجامعي
41	المطلب الأول: مقاصد التكوين الجامعي و مبادئه
46	المطلب الثاني: وظائف التكوين الجامعي
48	المبحث الثالث: نموذج التكوين و أنواعه
48	المطلب الأول: نماذج التكوين الجامعي
51	المطلب الثاني: أنواع التكوين الجامعي
52	المبحث الرابع: التكوين في الجامعة الجزائرية
52	المطلب الأول: مراحل التكوين الجامعي في الجزائر
55	المطلب الثاني: أنظمة التكوين الجامعي في الجزائر
61	المطلب الثالث: معوقات التكوين الجامعي في الجزائر
63	خاتمة

الفصل الثاني: التكوين الإعلامي الجامعي

65	مقدمة
66	المبحث الأول : التكوين الاعلامي الجامعي : بدايته ، أهميته ، معايير الدولية
66	المطلب الأول : الارهاصات الأولى للتكوين الإعلامي
70	المطلب الثاني: أهمية التكوين الإعلامي
71	المطلب الثالث المعايير الدولية للاعتماد الأكاديمي في مجال الدراسات الاعلامية
74	المبحث الثاني: التكوين الإعلامي الجامعي :فلسفته ، مشاكله ، تحليله الرباعي
74	المطلب الأول : فلسفة و إستراتيجية التكوين الإعلامي
75	المطلب الثاني: مشاكل التكوين الإعلامي الجامعي في الوطن العربي
79	المطلب الثالث : التحليل الرباعي للتكوين الإعلامي الجامعي
81	المبحث الثالث: التجربة الإعلامية التكوينية في الجزائر
81	المطلب الأول: المدرسة الوطنية للصحافة
87	المطلب الثاني : التكوين الإعلامي وفق نظام ل م د
91	المطلب الثالث : ملامح التكوين الاعلامي في الجزائر
93	المبحث الرابع : قراءة نقدية للبرامج التكوينية و طرق التدريس

93	المطلب الأول: البرامج التكوينية وطرق التدريس في علوم الإعلام والاتصال
	المطلب الثاني: محتوى برامج علوم الاعلام والاتصال حسب المقررات البيداغوجية
102	الحالية
	المطلب الثالث: عرض نقدي بناء لإستراتيجية التكوين الإعلامي في الجزائر ، و أبرز
110	رهانات
	خاتمة

الفصل الثالث: مقارنة نظرية للنقد الإعلامي

120	مقدمة
121	المبحث الأول: ماهية النقد الإعلامي
121	المطلب الأول: مفهوم النقد الإعلامي ، والمفاهيم المشابهة له
130	المطلب الثاني: نشأة النقد الإعلامي ووظائفه
132	المطلب الثالث: أنواع النقد الإعلامي
135	المبحث الثاني: شروط ومناهج النقد الإعلامي
135	المطلب الأول: مفهوم الناقد الإعلامي والتزاماته
141	المطلب الثاني: مراحل النقد الإعلامي
143	المطلب الثالث: مناهج النقد الإعلامي
146	المبحث الثالث: التعامل مع وسائل الإعلام
146	المطلب الأول: مهارات التعامل مع الرسائل الإعلامية
150	المطلب الثاني: مهارات التعامل مع المضامين الإعلامية حسب نموذج لازويل
156	المطلب الثالث: واقع النقد الإعلامي العربي
158	المبحث الرابع: النظرية النقدية في علوم الإعلام و الاتصال
158	المطلب الأول: نشأة وتيارات المدرسة النقدية
161	المطلب الثاني: أبرز مفاهيم النظرية النقدية
161	المطلب الثالث: اسهامات المدرسة النقدية في مجال النقد الإعلامي
165	خاتمة

الجانب التطبيقي

167	المقدمة.....
168	نوع الدراسة والمنهج المستخدم.....
169	مجتمع البحث و العينة.....
172	مجالات البحث.....
172	1- المجال المكاني.....
172	2- المجال الزمني.....
173	الاستمارة.....
174	1-الموضوعية و التقنين.....
174	2-خطوات بناء الاستبيان.....
175	1-2 المراجع العلمية التي درست التكوين الإعلامي الجامعي.....
175	أ-حسب ما جاء في الكتب.....
176	ب-حسب ما جاء في المجالات العلمية.....
177	ج-حسب ما جاء في الرسائل الجامعية.....
178	د-حسب ما جاء في عروض التكوين لشعبة علوم الاعلام و الاتصال.....
181	الأهداف العلمية المعرفية.....
185	2-2 عناصر الرؤية النقدية.....
185	أ-حسب ما جاء في الكتب.....
189	ب-حسب ما جاء في المجالات العلمية.....
195	- صدق الاتساق الداخلي للمحاور الأداة.....
195	1-التكوين الاعلامي الأكاديمي.....
196	2- الرؤية النقدية الاعلامية.....
197	- صدق الاتساق الداخلي لمحاور أداة التكوين الأكاديمي الإعلامي.....
199	المحور الأول : أهداف علمية معرفية.....
199	المحور الثاني :التنمية المهنية و التدريب المهني.....

فهرس المحتويات

201	المحور الثالث: أهداف خدمة المجتمع
203	المحور الرابع: أهداف نشر المعرفة
204	المحور الخامس: أهداف إقتصادية
206	صدق الاتساق الداخلي لمحاور أداة الرؤية النقدية الاعلامية
206	المحور الأول: التعامل مع المضمون الاعلامي
208	المحور الثاني : التصور الذهني للمضمون الاعلامي
210	المحور الثالث: تقييم المضمون الاعلامي
215	عرض نتائج علاقة التكوين الإعلامي بتشكل الرؤية النقدية حسب متغير التخصص
243	مناقشة الفرضيات
249	النتائج العامة
251	التوصيات
254	خاتمة عامة

قائمة المراجع

الملاحق

الملخص

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يمثل مجموع طلبة الإعلام في جامعة مستغانم، قسنطينة و الجزائر 3.	166
02	يمثل نسب عينة الدراسة في كل من جامعة مستغانم، قسنطينة و الجزائر 3.	167
03	يوضح سلم تصحيح الإستهبيان	170
04	يوضح صدق الإتساق الداخلي لمحاور أداة التكوين الإعلامي	191
05	يبين ثبات أداة التكوين الإعلامي	192
06	يوضح صدق الإتساق الداخلي لمحاور أداة الرؤية النقدية	192
07	يبين ثبات أداة الرؤية النقدية	193
08	يوضح قيم معاملات الإرتباط بيرسون بين كل عبارة ومحور أهداف علمية معرفية	194
09	يمثل ثبات مجور الأهداف العلمية المعرفية	195
10	يوضح قيم معاملات الإرتباط بيرسون بين كل عبارة ومحور أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني	196
11	يمثل ثبات مجور أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني	196
12	يوضح قيم معاملات الإرتباط بيرسون بين كل عبارة ومحور أهداف خدمة المجتمع	197
13	يمثل ثبات مجور أهداف خدمة المجتمع	198
14	يوضح قيم معاملات الإرتباط بيرسون بين كل عبارة ومحور أهداف نشر المعرفة	199
15	يمثل ثبات مجور أهداف نشر المعرفة	200

201	يوضح قيم معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة ومحور الأهداف الاقتصادية	16
201	يمثل ثبات مجور الأهداف الاقتصادية	17
203	يوضح قيم معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة ومحور التعامل مع المضمون الإعلامي	18
203	يمثل ثبات مجور التعامل مع المضمون الإعلام	19
205	يوضح قيم معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة ومحور التصور الذهني للمضمون الإعلامي	20
205	يمثل ثبات مجور التصور الذهني للمضمون الإعلامي	21
207	يوضح قيم معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة ومحور تقييم المضمون الاعلامي	22
208	يمثل ثبات مجور تقييم المضمون الاعلامي	23
209	يوضح عدد العبارات لكل محور من محاور الاستبيان بعد الاتساق الداخلي	24
211	يمثل الإحصاء الوصفي و عدد العينة حسب متغير التخصص	25
212	يمثل تحليل التباين-اختبار- amova لتوضيح اختبار ficher للمقارنة بين مختلف التخصصات الإعلامية على مستوى أهداف التكوين الإعلامي.	26
214	يمثل نتائج إختبار (Isd) للمقارنة بين مختلف التخصصات الإعلامية حول الأهداف العلمية و المعرفية للتكوين الإعلامي.	27
217	يمثل إختبار (Isd) للمقارنة بين مختلف التخصصات الإعلامية حول أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني للتكوين الإعلامي.	28

219	يمثل اختبار (Isd) للمقارنة بين التخصصات الإعلامية حول أهداف خدمة المجتمع للتكوين الإعلامي.	29
221	يمثل إختبار (Isd) للمقارنة بين مختلف التخصصات الإعلامية حول أهداف نشر المعرفة للتكوين الإعلامي.	30
224	يمثل اختبار (Isd) للمقارنة بين التخصصات الإعلامية حول الأهداف الاقتصادية للتكوين الإعلامي.	31
225	يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين مجموعتين مستقلتين (ليسانس - ماستر) في الأهداف العلمية المعرفية للتكوين الإعلامي.	32
226	يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين مجموعتين مستقلتين (ليسانس - ماستر) في الأهداف المهنية و التدريب المهني للتكوين الإعلامي.	33
228	يمثل إختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين مجموعتين مستقلتين (ليسانس - ماستر) في أهداف خدمة المجتمع للتكوين الإعلامي.	34
229	يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين مجموعتين مستقلتين (ليسانس - ماستر) في أهداف نشر المعرفة للتكوين الإعلامي.	35
230	يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين مجموعتين مستقلتين (ليسانس - ماستر) في الأهداف الاقتصادية للتكوين الإعلامي.	36
231	يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين الطلبة الممارسين و غير الممارسين للمهنة الإعلامية في الأهداف العلمية المعرفية للتكوين الإعلامي.	37
232	يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين الطلبة الممارسين و غير الممارسين للمهنة الإعلامية في الأهداف المهنية و التدريب المهني.	38

234	يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين الطلبة الممارسين و غير الممارسين للمهنة الإعلامية في أهداف خدمة المجتمع للتكوين الإعلامي.	39
235	يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين الطلبة الممارسين و غير الممارسين للمهنة الإعلامية في أهداف نشر المعرفة للتكوين الإعلامي.	40
236	يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين الطلبة الممارسين و غير الممارسين للمهنة الإعلامية في الأهداف الاقتصادية للتكوين الإعلامي.	41
238	يمثل معامل الارتباط بيرسون بين أهداف التكوين فيما بينها.	42
239	يمثل معامل الارتباط بيرسون بين عناصر الرؤية النقدية فيما بينها.	43
241	يمثل معامل الارتباط بيرسون بين عناصر الرؤية النقدية و أهداف التكوين الإعلامي.	44
244	يمثل معامل الارتباط بيرسون بين التكوين الإعلامي و الرؤيا النقدية.	45

مقدمة

عامّة

مقدمة:

يعتبر التكوين الجامعي في العديد من دول العالم عملية تحول فرضتها معطيات العصر الراهن الذي، يشهد نموا كيميا و نوعيا ،يعود أساسا إلى الارتباط الوثيق القائم بينه و بين النمو الإقتصادي و الرفاه الإجتماعي ،فالتكوين الجامعي يعد أهم ركيزة لإنتاج موارد بشرية مساهمة في المجتمع تقيم بمدى تأثيرها من خلال الخبرة التي تطبعها، و هو أهم رهان تسعى لتحقيقه مختلف الجامعات ،حيث يتجلى دورها في ترشيد المجتمع و ترقيته و تكوين رأس ماله المعرفي الذي تقاس به درجة تقدم المجتمعات،أضف إلى ذلك فهو يعمل على تنمية الشخصية المستقلة و الفكر الحر للمتخرج .و لأجل بلوغ هذه الأهداف تسعى الجامعة الجزائرية لإنشاء و تطوير صروح تعليمها العالي يمكنها من بلوغ مصاف الجامعات العالمية في جميع التخصصات العلمية.

و لعل تخصص علوم الإعلام و الاتصال واحد من أهم التخصصات التي تعنتي به الجامعة الجزائرية، لأنه يمس قطاعا حساسا في البلاد.

فحقل علوم الإعلام و الاتصال يمثل بعدا مهما و مجالا أساسيا في الدراسات الاجتماعية و الإنسانية الحديثة، إذ أخذ حيزا معرفيا و إبستمولوجيا معتبرا في التنظير والتأسيس، فهو يرتبط أساسا بالاعتماد على التكنولوجيا و نظم وسائل الإعلام الحديثة، و يركز على مقارنة سيرورة عمليات التواصل و الإعلام، و بحث مكوناتها المتشابهة ،و تأثيراتها ضمن السياق المجتمعي العام خاصة في ظل التعدد الهائل و التنوع الكثير في الوسائل الإعلامية اليوم.

فالبينة المتشعبة بالرسائل الإعلامية التي أصبح يعيش فيها الإنسان المعاصر اليوم أصبحت تعكس الأغراض التي أصبحت تستخدم من أجلها هذه الوسائل التي تختلف من شخص إلى آخر. وكثيرا من هذه الأغراض تحدث أحيانا بدون وعي من الشخص .فالوظيفة الإخبارية تكون هي الهدف الأنبل من أجل استقاء الأخبار بكافة

أنواعها ،و الوظيفة الإعلامية التعليمية المنحصرة في جمع المعلومات المقدمة في سن مجالات الحياة المختلفة لإكساب المتلقي مهارات جديدة ،وهناك وظيفة أخرى وهي وظيفة ترابط المجتمع ونقل تراثه وقيمه وتقاليدته ولغته والمحافظة على تماسكه ووحدته وحماية كيانه ومعتقداته. أما الترفيه وتحقيق بعض الاشباع النفسية والاجتماعية يستخدمها الفرد المتلقي من أجل إزالة توتره وتسليته وتحرره. وهناك أهداف أخرى كالإعلان والترويج من أجل تنشيط الحركة الاقتصادية والتجارية، وظيفة أخرى مكملة للوظائف الأخرى المذكورة سابقا ولا تتفصل عنها هي وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات والمواقف.

إنطلاقا من هذه الوظائف يمكننا أن نقدم تعريفا بسيطا للإعلام فهو: نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية عبر وسائل الإعلام والنشر بقصد التأثير. لا يمكننا أن نمر مرور الكرام على آخر كلمة في التعريف يجب أن نضع تحتها مئة سطر بالأحمر.

- فمن الحقائق الثابتة في جل البحوث الإعلامية الأكاديمية وحتى التطبيقية أن وسائل الإعلام تؤثر في الأفراد والمجتمعات وقد يختلف تأثيرها حسب وظائفها وطريقة استخدامها والظروف الاجتماعية والثقافية وحتى لو اختلف الأفراد أنفسهم كما نجد أن التأثير قد يكون قصير أو متوسط أو بعيد المدى حسب ما تغنت به النظريات الكلاسيكية أو حتى الحديثة في علوم الإعلام والاتصال.

- أما النقطة المهمة التي إعتنت بدراستها البحوث الاعلامية ،وأسالت الكثير من حبر الباحثين في مجال الإعلام والاتصال وهي : إيجابية وسلبية تأثير وسائل الإعلام على الأفراد وهي تتجسد في عدة مظاهر أهمها:

تغيير المواقف والإتجاهات الفرد، أو التغيير المعرفي وتغيير القيم غير التنشئة الإجتماعية وتغيير السلوك. خاصة مع ما أثبتته الدراسات أن الطفل العربي قبل أن يبلغ الثامنة عشر يكون قد أمضى أمام شاشة التلفزيون عددا من الساعات أكثر من

تلك التي قضاها في المدرسة. هذا يعني أنه يقضي وقتا طويلا من عمره متعرضا لوسائل الاعلام.

فوسائل الإعلام تتباين من حيث قدرتها على تحقيق إتصال ناجح وإنجاز الأهداف المنشودة من العملية الإعلامية وهي إحداث التأثير وهنا يأتي دور النقد الإعلامي الذي ينصب اهتمامه على تقييم وإثراء العملية الإعلامية، من خلال الإعتماد على جملة من العمليات العقلية المتداخلة القائمة على منظومة فكرية مؤسسة على رؤية منهجية و علمية، يتم من خلالها وصف المضامين الإعلامية وفقا لمظاهرها الشكلية و الضمنية، و تحليلها و تفسيرها و تقييمها للحكم عليها بالسلب أو الإيجاب، بجميع أبعادها الجمالية و خلفياتها الفكرية الثقافية و الاجتماعية بهدف الكشف عن مدى توافر متطلبات عناصر العمل الإعلامي بطريقة تجعل منه أكثر قربا للفهم لدى المتلقي، فيثري ذلك حسه النقدي.

وعليه سنحاول من خلال هذه الدراسة الوقوف على العلاقة الرابطة بين العملية التكوينية لطالب علوم الإعلام والاتصال ورؤيته النقدية لجميع المضامين الإعلامية المعروضة عليه. وبناءا على هذا الانشغال كيفت خطة البحث بما يتماشى والأهداف المتوخاة من هذه الدراسة وقد أعتمدت الخطة كالآتي:

أولا الجانب الأول المتعلق بالإطار المفاهيمي والمنهجي، والذي تضمن كل من إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، تحديد المفاهيم المدروسة، وتبيان أهميتها وأسباب إختيار موضوعها بالإضافة إلى الأهداف المنشودة منها، و في نهاية هذا الفصل تم التطرق إلى الدراسات المشابهة التي كانت لها علاقة بموضوع الدراسة.

- وقد تناول الجانب الثاني المتعلق أساسا بالإطار النظري ثلاث فصول أساسية إنطوت تحت عنوان :

1- مدخل بنيوي وظيفي لنسقية التكوين الجامعي.

2- التكوين الاعلامي الجامعي.

3- مقارنة نظرية للنقد الاعلامي.

أما الجانب الثالث فقد تعلق بالدراسة التطبيقية ، والذي تضمن نوع الدراسة و التعريف بالمنهج المستخدم فيها،و مجتمع البحث والعينة و أداة مع البيانات . كما تم التطرق أيضا إلى الإجابة على التساؤلات المطروحة عن طريق التحليل الكمي والكيفي وفي الأخير تم تبيان نتائج الدراسة والتي على ضوءها تم تقديم مجموعة من التوصيات التي تتضمن مقترحات تتعلق بسبيل الارتقاء بالتكوين الإعلامي لضمان رؤية نقدية سليمة ومجدية عند طالب علوم الإعلام والاتصال.

الحياتية

المنهجية

الاشكالية:

مما لا شك فيه أن التطور العلمي و التكنولوجي اليوم ساهم بدور بارز في إحداث تغيرات جوهرية و عميقة في جل مجالات الحياة:الإقتصادية منها و الإجتماعية و التقنية و الثقافية، و قد تمخص عنه منظومة مفاهيمية حديثة أهمها: العولمة ، إقتصاد المعرفة، الثورة المعلوماتية، تكنولوجيا الإتصالات ، التنمية البشرية، مجتمع الشبكات، التنمية المستدامة، قرية المعلومات،...إلى غير ذلك من الصيغ و المصطلحات التي أعطت قوة للمجتمع المعاصر و ميزته بمجتمع المعرفة .فلا يمكن تجاهل حقيقة أن وسائل الإعلام أصبحت متاحة للجميع بمختلف أشكالها و تقنياتها التكنولوجية المستحدثة، فأصبحت بذلك المصدر الأساسي للوصول إلى المعلومة و بلورة المفاهيم و المواقف لدى الأفراد،و ترسيخ القيم و المبادئ و بناء المجتمعات .

و هذا ما إستدعى إستنتاج و إثارة تفكير العديد من الفاعلين في سلك البحوث الإعلامية و الدراسات الإنسانية و الاجتماعية إلى الحديث عن وسائل الإعلام ،و إلحاق مختلف سلبيات المجتمع من الإنسلاخ من الواقع و تنقيته بالإعلام المزيف و الدعاية المغرضة مع تشجيعه على الإستهلاك نتيجة حبسه رهين الإعلانات التجارية المبينة عبر مختلف الوسائل الإعلامية ،مع إعجابه بمنتجات ذات الطابع التهكمي المسلي الفكاهي، كما يعاب على وسائل الإعلام أيضا أنها تنافس المدرسة ،و حتى الأسرة في التنشئة الاجتماعية للفرد الذي أبعده عن المطالعة، و مجالسة الكتاب إلى تصفح أوراق النت ،و مواقع التواصل الإجتماعي الحديثة فنقلته بذلك من عالمه الحقيقي إلى العالم الافتراضي المجرد¹ .

و عند تصفح مختلف بحوث التأثير في الدراسات الإعلامية نجد أن وسائل الإعلام هي مسببا للكثير من العلل التي يعاني منها المجتمع اليوم.

1 - نصر الدين العياضي، التعامل مع وسائل الإعلام:الأسس و الأدوات ،دائرة الثقافة و الإعلام،الشارقة،2006ص88

الجانب المنهجي

ولكن في الواجهة المقابلة لهذه المخلفات السلبية لوسائل الإعلام إتجهت بحوث علمية أخرى تسعى لمعرفة الأثر الإيجابي لها و طرق الإستفادة منها، وذلك إنطلاقاً من وظائفها المحددة في مجموعة من الصلاحيات المخولة لها¹، والتي عرفت الإنسانية منذ ظهور وسائل الإتصال الجماهيرية من تقنية الطباعة و الصحف ،وصولاً إلى التقنيات الواسعة المدى كالأنترنت.و قد أوجزها هارولد لازويل فيما يلي²:المراقبة و ربط أجزاء المجتمع إعتياداً على جمع المعلومات و توزيعها بما يساعد الفرد على الإنسجام ضمن النظام الإجتماعي بواسطة تثبيت مبادئه وقيمه،السبب الذي يسهم في ترابطه بالشكل الذي يجعله متماسكاً.إضافة إلى وظيفة التسلية التي أضافها تشارلز رايت سنة 1960 و تتمثل في إحتواء عوامل التوتر الإجتماعي لكي يحافظ على توازنه و تماسكه.

بين الآثار السلبية و الإيجابية لوسائل الإعلام يبقى التكوين الإعلامي هو الفاصل لدى الطالب المتخصص في الإعلام لأنه يميز بين الجيد و الرديء لما يتعرض له من رسائل ومضامين إعلامية .

فتسطير الأهداف التكوينية كأول خطوة ضمن إنشاء أي مساق بيداغوجي على غرار الإعلام يساهم في إكساب الطالب بالمعرفة العلمية المتخصصة ،و تطوير قدراته، و تنمية مهاراته النظرية و التطبيقية التي تمكنه من تعديل سلوكاته وتأهيله ،و إعداد كإطار مهني³ في مجال تخصصه يسهر على ضمان إنتاج المعرفة، و تقدير معلومات وخبرات مفادها كبح عرقلة تطور المجتمع مع العمل على دراسته ،و فهمه و حل مشاكله. فمساهمة الجامعة في تكوين كفاءات قادرة على مباشرة عملية التنمية ومواكبة التطور العلمي و التكنولوجيا يعتبر من أسمى وظائفها.

¹-أحمد مختار عمر ، معجم اللغة العربية المعاصرة ،عالم الكتب ،القااهرة،ط2008، 1،ص19

²- عوض أبراهيم عوض ،نظريات الإتصال العالمية ،مجلة تفكر ،المجلد 2،العدد 2،2000،ص124-125

³-وزارة التعليم العالي و البحث العلمي ،نموذج مطابقة ،عرض تكوين ليسانس أكاديمية ،تخصص إعلام ،2016/2017،ص 07

الجانب المنهجي

إن التكوين الإعلامي،¹ الذي يعد واحدا من الحقول العلمية الحديثة في فروع الدراسات الجامعية يعتبر تخصصا حديث الولادة، تمخض عن الإشتقاق من جملة من العلوم: الإنسانية منها و الاجتماعية، النفسية و العلمية و الرياضية .. لذلك سمي بالعلم المتعدد التخصصات أو العابر لها، و يعود الفضل في ذلك إلى رئيس جامعة واشنطن روبرت لي ROBERT LEE الذي يعد أول من إقترح تكوين جامعي يخصص الاعلاميين ، و كان ذلك سنة 1869² ثم بدأ يتطور و يتغلغل إلى باقي جامعات و معاهد العالم، إلى أن أسس لنفسه مكانة كعلم معترف به.

فهذا الفضاء العلمي الإعلامي يسعى إلى تقديم معرفة فكرية مستحدثة للطالب المتخصص، و تزويده بمهارات وقدرات عديدة، يوظفها أثناء القيام بمهنته في المؤسسة الإعلامية كما يطبقها أيضا خلال حياته اليومية المشبعة بالرسائل الإعلامية ، فيستخدم بذلك ملكة عقله بشكل إيجابي أثناء التعامل مع مختلف هذه الرسائل من خلال عمليات التمهيص و التقفي للخطأ بالاعتماد على معايير و قيم معينة، مارا بجملة من الخطوات من أجل القدرة على الفهم والتعبير عن المعنى المرتبط بشكل ومضمون الرسائل الإعلامية ، للوصول إلى تحديد المعاني الظاهرية لها التي تتعلق بقيمها ومقوماتها ، وذلك من خلال الاعتماد على الأدلة والحجج المنطقية لتأويل العمل الإعلامي ثم الحكم عليه إما بالقبول أو الرفض³.

فتكون لديه بذلك رؤية نقدية منبثقة من قراءة متبصرة و معمقة في صلب المضمون الإعلامي ، فمجموع هذه العمليات العقلية الذهنية المبنية على جملة من الخبرات السابقة تساعد على وضع أسس التعامل مع الرسائل الإعلامية⁴ إذ يتيح له تقييم المضامين الإعلامية على اختلافها و اتساع مجالاتها و تنوعها من سياسية و اقتصادية و ثقافية و رياضية و كما الترفيحية منها.

¹ -مي عبد الله: إشكالية علوم الإعلام و الاتصال و انعكاساتها على واقع البحوث العربية، مؤتمر التعليم العالي، مؤسسة الفكر العربي

² - E .Emery P.ault .w.agee.introduction on to mass communication dodd mead et company 1970.pp377-378-

³ - محمد أنور إبراهيم فرج : التفكير الناقد وقضايا المجتمع المعاصر، المكتبة الانجلوسكسونية، القاهرة ، 2006، ص 100

⁴ - عبد القادر بن الشيخ ، "الناقد وسيط اتصالي" مجلة الإذاعات العربية الصادرة عن اتحاد الإذاعات العربية عدد01، 2000 ص27

الجانب المنهجي

من خلال حديثنا عن التكوين الإعلامي و الرؤية النقدية لدى طالب علوم الإعلام و الإتصال سنحاول فهم و تبصير العلاقة الرابطة بين المفهومين، وعليه يمكننا أن نطرح التساؤل العام كالآتي:

- هل توجد علاقة التكوين الإعلامي بتشكيل الرؤية النقدية الإعلامية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال؟

وبناء على دراسة هذه العلاقة الرابطة بين مفهومي الدراسة (التكوين الإعلامي / الرؤية النقدية الإعلامية) من خلال ثلاث متغيرات أعتمدت أثناء الدراسة الميدانية و هي: التخصص الإعلامي، المستوى الدراسي و الممارسة المهنية ، تبلورت التساؤلات الفرعية كالآتي:

- هل توجد علاقة التكوين الإعلامي بتشكيل الرؤية النقدية الإعلامية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال حسب متغير التخصص الإعلامي؟

- هل توجد علاقة التكوين الإعلامي بتشكيل الرؤية النقدية الإعلامية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال حسب متغير المستوى الدراسي؟

- هل توجد علاقة التكوين الإعلامي بتشكيل الرؤية النقدية الإعلامية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال حسب متغير الممارسة المهنية؟

و كإجابة مقترحة مؤقتة للتساؤلات المطروحة سابقا إرتأينا الفرضيات التالية:
الفرضية الرئيسية:

توجد علاقة بين التكوين الإعلامي و تشكيل الرؤية النقدية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال.

و قد أشتقت منها فرضيات فرعية جاءت على النحو التالي:

- توجد علاقة بين التكوين الإعلامي و تشكيل الرؤية النقدية لدى طالب علوم الإعلام و الإتصال حسب متغير التخصص الإعلامي.

- توجد علاقة بين التكوين الإعلامي و تشكيل الرؤية النقدية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال حسب المستوى الدراسي.
- توجد علاقة بين التكوين الإعلامي و تشكيل الرؤية النقدية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال حسب الممارسة الإعلامية.

1- أهمية الدراسة:

تتوقف أهمية الدراسة على أهمية الظاهرة التي يتم تناولها وعلى قيمتها العلمية والنتائج التي ستحققها والتي يمكن أن تفيدنا في إكتشاف حقائق تستطيع الإستناد إليها في إثبات حقيقة ظاهرة التكوين الإعلامي وعلاقته بإنماء الحس النقدي عند الطلبة المتخصصين في الإعلام والاتصال أو جعلها منطلق لبحوث ودراسات لاحقة .

سنسعى من خلال هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على موضوع التكوين الإعلامي ومدى علاقته بتشكيل الرؤية النقدية لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال.

- حيث يستمد هذا الموضوع أهميته من طبيعة الموضوع المتعامل معه: وهو التكوين الإعلامي ومدى نجاعته في تأهيل الطلبة المتخصصين في الإعلام بتشكيل رؤية نقدية إتجاه المواد المعروضة عليهم عبر وسائل الإعلام المختلفة ومن خلال النتائج المتوصل إليها سنخاطب بها الجهات الوصية على تصميم المناهج والمقررات الدراسية الجامعية في علوم الإعلام والاتصال إلى إعادة النظر في الأمر.

إن هذا الموضوع يكتسي أهمية لدى المتكويين أنفسهم حتى يطلعوا أكثر على المسؤوليات التي تنتظرهم بعد التخرج ، ليس للقيام بالعمل الإعلامي فحسب، بل حتى للتعامل مع كل ما يقدم عبر وسائل الإعلام التي تتعامل بتكنولوجيا مختلفة وحديثة تؤثر على مستوى السلوكات

الجانب المنهجي

والمواقف والعادات والأفكار والآراء عند الأفراد لذلك يوجد إقرار رسمي متزايد بأهمية تعليم الإعلام من طرف صناع القرار والمكونين¹

كما تتبثق أهمية هذه الدراسة في كونها تمثل مرجعية للباحثين الراغبين في إثراء هذا الموضوع، بما يسمح بتحقيق التراكم المعرفي في عملية البحث العلمي .

وقد تشكل أهمية هذه الرسالة أحد أهم مصوغات إختيارها، والتي يمكن تبريرها كذلك كالاتي:

أسباب إختيار الموضوع:

يعتبر موضوع البحث هو موضوع التفكير نفسه، فهو مركز الإهتمام الذي يتمفصل حوله مجموعة من مشكلات البحث المحتملة، إنه بعبارة أخرى: الفكرة العامة التي تتضمن مشكلات بحث مختلفة، ويقع الإختيار عليه في سياق ظاهرة معينة أو ظرف خاص.²

وإن مرحلة إختيار الموضوع هي من المراحل الحساسة والمهمة في البحث العلمي ، فعليها يتوقف نجاح مسار الدراسة بأكمله باعتبارها نقطة الإنطلاقة.

ومن أهم الأسباب التي دفعتنا للقيام بهذه الدراسة:

أ- الأسباب الموضوعية:

- ندرة المادة العلمية المزروجة لمفهومي التكوين الإعلامي والرؤية النقدية الإعلامي كانت دافعا لإجراء هذه الدراسة.

- جدية الموضوع ،و أهميته العلمية باعتباره محط نقاش و جدل واسع .

- تزايد الاهتمام بموضوعي التكوين الاعلامي الجامعي و النقد الاعلامي ،في الآونة الأخيرة عبر مختلف المحافل العلمية و الإعلامية على حد سواء .

- محاولة الوقوف على أهداف التكوين الإعلامي باعتباره عملية هامة لها مميزاتها و خصائصها التي تساهم في العملية التراكمية للعلم و المعرفة في الجامعة الجزائرية .

¹- فهد بن عبد الرحمان الشميمري: التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، .

2010،ص19

²- ألان لارامي،برنارد فالي تر مجموعة أساتذة البحث في الاتصال عناصر منهجية 2، منشورات مخبر بحث علم الاجتماع والاتصال والترجمة جامعة قسنطينة، 2009، ص109.

الجانب المنهجي

- قابلية الموضوع للدراسة من حيث القدرة و إمكانية الوصول إلى مصادر المعلومة

ب- الأسباب الذاتية :

لا يخلو أي بحث علمي من رغبة ذاتية تدفع إلى إنجازه ، ولعل ما يدفع إلى معالجة هذا الموضوع من هذه الزاوية هو:

- الرغبة في إثراء الرفوف المكتبية بمادة علمية حول الظاهرة محل الدراسة (التكوين الإعلامي والرؤية النقدية).

- الشغف العلمي ، و الإهتمام الشخصي بموضوع التكوين الإعلامي و الرؤية النقدية عند طالب علوم الاعلام و الاتصال .

الأهداف:

تهدف هذه الدراسة من الناحية النظرية إلى الوقوف على مختلف الأطر و المداخل النظرية لفهم ظاهرة التكوين الاعلامي الأكاديمي و مدى مساهمته في تبلور الرؤية النقدية لدى طالب علوم الاعلام و الاتصال.

اما من الناحية الميدانية فيمكن تلخيص أهداف الدراسة في:

1-إن الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو محاولة التعرف على العلاقة الرابطة بين التكوين الإعلامي الجامعي كمتغير مستقل، والرؤية النقدية عند طالب علوم الإعلام والاتصال كمتغير تابع .

2- على ضوء التساؤلات التي حاولت إشكالية هذه الدراسة طرحها نحاول من خلالها التعرف على مدى تأثير متغيرات :التخصص الإعلامي، والمستوى الدراسي، الممارسة المهنية على تشكيل الرؤية النقدية عند طالب علوم الإعلام والاتصال

3- محاولة الكشف عن مدى نجاعة التكوين الأكاديمي الإعلامي في تطوير الرؤية النقدية الإعلامية عند الطالب المتخصص في علوم الإعلام والاتصال.

4- التعرف على دور التكوين الإعلامي الذي يتلقاه طالب علوم الإعلام والاتصال في إعدادة للتعامل الواعي مع الوسائل الإعلامية.

5- محاولة رصد واقع التكوين الإعلامي الأكاديمي من خلال الوقوف على مقررات المقاييس الأكاديمية الإعلامية و تقصي مدى نجاعتها في تشكيل رؤية نقدية لدى الطالب المتخصص.

تحديد مفاهيم الدراسة:

عند دراسة أي موضوع نحن مطالبون دوماً بتحديد أهم المفاهيم- أو على الأقل التي تبدو لنا كذلك - الواردة في البحث و التأكد من وضوح المعاني و الكلمات ، ففهم الباحث لموضوع بحثه يتطلب منه توضيح أهم المفاهيم المرتبطة به ، و التي تشكل المنارة التي توجهه أثناء عملية البحث.

فالمفهوم يقصد به الرأي أو الفكرة حول شيء معين أو إسما يطلق على شيء ، و إصطلاح المفهوم في العلوم الإجتماعية و الإنسانية هو إصطلاح تجريدي قابل للتبدل و التحول تبعاً لتغير العصر و تبدل ظروفه الموضوعية¹

مفهوم التكوين الإعلامي:

هو مصطلح ينقسم إلى شقين:

1- التكوين:

أ) المفهوم اللغوي: إن مصطلح التكوين Formation حسب مجموعة من القواميس منها : فولكيه faulkie ميالاريه Mialaret لوجوندر Legendre هو مشتق من كلمة Formate اللاتينية أو كلمة Forma و هما تعنيان بصفة عامة إعطاء شكل معين لشخص ما.

و يؤكد فولكيه Foulkie أن التكوين ينمي ملكات الذكاء و الإرادة و الخبرة و الجمال لدى الإنسان.

¹- شقيق محمد ، البحث العلمي ، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية ، القاهرة ، المكتب الجامعي الحديث ، 1985 ص 13.

التكوين كمصطلح لغوي:

يعني التشكيل، بمعنى إحداث سلسلة مستمرة من التغيرات و التعديلات وفق منهج معين من أجل تغيير الحالة القائمة إلى حالة متوقعة مسبقا، فالتكوين يؤدي إلى إكتساب أنماط فكرية معنوية أو أشكال أدائية وظيفية¹.

التعريف الاصطلاحي:

هناك عدة تعاريف لمصطلح التكوين و هي كالآتي:

- **تعريف 1979 mialare t.p**: التكوين عبارة عن نوع من العمليات التي تقود الفرد إلى ممارسة نشاط مهني .

- **تعريف 1982 ferry.g**: يدل التكوين على فعل منظم يسعى إلى إثارة عملية إعادة بناء متفاوتة الدرجة في وظائف الشخص.

تعريف 1992 botéf.ge: التكوين هو عبارة عن عملية تعديل إيجابي و هدفه إكتساب المعارف و الخبرات التي يحتاج إليها الفرد ن من اجل رفع مستوى كفاءاته في الأداء. و كأبسط مفهوم للتكوين هو : نقل المعارف و المهارات اللازمة من اجل الأداء الجيد.

أما التكوين الجامعي فيعرفه مراد بن أشنهو : "... هو التكوين التدريجي و يشمل على حجم المعلومات تدرج في دروس علمية مختلفة يستوعبها الطالب ، و تهدف مجموعة هذه المعلومات إلى إعطائه القدرة للسيطرة الجزئية على قطاع علمي أو تقني محدد ، و ينقسم هذا التكوين عند الضرورة إلى برامج و طرق علمية"².

يعرف أيضا: تأهيل القوى البشرية العليا لكي تقوم بالترشيد و البحث العلمي و إنتاج المعرفة و تطبيقاتها العلمية المباشرة و تنظيم إدارة المجتمع و الدولة سياسيا و إقتصاديا و إجتماعيا"³

¹ - زين الدين مصمودي، عوامل التكوين و علاقتها بطلبة المدرسة العليا للأساتذة نحو مهنة التدريس، شهادة دكتوراه دولية في علم النفس التربوي، جامعة قسنطينة، 1998، ص 17 .

² - مراد بن أشنهو، نحو الجامعة الجزائرية، ت، عائدة بامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 181، ص 08.

³ - علي أحمد منكور، الشجرة العلمية، رؤية متكاملة للمنظومة التربوية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص 47.

2- علوم الإعلام و الاتصال:

حسب تعريف بيرجي أشافي Berget achafie فإن علوم الإعلام و الإتصال هي علوم تهتم بدراسة و إنتاج و معالجة و تأثير الرموز و أنظمة الإشارات عن طريق وضع نظريات قابلة للتحليل تحتوي على تعميمات تمكن من تفسير الظواهر.

و يقول فيرناند بال ان هذه العلوم هي تخصص أمريكي الأصل ، و تعود الدراسات الأولى لهوفن ، لاسويل ، لزرسفيلد المنبع الأول الذي أعطى المبرر العلمي الذي كانت تفتقده و هذا التراكم لعل من دراسة الإعلام و الاتصال علما قائما بذاته.

- فالتكوين الإعلامي أو التكوين في علوم الإعلام و الإتصال هو تكوين متخصص و يمكن تعريفه بأنه : دراسة متخصصة ينبغي أن يقتصر على مادة التخصص:الإعلام و الإتصال و ما يرتبط بها من مواد أخرى إرتباطا شديدا ،على عكس الدراسة في التعليم العام ، أين يتكون الطلاب في مبادئ و أساسيات المعرفة في كل الحقول¹.

أو هو: ذلك التكوين الذي يتبعه الطلبة في مجال علوم الإعلام و الإتصال ، و ذلك بتكثيف المقاييس المتعلقة بالإعلام و الإتصال و الصحافة و يشرف على تكوينهم أساتذة أكفاء متخصصين يتبعون طرائق للتدريس ، و برامج دراسية خاصة².

و كتعريف إجرائي للتكوين الإعلامي هو :

عملية منظمة تهدف إلى إعداد الطلبة من خلال تطوير معارفهم و مهارتهم الإعلامية و الإتصالية حيث يكتسبون الكفاءات اللازمة التي تؤهلهم للتحكم في المهنة الإعلامية و الولوج إلى عالم الشغل في مختلف المؤسسات الإعلامية ، كما تساهم في تزويد الطلاب بالمعرفة و المهارات اللازمة للتعامل مع مختلف المضامين و الرسائل الإعلامية المختلفة.

¹- إبراهيم حسين الشافعي ، تعليم اللغة العربية في الجامعات العربية مجلة اتحاد الجامعات العربية ، الرياض ، عدد 21 ، 1986 ص 08.

²- شريفة يعقوبي ، التكوين الجامعي المتخصص و أداء العمل الصحفي الإذاعي ، مذكرة ماجستير ، جامعة منتوري قسنطينة، 2008 ص 27.

1- مفهوم الرؤية النقدية :

إن هذا المفهوم له إرتباطات بعدد غير محدود من السلوكات و المواقف و الآراء ، و هو متداخل مع مفاهيم أخرى كالتفكير النقدي. n و إذا جزأنا هذا المفهوم فإننا نجده يتركب من مصطلحين : الرؤية ، والنقد.

1- الرؤية :

إن هذا المفهوم ظهر في الشعر لكنه ضل غامضا رغم محاولة بعض النقاد تحديد مفهوم واضح له .

فالرؤية تطلق لغة على النظر بالعين ، كما تطلق أيضا على النظر بالقلب ، حيث قال ابن منظور: " قال ابن سينة : الرؤية النظر بالعين و القلب¹ ."

و النظر بالقلب، يعني العلم و المعرفة بالشيء²، و إذا كان العلم في المعنى العام هو حصول صورة الشيء في العقل³ أي التصور الذهني، فإن الرؤية هي النظر بالقلب يصح أن تعني أيضا التصور الذهني.

- إن المعنى اللغوي للرؤية ينطلق من معني التصور الذهني، ليتجاوزه إلى معني إصطلاح أوسع يعبر عن موقف عام تجاه الحياة⁴

و يعرفها عبد القاهر الجرجاني : " أنها تمثيل و قياس لما نعلمه بعقولنا على الذي نراه بأبصارنا ."

¹- ابن منظور، لسان العرب، دار إحياء التراث العربي، ط1، بيروت، 1996، مج 5، ص84.

²-المرجع نفسه ص 91.

³- الجرجاني على بن محمد ، التعريفات ، دار الفكر العربي ، بيروت ، ط2 1992 ، ص 199.

⁴-جان فرانسوا دورين، معجم العلوم الإنسانية، ترجورج كنورة، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، مجد، بيروت، ط 1 ، 2009، ص 453 .

- أما في الفن فإن المصطلح يشير إلى فكرة كلية عن الكون و الناس و الأشياء ، يقدمها في عمله الفني و قد شاع المصطلح عند الناقد الفرنسي: " كوسيان غولدمان ليدل على المجموع المعقل للأفكار و التطلعات و المشاعر التي تربط أعضاء جماعة إنسانية¹.

2- النقد:

- ورد الفعل نقد " في لسان العرب بمعنى ميز الدراهم و أخرج الزيف² كما ورد تعبير نقد الشعر أو النثر في المعجم الوسيط بمعنى أظهر ما فيهما من عيب أو حسن.
- و إذا رجعنا إلى الكلمة الانجليزية critical فهي مشتقة من الأصل اللاتيني criticus أو اليوناني kritikos و الذي يعني ببساطة القدرة على التمييز و إصدار الأحكام.
- لا يتعدد مفهوم النقد إصطلاحا كثيرا عن دلالاته اللغوية : " التمييز بين الجيد و الرديء " و قد برز هذا المصطلح كثيرا في الدراسات الأدبية التي تبتدئ بالاستجابة الذاتية و التأمل و الوصف و التحليل لتنتهي بإظهار قيم النص الأدبي المعنوية و الفنية و الحكم عليها.
- فالنقد هو تعبير عن موقف كلي متكامل ، يبدأ بالتذوق أي بالقدرة على التمييز ليتجاوزها إلى التفسير و التحليل و التقييم³.

أو هو نشاط ذهني ، فهو أميل إلى التفكير و التأمل الذهني ، الفلسفي منه إلى التفكير العلمي الصارم ، فالنقد ليس مجرد تأمل في النشاط الأدبي فقط و حصرا ، أو هو قول " أو إنشاء على إنشاء كما يراه البعض ، و إنما هو تأمل في النشاط الحياتي عموما و نتاجاته من بينها الأدب و الإعلام و الفن.....الخ⁴.

¹- البرامي سعد و آخرون، دليل الناقد الأدبي، المركز العربي، ط3، بيروت، 2002، ص 78.

²- ابن منظور، مرجع سابق، ص 425 .

³- إحسان عباس ، تاريخ النقد الأدبي عند العرب ، دار الثقافة بيروت ، ط4 ، 1983 ، ص 05 .

⁴- محمد كامل الخطيب، نظرية النقد، القسم الأول، وزارة الثقافة دمشق، 2001 ص 10.

النقد هو عملية و نشاط فكري و إنشائي يقوم به الناقد قصد تجلية معنى من المعاني أو تقويم إعوجاج أو إشارة إلى موطن من مواطن الجمال و هكذا نجد أن تعريفات النقد تختلف باختلاف مجالاتها فهناك: النقد الأدبي و الفني و الإعلامي¹.

و يتسم كل تعريف بسماته الخاصة إذ أنه يتكون من مجموعة المفاهيم و الأفكار و الأدوات يحاول الناقد من خلالها مقارنة العمل المنتقد و إعطاء حكم عليه في نهاية الأمر.

- و نحن في بحثنا هذا بصدد الحديث عن النقد الإعلامي : فهو دراسة الأعمال الإعلامية بشكلها السياسي و الاقتصادي و الإجتماعي و الترفيهي ، و تقييم الممارسات المهنية و تفسيرها و تحليلها وفق قواعد النظام الإعلامي السائد ، و الاشتراطات المهنية، و تقييم مضمون الخطاب و شكله و أسلوبه و وسيلته الإعلامية و تبيان جوانب القوة و الضعف ثم الحكم على الممارسة أو المادة الإعلامية و بيان قيمتها و درجة فعاليتها لدى الجمهور المستهدف من جهة ، و أيضا وفق الهدف الرئيسي المسطر للعملية الإعلامية من جهة أخرى.²

- أما الرؤية النقدية الإعلامية: فهي الجمع بين المصطلحين " الرؤية " و " النقد " فهي تعني : التصور الذهني المتشكل من خلال التمييز بين الجيد و الرديء في المضامين الإعلامية.

أو هي : الصورة المتبلورة في ذهن المتلقي ، الناتجة عن نشاط عقلي متأمل و هادف يبنى عن طريق مجموعة من المهارات المكتسبة تمكنه من الوصول إلى أحكام قيمية وفق معايير منطقية للمضامين الإعلامية المختلفة .

و يمكننا تعريف الرؤية النقدية الإعلامية إجرائيا بأنها مجموع الإجراءات التي يتخذها الطالب كناقد أثناء تناوله للمضمون الاعلامي .

¹-حمزي حسين،سرديات النقد من حليل آليات الخطاب النقد في المعاصر دار الأمان،الرباط،ط2011،1،ص38.

²- خالد بن فيصل الفرم،النقد الاعلامي ،مقال منشور،صحيفة عكاظ ،عدد،23،2928،2009 يوميو

3- مفهوم طالب علوم الإعلام و الاتصال:

إن مفهوم الطلبة من المنظور العلمي التقليدي هو: جماعة أمر شريحة من المتقنين في المجتمع بصفة عامة ، إذ يتركز المئات و الألوف من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية¹.

يعرف فضيل دليو الطالب الجامعي على أنه: ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءاته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك ، و يعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية و الفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي ، إذ أنه يمثل عدديا النسبة العالية في المؤسسة الجامعية.

أما عبد الله محمد عبد الرحمن ، فقد عرف الطالب الجامعي بأن الطلاب هم مدخلات و مخرجات العملية التعليمية الجامعية.

في حين يرى رابح تركي أن الطلبة هم نخبة ممتازة من الشباب و الشابات الممتازين في ذكائهم و معارفهم العلمية².

و من جهة أخرى قدم إسماعيل علي سعد تعريف للطلبة : على أساس أنهم شباب و هم فئة عصرية تشغل وضعا متميزا في بناء المجتمع ، و هي ذات حيوية و قدرة على العمل و النشاط ، كما أنها تتمتع ببناء نفسي و ثقافي يساعدها على التكيف و التوافق و الاندماج و المشاركة بطاقة كبيرة تعمل على تحقيق أهداف المجتمع و تطلعاته".

- و كتعريف إجرائي لطالب علوم الإعلام و الإتصال:

هو الطالب النظامي المنخرط في الدراسات الجامعية لنيل الشهادات العليا، المسجل في شعبة العلوم الإنسانية ، تخصص علوم الإعلام و الإتصال بمختلف فروعها : سنة ثالثة تخصص الإعلام في مرحلة الليسانس ،والسنة الثانية ماستر في التخصصات التالية:

¹ - محمد ، محمد علي ، الشباب العربي و التغيير الإجتماعي ، بيروت ، دار النهضة العربية ، 1985 ، ص 1

² - تركي رابح، أصول التربية و التعليم ، الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1998، ص 226

الجانب المنهجي

الصحافة العلمية، وسائل الإعلام و المجتمع، الصحافة المكتوبة و الإتصال، السمعي البصري و الفضاء العمومي.

الدراسات السابقة:

- إن نمو المعرفة وتشعبها يفرض على الباحث عندما يفكر في القيام بأية دراسة أو بحث الاقتناع بأن عمله هذا عبارة عن حلقة متصلة بمحاولات كثيرة.

فكل عمل لابد أن تكون قد سبقته جهودا أخرى مجسدة في شكل دراسات سابقة سواء ميدانية أو معملية أو مكتبية.¹

- وبعد الرجوع إلى الدراسات السابقة خطوة مبدئية وأساسية من مراحل البحث العلمي ، إذ ينبغي على الباحث أن يتطلع على كل ما يمكنه من الحصول عليه من معلومات تتصل بمشكلة البحث الذي يجريه، وذلك بالرجوع إلى الأبحاث التي سبق إجرائها في ميادين قريبة من دراسته²، وفي نفس الوقت يؤكد " أيلسون " على أهمية الإطلاع والتعرف على الدراسات السابقة حيث يراها أنها بمثابة حجر الأساس الذي يرتكز عليه أية دراسة في بداية الأمر ، كما أنها أساس التحليل الذي تنتهي به الدراسة.³

مما تقدم تتضح لنا جليا أهمية الدراسات السابقة في بناء البحث فهي تساعد الباحث في تحديد الإطار النظري العام للموضوع وبناء خلفياته، كما تعمل على توجيهه خلال باقي الخطوات الأخرى.

- الواقع أنه لا توجد دراسات مباشرة إهتمت بدور التكوين الإعلامي الأكاديمي في تشكيل الرؤية النقدية لدى طالب علوم الإعلام والاتصال، وإنما ثمة دراسات إهتمت بالتكوين الإعلامي الأكاديمي، وأخرى اهتمت بالنقد الإعلامي قد تم الإطلاع عليها.

أولا : الدراسات المتعلقة بالتكوين الإعلامي الجامعي :

¹ - فضيل دليو، علي غربي وآخرون، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، 1999، قسنطينة، الجزائر، ص103.

² - عبد الباسط محسن حسين، أصول البحث الاجتماعي، ط9، مكتبة وهبة، القاهرة، 1985، ص189.

³ - محمد عبد الكريم، البحث العلمي (التصميم، المنهج والجراءات) ط3، نهضة الرق، القاهرة، 1987، ص58.

الجانب المنهجي

-الدراسة الأولى :دراسة : محمد شطاح بعنوان التدريس الإعلامي في المرحلة الجامعية في مؤسسات التعليم العالي في الجزائر التي انطلقت من إشكالية الفلسفة التي تحكم و تؤطر التكوين الجامعي في مجال علوم الإعلام و الاتصال بالجزائر، و اعتنت أيضا بالبحث عن أهم أهداف إصلاح التعليم العالي و علاقته بالتكوين الجامعي في علوم الإعلام و الاتصال.

- و قد إستند الباحث في دراسته على 4 محاور أساسية و هي :

1)التعليم في مجال الإعلام و الاتصال :عرج محمد شطاح من خلال هذا المحور إلى الخلفية التاريخية التي مر بها الإعلام الجزائري بدءا بالمرحلة الاستعمارية التي ضل مرتبها بها من خلال التشريعات و كذا الجانب التقني غالى أن استرجع مبنى الإذاعة و التلفزيون في 28 أكتوبر 1962 و أصبح قطاع الإعلام رمزا من رموز السيادة الوطنية. و قد حدد الباحث في دراسته أهم أهداف التكوين الجامعي في مجال الأعلام ثم انتقل إلى المحور الثاني.

2) فلسفة التدريس في مجال الإعلام : حيث واصل د/شطاح حديثه عن المسيرة التاريخية للتكوين الإعلامي الذي جاء تجسيدا لمشروع بناء الدولة الوطنية بعد الاستقلال فقد انصب التفكير إلى ضرورة إيجاد مؤسسة تتولى التكوين و بالتالي تزويد المؤسسات الإعلامية الجديدة بالكوادر الفنية و من هذا المنطلق تأسست المدرسة الوطنية للصحافة سنة 1964 من قبل وزارة الإعلام ، حيث اهتمت المدرسة بتكوين صحفيين مناضلين لبناء الاشتراكية بتكوينها النوعي و النخبوي.

3) معهد العلوم السياسية و الإعلامية:بين الصحافة و السياسة حيث تم الحديث عن كيفية دمج المدرسة مع معهد الدراسات السياسية و أهم محطات التكوين الإعلامي في هذه المرحلة.

وصولاً إلى معهد علوم الإعلام و الاتصال: بنهاية عصر الصحافة و بداية عصر الاتصال: و ذلك بتطور منظور القائمين على التكوين الإعلامي الذي انتقل من تكوين الصحفيين إلى تكوين إعلاميين و خبراء في الاتصال .

وكآخر محور في هذه الدراسة هو:

(4) موقع تدريس الإعلام و الاتصال في نظام (ل.م.د):

حيث اقتصر الحديث في هذا المحور عن التكوين الإعلامي ضمن النظام الجديد الذي احتضنته الجامعة الجزائرية

-كما هو ملاحظ أن هذه الدراسة هي نظرية محضة. و قد مثلت الأساس الذي بني عليه بحثنا هذا ،حيث اعتمدنا عليها في رصد أهم المحطات التاريخية التي مر بها التكوين الإعلامي ،كما أخذ بعين الاعتبار كل رؤى و أفكار الدكتور محمد شطاح في تبصره لحال التكوين الإعلامي الجزائري.

إذن فهي تعتبر من الدراسات الأساسية التي اعتمدها سواء في الجانب النظري و حتى التطبيقي.

الدراسة الثانية: دور التكوين الجامعي في ترقية المعرفة العلمية :تحليل نقدي لسياسة التعليم العالي في الجزائر نظام ل م د :

رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع من إعداد الطالبة أسماء هارون بجامعة منتوري بقسنطينة حيث حاولت الإجابة على تساؤل مركزي وهو: إلى أي حد يمكن أن يساهم التكوين الجامعي في ظل الإصلاحات الجديدة نظام ل م د في ترقية المعرفة العلمية؟.

ومن هذا المنطلق ركزت الباحثة على إبراز الوظيفة الحقيقية للتعليم العالي وتحديد معايير التكوين الجامعي في ايطار تضيق إدارة الجودة الشاملة في الجامعة الجزائرية ومحاولة تقييم التجربة التكوينية الجزائرية على ضوءها.

الجانب المنهجي

ولتحقيق هذه الأهداف والكشف عن الظاهرة ميدانيا بكل جوانبها اختارت الباحثة المنهج الوصفي، بالاستعانة بأدوات منهجية هي الاستمارة التي كانت مقسمة إلى بيانات شخصية وبيانات عامة متضمنة لثلاث محاور وبعد هذه الإجراءات البحثية أسفرت الدراسة على مجموعة نتائج أجابت على التساؤلات المطروحة كانت كما يلي:

- الحجم المكثف للمعلومات المقدمة للطالب في فترة زمنية محدودة انعكس سلبا على قدرات الطالب في تنمية مكتسباته العلمية و المعرفية وتفجير طاقاته.
- عدم وجود جانب تطبيقي فعلي يدعم الجانب النظري إلا ما تمثل في البحوث الميدانية والتريصات التي تعتبر محدودة جدا مقارنة مع أهميتها.
- نظام "ل م د" لا يزال غير واضح المعالم لدى الأسرة الجامعية، كما أن عدم ملائمة الإمكانيات البيداغوجية لمتطلبات تطبيق هذا النظام جعلته غير قادر على تحقيق معايير جودة التكوين على الصعيد النظري بترقية المعرفة العلمية وعلى الصعيد المهني خلق ابطارات تتوافق مع متطلبات سوق العمل.

اخرنا هذه الدراسة لأنها تثير نقاط حساسة في دراستنا كونها تعالج قضية معايير الجودة والترقية المعرفية في التكوين الجامعي بصفة عامة الذي يعتبر التكوين الإعلامي الجامعي شقا منه وبطبيعة الحال ما يقع على الكل بالضرورة يصيب الجزء. فالتلاؤم بين التعليم العالي وقدرات الطالب الجامعي قد يغطي جانبا أساسيا في دراستنا خاصة إذا تعلق الأمر بتنمية الحس النقدي لديه عن طريق التكوين الإعلامي الذي يتلقاه ومدى مساهمتهم في بناء طالب متكامل معرفيا وعمليا مما يؤهله إلى بلورة رؤية نقدية لما يبث من حوله على مستوى الوسائل الإعلامية المختلفة والعوامل التي تساعده على التعامل معها بوعي يجنبه الوقوع في التضليل والزيف والمغالطة الإعلامية التي يبني على أساسها أفكاره ومحاور نقاشه أضف إلى أن نتائجها قد ساهمت بحجم كبير في دراستنا التحليلية الكيفية.

الدراسة الثالثة: 1

حاولت الباحثة شريفة يعقوبي من خلال هذه الدراسة طرح إشكالية التكوين الجامعي المتخصص في علوم الإعلام والاتصال ورهانا في تحسين أداء العمل الإعلامي فطرحت التساؤل الرئيسي التالي :

هل التكوين المتخصص في علوم الإعلام والاتصال يساهم في تحسين أداء العمل الإعلامي - العمل الصحفي الإذاعي؟

ما مدى تأثير التكوين الجامعي المتخصص في أداء العمل الصحفي؟
وتفرعت عنه تساؤلات فرعية وهي:

- هل يؤثر محتوى البرامج التكوينية المتخصصة في الإعلام والاتصال في أداء العمل الصحفي الإذاعي؟

- هل تؤثر طرائق التدريس في التكوين المتخصص في أداء العمل الصحفي؟

- هل تتماشى أهداف التكوين المتخصص ومتطلبات العمل الصحفي الإذاعي؟

- هل للتكوين المتخصص دور في جودة وكفاءة العمل الصحفي الإذاعي؟

- وللإجابة على هاته التساؤلات اقترحت الباحثة مجموعة من الفرضيات وهي كالآتي:

لا يتماشى التكوين المتخصص ومتطلبات العمل الصحفي الإذاعي.

وقد تفرع عنها الفروض الجزئية التالية:

- محتوى البرامج التكوينية المتخصصة تعاني نقائص يتطلبها العمل الصحفي الإذاعي.

- تؤثر طرائق التدريس وكفاءة المدرسين في العمل الصحفي الإذاعي فيما بعد.

- أهداف التكوين المتخصص بعيدة عن متطلبات العمل الميداني.

¹ - التكوين الجامعي المتخصص وأداء العمل الصحفي الإذاعي، دراسة ميدانية بالإذاعات الجهوية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في تنمية الموارد البشرية، جامعة قسنطينة 2007/2008.

الجانب المنهجي

إن غاية الباحثة من هذه التساؤلات والفروض المقدمة هو معرفة مدى تأثير التكوين الجامعي المتخصص في أداء العمل الصحفي الإذاعي بالإضافة إلى شد انتباه القائمين على التكوين الإعلامي إلى ضرورة تحسينه والتوجه نحو تطويره.

ولتحقيق هذه الأهداف اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي وأداة الملاحظة بالماركة والاستمارة التي قسمت إلى 6 محاور ترجمت ل 32 سؤال واستخدمت الباحثة أيضا تقنية المقابلة لدعم بعض الأسئلة وقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج كانت بمثابة إجابة للأسئلة المطروحة وهي:

- محتوى البرامج التكوينية تعاني نقائص يتطلبها العمل الإذاعي الصحفي حيث تفتقد لتدريس التقنيات الحديثة التي يتطلبها العمل الإذاعي إضافة إلى غياب الربط الفعلي بين النظري والميداني.

- طرائق التدريس المعتمدة بشكل مكثف وما يصاحبها من وسائل تعليمية يتبعها أساتذة كل حسب كفاءته العلمية له تأثير بعدي على العمل الصحفي والإذاعي.

- عدم رضا المبحوثين عن مستواهم التعليمي حيث يرون أن التعليم العالي في الجزائر يخضع لمقاييس عددية أكثر منها نوعية وكيفية.

- لقد وقع اختيارنا لهذه الدراسة لسببين وهما:

1- الاستفادة النظرية من هذه الدراسة، وذلك فيما تعلق بالبحث البيبوجرافي وانتقاء المراجع التي يمكن الاعتماد عليها مما يسهل علينا البحث في المفاهيم مثلا : التكوين الجامعي، التكوين الإعلامي...

2- السبب الثاني يكمن في توجيه مسار بحثنا انطلاقا من النقاط المشتركة بينه وبين هذه الدراسة وهو الحديث عن التكوين الإعلامي، غير أن الباحثة اهتمت بدراسة مدى مساهمته في ترقية الطالب في عالم الشغل لكن دراستنا لم تكتف بهذا فقط بل تعدت ذلك إلى مدى مساهمة هذا التكوين في ترشيد المتكون إعلاميا إلى التعامل مع الوسائل الإعلامية مدى

الجانب المنهجي

حياته، هذا يعني أن دراستنا تعالج قضية كيفية تعامل هذا الطالب المتخصص مع ما تبثه وسائل الإعلام من رسائل وماهي رؤيته النقدية اتجاهها.

- الدراسة الرابعة: هي دراسة ناهد أحمد أبو العيون عام 1988 التي استهدفت التعرف على خصائص التجربة المصرية في مجال الإعداد الأكاديمي والتدريب المهني للصحفيين، وذلك من خلال إجراء دراسة وصفية تحليلية لعدد من الأقسام العملية والمعاهد والكليات الجامعية التي اختصت بتدريس الصحافة والإعلام، وتحدد الإطار الزمني للدراسة في الفترة من 1935 إلى 1983، كما تناول البحث دراسة التدريب المهني للصحفيين والذي يتم أثناء مزولتهم للعمل في المؤسسات الصحفية، وقد اعتمدت الدراسة على عدد من المناهج أبرزها : المنهج التاريخي، منهج المسح الشامل، وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج أبرزها:

- الأقسام الإعلامية في الجامعات والمعاهد في بدايتها الأولى لجأت إلى الاستعانة بالخبرات الصحفية من الممارسين للمهنة، ليس فقط في تدريس الجوانب العملية بل حتى النظرية أيضا.

- إن التدريب العملي للطلاب في المؤسسات الصحفية يتم في الغالب إما بمبادرات فردية من جانب الطلاب أنفسهم أو من جانب بعض أعضاء من هيئة التدريس بالاتفاق مع المسؤولين في هذه المؤسسات .

- إن قبول الطلاب في هذه المؤسسات الأكاديمية لا يتم وفق اختيارات شخصية أو امتحانات تحريرية للقبول من أجل اختبار العناصر .

- النقص في الميزانيات يعوق توفير الإمكانيات اللازمة للتدريب الجاد للطلاب الصحفيين .
- بالرغم من قدم الدراسة من الناحية الزمنية الفلكية إلا أنها في محتواها الأكاديمي المعرفي تحمل في طياتها معلومات حديثة في مجملها فهي موضوع بحثنا وتدعمه خاصة الشطر الأول منه: وهو حديثنا عن التكوين الإعلامي الأكاديمي حيث اتخذنا من نتائجها كعنصر مهم في الشق الجيبيوغرافي عند حديثنا عن واقع التكوين الإعلامي في الوطن العربي،

فمصر تعتبر من البلدان العربية السباقة لاحتضان هذا النوع من التكوين في جامعاتها ومعاهدها.

- الدراسة الخامسة:

دراسة نجوى كامل وأميرة العباسي سنة 1997 عالجت موضوع: تقويم واقع التعليم والتدريب الصحفي في الجامعات المصرية، ومدى توفر الإمكانيات البشرية والمادية في أقسام الصحافة بهذه الجامعات بحيث تساهم بفعالية بتخريج صحفيين قادرين على المنافسة التي يواجهونها من غير خريجي الصحافة.

وقد اعتمدت الدراسة على أسلوب المسح بالعينة لعدد من الأقسام للصحافة في جامعة القاهرة والأزهر والإسكندرية والزقازيق وجنوب الوادي وقد خلصت الدراسة إلى عملة من النتائج أبرزها:

1- إن النظم المتبعة لالتحاق الطلاب بأقسام الصحافة بالجامعات المصرية، لا تمكن من الوصول إلى اختيار العناصر التي لديها الاستعداد لمثل هذه النوعية من الدراسات.

2- عدم وجود توازن في المناهج الدراسية لأقسام الصحافة محل الدراسة بين المقررات ذات الطابع النظري مقارنة بالمقررات العملية، فضلا عن إغفال الجوانب التطبيقية في بعض المقررات النظرية، رغم أهميتها في إعداد الصحفي الجيد، وكذلك الحال بالنسبة لمواد الثقافة العامة مقارنة بمواد التخصص ومجموعة اللغات.

3- أوضحت الدراسة ضرورة زيادة الاهتمام ببرامج التدريب العملي أنشطته في أقسام الصحافة وإعادة ترتيب أهداف هذه البرامج وأولويتها وإدخال أنشطة جديدة تتلاءم مع المستحدثات، ويتم تطبيقها والتدريب عليها من خلال الوسائل الجديدة.

وهاتان الدراستان الأخيرتان ركزتا على الجانب التطبيقي الميداني في التكوين الذي من المفروض في الدراسات الإعلامية أن لا يعتمد على التدريس ذات الطابع النظري الذي يغلب عليه حشو المعارف العلمية بل لابد أن يدعم بممارسات عملية تطبيقية.

أما من الناحية التطبيقية فقد اعتمدنا على مخرجاتهما كمدعمات لتحليلنا الكيفية حيث تعتبر من الدراسات الأولية لبحثنا.

الدراسات المتعلقة بالنقد الإعلامي:

*- الدراسة الأولى: 1- دراسة النقد الصحفي للدراما التلفزيونية العربية في مجلة الإذاعات العربية - دراسة وصفية تحليلية¹ من إعداد الباحثة: زينب سعدي التي حاولت الإجابة على الإشكالية التالية: كيف تناولت مجلة الإذاعات العربية عملية نقد الدراما التلفزيونية العربية؟

وقد تفرعت عن هذه الإشكالية التساؤلات التالية:

- ما هي طبيعة النقاد القائمين على عملية نقد الدراما التلفزيونية العربية في مجلة الإذاعات العربية، من حيث التخصص؟.

- ما هي أنواع الدراما التلفزيونية العربية المتناولة بالنقد في مجلة الإذاعات العربية؟.

- ما هي أنواع نقد الدراما التلفزيونية العربية في مجلة الإذاعات العربية؟.

- ما هي طرق نقد الدراما التلفزيونية العربية في مجلة الإذاعات العربية؟.

والإجابة على هاته التساؤلات الفرعية لجأت الباحثة إلى استخدام منهج المسح الوصفي التحليلي وتحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وقد تمثل مجتمع البحث في الأعداد التي تناولت نقد الدراما التلفزيونية العربية في مجلة الإذاعات العربية.

وقد تمثلت أهم النتائج التي أسفرت عليها هذه الدراسة على أن النقد لا يتم بشكل دوري، أما تناول النقد يرتبط بشكل أساسي بأوقات الذروة في البرمجة والمشاهدة التلفزيونيين بشهر رمضان.

كما أظهرت النتائج أن هناك اهتماما على مستوى المساحة والموقع المخصصة للنقد على مستوى المجلة، وإن انتماء أغلبية النقاد للمجال الأكاديمي المتعلق بتخصص علوم الإعلام

¹ زينب سعدي، النقد الصحفي للدراما التلفزيونية العربية في مجلة الإذاعات العربية، دراسة وصفية تحليلية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة عنابة، 2011.

والاتصال على غرار مجالي: الأدب والفنون التطبيقية وقد بينت النتائج أن الدراما المصرية والسورية هي أكثر أنواع الدراما التلفزيونية نقداً على مستوى المجلة. وقد انصب على العناصر الضمنية أكثر من الشكلية.

ساهمت هذه الدراسة في إثراء موضوع بحثنا بالمفاهيم والمضامين النظرية خاصة فيما يخص الشق الثاني من دراستنا وهو ما تعلق بالرؤية النقدية الإعلامية أو بمعنى آخر يقترب منه وهو النقد الإعلامي الذي ينبثق منه الحس النقدي لدى طالب علوم الإعلام والاتصال. إذن هذه الدراسة كما سبق وأن ذكرت أنها اهتمت فقط بمتغير النقد الإعلامي وكيفية استخدامه ولكن دراستنا تعتمد عليه كمتغير تابع للتكوين الإعلامي الذي يكون نتاجاً له.

* - الدراسة الثانية:

هي للباحث: " أحمد قصوار تحت عنوان: خطاب النقد التلفزيوني الصحافي: مقارنة تداولية لأفعال وآليات الاشتغال في الصحافة المغربية.¹

حيث تمحورت هذه الدراسة حول تساؤل رئيس متعلق بموقع الناقد الصحفي للإذاعة والتلفزيون من المؤهلات والكفاءات التي تضبط وظيفته النقدية.

وقد حاولت هذه الدراسة الإجابة على هذا التساؤل بالاعتماد على مجموعة من المؤشرات منها:

- مفهوم النقد لدى الناقد.

- ممارسة النقد.

- السلطة الرمزية للخطاب النقدي.

- إيديولوجية الخطاب النقدي.

وعلى ضوء هذه المؤشرات التي طرحها الباحث خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

¹ - أحمد قصوار، خطاب النقد التلفزيوني الصحافي: مقارنة تداولية لأفعال و آليات الاشتغال في الصحافة المغربية، الرباط، 2012.

الجانب المنهجي

- مفهوم النقد الإذاعي والتلفزيوني بالصحافة المغربية متعدد وفضفاض، يتلون ويتغير سواء على مستوى التسمية أو عبر الممارسة المباشرة ولذلك يعمد الناقد على تغيير التسمية وفي ذلك حماية لمصالح الناقد.
- على الناقد أن لا يخفي محدودية قدراته وانجازاته وبيئته عن كل تأويل محتمل.
- ممارسة النقد في الصحافة المغربية تذهب في اتجاه إبراز السلبيات والعيوب ومواطن الخلل والضعف.
- في إطار تحديد الوضع الاعتباري للنصوص النقدية المنشورة، يجب طرح المتابعة والمواكبة بشكل واضح.
- يتبنى الناقد مفهوم النقد الذي يجنيه بعناية حيث يحضر تلازم كتابته " بالحكم " كتغيير نهائي ينطق به بخصوص موضوع معين يتم تقويمه وتثمينه.
- يتوجه الناقد بخطاباته من موقع خاص يظهر فيه كهيئة مالكة لقدرات ومؤهلات، وناطقة بسلطة تمنحها مشروعية انجاز أفعال الخطاب، وتنفيذ برامجها ليظهر بشكل جلي على موضوع النقد.
- يلاحظ من خلال عرض موضوع هذه الدراسة أنها اتجهت إلى دراسة نقد التلفزيون والإذاعة من منظور كلي كخطاب في الصحف اليومية المغربية يمارسه صحافيين متخصصين في النقد السمعي البصري أو ممارسين لمهن متعلقة بالميدان السمعي البصري (مخرجين، كتاب سيناريو ، منتجين....)
- لكن موضوع دراستنا لا يرتقي إلى النقد الإعلامي بمفهومه الأسمى وهونقد تلك المواد المنشورة عبر الصحف ووسائل الإعلام المختلفة بل دراستنا تهتم بالحديث عن الرؤية النقدية التي تتشكل في ذهن الطالب المتخصص في الإعلام والاتصال من خلال مشواره التعليمي الجامعي وهذا يعني أن جل الإنطباعات والآراء المتبلورة لدى الطالب قد إستمدتها من كل ما تعرض أثناء تكوينه الجامعي.

الحياتية

النظري

الفصل الأول

مدخل بنيوي وظيفي لنسقية التكوين الجامعي

تمهيد:

المبحث الأول: ماهية التكوين الجامعي

المطلب الأول: مفهوم التكوين الجامعي و أسسه

المطلب الثاني: عناصر العملية التكوينية

المبحث الثاني: أهداف و وظائف التكوين الجامعي

المطلب الأول: مقاصد التكوين الجامعي و مبادئه

المطلب الثاني: وظائف التكوين الجامعي

المبحث الثالث: نموذج التكوين و أنواعه

المطلب الأول: نماذج التكوين الجامعي

المطلب الثاني: أنواع التكوين الجامعي

المبحث الرابع: التكوين في الجامعة الجزائرية

المطلب الأول: مراحل التكوين الجامعي في الجزائر

المطلب الثاني: أنظمة التكوين الجامعي في الجزائر

المطلب الثالث: معوقات التكوين الجامعي في الجزائر

خلاصة

تمهيد:

لضمان المواكبة العالمية في شتى الميادين و تحقيق المكانة المناسبة بين المجتمعات تضل الجامعة كفضاء لإنتاج المعرفة تعمل على تكوين الطلبة بمؤهلات علمية و عملية تستجيب لتطلعاته و تحقق إحتياجات المجتمع.

وقد يتغياً التكوين الجامعي من بلوغ جملة من المقاصد أهمها: -إعداد الفرد معرفيا و تأهيله مهنيا. ولكن لايتأتى ذلك إلا من خلال إتباع عدة نماذج و طرائق ووسائل وهذا ما أدركته دول العالم المتقدم والنامي على غرار الجزائر، حيث أخذت تتفحص أنظمتها التعليمية بحثا عن مواقع الخلل فيها وبذلك تعمل على إصلاحها و تغييرها.

المبحث الأول: مدخل بنيوي وظيفي لنسقية التكوين الجامعي:

المطلب الأول: مفهوم التكوين الجامعي وأساسه:

يعتبر التكوين الجامعي من أعلى مستويات التكوين، فيطلق عليه غالباً: التعليم العالي وكذلك التعليم الثلاثي ويأتي هذا النوع من التكوين ليتوج مراحل سبقتة. فبعد التكوين أو التعليم الابتدائي وقبله التحضيري ثم التكوين المتوسط وبعده التكوين الثانوي الذي يتوج بإمتحان شهادة البكالوريا وعند الحصول عليها يتسنى لحاملها الدخول إلى الجامعة لإتمام الدراسة والتكوين الجامعي.

أما مفهوم التكوين الجامعي والتعليم الجامعي لهما نفس الدلالة ويعبران عن مفهوم محوري في البحث وهو التكوين، الذي كان ولا يزال محل إهتمام العديد من المهنيين و المتخصصين حيث يصعب إدراكه أو الإحاطة به نظراً لتشعب مجالاته و تعدد مقاصده بحكم تعدد سياقاته التي يرد فيها.

فالتكوين يعد وسيلة لتزويد الأفراد بالكفاءات والمهارات المهنية المناسبة وذلك لقيامهم بمهامهم على أحسن وجه وفي أقل وقت ممكن.

إن كلمة " تكوين " توحى بمعاني مختلفة ودلالات عديدة وهذا المصطلح غالباً ما يرتبط بمفاهيم أخرى مثل: الإعداد، التأهيل، التدريب والتحضير الوظيفي... وهذا التعدد في المعاني والمفاهيم لا تنفرد به اللغة العربية وحدها بل تشترك فيه عدة لغات أخرى كالفرنسية والانجليزية.

إن مصطلح التكوين كمصطلح لغوي يعني التشكيل بمعنى إحداث سلسلة مستمرة من التغيرات والتعديلات وفق منهج معين أو نسق معين من أجل تغيير الحالة الأولية القائمة إلى حالة متوقعة مسبقاً، فالتكوين يكسب الفرد المكون أنماطاً فكرية معنوية أو أشكالاً أدائية وظيفية معينة.

يرى باربوم (Berbaum) إن النشاط الذي يهدف إلى تنمية أسلوب الحياة عندما يوجه إلى الصغار عادة يسمى تربية، أما عندما يوجه نحو الكبار والراشدين فإننا نستعمل كلمة تكوين، والمقصود بهذه الأخيرة هو النشاط الذي يهدف إلى تنمية طرائق إكساب المعرفة والمهارات.

فهذا التعريف يرى أن عملية التكوين هي عملية محددة مسبقا تطمح إلى إكساب المتكون مجموعة من الأنماط الفكرية أو المهارات السلوكية التي تمكنه من القيام بوظيفة معينة¹. أما محمد الطيب العلوي فيرى أن التكوين " هو الدراسة الأساسية التي تتم قبل مباشرة المهنة التعليمية أو حرفية، والبعض يتجاوز في استعمالها ويمدها إلى التعليم المدرسي والغرض من التكوين تلقين المكون مبادئ معينة وتهيئته للمهنة التي سيلتحق بها بعد انتهاء الفترة التكوينية².

أما بوفلجة غيات فيعرفه: بالتنمية المنظمة و تحسين الإتجاهات و المعرفة و المهارات و نماذج السلوكيات المتطلبة في مواقف العمل المختلفة ،من أجل قيام الأفراد بمهامهم المهنية أحسن قيام و في أقل وقت ممكن³.

و يعرف التكوين أيضا على أنه عملية تعلم سلسلة من السلوك المبرمج أو متابعة مجموعة من التصرفات المحددة مسبقا⁴.

وهناك تعريف آخر يرى بأن التكوين هو عملية شاملة و معقدة تتناول جميع التدابير اللازمة لأيصال الفرد إلى وضع يخول بالإطلاع بوظيفة عينة وانجاز المهام التي تتطلبها ،و جعله قادرا على متابعة عمله⁵.

-العلوي محمد الطيب، الإدارة التربوية بالمدارس الجزائرية ،ج01، دار البعث، قسنطينة، 1982، ص 14¹

- المرجع السابق ص 16²

³- بوفلجة غيات، الأسس النفسية للتكوين و مناهجه، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984، ص05

-محمد عبد الفتاح الصيرفي، الإدارة الرائدة، دار الصفاء للنشر و التوزيع، مصر، 2003، ص 02-03⁴

-حسين حليبي، تدريب الموظف، م2، منشورات كويدات، لبنان، 1982، ص 29⁵

ويمكن أن نلخص أهم أسس التكوين الجامعي فيما يلي:

- دراسة الاستراتيجية الوطنية لتنمية الموارد البشرية في ضوء التنمية الاقتصادية والاجتماعية وأهدافها والبيانات المتحصل عليها من سوق العمل.
- تنظيم التكوين بالتعاون والتنسيق مع أصحاب العمل , وأن يقترن التكوين بمسؤوليات ومهام فعلية يتقلدها المتكون في المجال العملي بالقطاعات المستخدمة, حيث تتحدد على أساس هذا التنسيق الأهداف التكوينية والمهارات والمعارف الواجب اكتسابها عند انتهاء البرنامج التكوينية ومباشرة العمل.
- مراعاة الفروق الفردية للأفراد واختلافهم من حيث البنية الجسمية والاستعدادات الفطرية للتعلم و الاستيعاب واكتساب المعارف والمهارات ،المتضمنة في البرامج التكوينية.
- إختيار المكونين في ضوء مفردات البرنامج التكويني والمادة التعليمية من أهل الخبرة والاختصاص لمساعدة المتكون على إكتساب مهارات التعليم الذاتي والبحث عن المعلومات وإستقائها من مصادرها , وتوظيف هذه المعلومات وتحليلها ونقدها.
- التدرج في العملية التكوينية وتوزيعها على مراحل , حيث يتعلم الفرد ويتدرب على جزء من البرنامج ثم ينتقل إلى جزء آخر وإذا كان العمل معقدا إستوجب تجزئته إلى مراحل لكي يسهل إستيعابها.
- إحتواء البرامج على الممارسة العملية لكي يكون التكوين مفيدا , ولكي تحقق عملية إكتساب المعارف والمهارات الجديدة لا بد : من الممارسة الفعلية ومحاولة تطبيق المهارات بشكل عملي بأماكن مخصصة لذلك تظم كافة الوسائل اللازمة ويفضل أن تكون هذه الأماكن مشابهة لمواقع العمل الحقيقية من حيث بيئة العمل والظروف المحيطة.

- ضرورة ربط التكوين بتقديم حوافز للمتكونين ، فتوفر الحافز والرغبة لدى المتكون يجعله يستفيد من تكوينه ويتعلم برامجه بسرعة ،خصوصا إذا كانت التكوينات تخضع لمعايير وشروط تجعل من التفوق عاملا أساسيا للترشح للمراتب الأفضل¹.
- متابعة المتكون بعد التكوين فبالإضافة إلى قيام المشرف بمعالجة نقاط الضعف لدى المتكون بعد إتمامه للبرنامج التكويني ، لابد من إعتقاد أسلوب المتابعة المبرمجة والمنظمة لرصد التغيرات التي تطرأ على المتكون واثار التكوين على طريقة الأداء عند مباشرته للعمل².

المطلب الثاني :عناصر العملية التكوينية:

تتركب العملية التكوينية من أربع عناصر أهمها: الطالب الجامعي، الأستاذ الجامعي، المقرر، الوسائل التعليمية:

(1) الطالب الجامعي:

إن مفهوم الطالب من المنظور العلمي التقليدي: هو جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة، إذ يركز المئات و الألوف من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية³.

تعتبر فئة الطلبة الجامعيين من الشباب،حيث يعتبرون في مرحلة يميلون فيها أكثر إلى التحرر و الإستقلال من السلطة الأبوية و سلطة الأساتذة و الإدارة،كما يميلون إلى النقد و المغامرة و المعارضة و عدم تقبل قرارات فوقية بدون استشارتهم،و تعتبر الجامعة المكان الرئيسي الذي ينبغي أن يتسم ببعض الصفات التي تنمي مهارات وميولات الطالب و تعطيه مجالا أكثر للحرية في اتخاذ القرارات المتعلقة به أساسا.

-غيات بوفلجة،الأسس النفسية للتكوين و مناهجه ،مرجع سابق،ص 18¹
 -أحمد مصطفى،مخرجات التدريب المهني و سوق العمل في الأقطار العربية،المركز الوطني للتدريب المهني ،ليبيا،2001،ط01،ص51- 52²
 - محمد علي محمد،الشباب العربي و التغير الاجتماعي،بيروت،دار النهضة العربية،1985،ص98.³

و يعرف الطالب الجامعي أيضا على أنه ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءاته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية إلى مركز التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، و يعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية و الفاعلة في العملية التكوينية، إذ انه يمثل عدديا النسبة العالية في المؤسسة الجامعية.¹

و الطلبة الجامعيون يمثلون مدخلات و مخرجات العملية التعليمية الجامعية.² و الطالب الجامعي يتميز بمجموعة من الخصائص،³ حددتها مختلف الدراسات الحديثة للنمو في:

الخصائص الفيزيولوجية التي تهتم بالنمو الجسمي و الغدي و الوظيفي لمختلف الأعضاء، و أيضا النفسية التي تعزى بالنمو النفسي و الانفعالي و العاطفي، وهناك أيضا الخصائص العقلية التي تهتم بالقدرات العقلية لدى الطالب خاصة الذكاء و تطوره. أما الخصائص الإجتماعية فهي تسعى إلى الإهتمام بالعلاقات الإجتماعية التي تحقق التكامل الإجتماعي.

(2) الأستاذ الجامعي:

من بين الصفات التي يجب أن يتوفر عليها الأستاذ هي:

- أن يكون قدوة لطلبته، فإن حدث و أعجبوا به، فقلدوه سلوكيا، و حاكوه خلقيا، شعوريا أو لا شعوريا،⁴ فان كان الأستاذ صادقا و أميناً و شجاعاً و عفيفاً نشأ الطالب على الصدق و الأمانة و الشجاعة و العفة، و قد يحدث العكس.

- عبد النبي محمد إبراهيم، التعليم و المجتمع: دراسات نظرية و ميدانية، القاهرة، دار الثقافة للنشر و التوزيع، 1985، ص38.¹
 *INPUTS: المدخلات وهي تشمل كل مضمين العملية كالمعرفة - الأهداف المالية. المخرجات OUTPUT تعد عنصرا أساسيا لتوضيح طبيعة العلاقة المتبادلة التي تتم تلقائيا وحتما في نفس الوقت وهي علاقة الجزء بالكل.
 2 - إبراهيم وحيه محمود، التعلم: أسسه و نظرياته و تطبيقاته، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1995، ص72
 4- علي راشد، شخصية المتعلم و أدائه في ضوء التوجهات الإسلامية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1993، ص22.

- كما يجب أن يتحلى الأستاذ بالإخلاص في عمله و إتقانه في المجال التربوي و أن يسخر له طاقاته و إهتماماته و الأهداف التربوية و يدرك أساليب تحقيقها.
- أن يتمتع الأستاذ بصفة الثقة في النفس في جميع الحالات و أيضا بالتواضع و التسامح مع طلبته، كما يتصف أيضا بروح البحث و محاولة تطوير قدراته و كفاءاته عن طريق الاطلاع.
- و الأستاذ الجيد و المؤهل الجدير يتحمل المسؤولية لا بد أن تتكامل فيه ثلاث جوانب أساسية هي: الإعداد الثقافي و الأكاديمي و التربوي.¹ وهو ما يحيلنا إلى تحديد ثلاث وظائف للأستاذ الجامعي و هي البحث و التعليم و التنظيم تكمل بعضها البعض.

أما المشرع الجزائري فقد حدد مهام الأستاذ الجامعي فيما يلي:²

- يدرس الأستاذ الجامعي تسع ساعات.
- المشاركة في أشغال اللجان التربوية بالإضافة إلى مراقبة الامتحانات.
- تصحيح نسخ الإمتحانات مع المشاركة في أشغال المداولات .
- تحضير الدروس مع الإستمرار في تحديدها و الإشراف على الرسائل و الأطروحات و الدراسات العليا.
- المشاركة في حل المشاكل التي تطرحها التنمية من خلال الدراسات و الأبحاث.
- إستقبال الطلبة لمدة أربع ساعات في الأسبوع لتقديم النصائح و توجيههم.

(3)المقرر:

يعتبر من أهم عناصر العملية التكوينية، لذلك فالاهتمام بإعدادها و تنظيمها يزيد من فعالية هذه العملية، و قد نرجع بعض أشكال ضعف مستوى البرنامج الجامعي إلى

¹- سعدون نجم الدين الحلوسي، دراسات في فلسفة التربية و المناهج و مكوناتها، نماذج بنائها و تقويمها، دار الهدى للطباعة و النشر، عين مليلة، الجزائر، دط، 2003، ص20

²- عمار رواب، شروط الأداء التعليمي و التكوين الجامعي، مجلة العلوم الإنسانية، منشور جامعة محمد خيضر، بسكرة الجزائر، 2007، ص54

- عدم قدرة المحاضرين الجامعيين على اتخاذ القرار الصحيح إما بسبب ولائهم للبرامج الموجودة، أو بسبب الخوف من كشف نقاط الضعف التي من شأنها المساس بحياتهم المهنية،¹ لذلك وجب:
- الإهتمام بالمقررات التي تساعد على توجيه الطالب بإعطائه وقتا للبحث و الإبتعاد عن التلقين في سبيل تكوين فعال.
 - ضرورة ملائمة توزيع ساعات المحاضرات لتغطية المقررات حيث أثبتت الدراسات انه استحالت على الطالب الجلوس و المتابعة لفترة طويلة حيث يتعرض لإجهاد عقلي و جسمي.
 - ضرورة إعطاء حجم ساعي لمواد التخصص الأساسية أكثر من المواد الأخرى لزيادة نسبة الاستيعاب.²
- الوسائل التعليمية:
- تعرف على أنها كل أداة يستخدمها المدرس في تحسين عملية التعليم و التعلم، وتوضيح معاني كلمات الدرس، و تدريب الطلبة على المهارات.³
- ومنه فان الوسائل التعليمية هي تلك الأدوات التي يلجأ إليها الأستاذ، لتوصيل المعلومات إلى أذهان الطلاب فتجدهم يركزون من اجل الاستيعاب أكثر. فهي تلعب دورا أساسيا في عملية التحصيل المعرفي.
- ومن بين أنواعها:
- 1. الكتب المدرسية:** تلعب دورا أساسيا في عملية التكوين و نقصها يؤثر سلبا على المرودود المعرفي للطالب الجامعي، و يلجأ إليها عند وجود صعوبة في تعلم جزء من المقرر.

¹- فاروق عبده فلية، أستاذ الجامعة، الدور و الممارسة بين الواقع و المأمول، دار الوهراء، الشرق، القاهرة، مصر، دط، 1997، ص152
²- محمد منير مرسى، الاتجاهات الحديثة في التعليم الجامعي المعاصر و أساليب تدريسه، عالم الكتب، القاهرة، مصر، دط، 2002، ص118
³- رابع تركي، مبادئ التخطيط التربوية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، 1982، ص116

2. الرسوم البيانية: هي وسيلة التعبير عن الحقائق الكمية في صورة مرئية، كإحصائيات و الجداول والمنحنيات و الدوائر البيئية لتوضيح نسب الارتفاع و الانخفاض.¹

3. الوسائل السمعية البصرية: تتمثل في المواد المبرمجة، و الأفلام و الإذاعة و الإعلام الآلي و كل الوسائل التي تساهم في تطوير القدرات العقلية، الحسية و الإدراكية للمتعلم و خاصة الانترنت التي أصبح لها دور هام في مجال البحث العلمي، فمن خلال المكتبات الالكترونية يتاح لجميع الطلاب و الأساتذة الوصول إلى المعلومات في أي وقت و في أي مكان، و بالتالي يتجاوزون النمط التقليدي من التعليم حيث يمكن أن يتحقق التفاعل الحي بينهما عن طرق المقابلة الشخصية وجها لوجه أو عن طريق الوسائط الالكترونية،²

المبحث الثاني: أهداف ووظائف التكوين الجامعي

المطلب الأول: مقاصد التكوين الجامعي و مبادئه:

أ- مقاصد التكوين:

عندما يكون التكوين الجامعي قائماً على أساس التكوين فقط دون تحديد أهداف معينة، يجعل من الصعب تقييم نقاط القوة لبرنامج التكوين. و قد تختلف الأهداف التي يرمي إلى تحقيقها التكوين الجامعي باختلاف المجتمعات و نظامها التعليمي الذي يحتكم لفلسفتها و إرثها الثقافي.³

و من الأهداف التي يرمي لها التكوين الجامعي، إنتاج و نشر المعرفة لتبليغها، دعماً لمختلف الجهود التنموية في ميدان العمل و تبادل الخبرات مع ترجمة تلك المعارف على ساحة التطبيق.

1 - عبد الحافظ سلامة، الوسائل التعليمية و المنهج، دار الفكر للطباعة و النشر، الأردن، ط2000، ص73
2 - جمال بن رزوق، إدماج التقنيات الحديثة في التعليم العالي، كضمان لجودة و مواجهة المنافسة العالمية، الملتقى الوطني الرابع للبيداغوجيا، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2008، ص284
-رضا السوسي، طرق التدريس بالتعليم العالي، بين التلقين و التواصل، مجلة أ ج ع، عدد 18، 1982، ص 49³

ولذلك فالتكوين الجامعي يهدف إلى:

- تأطير الطلاب و تهيئتهم للاضطلاع بمسؤولياتهم وفق مقتضيات التنمية، أي إعدادهم مهنيا و تدريبهم على مهنة معينة قصد رفع كفاءاتهم الإنتاجية، و إكسابهم معارف و مهارات جديدة و تمكينهم من حسن إستغلالها و إستثمارها في مواقع مختلفة، و في أقل وقت ممكن¹.

- رفع الروح المعنوية للفرد، لأن معرفته بكيفية إنجاز عمله يعتبر حافزا نفسيا وبالتالي زيادة الإهتمام بالعمل.

- إتاحة الفرص للفرد المتكون للتقدم سواء في شكل أجر مرتفع أو منصب وظيفي أفضل.

- تقليل الحاجة إلى الإشراف بتخفيض العبء على المشرفين لأن تكوين الفرد يؤدي إلى صقل قدراته و تعميق معلوماته و تكثيف مهاراته و تعزيز اتجاهاته الإيجابية نحو العمل وبالتالي التقليل من حاجته للإشراف و المتابعة المستمرة .

- النهوض بالإنتاج من حيث الكم والكيف فالقدرات والمهارات العالية تؤدي إلى زيادة الإنتاج كما وكيفا .

ويمكننا تبويب هذه الأهداف إلى ما يلي:

1) أهداف تربوية تعليمية:

إن التربية و التعليم موضوع رئيسي و له أبعاد عالمية للغاية، لأنه يهم كل من يعمل لتحسين ظروف الحياة الإنسانية في الوقت الحاضر، و إعداد ظروف الحياة في المستقبل². و لذلك أمسى من الضروري أن تنعكس التطورات الجارية في معالجة البيانات و المعلومات على

¹ - خالد عبد الرحيم الهيتي، و أكرم أحمد الطويل، التنظيم الصناعي، المبادئ العملية و التجارب، عمان، دار حامد، ط1999، ص404-407

² - عبد القادر حسين ياسين، التربية و التنمية في العالم الثالث، مجلة التربية، اللجنة القطرية للتربية و الثقافة و العلوم، قطر، عدد1990، ص95

ص167،

مناهج التعليم العالي،¹ وذلك من أجل تزويد الطالب الجامعي بالمهارات و القدرات التي تساعد على أن يكون معلم نفسه بنفسه.

(2) أهداف إجتماعية ثقافية:

ينظر لتكوين الجامعي على انه ضرورة من ضروريات رقي المجتمع و تقدمه فنظام التعليم العالي منظومة واسعة من العلاقات و التعاونات أعمق و أشمل من كونها أبنية ،و معلمين و طلاب، وعمال، ومن هنا فان أهداف التعليم العالي الأساسية هي التغير الإجتماعي الهادف بمفهومه الشامل ما يؤدي إلى إزدهار المجتمع و نموه.

فالتكوين الجامعي يغذي المجتمع بالقوى الوطنية الفكرية التي تعمل جاهدة في التصدي لقضايا الواقع، و طرح بدائل تغيير و تطوير هذا الواقع.²

(3) أهداف سوسيو إقتصادية:

من المعروف أن التكوين الجامعي هو الوسيلة الفعالة لضمان إختيار مهني جيد يؤخذ في الحسبان قدرات كل فرد و ميوله و رغباته، ضمن تطور الحاجات المتنوعة للمجتمع و التي تنعكس على متطلبات سوق العمل في ذلك المجتمع.

و لذلك فانه من أولويات أهداف التكوين الجامعي، هو ضمان وجود قوى عاملة مدربة تدريباً عالمياً في كافة المهن المطلوبة في سوق العمل ،من الفنيين و المختصين الإقتصاديين ،و الاجتماعيين ،و التربويين ،و العاملين في الحقول الفكرية، و الثقافية وهذا من شأنه أن يضمن تنمية كاملة للمجتمع.

ب- مبادئ التكوين:

إن دراسات التعلم و نظرياته و النتائج التي توصلت لها البحوث في هذا المجال أوضحت ضرورة لإنجاح التكوين و هي التي سوف نتطرق إليها في النقاط التالية:

1 - عبد التواب شرف الدين ، التعليم في عصر المعلومات،مجلة التربية،اللجنة القطرية للتربية و الثقافة و العلوم،قطر،العدد1993،105،ص110.
2 - شبل بدران و كمال نجيب في التعليم الجامعي و تحديات المستقبل،دار الوفاء للطباعة و النشر،مصر،ط2001،1،ص36.

1- تقديم المعلومات:

إن طريقة تقديم المعلومات، و مراقبة تطورها عملية بالغة الأهمية، و يمكن إتباع التوجيهات التالية لإنجاحها:

- يجب أن تكون أهداف و عوامل نجاح البرامج التكوينية واضحة عند المتكولين و ذلك قبل بداية تنفيذها.

- يجب أن توضع إختبارات لقياس تطور التعلم ، كما يجب أن يكون للمتكون فكرة عن صيغة الأسئلة و الأعمال التطبيقية التي تكون في الامتحانات .

- يكون التقديم الكامل للمهام المراد تعلمها أحسن من التقديم الجزئي لها بالإنتقال من الكل إلى الجزء¹.

2- دور المكون: يعتبر المكون عنصرا مهما في عملية التكوين لذلك يجب إختياره بعناية حيث يجب أن تتوفر فيه بعض الخصائص و التي يمكن تحديد أهمها فيما يلي:

- الإلمام بالموضوع إلى جانب القدرة على إيصال المعلومة.

- التحكم في الاستجابات العاطفية أثناء قيامه بمهامه.

- تحديد الأهداف و الطرق و تسلسل المواضيع و الوقت اللازم لكل مرحلة من مراحل التكوين.²

3- خصائص المتكولين: معرفة خصائص المتكولين كفيل بالمساعدة في معرفة الطرق المناسبة لتعليمهم و إيصال المعارف و المهارات إليهم و يمكن تلخيص بعض من هاته الخصائص فيما يلي :

- ليس الاختلاف الوحيد بين المتكولين هو اختلاف سرعة تعلمهم بل هناك اختلاف بينهم في الحالات العاطفية و الانفعالية.

1 - غيات بوفلجة، التربية و متطلباتها، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، 1998، ص 35-36.
2 - غيات بوفلجة، الأسس النفسية للتكوين و مناهجه، مرجع سابق ص25-26

- المعلومات السابقة للفرد تؤثر على كمية و سرعة ما يمكن تعلمه.

4- ضرورة التعلم: تدل ضرورة التعلم على عملية تطور استيعاب المعلومات و يمكن تسهيل هذه الصيرورة عن طريق فهم المبادئ التي نتحكم فيها و التي يمكن توضيحها فيما يلي:

- يمكن للفرد أن يتعلم من خلال الملاحظة و الإستماع و المناقشة، و لا تكون المشاركة العملية و التطبيقية إلا في حالات تعلم المهارات النفسية و الحركية.

- على المتكون أن لا يتوقف عند الإجابات الخاطئة ، بل يجب أن تكون الإجابات النهائية صحيحة.

- هناك طرق متعددة للتعلم، منها المحاولة، الخطأ، الإدراك و التقليد، و كلها طرق ناجحة في المواقف المناسبة.

- القدرة على التمييز و التعميم من أهم العوامل المساعدة على التعلم الإنساني.

5- التعزيز و العقاب: هما من المواضيع التي لفتت انتباه علماء النفس لما لها من أهمية في تثبيت السلوكيات المرغوبة، و القضاء على السلوكيات غير المرغوبة منها.

6- حوافز التكوين: إن أهم عنصر في العملية التكوينية هو المتكون نفسه، لذلك لا بد من توفير الظروف المناسبة له و التعرف على الدوافع الداخلية لهم لهدف استغلالها في عملية التعلم¹.

و من أهم الطرق المتبعة في الحوافز: ربط نتائج التكوين بتلبية الحاجات النفسية و المادية و الاجتماعية للمتكونين و تهيئة الظروف النفسية و المادية لتسهيل عملية التعلم.

¹ - غيات بوفلجة، التربية و متطلباتها، مرجع سابق

المطلب الثاني: وظائف التكوين الجامعي

للتكوين الجامعي عدة وظائف من بينها:

1- وظيفة إنمائية تكوينية :

إن التكوين العالي يعمل على تكوين الطلاب و تحويلهم من مجرد موارد بشرية مجمدة إلى طاقات فعالة مستعدة للعطاء¹، فهذه المخرجات تعتبر من أهم عناصر المدخلات في العملية الإنمائية.

و إذا ألقينا الضوء على وظيفة التعليم العالي الإنمائية التكوينية لوجدنا أن أهميتها تكمن في:
- بناء و تكوين شخصية الطالب عن طريق تزوده بمعارف ، و خيارات تجعل منه فعالا في تخصصه بقدر يستجيب فيه لحاجاته .

- تنمية روح البحث العلمي من خلال تدريب العقل و تمرينه بتحضير الطالب على الارتداد إلى المكتبات ، و حضور المسابقات الفكرية و ممارسة النشاطات الثقافية لتنمية شخصيته تنمية متكاملة ، و استثمارها أيضا في الكشف عن المبتكرين و رعايتهم و تنمية قدراتهم.
- جعل جميع برامج و خدمات التعليم العالي تعمل على تكوين القدرات الشخصية و العلمية التي سماتها الأساسية : الدقة و النزاهة ، الموضوعية و التنظيم ، كاتجاهات ايجابية و محركات أساسية للسلوك الإنمائي في المجتمع.

2- وظيفة علاجية تغييرية :

لقد ظهرت نظريات جديدة تفسر عملية التعليم على أنها عملية تغير و تعديل في سلوك الفرد ، إذ انه أثناء عملية التعليم يكتسب الطالب أساليب جديدة لسلوكه ، تتفق مع ميوله ، و تؤدي إلى اتساع حاجاته ، و الاستجابة لقدراته ، و تعمل على تحقيق أهدافه²، فكلما كان سلوك الطالب المتعلم موافقا لأهدافه زادت رغبته و عملت قدراته على تبني هذا النوع من

1 - وفاء أحمد برعي، دور الجامعة في مواجهة التطرف الفكري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، دط، 2002 ص46

2 - عبد الكريم بوحفص، التكوين الاستراتيجي لتنمية الموارد البشرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص37

السلوك و التعليم ، بهذا المفهوم يشمل تغيرات علاجية ، جسمية ، و إنفعالية و عقلية و إجتماعية قد تستمر مدى الحياة ، فعملية التعليم هي عملية تحضير و إثارة قوى المتعلم على القيام بتغيير في سلوكه الناتج عن المتغيرات الداخلية و الخارجية ، مما يؤدي غلى حصول التعليم و الذي يعتبر ثابت نسبيا ، و يتفق علماء النفس عامة على أن هذه التغيرات السلوكية الثابتة تندرج تحت عنوان التغيرات المتعلمة .

3- وظيفة إرشادية توجيهية :

يحتاج الطالب دائما إلى التوجيه لإستخدام قدراته إستخداما بناءا، و كذلك لمعرفة مختلف حاجاته ، و طرق إشباعها ، و لهذا فقد باتت وظيفة التكوين الجامعي في توجيهه و إرشاده لأحسن السبل لتحقيق النجاح من أهم الوظائف و إنجازها على الإطلاق ، فالتكوين الجامعي بصفته هذه يساعد الطالب في تجاوز الغموض و حل مشاكله ، و معرفة إمكانياته ، و كذلك مساعداته في تطوير وجهات نظر جديدة تساعده في الأداء و العمل المطلوب. و من هنا يأتي دور التوجيه التعليمي¹ الذي يهدف إلى تعريف الطلاب بقدرتهم و ما يتناسب مع هذه الإمكانيات من تعليم ، و من أجل ذلك على التكوين الجامعي أن يكون على دراية تامة بالاختلافات بين الطلاب من حيث المستوى ، و المؤهلات ، كما يجب أن يهتم لمعرفة الفروق الموجودة في الطالب نفسه ، ليتمكن الأخصائي أو الموجه من توجيهه في المجال الذي يمكنه من إستغلال نواحي قوته و هذا لن يتحقق إلا بتنظيم حملات إعلامية إرشادية تساعده على الإختيار .

4- الإعداد الأمثل للمهارات المختصة :

حتى تؤدي الجامعة دورها كما ينبغي ، عليها مراعاة إحتياجات المجتمع الفعلية من التخصصات المطلوبة عن طريق الموازنة بين قوة العمل و سوق العمل² حتى لا تيقى

¹ - صلاح الدين محمد عبد الباقي،إدارة الموارد البشرية من الناحية العلمية والعملية،دار الكتب الجامعية،الاسكندرية،مصر، 2000،ص69

² -Pierre casse,la formation performante , office des publications universitaires centrale BenAknoun ,alger,1994,p48.

الجامعة مقتصرة على مجرد التكوين النظري ، بعيدة عن واقع و إحتياجات الذي يخصص ميزانية هامة للتعليم و التكوين الجامعي على وجه الخصوص ، كوجه من وجوه الإستثمار البشري.

5- الثقافة العلمية:

تعد الثقافة العامة من الوظائف الهامة التي يتطلع بها التكوين الجامعي ،حيث حددها تايلور في :المعرفة و الإيمان و الفن و الأخلاق و القانون ،و كذلك العادات التي يكتسبها الفرد بمعنى تراثه الاجتماعي.

من هنا يمكن القول بأن الوظيفة العامة للتكوين الجامعي هي إعطاء و تقديم المعرفة و المعطيات على أفضل وجه.باختصار على الجامعة العمل قدر المستطاع من أجل توطيد العلاقة بينها و بين المجتمع ،ليس فقط داخل اصول الجامعة بل ما تنجزه او تنتجه من مجلات ،دوريات ،كتب و أبحاث يتم نشرها للاستفادة العامة ،أضف إلى ذلك إمكانية إجراء محاضرات و أيام دراسية مخصصة ليس فقط للطلاب ،بل للمجتمع عامة ،قصد نشر الثقافة و الوعي على المستوى العام .

6- البحث العلمي و تطويره:

على التكوين الجامعي تنمية و تطوير البحث العلمي الذي يعد من المقومات الأساسية للجامعة ، فالبحث العلمي ضرورة هامة ،ووظيفة أساسية للتكوين الجامعي¹ لإستمراره و تطويره ضمانا لتأدية وظائفه ،و تحقيق أهدافه.

المبحث الثالث: نماذج التكوين الجامعي و أنواعه :

المطلب الأول : نماذج التكوين الجامعي:

¹- محمد قاسم القريوتي، إدارة الأفراد المرشد العلمي في تطبيق الأساليب العلمية في إدارة شؤون العاملين في القطاعين العام و الخاص، دار الشروق، عمان، الأردن، ط1990 ، 1، ص50

هناك نموذجين للتكوين الجامعي أحدهما تقليدي يتركز حول تبليغ المعرفة ، و الآخر حديث متركز حول تعديل السلوك.

1-النموذج التقليدي:

يهدف هذا النموذج¹ من التكوين إلى تحقيق ما يلي:

يتركز هذا النموذج حول مسألة تبليغ أو تلقين المعرفة على مستوى الأهداف والوسائل الديداكتية و أساليب التقييم فهو غالبا ما يهدف إلى تهذيب سلوك المتعلم و خضوعه لسلطة الواجب و الحق مع تلقينه نماذج و صور جاهزة من المعارف غالبا تعتبر ماضية مع الحرص على تحصيل أكبر قدر ممكن من المعلومات و المعرفة. وعند التطبيق يجد الطالب نفسه عند نقطة المعرفة و التذكر و التحصيل و الاستظهار لا غير.

أما على مستوى الوسائل الديداكتية² لهذا النموذج فهي:

تتسم ببراكميتها و طابعها اليقيني الرافض لأي تعديل أو تغيير ، في حين تخضع العلاقة البيداغوجية لسلطة المعلم و خضوع المتعلم.

كما تتصف طرائق التعليم و التعلم بكونها تعتمد أساسا على التبليغ و الإلقاء أو الحوار الموجه (سؤال جواب) و قد يعتبر هذا النموذج من التكوين تلقين قوالب جاهزة من المعارف التي يتم نقلها إلى المتعلم بواسطة المعلم و الذي يعتبر أساس النشاط و الحركة في العملية التعليمية.

فهو تكوين يتم بمعزل عن الفرد بأبعاده المختلفة النفسية و الإجتماعية و الإقتصادية .لأنه غالبا ما يشغل نماذج جاهزة من المعرفة تجاوزها الزمن.

و يبرز من خلال ذلك إغفال هذا النموذج من التكوين لتحديد الإحتياجات و الأهداف و الطرق والوسائل و التقويم...التي تتضمنها العملية التكوينية.

1- عبد اللطيف الفارابي، و آخرون، البرامج و المناهج من الهدف إلى النسق، دار الخطابي للطباعة و النشر، المغرب، 1992، ص 122
- لحسن بو عبد الله، تقويم العملية التكوينية في الجامعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988، ص 122

ونظرا لعدم فعالية هذا النموذج و الذي استتفز الجهود و الأموال جاء النموذج الموالي.

2- النموذج الحديث:

عجز النموذج التقليدي على التعامل مع ما أفرزته الإنسانية من تطور سريع، مما مهد لظهور اتجاه جديد يدعو إلى الاهتمام بنماذج التدريس بواسطة الأهداف¹، والتي أثمرت نموذجا جديدا لتنظيم العملية التعليمية تهدف إلى إحداث تغيير في سلوك المتعلم، ولقد شكل هذا التطور في مفهوم التكوين منطلقا جديدا للاهتمام بنماذج التعليم المتمركزة على تحديد الأهداف الداعية لتجزئة الفعل التعليمي إلى سلوكيات قابلة للقياس والتحديد. و كذا: تنمية مواقف الفردانية والمنافسة وتدعيم قيم الإنتاجية والمردودية لدى الفرد .

تأهيل الفرد للتمكن من الحقول العلمية المتخصصة والتحكم في التكنولوجيا.

و قد تتمثل وسائله الديداكتية في :

- صياغة المحتويات على شكل سلوكيات وإنجازات يقوم بها المتعلم في وضعيات دقيقة.
 - بناء العلاقة البيداغوجية على مبدأ العقد والتعاقد البيداغوجي، فالمكون ن يخطط وينظم، ثم يعلم المكونين عن الأهداف أو يشركهم فيه، وبذلك يعمل الكل على تنفيذ العقد أي بلوغ الأهداف المسطرة.
 - إعتقاد طرق التعليم بالأساس على احترام الإيقاع الخاص للمتعلم بالاعتماد على التعليم المبرمج كما تستند إلى تكنولوجيا التعليم (تخطيط، برمجة ...)
 - يهدف التقويم في هذا النموذج إلى تصحيح الفارق بين الهدف المنشود والهدف الحقيقي الذي يبلغه المتعلم، والتدخل المستمر للدعم والتقوية قصد تقليص هذا الفارق (بيداغوجية التحكم و الدعم).
- لهذا النموذج من التكوين أنواع عدة لعل أهمها:
- التكوين القائم على المشروعات.

¹ - خير الله عصار.مدخل إلى قضايا التعليم في العلوم الاجتماعية. ديوان المطبوعات الجامعية. ط. 3 ج. 3 الجزائر . 1982. ص25

- التكوين القائم على حل المشكلات والتعليم المبرمج .
- التكوين القائم على المواقف الحقيقية.

المطلب الثاني: أنواع التكوين:

أ- حسب المدة:

- التكوين قصير المدى: يستهدف تنمية كفاءة العاملين , وتبلغ مدة التكوين كأقصى حد 06 أشهر

- التكوين متوسط المدى :ومدة الدراسة فيه من سنتين على ثلاثة سنوات , ويشمل التكوين

الصناعي والزراعي والخدماتي.

* التكوين طويل المدى : ومدة الدراسة فيه أربع سنوات فما فوق بحسب التخصص¹.

ب - حسب المستوى المراد تحصيله²:

التكوين المهني: ويتم في مراكز التكوين المهني لإعداد فئة العمال المهنيين الذين يمتلكون المهارات اللازمة لمهنة معينة ويمكن هذا التكوين صاحبه من شغل منصب عامل مهني في مؤسسات مختلفة وذات نشاطات متنوعة.

-التكوين الفني أو التقني: ويطلق أحيانا التكوين المتوسط , ويتم في المعاهد التكنولوجية والإدارية المتخصصة.

-التكوين التخصصي أو العالي : يتم في المعاهد والمدارس العليا والجامعات ويوفر لصاحبه قدرا عال من المهارات العلمية والفنية والإدارية ويتحصل بموجبه المتكون على

¹-أحمد مصطفى، مرجع سابق، ص 265-266
² - عبد الله الرشيدان وآخرون، المدخل إلى التربية والتعليم، دار الشروق، الأردن، د ط، 1997 ، ص265

شهادات عليا كشهادة مهندس أو محاسب أو طبيب، ويضمن له شغل منصب عامل مختص في المؤسسات المستخدمة.¹

المبحث الرابع: التكوين في الجامعة الجزائرية

المطلب الأول: مراحل التكوين الجامعي في الجزائر:

إن المعرفة الواعية لتاريخ نظام التكوين الجامعي في أي مجتمع تشكل أداة أساسية للباحثين تمكنهم من فحص خصائص ذلك النظام. ليس فقط خلال الحقب التاريخية بل في الوقت الحاضر. كما تمكنهم من الوقوف ولو بشكل مبدئي على جذور الأزمة التي يعيشها النظام التعليمي وحقيقته ولذلك يصبح من الضروري تتبع المراحل التي مر بها التكوين الجامعي في الجزائر ووضعيته الحالية نتيجة انعكاس الظروف الاقتصادية والاجتماعية المختلفة باختلاف أشكال السلطة التي تداولت على الحكم.

1- التكوين الجامعي قبل الاستقلال:

تميز بطابعه الديني حيث كان يقتصر على تعلم أصول الدين والشريعة وكذلك اللغة العربية، فكان يزاول في المساجد والمعاهد والزوايا.... وقد عمل الاستعمار الفرنسي للقضاء على هذه المراكز الثقافية والدينية من خلال تحويل البعض منها إلى معاهد للثقافة الفرنسية، وبعضها سلمها للهيئات التبشيرية المسيحية، فقد كانت جامعة الجزائر هي الجامعة الوحيدة في البلاد متوقعة منذ تأسيسها على اختصاصات محدودة ولها صلة وثيقة بالإيديولوجية الاستعمارية مثل: دراسة اللغة العربية، القانون و اللغة الامازيغية² و التي فتحت أبوابها منذ سنة 1897، ولكنها لم تكون أي جزائري إلى غاية نهاية الحرب العالمية الثانية.

2- التكوين الجامعي بعد الاستقلال:

حظي التكوين الجامعي باهتمام الدولة منذ الاستقلال إلى يومنا هذا تطبيقا لمبدأ ديمقراطية التعليم وحق كل مواطن في التعليم، لجعله أكثر تأثيرا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية و

- المرجع نفسه، ص 35-371

- عبد الرزاق جيلالي، من الانتولوجيا إلى علم الاجتماع، مجلة المجتمع ص 142

دفعه إلى تحقيق تقدم أكبر لرفع المستوى الفكري للمجتمع و الأفراد. و للدور الذي تلعبه الجامعة داخل الحقل الفكري للبلاد.

لذلك فقد مر التكوين الجامعي في الجزائر بعد الاستقلال بعدة مراحل:

2-1 المرحلة الأولى: 1962-1970:

تم إنشاء أول وزارة مختصة في التعليم العالي و البحث العلمي. أين تم فتح جامعات في المدن الكبرى كجامعة وهران 1966 ، و قد كان النظام البيداغوجي المتبع هو ذلك الموروث عن الفرنسيون، و قد أسست الجزائر نظام تعليمي يتيح الفرص لكافة أبناء الجزائر إناثا و ذكورا¹ وبهذا حظي نظام التعليم بالاهتمام، و هو ما يعبر عنه ميثاق الجزائر الصادر عام 1964 و هذا راجع إلى النقص الفادح الذي عانته الدولة الجزائرية في عدد الإطارات بعد الاستقلال.

و مع حلول سنة 1963 تمكنت الجامعة من ضم 360 أستاذ جامعي جزائري بعدما كان عدد الطلبة سنة 1962 يبلغ 3718 ، وأصبح سنة 1970 يبلغ 13236².

2-2 المرحلة الثانية: 1971-1980:

إحتفظت الجامعة الجزائرية بنظامها الاستعماري خلال العشرية الأولى من الاستقلال. ولكن بعد سنة 1971 عرفت الدولة الجزائرية، عدة انجازات متتالية في ميدان التصنيع والتأميمات المتتابعة لمختلف القطاعات.

و في ضل عمل الدولة على نجاح مخططاتها التنموية و جب على الجامعة تكوين العدد الكافي من المسيرين و العاملين المتخصصين في جميع الميادين.

و قد شهد قطاع التعليم العالي في هذه الفترة عدة إصلاحات منها :

- إنتهاج سياسة التعريب: لقد تم إعتماد اللغة العربية في جميع مجالات التكوين باللغات الأجنبية و إنشاء عدد من الدراسات باللغة الوطنية للحصول على مختلف الشهادات

- رابح تركي، تطوير التعليم الجامعي في الجزائر وفق سياسة الثورة الجهوية، مجلة الثقافة، عدد 1983، ص 78، ص 111
- رابح تركي، التعلم القومي و الشخصية الوطنية، المؤسسة الوطنية للنشر و التوزيع، ط 2، ص 207-202

الجامعية بما فيها العلمية . والتعريب التام لبرامج الشهادات التي تكون المعلمين، كل هذه عبارة عن إجراءات تهدف إلى تشجيع تكوين إطارات قادرة على التعبير باللغة الوطنية¹ . الجامعة المدمجة: باعتبارها مؤسسة مختصة في تكوين إطارات علمية، يكون تنظيم نشاطات التعليم فيها معتمدة على نظام المعلومات. كما أن إقامة البرامج وانجازها يكون منسق على مستوى كل مؤسسة وليس على مستوى الوحدات القاعدية كما هو الحال في نظام الكليات، بمعنى أن الجامعة هي التي تمنح الشهادات.

وعليه فالجامعة المندمجة تبدو وكأنها النتيجة التأسيسية لإختيار بيداغوجي ينعكس من خلال التغيير والتوجيه الجديد للنظام الجامعي .

وفي نفس الفترة أنشئ نظام ما بعد التدرج بناء على مرسوم رئاسي في تاريخ 20 فيفري 1976، ونظام ما بعد التدرج هو تسمية أعطيت للدكتوراه التقليدية المقسمة إلى دكتوراه تخصص، ودكتوراه دولة.

2-3 المرحلة الثالثة: 1981 إلى يومنا هذا:

تميزت الفترة ما قبل 1984 باستمرارية تعريب منظومة التعليم العالي في بعض الفروع كعلم الاجتماع الحقوق... كما شهدت هذه الفترة ظهور تخصصات على مستوى الفرع الواحد، حيث شهد علم الاجتماع على سبيل المثال في هذه المرحلة تخصصات جديدة..... وقد زاد عدد الطلبة إلى حوالي 150,000 طالب وطالبة في الفترة الممتدة بين 1980 و 1984. و قد حددت سياسة التكوين الجامعي في المبادئ التالية:

- تمييز الجامعة باختصاص نسبي للبيئة التي توجد بها، تماشياً مع سياسة التوازن الجهوي .
- تحسين مردودية و فعالية التعليم العالي .

- مراد بن أشنهو، نحو الجامعة الجزائرية، تر عائدة أديب بامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981، ص 8-21

و قد سميت هذه الفترة بمرحلة الخريطة الجامعية ، بحيث ركز فيها على إستقلالية كل من الإدارة و البيداغوجيا و المالية و البحث .

و قد تميزت فترة التسعينات بتحول المؤسسات الإنتاجية ، إلى ساحة الاقتصاد الحر الأمر الذي يستوجب توفر هذه المؤسسات على أفراد أكفاء ، ومتكونين جيدا ، لذلك إتجهت الجامعة إلى إعادة النظر في سياسة التكوين التي تنتهجها . كما ظهرت عدة مفاهيم جديدة : كمفهوم الكلية و القسم و المكتبة المركزية ...

المطلب الثاني : أنظمة التكوين الجامعي في الجزائر :

نظرا للتحويلات والتغيرات الاقتصادية ، الاجتماعية ، السياسية ، العلمية والتكنولوجية ، التي طرأت على المستوى الدولي بشكل عام والعربي بشكل خاص ، أدركت هذه الدول على غرار الجزائر أن هناك تداخل كبير بين التعليم العالي والبحث العلمي من جهة ، والتنمية من جهة أخرى . مما استدعى حصول تحول كبير في رسالة التعليم العالي ، حيث أصبح مطلوبا منه مواكبة هذه المستجدات ومواجهة التحديات والرهانات واستيعابها .

لهذا فقد أخذت دول العالم المتقدم والنامي تتفحص أنظمتها التربوية بحثا عن مواقع الخلل والاضطراب . فتولدت قناعة مؤداها أن الجامعة بصورتها التقليدية لم تعد قادرة على الاضطلاع بمسؤوليتها وأدوارها الجديدة التي أفرزتها المتغيرات العالمية .

و خاصة على تلبية الاحتياجات التنموية مما يستوجب مراجعة جذرية وشاملة لدمجها في سياق هذه التحويلات .

لقد ساد الاعتقاد بأهمية التربية اليوم في التنمية الشاملة إلى إعادة النظر في واقع التعليم العالي في الجزائر¹ خاصة في هذه المرحلة وما يشهده العالم من تحولات كبرى في مجالات العلم والمعرفة ، الاقتصاد والسياسة... الخ إضافة إلى حجم التحديات والمشكلات التي بات يواجهها . والتي قد تتفاقم إن لم تجد علاجا مناسباً لها ، إذ أضحت عملية تطوير التعليم العالي

¹ -- فضيل دليو وآخرون ، الجامعة تنظيمها وهيكلتها ، مجلة الباحث الإجتماعية ، دائرة البحث قسنطينة ، الجزائر ، العدد 1 ، 1995 ، ص 205

ضرورة ملحة في ظل ما تشهده الجامعة الجزائرية من انخفاض في مستوى الكفاءة والنوعية والازدياد المطرد لعدد الطلبة وكلفة الإنفاق. وعليه باشرت الجزائر حزمة من الإصلاحات الهيكلية والتي مست مختلف أطراف العملية التكوينية لعل من أهمها تبني الجزائر لنظام التكوين الأجنبي ل م د ليسانس ، ماستر ،دكتوراه .. الذي جاء لتعويض نظام التعليم القديم الكلاسيكي، ولكي نتعرف على كلى النظامين نورد ملخصا عنهما في ما يلي:

1-النظام الكلاسيكي:

بناء على القرار الوزاري رقم 151 المؤرخ في 2 نوفمبر 1998 المتضمن كليات تنظيم التقييم والانتقال في الدراسات الجامعية على مستوى التدرج، يمكن استخلاص مايلي:

أ-تنظيم التعليم :

ينظم التعليم على شكل سنوات دراسية للحصول على شهادة الليسانس، وتضم كل سنة دراسية أو سداسي دراسي مجموعة من المواد أو المقاييس.

يتم تدريس كل مادة من قبل أستاذ مسؤول عن المادة بمعية أساتذة مساعدين يتولون ضمان الأعمال الموجهة و أو الأعمال التطبيقية إن وجدت.

عند ما يكون عدد الطلبة كبيرا يتم توزيعهم على مجموعات يؤطر محاضراتها أساتذة من مصف الأستاذية.

يتضمن التكوين العالي للتدرج التكوين العالي طويل المدى والتكوين العلمي قصير المدى، ويمكن للطلبة المتفوقين في التدرج قصير المدى الالتحاق بالتكوين طويل المدى.

ب-التسجيل وإعادة التسجيل:

يتم الالتحاق بالتكوين العالي في مستوى التدرج للحائزين على شهادة البكالوريا أو شهادة أجنبية معادلة لها، في الآجال التي يحددها سنويا منشور وزاري صادر عن وزير التعليم العالي والبحث العلمي.

يجري توجيه المترشحين للالتحاق بالتكوين العالي على أساس الرغبات المعبر عنها والنتائج المحصل عليها، وتحدد شروط التوجيه من قبل الوزير المكلف بالتعليم العالي. تتم عملية إعادة التسجيل بالنسبة للطلبة الذين ينتقلون أوالمعيدون للسنة على مستوى الكليات والمعاهد.

يسمح بتسجيل الطلبة الأجانب الحاصلين على شهادة معادلة للبكالوريا وعلى رخص التسجيل المسلمة من قبل مديرية التعاون والتبادل بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وإعادة تسجيل هؤلاء الطلبة تتم على مستوى نيابة رئاسة الجامعة للبيداغوجيا.

ج- التقييم والانتقال:

في الدورة العادية يتم تقييم المحاضرات بإجراء امتحانين جزئيين بالنسبة للمواد السنوية وامتحان واحد بالنسبة للمواد السداسية. ويخضع تقييم الأعمال الموجهة و أو التطبيقية إن وجدت لتقدير الفرقة البيداغوجية أو رئيسها -إجراء امتحانات جزئية فجائية، بحوث الطلبة، المشاركة والحضور أثناء ا لحصص ...- ويحق للطالب المشاركة في الدورة الشاملة. ويعد الطالب ناجحاً إذا تحصل في الدورة العادية أو الشاملة على معدل يساوي أو يفوق وينتقل إلى السنة الموالية.

يحق للطالب الراسب في الدورتين العادية والشاملة المشاركة في الدورة الاستدراكية التي تجرى في شهر سبتمبر، فإن تحصل على معدل يساوي أو يفوق يعد ناجحاً وإلا يسمح له بإعادة السنة لمرة واحدة فقط.

يقصى من المادة أو المقياس الطلبة المتغيبون في الأعمال الموجهة 5مرات فما فوق مهما كان سبب الغياب.

د- اللجان البيداغوجية

تتشكل الفرق البيداغوجية الخاصة بكل مقياس واللجان البيداغوجية لكل سنة من أساتذة المادة أو أساتذة السنة ومن ممثلي الإدارة وممثلين منتخبين عن الطلبة.

تتمثل مهام الفرق البيداغوجية في تنسيق برامج التدريس وتقييمها على مستوى كل مقياس وتقديم الاقتراحات للبناء للجان البيداغوجية.

تتمثل مهام لجان التنسيق البيداغوجية للسنة في التنسيق البيداغوجي بين مختلف المقاييس وضمان تزويد الطلبة بالمعلومات المتعلقة بتنظيم التعليم وتقديم الاقتراحات الكفيلة بتحسين الأداء البيداغوجي.

2- النظام الجديد ' نظام L M D

بالعودة إلى القرارات الوزاريين 136 و 137 الصادرين في 20 جوان 2009 المتعلقين بالتنظيم والتسيير البيداغوجيين للدراسات الجامعية لنيل شهادة الليسانس وشهادة الماستر، وإلى المرسوم التنفيذي 0903 الصادر في 3 جانفي 2009 المحدد لمهمة المرافقة، وإلى المنشور رقم 6 الصادر في 11 أكتوبر 2010، يمكن استخلاص مايلي:

أ- فلسفة نظام ل م د :

ترتكز فلسفة نظام ل م د على المبادئ التالية¹:

- التوافق بين متطلبات ديمقراطية الوصول إلى التعليم العالي من جهة والتركيز على الجانب النوعي للتكوين العالي مع مراعاة مفاهيم التنافسية والأداء من جهة ثانية.
- الحركية بين المسارات داخل هذا النظام، حيث توفر المعابر للطالب حرية أكبر في تغيير وبناء مساره الجامعي وتسهيل له الاندماج في الحياة العملية.
- تكييف وتجديد عروض التكوين تبعاً للتطور العلمي والتكنولوجي من جهة ولطلب سوق العمل من جهة أخرى.
- انفتاح الجامعة على محيطها الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، داخليا وخارجيا

¹ - عبد الكريم حرز الله، كمال بداري، نظام ل م د ليسانس، ماستر، دكتوراه، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، 2008، ص 13

ب- تنظيم التعليم

- تهيكل مسالك التكوين وفق نظام ل م د في 3 أطوار، الطور الأول يخصص لنيل شهادة الليسانس والطور الثاني لشهادة الماستر والطور الثالث لشهادة الدكتوراه.
- تتفرع الدراسة من أجل الحصول على شهادة الليسانس وشهادة الماستر إلى ميادين تضم فروعاً موزعة على تخصصات وتشمل مسارا ذا غاية أكاديمية ومسارا ذا غاية مهنية.
- ينظم التكوين المقدم للحصول على شهادة الليسانس في 6 سداسيات، بمجموع 180 رصيذا وبمعدل 30 رصيذا في السداسي، وتتضمن وحدات تعليمية أساسية ووحدات تعليمية اكتشافية ووحدات تعليمية منهجية ووحدات تعليمية عرضية، يحدد عدد الأرصدة لكل وحدة تعليمية.
- في السنة الأولى يرافق الطلبة الجدد أوصياء تتمثل مهمتهم في تسهيل اندماج الطلبة في الحياة الجامعية وتغطي مجمل الجوانب الإعلامية والإدارية والبيداغوجية والنفسية والمهنية. يضمن مهمة المرافقة الأستاذ الباحث وعند الحاجة يتم اللجوء إلى الطلبة المسجلين في الدكتوراه، الماستر ، وتسخر المؤسسة الجامعية للوصي الفضاء الذي يستقبل فيه الطلبة والمعلومات المتعلقة بالتكوين.
- وينظم التكوين المؤهل للحصول على شهادة الماستر في 4 سداسيات بمجموع 120 رصيذا وبمعدل 30 رصيذا في السداسي. تخصص المرحلة الأولى لتعميق المعارف والمرحلة الثانية لتدريب الطالب على البحث وتحرير مذكرة.

ج - التسجيل وإعادة التسجيل

- يتم الالتحاق بالدراسات الجامعية لنيل شهادة الليسانس للحائزين على شهادة البكالوريا أو على شهادة أجنبية معادلة، وفقا للشروط المحددة من قبل الوزارة الوصية¹.

¹ - le système lmd conférence, débat sur le système lmd université, annaba, algérie, 2008/02/04

لايستفيد الطالب الحائز على أكثر من بكالوريا سوى من تسجيل جامعي واحد على المستوى الوطني.

يسمح الترشح للالتحاق بالدراسات الجامعية لنيل شهادة الماستر للحائزين على شهادة الليسانس نظام جديد أو نظام قديم أو على شهادة أجنبية معادلة. تسجيل وإعادة تسجيل الطلبة يتم سنويا.

يمكن للطالب تجميد تسجيله لأسباب استثنائية - أمراض مزمنة، أمومة، الخدمة الوطنية التزامات عائلية- هذا التجميد لايمكن منحه سوى مرة واحدة خلال المسار الجامعي للطالب.

د- التقييم والانتقال

- يتم تقييم المعارف لكل وحدة تعليمية إما عن طريق المراقبة المستمرة أو عن طريق امتحان نهائي أو كلاهما معا، ويشمل التقييم: الدروس، الأعمال الموجهة والتطبيقية، التبرصات التطبيقية....

- تكتسب الوحدة التعليمية ومن ثم الأرصدة المسندة لها من قبل الطالب الذي حصل على كل المواد المكونة لها، أو كان معدل هذه المواد موزونة بمعاملاتها يساوي أو يفوق.

- يتم إكتساب السداسي إما باكتساب الوحدات التعليمية المكونة له، أو عندما يكون معدل هذه الوحدات مرجحة بالمعاملات الخاصة بها يساوي أو يفوق.

يحق للطالب الذي أخفق في الدورة الأولى المشاركة في الدورة الاستدراكية بالنسبة للمواد غير المكتسبة.

- يتم الانتقال من السنة الأولى إلى السنة الثانية ليسانس بالحصول على السداسيين الأول والثاني،ويمكن للجنة المداولات السيدة في قراراتها، السماح بهذا الانتقال أيضا لكل طالب تحصل على 30 رصييدا ، منها على الأقل في سداسي .ويتم الانتقال من السنة الثانية إلى السنة الثالثة ليسانس بالحصول على السداسيات الأربعة، ويمكن السماح بهذا الانتقال أيضا لكل طالب تحصل على 90 رصييدا.

- لا يمكن للطالب المسجل في الليسانس البقاء أكثر من 5 سنوات مهما كان السبب.
- يمكن للطالب الانتقال من السنة الأولى إلى السنة الثانية ماستر إذا تحصل على السداسيين الأولين لمسار التكوين، ويمكن للجنة المداولات السماح بهذا الانتقال أيضا لكل طالب تحصل على 45 رصيда على الأقل.
- في كل الأحوال لا يمكن للطالب المسجل في الماستر البقاء أكثر من 3 سنوات.

هـ - اللجان البيداغوجية

تتشكل اللجنة البيداغوجية الخاصة بكل مادة من أساتذة المادة ومن ممثل منتخب عن الطلبة من طرف نظرائه، وتشكل اللجنة البيداغوجية للوحدة من أساتذة الوحدة ومن ممثل عن الإدارة ومن ممثل منتخب عن الطلبة من طرف نظرائه.

- تتمثل مهام اللجان البيداغوجية في تنسيق برامج التدريس وتقييمها على مستوى كل مادة وكل وحدة وبين مختلف الوحدات وضمان تزويد الطلبة بالمعلومات المتعلقة بتنظيم التعليم وتقديم الاقتراحات الكفيلة بتحسين الأداء البيداغوجي لرئيس القسم.

المطلب الثالث: معوقات التكوين الجامعي:

يشهد التكوين الجامعي عدة صعوبات نذكر منها ما يلي:

- غياب إستراتيجيات وطنية واضحة لتنمية الموارد البشرية وارتباطها بهياكل إدارية لا تملك صلاحيات اتخاذ القرارات ومتابعة تنفيذها¹.
- قلة البيانات والإحصائيات المتعلقة بأسواق العمل، خاصة فيما يتعلق منها بجوانب الطلب على القوى العاملة وجوانب العرض سواء في القطاع العام أو الخاص وهذا ما انعكس سلبا على التخطيط ورسم السياسات ووضع الاستراتيجيات لتنمية الموارد البشرية عموما، وتطوير نظم التكوين والتعليم خاصة.

¹ - رقية عزاق، رؤية حول نوعية التعليم العالي في الجامعة الجزائرية، مطبعة علي بن زايد، بسكرة، الجزائر، دط، نوفمبر 2008، ص80

- عجز مراكز التكوين بما في ذلك المعاهد والمدارس عن التكيف والتوافق مع الشروط المتغيرة لسوق العمل , وهذا راجع لقدم البرامج وتخلفها عن مواكبة التطورات التقنية في أساليب العمل والإنتاج نظرا للانفجار المعرفي والتكنولوجي في كافة مجالات العمل.
- قلة مشاركة أصحاب العمل في رسم السياسات وفي تنفيذ البرامج وتوفير التكوين.
- عدم الاستثمار في البحوث والدراسات التي تنتجها الجامعات من قبل أرباب العمل .
- غياب الحوافز لتشجيع المتكويين.
- الاعتماد المفرط في التكوين الجامعي على المعلومات النظرية في حين يطالب المتخرج من الجامعة إلى سوق العمل بخبرة مهنية تتطلب الجانب التطبيقي الذي يعتمد على التحيين والتحديث المستمر للكفاءات.¹
- الأساتذة الذين يدرسون مواد ومقاييس لا تتلاءم وتخصصاتهم ، يجب أن يتفرغوا لتدريسها.
- عدم تحيين وتحديث مناهج التكوين مما يؤدي إلى تخريج جملة شهادات بكفاءات تحتاج إلى إعادة تأهيل الأمر الذي يتطلب المال والوقت.

1 - ثيودور شولتز، قيمة التعليم العالي في الدول ذات الدخل المنخفضة ، رؤية إقتصادية للتعليم العالي و النظام الدولي، ترجمة بيكاس وسانيال ،مكتبة التربية العربية للدول الخليج اليونسكو، دط، 1989 ، ص120

خلاصة:

لا يمكن تصور أي سيرورة تنموية تسعى لتحقيق التقدم و الرقي و دفع عجلة التحديث دون إقحام الجامعة في قلب رهان التحدي التنموي في جوانبه المتعددة، حيث تشكل المؤسسة الجامعية إحدى المرتكزات التي تساهم في تنمية و تطوير المجتمعات باعتبارها رافدا علميا، معرفية، و تكوينيا أساسيا تكتسي أهمية جد خاصة في إعداد و تأهيل الإطارات و الكفاءات المستقبلية و إرساء القواعد البحثية الصلبة التي تقود إلى التنمية في شتى المجالات: الاقتصادية و الصناعية و الاجتماعية و الإعلامية.

الفصل الثاني

التكوين الإعلامي الجامعي

تمهيد

المبحث الأول : التكوين الاعلامي الجامعي : بدايته ، أهميته ، معاييره الدولية .

المطلب الأول : الارهاصات الأولى للتكوين الإعلامي

المطلب الثاني: أهمية التكوين الإعلامي

المطلب الثالث المعايير الدولية للاعتماد الأكاديمي في مجال الدراسات

الاعلامية

المبحث الثاني: التكوين الإعلامي الجامعي :فلسفته , مشاكله , تحليله الرباعي .

المطلب الأول : فلسفة و إستراتيجية التكوين الإعلامي

المطلب الثاني: مشاكل التكوين الإعلامي الجامعي في الوطن العربي

المطلب الثالث : التحليل الرباعي للتكوين الإعلامي الجامعي

المبحث الثالث: التجربة الإعلامية التكوينية في الجزائر

المطلب الأول: المدرسة الوطنية للصحافة

المطلب الثاني : التكوين الإعلامي وفق نظام ل م د

المطلب الثالث : ملامح التكوين الاعلامي في الجزائر

المبحث الرابع : قراءة نقدية للبرامج التكوينية و طرق التدريس

المطلب الأول: البرامج التكوينية وطرق التدريس في علوم الإعلام والاتصال .

المطلب الثاني : محتوى برامج علوم الاعلام والاتصال حسب المقررات

البيداغوجية الحالية.

المطلب الثالث: عرض نقدي بناء لاستراتيجية التكوين الإعلامي في الجزائر ، و

أبرز رهانات

خلاصة

تمهيد:

يشكل تخصص علوم الإعلام و الإتصال حقلًا للأبحاث الأكاديمية الذي عرفه القرن العشرين لذلك تسعى مختلف أنظمة التعليم العالي و البحث العلمي في أغلب دول العالم على غرار الجزائر إلى إعادة النظر دوما في منظومة تعليمه بكافة جوانبه و مضامينه ووسائله و أشكاله و مرافقه، وفقا للتطورات التكنولوجية و التقنية المتسارعة في ثورة المعلومات ووسائل الإعلام و الإتصال.

لذا فان أقسام الإعلام و الإتصال في جل الجامعات الجزائرية مطالبة بمواكبة حاجات السوق الإعلامي في مجال التقنيات الإتصالية و التدريبية لتحقيق نتائج إيجابية في تدريس علوم الإعلام و الإتصال سواء من الناحية العلمية أو العملية.

وعليه فان هذا الفصل سيتناول سرد تاريخي شامل لأهم المراحل التي ميزت تعليمية علوم الإعلام و الإتصال في الجامعة الجزائرية مع الإشارة إلى البرامج الدراسية، و طرق التدريس و التطرق إلى عرض نقدي بناء لإستراتيجية التكوين الإعلامي في الجزائر لنصل إلى رهاناته.

المبحث الأول: التكوين الإعلامي: بدايته ،أهميته ،معاييره الدولية .

المطلب الأول: الارهاصات الأولى للتكوين الاعلامي:

يتضمن هذا الفصل التجربة الجزائرية لتخصص علوم الإعلام والإتصال ،ففيما يخص التأسيس الأكاديمي حسب البروفيسور :زهير إحدادن -أستاذ سابق في جامعة الجزائر -فإن التجربة بالرغم من أنها قصيرة إلا أنها ثرية بما إحتوت عليه من تجارب متعددة ،و محاولات مصيبة و غير مصيبة .

وقبل التطرق إلى تاريخ تعليمية الإعلام في الجزائر ،نحاول بطريقة مختصرة تسليط الضوء على تاريخ التكوين الإعلامي في العالم.

يشكل التكوين دوما هاجسا لكل المجالات المهنية و الأكاديمية ، فمتطلبات أي مهنة تستدعي دوما استجماع لكل المعارف من أجل إعداد المتكويين ،و جعلهم جاهزين لتولي وظائفهم¹ ،و العمل الإعلامي دائم التحرك ،و شديد التنوع ،غير مستقر يستدعي تكيفا مستمرا ،و متطلبات إندماج عالية الدقة ، فالإعلام بحسب ما خطه لنفسه المعهد العالي لباريس كمبدأ عند تأسيسه عام 1930 "فن و علم و مهنة" و الصحافيون مثل الفنانين يجب أن يكسبوا العلم الخاص بفنهم و بمهنتهم².

يعد روبرت لي ROBERT LEE أول من إقترح تكوين جامعي يخص الإعلاميين، و كان ذلك سنة 1869،عندما كان هذا الأخير رئيس جامعة واشنطن Washington Collège و قد تضاءل التركيز على الأسس الخاصة بتقنيات المهنة في فترة العشرينات و الثلاثينات بفعل عدة عوامل منها التفاعل بين علم الإعلام كتخصص في طور النشأة ،و العلوم الاجتماعية الأخرى التي تشكل المحيط الثقافي و الأكاديمي لمثل هذا التخصص ،و قد ساهم في إحداث هذا التوجه نحو الجانب الاجتماعي و الفلسفي عدد من الدارسين الإعلاميين منهم :ولار بلاير Willard Bleyer رئيس معهد الإعلام بجامعة وسكنسن

1- مادوس جورج ،تقييم تعلم الطالب التجميعي والتكويني ،تر المفتي محمد أمين،دار ماكجر و هيل للنشر ، جامعة حلوان ، 1981، ص 87 .

2- الزبير سيف الإسلام: علم الإعلام والسياسات الإعلامية في العالم الثالث، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط2، الجزائر، 1986، ص5

حتى سنة 1935. وأصبحت محتويات المواد تتضمن وحدات مثل: التاريخ، أخلاقيات الصحافة، الصحيفة كمؤسسة إجتماعية، تأويل الأحداث الآتية، والرأي العام. و قد تمكن علم الإعلام في هذه الفترة أن يكتسب مصداقية و الإحترام كفرع له مكانته ضمن الفروع المعرفية الأخرى¹.

و قد إتسع مجال البرامج الإعلامية في الكم و الكيف الشيء الذي ساهم في تأسيس برامج ما بعد التدرج تتوجه نحو البحث العلمي، و نقد الظاهرة الإعلامية، و آثارها في المجتمع المعاصر.

و قد قامت جامعة كولومبيا بتوفير برنامج إعلامي يخص مرحلة ما بعد التدرج (الماجستير) سنة 1935. وتأسيس أول برنامج في الإعلام على مستوى الدكتوراه في جامعة ميزوري سنة 1934²، ثم تبعتها جامعات أخرى مثل جامعة أيوا التي نظمت برنامجا يخص مرحلة الدكتوراه سنة 1944³.

تملك فرنسا أربع جامعات رائدة في مجال الإعلام و الإتصال، حيث أنه تم تأسيس معهد الصحافة سنة 1957، الذي أصبح يسمى حاليا معهد باريس 2. حيث فتح تخصص إعلام و إتصال على مستوى الدكتوراه، و في نفس السنة تم إنشاء المدرسة العليا لتدريس علوم الإعلام و الإتصال أو ما يعرف حاليا بمعهد باريس 4، في منطقة بوردو، و في سنة 1969 تم جمع معهد الآداب و التقنيات الفنية للجمهور مع مركز الدراسات و البحث المسرحي في مركز الدراسات والبحث في معالجة المعلومات و الإتصال، أين يوفر أعضاؤه تعليم متعدد التخصصات، و قد تم فتح شهادة الليسانس في الصحافة سنة 1968 (و هي أصل التكوين في بوردو 3 والمعهد الجامعي للتكنولوجيا)⁴.

¹ - E. Emery P. ault .w. agee. introduction on to mass communication dodd mead et company 1970. pp377-378-

² -عزي عبد الرحمان، التكوين الاعلامي: التلاقي والتلاقي بين الرسالة والوسيلة المجلة الجزائرية للاتصال، عدد 04، ص 11-10-9.

³ - RF. Hiscon introduction to journalism . Monarch press inc new york 1966 P100.

⁴ - Comité national d'évaluation . les sciences de l'information et de la communication. P14 mars 1993.

إن تصفح أحد المراجع المتخصصة في الإعلام ، والصادرة في تلك الفترة (1946) تدلنا على أهم المحاور التي كانت محل الإهتمام آنذاك ، مثل : مفاهيم الرأي العام ، حرية الصحافة في أمريكا ، الصحافة كمؤسسة في المجتمع ، كيف و لماذا تحذف الأخبار ، تنظيمات الصحف ، الصحافة كمؤسسة تجارية خاصة ، الصراع بين الصحافة والإذاعة... الخ ، ويتضح من خلال هذه المحاور أن الإنشغالات التي واكبت التكوين الإعلامي في الأربعينات ما زالت في معظمها قائمة رغم التباين في الزمان والمكان . ويظهر من الناحية التاريخية أن تعليم المواد الإعلامية في البلدان المتقدمة لم يبدأ به العمل في الجامعة إلا قبيل الحرب العالمية الثانية، وكان ذلك بصفة تدريجية ، حيث إعتنى الباحثون والدارسون من الدرجة الأولى بالناحية القانونية والتاريخية ، وظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية الدراسات الميدانية الأولى لقياس مدى تأثير الوسائل الإعلامية الجديدة (الراديو و التلفزيون). وكان لها إرتباط بالإهتمامات السياسية ، حيث أصبح التلفزيون نشاطا إقتصاديا يخضع للعرض والطلب وللريح والفائدة بقواعدها الخاصة خاصة مع توسع الأسواق.

فكانت النتيجة لكل هذا إنشاء مواد إعلامية جديدة تدرس بصفة متفرقة في الكليات المختلفة، ثم ظهرت الضرورة إلى جمعها و إنشاء قسم متخصص فيها ، ملحق بكلية معينة الحقوق أو الأدب في الغالب .

أما في الولايات الأمريكية فان تطور العلوم السياسية والإعلامية و إزدهارها خلق الحاجة إلى إنشاء معاهد متخصصة وأحيانا مستقلة¹ . و ينبغي التذكير بأن الإهتمام بالتكوين الإعلامي من الناحية التنظيمية شكل هاجسا أساسيا منذ بداية هذا القرن في الغرب. فقد تأسست الجمعية الأمريكية لأساتذة الإعلام قصد تبادل الخبرة و رفع معايير التدريس وذلك سنة 1917، وضمت في بداياتها 08 معاهد وأقسام إعلامية. و قد أصدرت الجمعيتان مجلة متخصصة في الدراسات الإعلامية سميت ب **Journalisme Bulletin** وذلك سنة

¹- زهير احदान ، الصحافة المكتوبة في الجزائر ، بدون دار نشر ، الجزائر ، ص 163.

1924، ثم تغير الإسم سنة 1928 الى **Journalisme quarterly**. وقد عملت الجمعية الخاصة بمعاهد وأقسام الإعلام على التنسيق وأحداث الإنسجام بين التكوين وميدان التشغيل، فتأسس المجلس الامريكى لتدريس الإعلام (ACE) سنة 1939. وظهرت كذلك جمعيات متخصصة في مجال التكوين الاعلامي المتخصص مثل: الأكاديمية الأمريكية للإشهار و جمعية التكوين المحترف في مجال البث¹. إذا كانت البدايات الأولى للتكوين الاعلامي في العالم يعود إلى القرن التاسع عشر، فإن البدايات الأولى للتكوين الاعلامي في الدول العربية ترجع إلى الثلاثينات من القرن العشرين . ففي موسم 1939-1940 فتحت جامعة القاهرة أبوابها للصحافة بإنشاء أول معهد عربي أكاديمي لتدريسها، وكان تابعا لكلية الأدب تحت أسم معهد التحرير والترجمة والصحافة. و في سنة 1954 أنشأت كلية الأدب قسما للصحافة ليحل محل المعهد السابق ، ولم يلبث هذا القسم أن تحول بدوره إلى معهد الإعلام لفترة ، إستقر بعدها نهائيا ككلية إعلام مستقلة عام 1975²، أما في تونس ففكرت وزارة الإعلام في إنشاء معهد للصحافة سنة 1956 لكن هذه التجربة كانت غير ناجحة ، تلتها تجربة ثانية سنة 1964 بالإعتماد على مؤسسات ألمانية ،ثم إستقر الوضع نهائيا بإنشاء معهد الصحافة و علوم الأخبار بالجامعة التونسية سنة 1976³ .

و بدأت أقسام الإعلام تنتشر في الأقطار العربية في عقد الستينات و بداية التسعينات، إستجابة لإحتياجات المتزايدة من الكوادر البشرية التي صاحبت التوسع السريع في بنى الإتصال و الإعلام و مرافقهما في الوطن العربي.

وقد شهد النصف الأخير من السبعينات تطورا ملحوظا في إنشاء عدة معاهد إعلامية متخصصة في الوطن العربي ، وقد اتسم معظمها بالطابع الأكاديمي وهي تعمل جاهدة على

¹- زهير احدادن : الصحافة الاسلامية الجزائرية من بدايتها الى سنة 1930 ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر 1986 ، ص 9-12.

²- شرف عبد العزيز، الجغرافيا الصفية وتاريخ الصحافة العربية، دار عالم الكتب، ط1، 2004 ، ص 27-30 .

³- عواطف عبد الرحمان، مقدمة في الصحافة الافريقية ، دار الفكر العربي ط2 ، 1985 ، ص 48-49.

دمج كل من التكوين الجامعي ، والتدريب المهني والبحث الإعلامي في إطار موحد يتلاءم مع جوهر الوظيفة الاجتماعية للإعلام.

المطلب الثاني: أهمية التكوين الإعلامي

إن تطور الإعلام و الإتصال و ظهور وسائل الإتصال الجديدة، و تطور تقنياتها و توسع إستخداماتها ، و إتباع أساليب متطورة و حديثة في مخاطبة الجماهير، و تنوع و تعدد العمل داخل الأجهزة الإعلامية، و تطور فنون السينما و الراديو و التلفزيون إلى جانب متغيرات العصر في كافة الميادين، جعل معاهد إعداد الكوادر الإعلامية و التأهيل الصحفي تراجع مناهجها و خططها و تعيد النظر فيها على نحو يتفق مع ظروف و متطلبات المرحلة الراهنة.

و لم تعد الموهبة أو الثقافة العامة كافية للأداء الجيد في الممارسة و التطبيق في العمل الصحفي أو الإعلامي بأنواعه ، و انتهت صحافة المبادرات الفردية ، و تحولت وسائل الإعلام من مشروع صغير يتبناه و ينظمه و يديره شخص أو بصيغة أشخاص إلى مؤسسة يعمل فيها المئات وفق تخطيط من أجل هدف مرسوم هو مخاطبة الملايين من الناس، و لذلك كان من الواجب على الإعلامي أن يفهم الإدارة و الاقتصاد إلى جانب السياسة و الفلسفة و التاريخ و يعرف اللغات و القانون و الجغرافيا السياسية، و يقف على اتجاهات الرأي العام و المذاهب الاقتصادية و الاجتماعية ، مع إلمامه بفنون الإعلام و أساليب ممارسته بشكل عام ، و يملك القدرة على فهم فن الحياة من مختلف جوانبها.

و تبعا لكل ذلك برزت أهمية إعداد و تأهيل الكوادر الإعلامية كضرورة ظروف و متطلبات التطور و الثورة الهائلة في مجال الاتصال الجماهيري ، و هذا ما تقوم به كليات و معاهد و أقسام علوم الإعلام و الإتصال ، إذن هناك علاقة ترابطية بين ميداني الإعلام و التعليم هذا الأخير يزود القطاع الأول بالطاقة العاملة الفنية و الإدارية التي تقوم بتوجهه و تشغيله ، و من جمهور متعلم يستقبله أو ربما يعود فيقدم له هو الآخر - تغذية رجعية - ينمي بها

قدراته ، و على هذا الأساس فإنه بقدر ما يكون نظام التعليم جيدا يكون جودة نظام الإعلام إرسالاً و إستقبالاً و تغذية رجعية ، و يأتي ذلك في إطار تحليل النظم التعليمية و التربوية بالإنتاجية التعليمية ارتباطاً وثيقاً ، ذلك أنه إذا قلنا إن المدخلات في مجال الإعلام تتمثل من خلال الكليات و المعاهد المتخصصة و كذا الأقسام العلمية ، وهي تقاس وفقاً للمخرجات و يطلق على هذه العلاقة باسم إنتاجية التعليم ، و الكمية تتغير حسب تغير عملية الإنتاج أو المدخلات أو حتى المخرجات.

المطلب الثالث: المعايير الدولية للاعتماد الأكاديمي في مجال الدراسات الاعلامية :

هناك مجموعة من المعايير الدولية التي حددها المجلس العالمي للاعتماد الأكاديمي للدراسات الاعلامية *accediting conseil on éducation in journalism and mass communication(AC JMC)*

يقوم بتطبيقها على كليات الإعلام وأقسامها في مختلف الجامعات سواء العربية أو الاجنبية كأحد ركائز وأسس نظام الاعتماد الأكاديمي لها ، وهذا المجلس هو المسؤول عن تقييم البرامج ذات الطبيعة الإحترافية في مجالات الصحافة والإعلام في كافة الجامعات الغربية والعربية ، أنشئ عام 1945، وهي مؤسسة معترف بها من قبل المجلس الاعلى لاعتماد برامج التعليم العالي في الوم.أ وهو يكرس جهوده لرعاية وتعزيز التميز ورفع الأداء في مناهج الإعلام ذات الطبيعة الإحترافية وعلى المستوى الجامعي ، حيث يؤكد في رؤيته على أهمية ودور العلوم الانسانية والعلوم البحتة في تشكيل العماد القوي الذي تقوم عليه البرامج الإحترافية في تخصصات الإعلام . ويشترط المجلس أن يكون الهدف التعليمي للبرامج الأكاديمية التي تتقدم بطلب الاعتماد من المؤسسة تكوين الطلاب وتدريبهم وإنخراطهم الوظيفي في مجالات الصحافة المكتوبة والتصوير الصحفي والعلاقات العامة ، والإعلان ، مجال السمعي البصري¹

¹- حسين محمد سمير استخدام ضمان الجودة في التعليم ، دراسة غير منشورة ، الرياض 2005

- وسوف نعرض فيما يلي أهم المعايير والمؤشرات التي وضعتها المؤسسة بطلب مجلس الإعتداد الأكاديمي أن يكون كل الخريجين بغض النظر عن تخصصهم الإعلامي الدقيق على وعي وإلمام بقيم وقدرات أساسية محددة وأن يكونوا قادرين على¹ :
- فهم وتطبيق مبادئ وقوانين حرية التعبير والصحافة .
 - فهم تاريخ ودور المهنيين والمؤسسات في صياغة الإعلام.
 - إظهار فهم لتنوع الجماعات في المجتمع العلمي فيما يتعلق بالإعلام .
 - إستيعاب المفاهيم وتطبيق النظريات الإعلامية عند الإستخدام .
 - إظهار معرفة المبادئ الأخلاقية الاحترافية في الإعلام .
 - التفكير بشكل إنتقادي وإبتكاري وإستقلالي .
 - القيام بالبحوث وتقييم المعلومات بإتباع الطرق والمناهج الملائمة للمهنة الإعلامية التي يشغلونها .
 - الكتابة بشكل صحيح وواضح من حيث الشكل والأسلوب الملائمين لمهنتهم الاعلامية والجمهور والأهداف المبتغاة.
 - والتحدي الذي يواجه كليات وأقسام الإعلام في الجامعات يتعلق بالمناهج وضرورة السعي الدائم الى تطويرها وتحديثها وتوفير الخصائص الأساسية لها ومنها :
 - أن يواكب محتواها أحداث التطورات المعاصرة في مجالاتها .
 - أن يستجيب لمتطلبات التنمية .
 - إتاحة فرص الاختيار عند الطلبة حسب استعداداتهم و ميولهم و الفروق الفردية بينهم
 - مدى الربط في المناهج بين المعرفة العلمية الإعلامية ، و مشكلات البيئة الإعلامية و الاجتماعية و الثقافية المحيطة.

1- دليل المجلس العالمي للاعتداد الأكاديمي للدراسات الاعلامية 2004-2005

- مدى استحداث تخصصات أو مقررات إعلامية جديدة تتماشى مع التقدم العلمي الحديث و تفتح آفاق جديدة لبرامج تعليمية متطورة في كافة التخصصات و الفروع الإعلامية.
- كما يتمثل التحدي أيضا في ضرورة المراجعة المستمرة للمناهج الإعلامية للتأكد من :
 - نوع و مستوى الخبرات التعليمية التي تقدمها الخطط الدراسية للطلاب.
 - مدى ارتباط هذه الخطط الدراسية بالإحتياجات الإعلامية الفعلية في المجتمع وفق منهجية علمية متكاملة.
 - إلى أي حد تحقق المناهج و الخطط الدراسية الإعلامية و منهجية التفكير الإبداعية المتجددة في مواجهة المشكلات ، و تقنيات أساليب العمل و معالجة المعلومات بدلات من تخزينها.
 - مدى مسايرة المناهج الإعلامية الاتجاهات المعاصرة في التعليم الجامعي التي تركز على أن المنهج الجامعي اللازم لتخريج الجامعيين في القرن 21 يجب أن يكون متوجها إلى المجتمع ، و مبنيا على اكتساب القدرات.
 - محاولة التعرف على مصدر مناهج التعليم الإعلامي، فهل أخرجت من دائرة المقررات الدراسية المعرفية المجزأة إلى مفهوم النظام المنهجي التعليمي المتكامل؟.
 - مدى تبني الأفكار الحديثة في المعرفة الإعلامية، و إدخال نتائج البحث العلمي الإعلامي و المكتشفات العلمية الإعلامية في مضمون مناهج التعليم الإعلامي، بهدف تقييم أفضل نموذج معرفي فعال إلى الطلبة لتمكينهم من التكيف مع المتغيرات الإعلامية و المعرفية و الثقافية المتجددة.
 - هل تم الأخذ في الاعتبار الابتعاد عن وضع المناهج الإعلامية وفقا للمناهج العاملة في البيئات الثقافية الأخرى ؟ على أساس أن المناهج الدراسية تمثل مضمونا حضاريا و ليس آلية تعليمية حيادية.

- مدى دمج التدريب العملي في صلب العملية التعليمية ، و ربط البرامج الدراسية بالقطاعات الإعلامية المختلفة.

المبحث الثاني: التكوين الإعلامي الجامعي :فلسفته ، مشاكله ، تحليله الرباعي .

المطلب الأول :فلسفة و إستراتيجية التكوين الإعلامي :

أ- فلسفة التكوين الإعلامي:

إضافة إلى الثورات السياسية هناك الثورة الصناعية ، و الثورة المعلوماتية و ثورة المنظمات الغير حكومية ، و أخيرا ثورة الإتصال¹ و عند الحديث عن ثورة الإتصال ، فإن الأمر في اعتقادنا يرتبط بأمرين إثنين هما علاقة الإنسان بالإنسان و علاقة الإنسان بالتكنولوجيا . و يأتي هذا التقسيم انطلاقا من أن ثورة الاتصال قاربت المسافات و غيرت المفاهيم و دخلت الرسالة الاتصالية عاملا أساسيا في تشكيل وعي الناس بسرعة و قوة ، و عليه فإن فلسفة التكوين الإعلامي يجب أن تقوم على أمرين :

الأمر الأول: تعليم و تدريب يقوم على تلقي الطالب للأدوات النظرية التي تمكنه من معرفة دوره، و المطلوب منه الإلمام بالقوانين التي يجب أن يحترمها في اطار حرته المكفولة، و ها هي النظرة الحقيقية لمفهوم الإعلامي في اطار عاداتنا و تقاليدنا و ديننا الإسلامي². الأمر الثاني: تعليم و تدريب الطالب على الوسيلة لأن ثورة الاتصال ولدت تطورا هائلا في الوسيلة الإعلامية و هو ما خلق ما يعرف بالثورة الإعلامية فالذي يملك أحسن و أقوى وسيلة هو الأقوى و القادر على التغيير و التأثير.

إذن فإن فلسفة التعليم الإعلامي تنبع من ثقافة المجتمع و هوياته و توجهاته الفكرية العليا.

ب- إستراتيجية التكوين الإعلامي:

عرفت كوثر كوجك "الإستراتيجية في التعليم بأنها خطة عمل عامة توضع لتحقيق أهدافا معينة و لتمنع تحقيق مخرجات غير مرغوب فيها. و ذكر عبد الله شقيل أن إستراتيجيات

¹- هيثم صناعي , دور الاعلام في ديمقراطية المعرفة , مقال قدم في المؤتمر السنوي للمنصة العربية لحرية الصحافة , 2005

²- ساعد ساعد , التكوين الاعلامي والأداء , مقال افتتاحي في نشرية مركز التدريب الاعلامي , عدد1 , 2004 , ص04

التدريس يقصد بها تحركات المعلم داخل الفصل، و أفعاله التي يقوم بها، و التي تحدث بشكل منتظم و مسلسل بينما أشار ياسين قنديل إلى أن استراتيجيات التدريس هي سياق من طرق التدريس الخاصة و العامة المتداخلة و المناسبة لأهداف الموقف الدراسي بأقل إمكانيات و على أجود مستوى.

- إذن إن إستراتيجية التدريس هي خطوات إجرائية منتظمة و متسلسلة بحيث تكون شاملة و مرنة و مراعية لطبيعة المتعلمين، و التي تمثل الواقع الحقيقي لما يحدث داخل الحصة من استغلال لإمكانيات متاحة لتحقيق مخرجات تعليمية مرغوب فيها.

يبدأ التوجه الاستراتيجي في رسم ملامح العمليات التدريبية بشكل و مضمون مختلف بحسب كل مرحلة يمر بها المتكون ليجعلها منسجمة و متسقة في نسق واحد يصب في النهاية في مسارات الأهداف المرصدة و المحددة سلفا للتكوين .

- نخلص مما سبق ذكره أن :

فلسفة التعليم الإعلامي تتبع من ثقافة المجتمع و هويته و توجهاته الفكرية العليا. أي لا بد أن يرتبط بنظرية خاصة به و هذا أمر نادر في التكوين الإعلامي في الوطن العربي، فغالبا ما تكون هذه النظرية مستمدة من التراث الغربي¹ أما إستراتيجية التعليم الإعلامي تصاغ بغرض التعبير عن هذه الثقافة و الحفاظ على الهوية و التفاعل مع التوجهات الفكرية العليا للمجتمع.

المطلب الثاني: مشاكل التكوين الإعلامي الجامعي في الوطن العربي:

و الملاحظ أن التأهيل الأكاديمي في الوطن العربي غير مرتبط بنظرية خاصة في العلوم السلوكية أو الاجتماعية، و أن تكون مستمدة من التراث العربي، و يسري ذلك أيضا على التأهيل العلمي الذي يرتبط باعتبارات إديولوجية في بعض الأقطار العربية، وأنه لا يعطي اهتماما كافيا لموضوع الإعلام و التنمية حيث يتم الإعتماد بالكلية على الفكر الغربي و لم

¹- راسم محمد جمال ، الاتصال و الاعلام في الوطن العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ص 214

شنت بعض البحوث العربية التي لا تشكل نظرية عربية متكاملة، كما أن هذه المؤسسات التعليمية انشئت ارتجاليا دون أن يسبقها دراسة لاحتياجات سوق الإعلام على القوى البشرية كما و نوعا و دون توفير الموارد المالية و الفنية و العلمية اللازمة من أجهزة و مكاتب و هيئات تدريس، لذا فهي تعاني مشكلات شبه واحدة في الوطن العربي كله و هو ما دفع ندوة الدراسات الإعلامية في الوطن العربي الذي عقدت عام 1987 الى مناقشة الجامعات العربية التريث في انشاء أقسام الدراسات الإعلامية للأسباب ذاتها، و مع ذلك استمر الإندفاع في انشاء أقسام الإعلام دون الإهتمام بحل المشكلات الأساسية، و على هذا تعاني معظم معاهد الإعلام و أقسامه مشكلات نمطية تختلف حداثتها من قطر لآخر أهمها:

1-الإفتقار الى التخطيط: من المتفق عليه ان أغلب معاهد و أقسام علوم الإعلام و الإتصال انشأت بشكل ارتجالي لم تسبقه دراسات السوق الإعلامية أو تقدير الاستعدادات الواجب توافرها لإعداد أعضاء هيئة التدريس أو توافر الامكانيات المادية و الفنية اللازمة للتأهيل و التدريب، مما يؤدي الى تأطير أعداد كبيرة قليلة التحصيل و الخبرة لا تقبلهم المؤسسات الإعلامية، فيحولون الى مهن أخرى كالتدريس أو الاعمال الإدارية¹.

2- نقص الكوادر العلمية: تعاني غالبية معاهد الإعلام و أقسامه في الوطن العربي نقص الكوادر العلمية التي عليها أن تنهض بالتأهيل الأكاديمي، و قد أنشئت هذه الأقسام قبل أن يتوافر لها الكوادر الوطنية اللازمة، اعتمادا على الإطارات من الاقطار عربية اخرى أو اعتمادا على خريجي تخصصات قريبة من الإعلام مثل: التاريخ، علم الإجتماع، الآداب اللغات².

1- يعقوب توفيق، ملاحظات حول سياسة التكوين وأفاق توظيف خريجي علوم الاعلام والاتصال بالوطن العربي، مقال غير منشور، ندوة أقسام الاعلام، الامارات العربية المتحدة، 1984
2- مهنا محمد مصر، مدخل الى الاعلام العربي، المكتب الجامعي الحديث، اسبوط، ص160

و على الرغم من أن معظم هذه الأقسام قد أوشك على استكمال هيئاته و لو من الناحية الكمية ،فان المشكلة مازالت قائمة لان هذه الكوادر ليست مؤهلة إلا لتدريس الموارد النظرية المنقولة شكلا و مضمونا عن المدارس الغربية .

و قد طرحت فكرة الإستعانة بالحاصلين على الماجستير و الدكتوراه من غير الأكاديميين للمعاونة في هذه المؤسسات الإعلامية خاصة في مجال التدريب العلمي ،قد أثبتت تجربة هؤلاء فائدتها في بعض الحالات و قد لم تثبت في حالات أخرى خاصة عندما يتم اختيار هؤلاء بناء على العلاقات الشخصية و ليس بناء على أسس موضوعية .

- وقد اظهرت بعض الأقسام إلى الاستعانة بالأساتذة الاجانب ،و لكن التجربة أثبتت في الكثير من الاحيان عدم جدواها فالى جانب حاجز اللغة هناك عائق الخيرات الاجنبية المتولدة عن ظروف سياسية و اقتصادية مختلفة عن تلك الواقعة في الوطن العربي.

3- مشكلة المراجع الاكاديمية :

هناك مراجع علمية في مجالات الإعلام على درجة عالية من حيث الكم و الكيف تخرجها أقسام الإعلام و علم الإجتماع و علم النفس و السياسة في بعض الجامعات العربية بالإضافة الى مراكز البحوث العلمية المتخصصة في العلوم الإجتماعية ،و لكن هذه المراجع قد لا تتوفر في العديد من الاقطار العربية لأسباب عديدة منها: ارتفاع ثمنها ،و هناك دراسات قيمة في الوطن العربي لكنها لا تصل الى يد القارئ بحكم أزمة النشر المستحكمة من خلال قيمتها التجارية و ليس العلمية.

و مع ذلك علينا أن نعترف بالعجز الكبير في مكتبات الجامعات و المعاهد في الوطن العربي ، سواء من حيث المراجع العربية و الاجنبية أو من حيث الدوريات العلمية ،و هناك إشكال آخر يطرح في هذه النقطة و هو ترجمة المؤلفات الاعلامية الى العربية التي شهدت فوضى مطلقة ،من خلال المصطلحات الخاطئة و خلط المفاهيم و عدم التنسيق بينها في مختلف دول الوطن العربي.

4- التدريب :

يتطلب التأهيل الاعلامي قدرا كبيرا و مكثفا من التطبيق العلمي الذي يتعين أن يتم جزء كبير منه في المؤسسات التعليمية ذاتها و تحت اشراف أساتذة الإعلام أنفسهم سواء تم ذلك التدريب في المؤسسات التعليمية أو المؤسسات الإعلامية ، و المشكلة المتفق عليها هي أن غالبية أساتذة الإعلام و الإتصال العرب ذو توجهات نظرية و قل منهم من تتوافر لديه قدرات عملية و على ذلك تظهر الجامعات و المعاهد المتخصصة الى اعقاب التدريب العلمي الى حد ما،أو الاستعانة بالعاملين في المؤسسات الإعلامية أو أن تعهد بتدريب الطلاب الى هذه المؤسسات ذاتها و في هذه الأخيرة يغلب على التدريب الطابع الشكلي ولا يتحقق منه فوائد كثيرة .

و قد تختلف المؤسسات التعليمية العربية اختلافا كبيرا في قدراتها على توفير مستلزمات التدريب المختلفة فبعضها لديه استوديوهات اذاعية و تلفزيونية و مطابعالخ لتدريب الطلبة و بعضها الاخر لا يتوافر لديه أي شيء من ذلك .

فالتدريب الاعلامي في الوطن العربي يعاني مشكلات نمطية متشابهة تتلخص في الافتقار الى سياسات تدريبية محددة تقوم على اشباع الاحتياجات ،الى جانب نقص المعدات و الأجهزة و الموارد اللازمة للتدريب و عدم وجود حوافز مالية أو وظيفية للمتدربين ،و الافتقار الى برامج تدريبية منظمة أو دورية لإعادة التدريب .

و يضيف حمدي قنديل الى ما سبق أن التدريب الاعلامي في الوطن العربي يميل في أغلبه الى التعميم ،في حين تتزايد الحاجة الى تدريب متخصص،و أن هذا التدريب غالبا ما يهمل نواحي معينة مثل الفنون الشعبية و الصحف المحلية و الانغماس في مجالات التنمية¹.

1- راسم محمد جمال، مرجع سابق،ص 222

المطلب الثالث : التحليل الرباعي للتكوين الاعلامي الجامعي:

يستخدم التحليل الرباعي analyse swot باللغة الانجليزية، كأداة تحليل إستراتيجي في عدة مجالات: إدارة الأعمال ، و التسويق و التنمية البشرية...
و قد يهتم هذا التحليل كما كتبت حروفه الأربعة بالإنجليزية إلى S-W-O-T: ويمكن تعريفها كما يلي:

*القوة: و يقصد بها عناصر القوة في المشروع والتي تميزه عن غيره من المشاريع . و هي ترجمة لكلمة strengths.

*الضعف: نقاط الضعف و هي ترجمة لكلمة weaknesses.

*الفرص: وهي التي يمكن أن تأتي من خارج المشروع، و قد تؤدي على سبيل المثال إلى زيادة المبيعات، و أيضا تؤدي إلى زيادة الأرباح ، و هي ترجمة لكلمة opportunities.
*التهديدات : و هي التي يمكن أن تأتي من خارج المشروع، و تسبب له إضطرابات، و هي ترجمة لكلمة threat.

و يمكننا تشخيص حالة التكوين الاعلامي باستخدام أداة منهجية التحليل الرباعي analyse swof كالآتي¹:

نقاط القوة :

- 1- إتساع عرض التكوين الاعلامي الأكاديمي
- 2- الاقبال المتزايد على و المستمر على التكوين المهني المتخصص في الإعلام و الإتصال.
- 3- الوافدون إلى مؤسسات التكوين الاعلامي المتخصص يعبرون عن رغبة و ارادة و طموح.
- 4- الوافدون إلى مؤسسات التكوين الاعلامي أغلبهم إناث .

¹- عبد اللطيف بن صافية، التكوين والبحث الإعلاميين في المغرب العربي، محاضرة أقيمت على طلبة الدكتوراه، جامعة مستغانم، أكتوبر 2016

نقاط الضعف:

- 1- عدم القدرة على تلبية طلبات جميع المترشحين في المؤسسات و الشعب المتخصصة .
- 2- قلة الاساتذة و المتخصصين .
- 3- صعوبة مسايرة و ملائمة برامج التكوين للتطورات السريعة المجتمعية و التكنولوجية .
- 4- صعوبة توظيف و إشراك المهنيين في التكوين .
- 5- سيادة النموذج التقليدي ، غلبة النظري على التطبيقي .

التحديات :

- 6- إتساع رقعة النشاط الاعلامي التقليدي و الرقمي و إرتفاع حدة المنافسة .
- 7- سرعة التطورات التكنولوجية التي تلحق باستمرار قطاع الإعلام بكل مكوناته .
- 8- الحاجة إلى ملائمة التكوين لحاجة السوق الإعلامية (مواكبة الإعلام للتطورات المجتمع ،
- وتحرير الإعلام من منافسة و عقلية المقاولاتية)
- 9- الإنخراط في النشاط الاعلامي بشكل مكثف دونما العناية بالقواعد المهنية و لا الضوابط الاخلاقية .
- 10- خلط الواسع الانتشار بين الإعلام المهني و النشاط التعبيري الذاتي .
- 11- الإستعمالات الهدامة و المغرضة للإعلام الحديث (شبكات التواصل الاجتماعي).

4-الفرص:

- تطور الإهتمام بمجالى الإعلام و الإتصال لدى جميع فئات المجتمع(تطور الثقافة الإعلامية ،تطور السوق الاعلامي).
- العناية المستمرة التي توليها الحكومات لهذا التخصص .
- إتساع هامش الحرية الناتج لممارسة النشاط الاعلامي .
- تنظيم الجوائز الإعلامية الوطنية (البحث عن التميز).

- الإحتكام إلى الجمهور و إلى المواطن (قياس المتابعة).
- ديمقراطية الأنترنت.

المبحث الثالث: التجربة الإعلامية التكوينية في الجزائر المطلب الأول: المدرسة الوطنية للصحافة

يعود التكوين الإعلامي غير الرسمي في الجزائر إلى المراحل الأولى من ظهور الصحافة المكتوبة (ابتداء من منتصف القرن 19) على يد المعمرين ، فكانت هذه التجربة الممتدة في التاريخ لم تفرز تقاليد صحفية جزائرية معينة ، و هذا يعود إلى انعدام الدراسات الاعلامية في هذه التجربة ، و يمكن القول إذن أن التكوين الإعلامي الرسمي إنطلق بعد الاستقلال دون رصيد معرفي إعلامي تاريخي معين. وقد إرتبط بالتطورات التي عرفت البلاد بعد 1962، و قد تميز الوضع بصفة عامة بتبعية مطلقة للدولة المستعمرة في مجال إدارة و تسيير وسائل الإعلام ، و مجال التشريعات و القوانين التي تنظم العمل الإعلامي ، و قد قيدت اتفاقيات إفيان الجزائر على الصعيدين الثقافي و الاعلامي ، فبالضافة إلى الابقاء على عدد من الصحف أوصلت الاتفاقية بتأجيل موضوع الاذاعة و التلفزيون إلى مرحلة لاحقة ، لكن الجزائر حرصت دائما على التخلص من الوجود الإستعماري و تصفيته نهائيا ، لذلك قام الجيش الوطني الشعبي بالسيطرة على مقر محطتي الاذاعة و التلفزيون في 28 أكتوبر 1962.

1- أسباب التكوين الإعلامي بالجزائر: ¹

- إقامة إعلام وطني لا بد أن يعيد النظر في مختلف التشريعات و النصوص الإعلامية التي كشفت بعد الاستقلال عن تناقضها مع طبيعة المرحلة، و مع تطلعات المجتمع الجديد.

1- شطاح محمد، التدريس الاعلامي في المرحلة الجامعية في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر، المجلة العربية للاعلام و الاتصال ، عدد 08، ماي 2012، ص 131-134.

- ضرورة إعادة بناء الإعلام بصفة عامة و تدعيم مختلف البنى القاعدية و التوسع فيها ، بالشكل الذي يؤدي إلى تحقيق التنمية و القضاء على التخلف .

- إعادة هيكلة مختلف مؤسسات الإعلام بالشكل الذي يسمح لها من تحقيق أهداف المجتمع في إعلام وطني مستقل يعبر عن إهتماماته و حاجاته الإعلامية .

- تكييف القطاع الإعلامي مع ما يشهده الوطن و العالم في تلك الفترة من تغيرات سواء مستوى النصوص التشريعية أو على مستوى الخدمة المقدمة من قبل وسائل الإعلام .

هذه مجمل الظروف التي جعلت الدولة الجزائرية تتجه إلى التفكير في إيجاد مؤسسة توكل إليها مهام التكوين و التدريس و التدريب الاعلامي ، خاصة بعد الرحيل الجماعي للصحفيين و التقنيين ، و لجوء الجزائر إلى البلدان العربية لسد الفراغ و تشغيل الوسائل التي كادت أن تعطل و منها التلفزيون .

إقترن التدريس الإعلامي في الجزائر بمشروع بناء الدولة الوطنية ، بعد إسترجاع الإستقلال ، و بما أن قطاع الإعلام من القطاعات الاستراتيجية للدولة الحديثة ، فقد انصب التفكير في ضرورة إيجاد مؤسسة تتولى التكوين ، و بالتالي تزويد المؤسسات الإعلامية الجديدة بالكوادر اللازمة للمساهمة في إقامة إعلام وطني ملتزم بمبادئ الثورة ، و من هذا المنطلق تأسست المدرسة الوطنية للصحافة في 21 ديسمبر 1964 بموجب مرسوم 356/64 المؤرخ في 21-12-1964 . ، من قبل وزارة الاعلام ثم ضمت لوزارة التعليم العالي عام 1970، و قد كان عدد سنوات الدراسة ثلاث سنوات إلى غاية 1974، و كانت لغة التدريس بها الفرنسية للفصيلة المفرنسة ، و العربية بالنسبة للفصيلة المعربة ، أما الكادر المؤطر فكان من المشرق بالنسبة للشعبة المعربة ، و فرنسيين و بلجيكيين و أفارقة بخصوص الشعبة المفرنسة . و من بين الأساتذة الذين سهروا على تلقين الطلبة الأبجديات الإعلامية في المراحل الأولى للمدرسة : زهير إحدان ، بن عمار صغير ، زهير سيف الإسلام ، أحمد بجاوي ، إبراهيم إبراهيمي ، و أساتذة آخرون يدرسون مساقات مختلفة كبلقاسم سعد الله (التاريخ)، و جمال قنان

و من المشرق :محمد السيد ،و سعد زهران ،وعزت عجان و كانت المدرسة تستضيف شخصيات بارزة مثل :رضا مالك ،و زهور ونيسي حيث كانوا يلقون محاضرات لمختلف المواضيع المتعلقة طبعا بالإعلام و الصحافة .و قد و كانت فلسفة التدريس بالمدرسة تهدف إلى تكوين صحفيين مناضلين لبناء الاشتراكية .

انطلقت المدرسة الوطنية للصحافة من مقر ها وسط العاصمة في إحدى البنايات المتواضعة بحي شعبي يسمى "جاكارتيني"،و كان المقر قريبا من المؤسسات الإعلامية ،في مقدمتها جريدة الشعب و يومية المجاهد الناطقة بالفرنسية ،و المجاهد الأسبوعي ،و وكالة الأنباء الجزائرية العائدة من تونس ،و مقر الإذاعة و التلفزيون الجزائري .و قد أدى ضيق المقر و قلة عدد الأساتذة بالجهات الوصية إلى تحديد شروط الالتحاق بالمدرسة باجتياز مسابقة مفتوحة لعدد من الطلبة الذي كان لا يتجاوز 15 طالب.

-درس بها شخصيات معروفة أمثال فرنسيس بال- بول يالطا من فرنسا ، و من مصر نذكر : محمد سعيد محمد و سعد زهران ، سامي عزيز ، و من الجزائر نجد : زبير سيف الإسلام ، زهير حدادن ، الصغير بن عمار ، عزة عجان ، عزي عبد الرحمن ، محمد قيراط، محمد أبراقن صاحب قاموس المبرق في الإعلام . و كثيرون هم من يحملوا راية قنوات فضائية عربية مستقلة و عمومية.

مميزات التكوين الإعلامي في المدرسة العليا للصحافة :

يمكن إيجازما ميز التدريس و التكوين في عهد المدرسة الوطنية للصحافة في النقاط التالية :

1- **التكوين النوعي و النخبوي:**تميزت المدرسة بأعداد قليلة من الطلبة ،يسهر على تأطيرهم شلة من الكفاءات الأجنبية و العربية ،و هو ما يفسر تميز الدفعات الأولى للمدرسة التي تميزت بالتكوين عال و جيد في الإعلام ،و قد تقلدت مناصب قيادية بمختلف وسائل الإعلام .

2- **تلازم التدريس مع التدريب:** تميز التدريس بالارتباط الوثيق بين التكوين و التدريب ، و قد ساعدت ظروف المرحلة على ذلك ،خصوصا في ضل الإحتياجات الكبيرة للمؤسسات الإعلامية الناشئة ،إلى كوادر صحفية ، و هو ما جعل العديد من الطلبة يزاجون بين الدراسة و العمل في المؤسسات الإعلامية .

3- **ازدواجية لغة التدريس:** أدت الظروف التاريخية المعروفة إلى أن يبدأ التدريس في مجال الإعلام و الصحافة في الجزائر باللغة الفرنسية ، و هذا ما أدى إلى ضعف مقروئية الصحف بسبب إنتشار الأمية .

4- **إقتصار المدرسة على مرحلة الليسانس:** إقتصر التعليم في المدرسة على المرحلة الجامعية الأولى ،لأن المدرسة كانت تحت وصاية وزارة الإعلام التي ليس من مهامها التكوين الأكاديمي العالي و البحث العلمي ، و قد بدأ الإهتمام في هذا المجال في منتصف السبعينات حيث بدأت مرحلة إبتعاث الطلبة المتخرجين لتحضير شهادات عليا بالخارج. وعموما فإن المدرسة الوطنية للصحافة كانت الحلقة الأولى في بداية التدريس للأعلام و الإتصال في الجزائر ،عاشت عهدا تميز بوجود نظام سياسي يتبنى التوجه الإشتراكي و يعمل على تحقيق مبادئ الدولة الاشتراكية التي من أهم ملامحها في المجال الإعلامي ،تبعية وسائل الإعلام للدولة

- وفي عام 1974 تم دمج المدرسة الوطنية للصحافة ،مع معهد الدراسات السياسية مع معهد الدراسات السياسية و الإعلامية تحت وصاية وزارة التعليم العالي ، و امتد ذلك إلى غاية 1983، و تميز التكوين في هذه المرحلة بامتداد فترة الدراسة في فترة الليسانس إلى أربع سنوات ، و ذلك عبر سنتين في الجذع المشترك ثم التخصص في السنة الثالثة ضمن مسارين العلوم السياسية و الإعلام . و قد برر الدكتور محمد شطاح سبب الدمج بين الحلقتين المعرفيتين المختلفتين (السياسة و الإعلام)، باعتقاد الجهات الوصية للإعلام أنذاك أن الصحافة مرتبطة بالسياسة ، و الصحفي هو مناضل وملتزم بالقضايا السياسية للدولة .

من هنا يمكننا أن نلخص أهم مميزات هذه المرحلة من التكوين الإعلامي في :

- التوجه نحو تعريب التكوين الإعلامي خاصة بعد عام 1979.
 - الإهتمام بإرسال البعثات الطلابية إلى الخارج.
 - فتح الدراسات العليا أمام المتخرجين في مجال الإعلام و الإتصال .
- و قد شهد المعهد نقطة حساسة ،تجسدت في الصراعات الظاهرة و الخفية بين أنصار الفرونكوفونية ،و التعريب وأيضا بين المسارين السياسة و الإعلام ،خاصة فيما يتعلق بالدورات التدريبية .

بداية من الدخول الجامعي 1982-1983 ،أصبح التدريس و التكوين الإعلامي يتم بمعهد علوم الإعلام و الإتصال ،أين تم الفصل بين المعهدين بموجب المرسوم 84-209 المؤرخ في 18 أوت 1984،و بموجب المرسوم التنفيذي 01-264 المؤرخ في 18 سبتمبر 2001 على الاندماج ضمن إطار كلية واحدة تنقسم إلى قسم العلوم السياسية ،و قسم الإعلام .

بدأ التدريس بالمعهد بأربع سنوات جذع مشترك لمدة سنتين ثم التخصص في مسارات مختلفة: الصحافة المكتوبة ،و الصحافة السمعية البصرية ،و مسار الإتصال الذي أصبح لاحقا الاتصال و العلاقات العامة ،و هذه المرحلة تعتبر من أهم مراحل التكوين الإعلامي في الجزائر إذ تميزت بالتعريب الكامل للتدريس ،و بداية عودة البعثات الطلابية من الخارج،إلى الإعتماد على هيئة التدريس جزائرية.

في هذه المرحلة برزت العديد من العناوين الصحفية، كما شهدت تطورا في البث الإذاعي و التلفزيوني ،و يبقى صدور أول قانون للإعلام سنة 1982،في الجزائر المستقلة أهم حدث في مسيرة الإعلام الجزائري .و ضلت فكرة تكوين الصحفي المناضل و الملتزم¹ باختيارات الدولة هي السمة التي تميز التكوين الإعلامي.و قد حدد هذا القانون مفهوم الدولة للإعلام

¹- قانون الاعلام 1982 ،الجريدة الرسمية ،06 فبراير 1982

حيث جاء في المادة الأولى ما يؤكد "أن الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية، يعبر للإعلام بقيادة حزب جبهة التحرير الوطني ...".

و نصوص هذا القانون تترجم في المقاييس و المناهج البيداغوجيا التي كانت تدرس في اختصاص علوم الإعلام و الإتصال نذكر منها :سوسيولوجيا الدولة ،الفلسفة و النظريات السياسية ،الإقتصاد الإشتراكي ،القانون الدستوري و النظم السياسية ،السياسة الثقافية في الجزائر ،الثقافة و الإيديولوجيا.

بعد أكثر من ثلاثين سنة من التدريس الإعلامي بجامعة الجزائر ،شهدت فترة التسعينات فتح معاهد ثم أقسام لتدريس الإعلام والإتصال ، وكانت البداية مع جامعة عنابة التي اهتمت بالعلاقات العامة والإتصال في التنظيمات ، ثم فتح قسم بجامعة وهران وجامعة مستغانم ثم جامعة قسنطينة ، ثم تعددت أقسام علوم الإعلام والإتصال على مستوى معظم جامعات الوطن ، وهذا التعدد الكمي للأقسام التخصص حسب رأي د/"شطاح" فهو نهاية لبريق التكوين الإعلامي في الجزائر ، وقد أرجع ذلك الى عدة أسباب منها :

1) تثبيت القدرات في مجال التنظير ، كثرة الأقسام تؤدي الى تثبيت الكفاءات وهدر الامكانيات التي كانت بحوزة القسم الأصل بجامعة الجزائر وانعكس ذلك سلبا على التكوين الإعلامي .

2) فتح أقسام جديدة الإعلام والإتصال بشكل متسرع وغير مدروس الأمر الذي أوقعها في مشكلات عدة كالافتقار للكفاءات والوسائل التعليمية .

3) افتقار العديد من أقسام الأعلام والإتصال الى وسائل إعلام محلية للتدريب وتوظيف الخريجين في المستقبل .

4) تواجد الأقسام في كليات غير متجانسة ، فبعضها في كليات الآداب ، وأخرى الحقوق وأخرى العلوم الاجتماعية أو الانسانية أو السياسية ، وهذا ما جعلها تعاني التهميش .

- أما الجوانب الايجابية التي ميزت التكوين في هذه المرحلة فتمكن في توحيد البرامج على مستوى جميع الأقسام في القطر الجزائري ، وذلك من خلال تشكيل اللجنة البيداغوجية التي تجتمع دوريا لتقييم البرامج ورفع التقارير الى الوزارة الوصية لاعتمادها واتخاذ القرارات في مجال التكوين الإعلامي .

المطلب الثاني: التكوين الإعلامي ونظام "ل م د" :

باتت الجزائر اليوم ،في عالم معولم ووعيا منها بالمهام المنوطة بمؤسساتها التعليمية ،ومنها الجامعة على المستوى الداخلي، لضمان التطور والتحكم في العلم والمعرفة ،وعلى المستوى الخارجي لتسجيل حضورها من أجل تشجيع التبادلات العلمية والحركية البشرية على جميع المستويات. أن تظهر اهتماما بتطوير برامج هذا النظام وتحسينه ،انخرطت منذ شهر سبتمبر من عام 2004 في هذا السياق العالمي الخاص بإصلاح أنظمة التعليم العالي ، وفيما يلي الأسباب الكفيلة التي جعلت تخصصات الجامعة الجزائرية عامة وتخصص علوم الاعلام والاتصال خاصة يتبنى لنظام التعليم الجديد ، وما يحمله من أفاق مرجوة منه على المدى القريب والبعيد ، والمتمثلة بالأساس في الاختلافات التي طالما تعترى النظام القديم¹ على مستوى المرافق والهياكل وتنظيم المؤسسات ، وعلى المستوى البيداغوجي والعلمي للتكوين المتوفر ، وأصبح النظام الكلاسيكي غير موافق للتغيرات الحالية المستقبلية ، خاصة في ظل عولمة المعلومات ، مما شكل عدة أزمتات وهذا راجع لعدم استجابته للتطور السريع في مجال علوم الإعلام والاتصال ، جعل الجامعة الجزائرية تفكر تفكيرا جديا في وضع هذه المؤسسة في مسارها الطبيعي والمسائر للمتغيرات العالمية ، وهذا بتبني سياسة اصلاحية جديدة بحيث يجري تطبيقه على مستوى الجامعات والكليات خاصة كلية علوم الإعلام والاتصال ، ويتمثل في النظام (ل.م.د) (ليسانس ،ماستر ، دكتوراه) وهو مشروع عالمي يدعو للمنافسة في إمتلاك المعرفة بتقديم تكوين نوعي يسمح بانفتاح الجامعة على سوق

¹--مونييس بوخضرة ،نظام ل م د وإمكانياته المعرفية ،ملتقى وطني حول أفاق الدراسات العليا البحث العلمي في الجامعة الجزائرية،جامعة الجزائر 1،أفريل 2012

العمل الذي يتسم بالحركية والتغيير¹ ، اعتمدت الجزائر النظام الجديد (ل.م.د) كبديل للنظام الكلاسيكي لتعليم علوم الإعلام والاتصال بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 04-371 المؤرخ في 08 شوال عام 1415 الموافق لـ 21 نوفمبر 2004 الذي يتضمن احداث شهادة الليسانس "نظام جديد"² ، وذلك لحل بعض المشاكل التي كانت تواجهها مؤسسة التعليم العالي مثل الرسوب ، والبقاء طويلا في الجامعة وكذا صعوبة نظام التقويم والانتقال ونوعية وكفاءة التأطير ، بالإضافة الى جعل تعليم علوم الإعلام والاتصال قادرة على الاستجابة وبنجاعة للتحديات التي فرضها التطور غير المسبوق للتكنولوجيات وظاهرة عولمة الإتصال ، مع الأخذ في الاعتبار العلاقات الدولية التي فرضت قواسم اقتصادية مشتركة بين أمم العالم ، والتجارب الناجحة التي أثبتت نجاعة اعتماد اصلاحات عميقة في مجال المنظومة التعليمية³ ، وعلى ضوء الاصلاحات التي قامت بها الجامعة الجزائرية مؤخرا ، نعتقد أن نظام ل.م.د الخيار الأمثل ، لتفادي النقائص الكثيرة التي كانت تشوب الانظمة القديمة ، التي كانت وراء عدم تحقق التكامل المعرفي اللازم بين الوحدات العلمية . وهذا حينما تمكن من غلق كل الفجوات التي كانت بادية في النظام الكلاسيكي ، بالإضافة الى تحقق فرص التكامل بين مقاييس الوحدات ، التي تظهر بشكل فعلي في الجذوع المشتركة ، تساعد الطالب على الالمام بجميع الوحدات بفرص متساوية⁴ ، وعليه تتمثل الفروع والتخصصات المضمنة بقسم علوم الإعلام لنظام ل.م.د : مرحلة الليسانس ،مدة التكوين فيها 06 سدايات منها سدايات جذع مشترك و04 سدايات في احدى التخصصات التالية : الإتصال المؤسساتي ، السمي البصري ، الصحافة المكتوبة ، علاقات عامة ، إتصال سياحي ، تتوج هذه المرحلة بشهادة ليسانس ، وتفتح للطالب إمكانية الالتحاق بمرحلة الماستر وفق شروط تضعها الهيئات الوصية . مرحلة الماستر : مدة التكوين فيها 04

1- أسماء هارون ، دور التكوين الجامعي في ترقية المعرفة العلمية، تحليل نقدي لسلسلة التعليم في الجزائر نظام ل م د ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة منتوري، قسنطينة ، 08، 2010-10

2- الجريدة الرسمية الصادرة يوم الأربعاء 11 شوال 1425، الموافق لـ 24 نوفمبر 2004.

3- شبايكي سعدان : الأثار الاقتصادية و الاجتماعية لنظام التعليم العالي ل م د ، مجلة البحوث و الدراسات العلمية، العدد 05، جويلية 2011، ص 28-30

4- مونييس بوخضرة ، المرجع السابق ، ص 33

سداسيات في احدى التخصصات المذكورة في شهادة الليسانس , وبعدها تأتي مرحلة الدراسة في الطور الثالث (مرحلة الدكتوراه) وفق القرار الوزاري المنظم لهذه المرحلة، ومدة التكوين فيها 06 سداسيات تتوج بمناقشة أطروحة في احدى التخصصات السالفة الذكر¹.

أعطى النظام (ل.م.د) المتبع حديثا في كلية علوم الاعلام والاتصال اهتماما شديدا للتكامل المعرفي بين الوحدات التي يتشكل منها ، سواء كانت أساسية أو إكتشافية ، اذ يجعل من التكامل المعرفي أهم مقوماته ، التي يتكون منها مقارنة بالنظام القديم ، الذي لا طالما عجز عن احداث الانسجام والتكامل المعرفي المطلوب معرفيا ومنهجيا بين المقاييس المعرفية، فكان على نظام ل.م.د أن يراعي هذا الفراغ الواضح الذي كان عليه النظام الكلاسيكي ، عن طريق استحداث آليات جديدة تعمل ملاً هذا الفراغ ، ضمن جملة من الخطط التقنية والمنهجية لإحداث التكامل المعرفي بين وحدات الميادين المعرفية التي يعتمدها نظام ل.م.د فأنشأ الميادين ثم الشعب ثم التخصصات كما نصت عليه المادة 13 المنظمة لنظام ل.م.د والتي تنص على أنه ينظم التكوين لنيل شهادة الليسانس أو الماستر ، ويقدم هذا التكوين على شكل مسالك نموذجية ، ويسمح هذا التنظيم للطالب باختيار المسلك النموذجي، واكتساب ثقافة عامة، ومشاريع فردية أو جماعية، وتريص أوعية تربصات ، وكذا تعلم طرق العمل الجماعي واستعمال مصادر التوثيق ووسائل الاعلام الألي ، وكذا التحكم في اللغات الاجنبية²، انطلاقا من تجانس المواد المعرفية فيما بينها، حتى يتمكن الطالب من استيعاب حيثيات ما يدرسه بصورة منطقية ، وأن لا يشعر بصعوبة التلقي والإحاطة التي في كثير من الأحيان تكون ناتجة عن التباعد المعرفي بين الوحدات ومواد تخصص علوم الاعلام والاتصال ، فيكون فيه مستعجلا وفي بعض الاحيان لا مباليا ، مما يخلق عدة مشاكل معرفية وإدارية كعدم قدرة الطالب على مواصلة الاستمرار في تخصص الإعلام والاتصال ، مما يضطر الى تغيير التخصص باحثا عن تخصص بديل يحقق فيه الإلمام

¹- الدليل البيداغوجي للطالب ، 2012، ص 19-20

² -Ministre de l'enseignement supérieur et de recherche scientifique : regle d'organisation modalité d'évaluation et de progression , licence et master , p 03

المعرفي، أو الانقطاع الكامل عن الدراسة أو الانقطاع الظرفي وغيرها من المشاكل التي تنعكس سلبا على مردود الطالب معرفيا. الشيء الذي دفع بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الجزائر والمؤسسات الجامعية، أن تولي الاهتمام لخلق ميادين وتخصصات معرفية تراعي تكامل معرفي وعلمي حتى يلم الطالب بحوثيات التخصص .

ينطلق التكوين العلمي في نظام ل.م.د من التكوين المشترك، الذي يضم عدة مواد منسقة في وحدات معرفية متداخلة تعتبر حجر الأساس في تخصص علوم الإعلام والاتصال ودراسته لوحدها أخرى أقل قيمة من الوحدات الرئيسية، التي تساعده على الانفتاح على المعارف الأخرى ، وتساعده في الوقت نفسه على التعمق في مواد الوحدة الأساسية لتخصص الإعلام والاتصال ، وهكذا يكون الطالب بعد انهاء لسداسيين الأوليين ، قد ألم بجميع المعارف والتقنيات المتعلقة بتخصص علوم الإعلام والاتصال ، وهذا ما نصت عليه المادة رقم 16 المنظمة لنظام ل.م.د في النص التالي: "تنظم مسالك التكوين لنيل شهادة الليسانس في ستة سداسيات تتضمن ثلاثة مراحل :

- 1- تمثل المرحلة الأولى: مرحلة التعرف على الحياة الجامعية والتكيف معها واكتشاف المبادئ الأولية لتخصص علوم الإعلام والاتصال.
- 2- تمثل المرحلة الثانية: مرحلة التعمق وترسيخ المعارف والتوجيه التدريجي.
- 3- تمثل مرحلة التخصص: وتسمح باكتساب المعارف والمؤهلات في تخصص علوم الاعلام والاتصال.¹

الدراسة في مناهج نظام ل.م.د بالنسبة لتخصص علوم الإعلام والاتصال منظمة على أساس السداسي ، وكل سداسي يتفرغ الى وحدات تعليمية ، تتكون الوحدة التعليمية من مادة أو أكثر تقدم على عدة أشكال (محاضرات ، أعمال موجهة ، ملتقيات ، تربصات) .يتعرض طالب الإعلام والاتصال في النظام ل.م.د الى التقويم والذي يتمثل في عملية اتخاذ قرار

1- دليل البيداغوجي للطلاب ، 2012، ص 24

فيما يتعلق بأداء طالب ما بغرض تصنيفه في مستوى دراسي معين ، والهدف الأساسي من اختزال مدة التكوين الإعلامي في نظام ل.م.د هو فتح المجال أمام الطالب وإعطائه خيارات أكثر للالتحاق بعالم الشغل أو متابعة دراساته العليا .فهو يرمي الى الانفتاح على العالم وتشجيع التعاون والتبادل مع الجامعات الأخرى فيما يخص التكوين الإعلامي الأكاديمي¹ .

فالتنوع المعرفي الذي يتضمنه الجذع التكويني المشترك لميدان نظام ل.م.د يوفر الثراء المعرفي للطالب ، الذي يساعده على الاستمرار في الامام بمعارف مسار التكوين، والإحاطة بجميع خصوصياته، حتى يكون الطالب على دراية تامة بما درسه ولما سيدرسه في المراحل التدريجية الذي هو مقبل عليها مستقبلا ، تجعله أكثر تحكما في دراسته. هذه الامتيازات في مجملها كانت تنقص الطالب في النظام القديم ، ولا غرابة عندما نجد اقبال الطلبة الكبير على اختيار نظام ل.م.د رغم نقص المعلومات والحصص التدريبية عنه، الذي كثيرا ما جعل الطالب جاهلا لقواعده واستراتيجياته².

المطلب الثالث: ملامح التكوين الاعلامي في الجزائر:

إثر الملتقى الدولي حول التكوين الصحفي و البحث العلمي ،احتقالا بالذكرى الخمسين لتأسيس المدرسة الوطنية للصحافة في جامعة الجزائر تحت شعار "خمسينية التكوين الصحفي و البحث العلمي في الأعلام و الإتصال بالجزائر حصيلة الأمس و تحديات الغد" قدم الدكتور عزي عبد الرحمن "محاضرة يسرد فيها تجربته التكوينية الإعلامية بالجزائر منذ سنة 1973 كطالب و مدرس و قد طرح خلالها أهم ملامح و معايير التكوين الإعلامي في الجزائر .

01- **تقليد المدرسة الفرانكفونية:** هناك أساتذة درسوا في معهد الصحافة في باريس الذي له خصوصية انه يهتم بالجانب النظري،وله امتداد بالعلوم المحيطة(العلوم السياسية والاجتماعية،علم النفس،علم الرياضيات.....)

¹- محمد بودوح ،واقع تطبيق نظام ل م د من وجهة نظر الطلبة ،دراسة وصفية لعينة من طلبة جامعة البليدة،مجلة علوم الانسان والمجتمع ،العدد 03،سبتمبر147،2012-149.

²- مونييس بوخضرة ،المرجع السابق ،ص 60.

02- **تقليد المدرسة المشرقية:** وهذا يتأتى من خلال المراجع التي يعتمد عليها الطلاب، و يقول د/عزي أن لها خصوصية تميزها عن المراجع الفرنسية المترجمة إلى العربية، فهي لها القدرة على وصف الظواهر و الأحداث، و هذا التنوع بين المراجع يؤدي إلى عدم توحيد المصطلحات وهذا ما يؤدي إلى الخلط وعدم الوصول إلى نتائج مجدية.

03- **تقليد الانكلوسكسوني:** يعني الأساتذة القلائل بالمدرسة الذين زاولوا دراساتهم العليا في الجامعات الأمريكية أو البريطانية والتي تمزج بين الجانبين النظري و الامبريقي و الذي يميل بشكل جلي إلى المهنية أكثر من الأكاديمية.

و قد أخذ بهذا التقليد خاصة في مسميات و محتويات البرامج الدراسية الإعلامية و الإتصالية لأسباب كثيرة ربما يرتبط أهمها بالإرث الاستعماري و الوظيفة الايديولوجية للفضاء الأكاديمي .

هذه التقاليد ولدت تقليدا خاصا بالخبرة الجزائرية من خلال التاريخ و الواقع الاجتماعي إختار منزلة رابعة توفيقية تجمع بين التقاليد الثلاثة السابقة الذكر .ميزته ثلاث سيمات أساسية وهي كالأتي :

- الإرتباط بالعلوم السياسية و ذلك نظرا لظروف تاريخية.

- الجانب التاريخي الذي لعب دورا هاما في تطور التكوين.

- الجانب القيمي كون الإعلام هو رسالة أخلاقية يحكمه نظام من القيم.¹

وقد أضاف د/عزي عبد الرحمان بعد سرده لأهم ملامح التكوين الإعلامي نظرتة إلى التكوين الأكاديمي في مجال الإعلام و الإتصال من زاوية خارجية هذا يعني من زاوية تجاربه الشخصية في الغرب و المشرق العربي فيقول : أننا مازلنا بعيدين كل البعد عن التكوين العالمي سواء على الجانب المهني و المعرفي و يبرز ذلك بعد استخراج المعايير العالمية المتداولة في التكوين و منها مايلي :

¹- عبد الرحمن عزي، التجربة الإعلامية التكوينية في الجزائر، مداخلة أقيمت في الملتقى الدولي حول التكوين الصحفي و البحث العلمي في ديسمبر 2014، جامعة الجزائر 3.

01) تطوير الموارد البشرية: بتخصيص موارد مادية كبيرة لتطوير معارف الأستاذ و طرق التدريس و أيضا الاهتمام بالمنهج البيداغوجية وكذا البحث العلمي من خلال قياس مخرجات الجامعة .

02) عدد الأبحاث الإعلامية : التي ينشرها الأستاذ في المجالات الإعلامية المتخصصة

03) ربط البحث العلمي بقضايا الإعلام من خلال الشراكة مع المؤسسات الإعلامية. إذن د/ عزي عبد الرحمن خلص لجملة من النتائج بعد قراءة مستفيضة لطبيعة الوحدات المدرسة ، و هيئة التدريس و تعامل الطلبة مع المراجع و المصادر في البحوث و الدراسات ن حيث اعتبر أن التكوين الإعلامي بطوريه الجذع المشترك و التخصصات يمثل حالة غير سوية مردها غياب مرجعية ثابتة في التكوين (المدرسة الفرنكوفونية ، الانكلوسكوسية ، المشرقية) بالإضافة إلى طغيان ما يرتبط بالعلوم السياسية باعتبار أن قسم علوم الإعلام و الاتصال لا يزال تابعا لكلية العلوم السياسية ، و ذهب د/ عزي إلى أبعد من ذلك حيث اعتبر غياب ثقافة الانتماء تعمل على تقييد و تدعيم تبعيته الفكرية في اتجاه المركزية الأوروبية في غياب قراءة نقدية و توفر مادة سطحية و مبعثرة و مشوشة في البنى المعرفية.

المبحث الرابع:قراءة نقدية للبرامج التكوينية و طرق التدريس

المطلب الأول :البرامج التكوينية و طرق التدريس في علوم الإعلام و الإتصال

أ- البرامج التكوينية:

عند الحديث عن البرنامج التكويني يبرز مصطلح آخر و هو المنهاج،حيث وضح كل من عبد الرحمن الفرابي و عبد العزيز الغرضاف نقاط التشابه و الإختلاف بين مصطلحي المقرر أو البرنامج و المنهاج كما يلي:

- البرنامج هو جزء من المنهاج ،الذي يتضمن مجموعة من البرامج .

- المنهاج أشمل من البرنامج ، فهو يتضمن أهدافا عامة و طرق شاملة ، و توزيعا للوقت و تحديدا لمبادئ التكوين ، و أحيانا يتضمن السير الإداري و توزيع أوقات العمل .
البرنامج لا يعني المفهوم التقليدي الذي يكتفي بتحديد المحتوى، بل أن البرنامج الدراسي يلتقي مع المنهاج في كونه يتضمن أهدافا خاصة بمادة معينة أو سنة دراسية، و أيضا الوسائل والطرق وأدوات التقييم¹.

إذن فمنهاج الدراسة يمكن تحديد مفهومه بأنه:

تخطيط لعملية التعليم والتعلم، يتضمن الأهداف والمحتويات والأنشطة ووسائل التقييم فهوبناء منطقي لعناصر المحتوى على شكل وحدات، بحيث أن التحكم في وحدة معينة يتطلب التحكم في الوحدات السابقة لها. إذن هوتنظيم لجملة من العناصر والمكونات بشكل يمكن من بلوغ الغايات والأهداف المتوخاة من فعل التعليم والتعلم.

إن الطالب الذي يخضع لتعلم برنامج معين في الجامعة يفترض أنه قد حصل على تكوين يجعله قادرا على ممارسة أدوار منتظرة منه عند نهاية هذا التكوين ،من هنا تظهر لنا أهمية وضع برامج تعليمية خاضعة لمقاييس معينة تراعى فيها الأهداف المسطرة لتكوين الطالب المستقبلي.

لبناء البرامج وتطويرها يجب القيام بخطوات وإجراءات عملية انطلاقا من التوجهات الحديثة التي تقترح أشكال مختلفة من طرائق بناء البرامج تتميز بعدم الاقتصار على المادة الدراسية وحدها ،كما هو الشأن في المفهوم التقليدي لبناء البرامج، هذا المفهوم الذي ينظر فيه للبرنامج على أنه مجموعة مقررات دراسية تقدم للطلبة في القاعات والمدرجات الدراسية، دون الأخذ بعين الاعتبار لميولاتهم وحاجاتهم وقدراتهم، ولا الواقع الذي سيواجهونه بعد إنهاء تعليمهم. على العكس فإن التوجهات والمفاهيم الجديدة التي تحاول بناء برنامج أكثر شمولية

1- بلال جفري،فعالية التكوين في تطوير الكفاءات ،دراسة حالة مركب المحركات و الجرارات،قسنطينة،ماجيبستير،2009،ص 31

تأخذ بعين الاعتبار مكونات العملية التكوينية الأخرى من أهداف وطرق تدريسية ووسائل
تقويمية¹.

و هناك العديد من النماذج البحثية التي حاولت تأسى هذا المفهوم الجديد لبناء البرامج منها:
نموذج تيلر 1934: الذي ركز على الأهداف و التجارب التربوية و كيفية تنظيمها و
نموذج هيلدة 1962: الذي أضاف للنموذج السابق الاهتمام بالمحتويات و طريقة اختيارها و
تنظيمها .

نموذج هاينو: هذا النموذج تضمن ثلاث مستويات ،كل مستوى يشمل بدوره جملة من
العناصر : فالمستوى الأول يتم فيه البحث عن الغايات و الأهداف ،أما المستوى الثاني يتم
فيه البحث عن الطرق و الوسائل البيداغوجية ،أما المستوى الأخير فيتم فيه تحديد التقييم من
خلال تحديد المعايير و إعداد الأدوات و تحديدها من أجل التقييم² .

و قد تولدت المناهج البيداغوجية لعلوم الاعلام و الاتصال من خاصيتين تميز بها هذا العلم
و هما كالآتي:

1 الإنتقال في الوحدات الأكاديمية من دراسة الصحافة المطبوعة فقط إلى مجال أكثر
اتساعا يشمل البث الإذاعي و التلفزيوني و العلاقات العامة و الإعلان.
2 الإهتمام المتزايد بدراسة الإعلام بوصفه عملية يجب أن يتم فهمها من جانبها الاجتماعي
و الثقافي.

و انعكست تلك الاتجاهات في تكوين المناهج التي تتضمن مقررات موجهة إلى دراسة العلوم
الاجتماعية بشكل أكبر ، بالإضافة إلى التدريب المهني و يصبح الأثر أيضا في أسماء
الوحدات الأكاديمية التي أغفلت اسم الصحافة من أجل مصطلح أكثر شمولاً و هو الإعلام
أو الإتصال الجماهيري.و سمة أخرى شائعة بين مختلف البرامج التعليمية العربية هي أن
الدراسة تجنح للشمول في سنتين دراسيتين ، ثم تكون متبوعة بالدراسات التخصصية في

¹- كامب جرودل، تصميم البرامج التعليمية ، طر أحمد خيرى كاظم ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، ص53
²- بو عبدالله لحسن ، تقويم العملية التكوينية في الجامعة : دراسة ميدانية بجامعة الشرق الجزائري ، ماجستير 1998 ، ص 29-33

السنوات اللاحقة كجامعة القاهرة و جامعة بن غازي و الجزائر يحدث هذا بالرغم من النقص المزمّن في الأساتذة المكونين المتخصصين في بعض المجالات الدقيقة كتخصص العلاقات العامة و الإعلان.

و هناك بعض الجامعات العربية الأخرى اختارت تطبيق النظام الأمريكي ذو الوحدات الدراسية كجامعة الكويت و الإمارات العربية و الجامعات الأمريكية في كل من القاهرة و بيروت ، هذا النظام الدراسي يعطي للطلبة بعض الحرية في اختيار عدد المواد التي يمكنهم تسجيلها في وقت من الأوقات المطروحة اعتمادا إمكانياته و اهتماماته. و ما يعاب عليه هو أن حرية الاختيار هذه تستلزم توفر عدد كبير من الشعب في كل فصل دراسي ، كما تقتضي هيبة تدرس كافية لتلك المواد المدروسة الاختيارية.

- و لدينا إتجاه آخر يبرز في مناهج التعليم في العالم العربي هو ربط دراسات الإعلام و فنون الإتصال بالدراسات الإسلامية كجامعة الإمام محمد بن سعود في المملكة العربية السعودية. و جامعة الأزهر في القاهرة، فهي تقوم على فكرة نشر العقيدة الإسلامية عن طريق الإعلام الحديث، حيث يتم الجمع بين مواد الثقافة و الفكر الإسلامي و مواد متعلقة بالعلام أي دمج الدراسات الإسلامية و القضايا الإعلامية معا.

-مع تعدد الاتجاهات و مناهج التدريس و المقررات التكوينية في العالم العربي استدعت الضرورة إلى التنسيق بين الجامعات العربية ، فغياب القواعد و المعايير الخاصة في المنطقة العربية هي قضية وصلت إلى أبعاد خطيرة ، فمعظم الجامعات نهجت أساليب في التدريس دون استشارة الوسائل الإعلامية و الاتحادات و الجمعيات الصحافة و النشر في حالات كثيرة يؤدي إلى تدرج من لا يملك الأعداد الضروري للعمل في المؤسسات الإعلامية المحلية¹.

ب - طرق التدريس:

1- محمد معوض وآخرون ، دراسات اعلامية ، دار الكتاب الحديث ، 2000 الكويت ص 200-205 .

تعتبر طريقة التدريس عنصر هام من عناصر العملية التكوينية كونها تؤثر و تتأثر ببقية العناصر (الأهداف - البرامج - التقويم) كما أنها تؤثر في شخصية الطالب و نفسيته . حيث أكدت دراسة "بوفلجة غياث " أن أهم سمات الشخصية التي تتأثر بطرق التدريس هي التحكم في عملية التعلم مقابل الاعتماد على الأستاذ و الاستقلالية مقابل عدم الثقة ، وروح المبادرة مقابل السلبية ، و الميل إلى الإبداع مقابل الميل إلى التقليد.

تتعدد طرق التدريس تبعا لتنوع موارد الجامعة التي يحتاج بعضها إلى الحفظ و الاستظهار و يحتاج بعضها الآخر إلى الممارسات العلمية والتجارب، ويحتاج نوع ثالث إلى الإبداع والتحليل والاستنباط... لكن لكل واحدة من هذه الطرق مزايا و عيوب.

و قد صنف " جبرائيل بشارة " طرق التدريس في التعليم العالي إلى مدخلين هما المدخل التقليدي الذي يشمل الطرق الكلامية والإيضاحية والعلمية، والمدخل الحديث الذي يشمل الطرق القائمة على المشروعات والتعليم القائم على حل المشكلات والتعليم المبرمج.

مدخل التعليم التقليدي في الجامعة:¹ هو المدخل الذي يستخدم في مختلف جامعات الدول النامية. فيرى " بوفلجة غياث " أن طرق التدريس التقليدية تقلص دور الطالب في العملية التكوينية وتجعله محصورا في تلقي المعارف والمعلومات و تخزينها استعداد اللامتحانات هذا من جهة ومن جهة أخرى تزيد درجة اعتماده على غيره في العملي والتربوية وبالتالي فهي تقتل سمات الاعتماد على النفس والاستقلالية والإبداع ...

يصل "بوفلجة غياث" من خلال هذا التحليل إلى أن هذه السمات التي تزرعها طرق التدريس التقليدية في طلاب الجامعات في الدول النامية ، قد ساهمت بشكل كبير في تكوين الشعور لدى أبناء هذه الدول بالارتياح بالتبعية وتفضيل ما هو أجنبي وبالتالي الحفاظ على تبعية البلدان النامية للدول الأجنبية.

1- باسمينة خدنة، واقع تكوين طلبة الدراسات العليا في الجامعة الجزائرية، مذكرة ماجستير ،جامعة قسنطينة ،2009، ص 98-100

مدخل التعليم الحديث في الجامعة: إن من سلبيات المدخل التقليدي تأثيره على العلاقة بين الجامعة والقطاع الإنتاجي والاجتماعي ذلك أن طرقه التدريسية تقينية تلغي مهارات التحليل، الاستنباط والإبداع لدى الطالب هذه المهارات التي تبحث عنها المؤسسة الإنتاجية والاجتماعية.

لأجل هذا شرعت كثير من الجامعات خاصة بالبلدان المتقدمة في تبني طرق المدخل الحديث والتي من بينها :

1- **التكوين القائم على المشروعات:** طريقة المشروع وهي الطريقة التي تمكن المتكون من اكتساب القدرات و المهارات و الخصائص الشخصية عن طريق الشروع في إعداد مشروع ما و وإنجازه حيث يعتبر نشاطا جماعيا يسعى إلى تحقيق أهداف اجتماعية. تتمثل خصائص هذه الطريقة في:

- محتوى المشروع يجب أن يستمد من الواقع الاجتماعي .
- يتم معالجة المشكلة بنفس الأسلوب أو على الأقل الأسلوب المشابه بالأسلوب الذي تعالج به في الحياة الواقعية.
- الوسائل المستخدمة في المشروع يجب أن تكون نفسها التي يتطلبه المشروع في الواقع.
- 2- **التكوين القائم على حل والمشكلات:** طريقة المشكلات :وهي فرع من فروع طريقة المشروع ذلك أن طريقة المشروع تهتم بمشاريع المشكلات و مشاريع المهارات أو المشاريع البنائية...

- تعتمد هذه الطريقة على تنظيم العمل التكويني بطريقة تضع الطالب أمام مشكلة يجب عليه إيجاد الحل المناسب لها وذلك باستخدام إمكانياته العقلية و الذهنية.
- تتمثل خصائص هذه الطريقة في:
- أن تستمد المشكلة من الواقع، وتكون متصلة كل الإتصال مع الحياة خارج محيط الجامعة.

- أن تكون معبرة فعلا عن مشكلة واقعية من الحياة .
- يجب عرض المشكلة بالصورة نفسها التي تعرض فيها في الحياة .
- 3- **التكوين القائم على التعليم المبرمج** طريقة التعليم المبرمج :و هي الطريقة التي تعتمد على أجهزة تدريسية خاصة تسهل التعليم أو كتيبات ذات تعليم خاص .
تتمثل خصائص هذه الطريقة في:
- في كل مرحلة من مراحل التعليم يتم عرض جزء واحد من المعلومات و تكون المراحل مع بعضها البعض برنامج التعليم.
- إذا استوعب المتعلم المرحلة الأولى ينتقل إلى المرحلة الثانية .
- تتتابع المراحل تتابعا دقيقا، يشبه التتابع الملاحظ في أداء العمل في منصب عمل ما في الواقع المهني.
- ينصب الاهتمام على تعلم الصحيح و ليس على سرعة التعلم .
- يتم تحديد معيار للأداء قبل بداية التكوين، إذا تمكن المتعلم من الوصول إلى ذلك المعيار ينتهي التكوين، أما إذا لم يتمكن من الوصول إليه فإنه يعاد تدريبه على البرنامج.
- 4- **التكوين القائم على المواقف الحقيقية¹** طريقة المواقف الحقيقية: وهي طريقة تجعل المتكون يتخيل نفسه في موقف حقيقي ، ثم يشرع في القيام بالعمل كما لو كان الموقف حقيقي فعلا ، خاصة
إذا كان هذا الموقف نادر الحدوث أو أنه خطير.
- من مميزات هذه الطريقة استخدامها مبدأ التعلم عن طريق الممارسة الفعلية و ذلك ما يساعد على سد الثغرات الموجودة بين المعرفة النظرية والتطبيق الميداني.

1- شريفة يعقوبي، التكوين الجامعي المتخصص و أداء العمل الصحفي الإذاعي،مذكرة ماجستير،جامعة قسنطينة،2008،ص32-38.

إن تحديد أهداف التعليم مهم في انتقاء هيئة التدريس المناسبة لخدمة تلك الأهداف ، و هنا تبرز العلاقة بين المنهج و طرق التدريس ، و التي تعني تحديد الإطار العام للتعليم في الجامعة ، بحيث توضع في ضوءه مناهج كل مادة مقررة¹ يعتمد تخصص علوم الإعلام و الإتصال على نفس طرائق التدريس المعتمدة في كل العلوم الإنسانية و الاجتماعية و التي تتمثل في :

10- **المحاضرة** و التي تعتبر من الطرق التعليمية الأكثر شيوعا في التعليم العالي، حيث يتم من خلالها تزويد الطالب بمعلومات وتأييدها بشواهد و أمثلة واقعية حتى يجعلها واضحة، و المحاضرة وسيلة لبناء الفكر و القيم و السلوك الرشيد ولا بد أن تؤخذ عند إعداد المحاضرات عدة اعتبارات نذكر منها: ان تكون المحاضرة جيدة التنظيم و هادفة من خلال المعلومات و الأمثلة و الوصف، و استخدام طرق متعددة للشرح تستعمل المحاضرة وسائل متعددة متعلقة بالإيضاح البصري كالأشكال و الرسومات و البيانات، و تلك المتعلقة بنبرة الصوت، الوضوح و السرعة.....² فالمحاضرة يجب أن تقدم المحتوى الدراسي من خلال تحديد مناهج كل مادة مقررة على أن لا تكون طويلة مملة أو قصيرة محله برسالة وحدة من وحدات علوم الإعلام و الاتصال³. مستخدمة لمصادر متعددة لجلب انتباه الطلبة بإبداء الاهتمام بالمحاضرة و المناقشات و الاتصال في المحاضرة يكون في اتجاه واحد من الأستاذ إلى الطلبة المستمعين فالأستاذ هو الشخص الوحيد الذي يمتلك المعلومة يقدمها و يشرحها و الطالب يكون في حالة استقبال فقط و تدخلاته تكون عبارة من تساؤلات و الاستفسارات⁴.

11- **الأعمال والموجهة** أو ما يطلق عليها بالمجموعات الصغيرة، و يشار إلى هذه الطريقة بالتدريس الغير المباشر أن الطريقة المتمركزة حول الطالب، وقد أصبحت كاتجاه منهجي يتزايد في الجامعات، وهذا بسبب كونها ملائمة لتطوير القدرات العقلية و المهارات

1- جورج ف مادوس و آخرون، تر: محمد أمين المفتي و آخرون، تقييم الطالب التجمعي و النفسي دار ماكروهيل للنشر، 1981، ص 38-40.

2- احمد حسين اللقاني: تطوير مناهج التعليم، عالم الكتب، ط1، مصر، 1995 ص 39 .

3- عباس محبوب: أصول الفكر التربوي في السلام، دار ابن كثير، ط1، لبنان، 1987، ص 136 .

4- برباراماتيرو، تر، عبد اللطيف بعارة و آخرون: الأسباب الإبداعية في التدريس، دار الشروق الأردن 2002.

الشخصية، وبتحديد أكثر، فإن التعليم في مجموعات تفاعلية يعزز التفكير الناقد، و الابتكار و الإبداع و مهارات التواصل.

تتميز طريقة الأعمال الموجهة عن المحاضرة بعدة خصائص أهمها:

- قلة عدد الطلاب حيث يجب أن لا يزيد عن العشرة.
 - اختبار بعض الأماكن للبيئة الوصفية مثل: المكان و وضعية الجلوس .
 - ضمان تعلم اعمل و تواصل فعال بتريخ ملامح التعليم بالمشاركة ،حيث ظهرت اتجاهات تربوية تدعو الى مشاركة المتعلم في العملية التعليمية¹.
- فطريقة الأعمال الموجهة تفتح مجالاً واسعاً بظهور مجموعة المهارات عن طريق اثاره التفكير و خلق جو المنافسة خاصة في بعض المقاييس التي تستدعي ذلك مثل: فنيات التحرير، التصور.....

و أيضا تؤدي إلى التغذية الرجعية للمعلومات و ضمان التحليل و المقارنات و تشخيص الصعوبات و إقامة علاقات و ترسيخ الألفة².

لقد شهد التكوين الأكاديمي الإعلامي بأقسام علوم الإعلام و الإتصال في الجزائر تماثلاً بارزاً في الخطط و الأهداف ،و يتجلى بوضوح فيما تتضمنه الخطط الدراسية من مقررات تعنى بتطوير مهارات الطالب في كل من الاتصال بتشعب تخصصاته و بمجالاته الواسعة ،و الاعلام بمختلف حوامله المكتوبة منها و الإذاعية و السمعية البصرية .وسوف يتم في ما يلي عرض محتويات البرامج التكوينية الحالية في مجال علوم الإعلام و الإتصال :

¹- رفعت محمود بهجات: تدريس العلوم المعاصرة، عالم الكتب، مصر، 1996، ص 65.
²- كمال عبد الحميد زيتون: التدريس نماذج و مهاراته، عالم الكتب، ط1، مصر، 2003 ص 25.

المطلب الثاني : محتوى برامج علوم الإعلام و الإتصال حسب المقررات البيداغوجية الحالية :
سوف نعرض في هذا المطلب محتوى برامج السنة الثالثة ليسانس تخصص إعلام ، و السنة الثانية ماستر تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ، الإتصال السمعي البصري والفضاءات العمومية ، صحافة مكتوبة و إتصال ، صحافة علمية ، و ذلك وفقا للمقررات البيداغوجية الحالية :

- سنة الثالثة ليسانس تخصص إعلام 1:

سنة الثالثة ليسانس تخصص إعلام السادسي السادس			سنة الثالثة ليسانس تخصص إعلام السادسي الخامس		
الأرصدة	المعامل	المادة	الأرصدة	المعامل	المادة
وحدة التعليم الأساسية			وحدة التعليم الأساسية		
5	3	تقنيات الاتصال	5	3	فنيات التحرير في الصحافة الإلكترونية
5	2	نظريات الإعلام والاتصال 2	5	2	نظريات الإعلام والاتصال 1
5	2	الصحافة الإذاعية والتلفزيونية	5	2	الصحافة المتخصصة المكتوبة والإلكترونية
5	2	إخراج إذاعي وتلفزيوني	5	2	إخراج صحيفة مكتوبة وإلكترونية
وحدة التعليم المنهجية			وحدة التعليم المنهجية		
3	2	ملتقى المنهجية 2	3	2	ملتقى المنهجية 1
3	2	مذكرة تخرج أو تقرير تربص ميداني متخصص	3	2	التدريب على إنجاز مذكرة تخرج أو تقرير تربص ميداني متخصص
وحدة التعليم الاستكشافي			وحدة التعليم الاستكشافي		
2	1	تقنيات التنشيط الإعلامي	2	1	دراسات جمهور وسائل الإعلام
1	1	مشكلات اجتماعية	1	1	الحكم الراشد وأخلاقيات المهنة
الوحدات الأفقية			الوحدات الأفقية		
1	1	لغة أجنبية 6	1	1	لغة أجنبية 5
30	16	مجموع السداسي 6	30	16	مجموع السداسي 5

من خلال إطلاعنا على الجدول أعلاه يتبين أن تخصص الإعلام يمثل تكوين قاعدي يهدف الى اكتساب الطالب مهارة المهنة الإعلامية التي تمكنه من فهم الممارسة الإعلامية في

بعدها النظري والمهني ويأتي ذلك من خلال المقاييس المدروسة خلال السداسي الخامس كفنيات التحرير في الصحافة الالكترونية ،والصحافة المتخصصة المكتوبة والإلكترونية ودراسات الجمهور، وأخلاقيات المهنة ونظريات الإتصال الذي يمتد إلى غاية السداسي السادس الذي يشهد هذا الأخير مقاييس جديدة تهتم بإعداد وتكوين إطارات مؤهلة علميا في العمل الاعلامي وذلك من خلال مواد الصحافة الاذاعية والتلفزيونية والإخراج الإذاعي والتلفزيوني وتقنيات التنشيط الإعلامي والمشكلات الإجتماعية.

ومنه نستنتج أن السنة الثالثة ليسان تخصص إعلام تعتبر كبوابة يتمكن من خلالها الولوج الى عالم الاعلام اذ يمزج في تكوينه بين الصحافة المكتوبة وفنيات كتابتها وبين ميدان السمعي البصري وتقنيات التنشيط الإعلامي .

_ ماستر علوم الإعلام والاتصال تخصص " وسائل الإعلام والمجتمع":¹

ماستر علوم الإعلام والاتصال "وسائل الإعلام والمجتمع" السداسي الأول			ماستر علوم الإعلام والاتصال "وسائل الإعلام والمجتمع" السداسي الثاني		
المادة	المعامل	الأرصدة	المادة	المعامل	الأرصدة
وحدة التعليم الأساسية			وحدة التعليم الأساسية		
وسائل الإعلام والمجتمع	04	06	نظريات الاتصال	04	06
نظريات الاتصال	04	06	الإعلام والقضايا السياسية	04	06
إقتصاديات مؤسسات الصحافة	02	03	وسائل الإعلام والمجتمع	02	03
قانون الإعلام	02	03	الإعلام الإلكتروني	02	03
وحدة التعليم المنهجية			وحدة التعليم المنهجية		
تحليل المعطيات	02	03	تحليل مضمون الخطاب	02	03
التحقيق والريورتاج	02	03	نقد وسائل الإعلام الدولية	02	03
وحدة التعليم الاستكشافي			وحدة التعليم الاستكشافي		
نقد وسائل الإعلام	01	02	الأنظمة الإذاعية والتلفزيونية	01	02
الإعلام والتاريخ والمجتمع	01	02	أخلاقيات مهنة الصحافة	01	02
الوحدات الأفقية			الوحدات الأفقية		
لغة أجنبية	02	02	الإعلام واللغة	02	02

1- نموذج مطابقة، عرض تكوين ماستر وسائل الإعلام و المجتمع، 2011/09/04

السادسي الثالث			السادسي الرابع		
المادة	المعامل	الأرصدة	المادة	المعامل	الأرصدة
وحدة التعليم الأساسية			وحدة التعليم الأساسية		
سوسيولوجيا الجمهور	04	06	العمل الشخصي	15	15
نظريات الاتصال الحديثة	04	06	وحدة التعليم المنهجية		
تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التنظيمات	04	06	التربص بالمؤسسة	05	15
وحدة التعليم المنهجية					
تحليل الخطاب السمعي البصري	02	03			
الوحدات الأفقية					
ملتقى التدريب	03	04			

من خلال عرض الجداول المتعلقة بميدان وسائل الإعلام و المجتمع نلتمس تناسقا بين المواد المدروسة ،وذلك توافقا مع الأهداف المسطرة في نموذج مطابقة العرض التكويني للتخصص ،و التي تسعى إلى إكساب الطالب مهارات إتصالية ،و تقوية كفاءات الطالب مما يمكنه من فهم الممارسات الإعلامية .

كما نلاحظ أنه يوجد مواد أساسية تدرس ضمن ثلاث سداسيات :كمقياس نظريات الإتصال و أيضا وسائل الإعلام و المجتمع كمحور يرتكز عليه التخصص.

و نلمح كذلك من خلال الجداول أن التخصص مزج بين المقاييس النظرية التي تكون للطالب حوصلة مفاهيمية لوسائل الإعلام و الاتصال و علاقتها بالمجتمع ،و كذا المقاييس التطبيقية التي تمكن الطالب من التقرب من المادة الإعلامية و كيفية التعامل معها كمقياس :تحليل المضمون ،و تحليل الخطاب السمعي البصري .

و حين نتكلم عن المقاييس المتعلقة بالنقد الإعلامي فالتخصص كان غني بها ،ففي السداسي الأول نجد مقياس نقد وسائل الإعلام ضمن الوحدة الإستكشافية ،و كذا مقياس نقد

وسئل الاعلام الدولية في السداسي الثاني ضمن الوحدة المنهجية ،و ذلك من أجل إكساب الطالب مهارة التعامل مع المضامين الإعلامية بنظرة نقدية .

- ماستر علوم الإعلام والاتصال تخصص "الاتصال السمعي البصري والفضاءات العمومية"¹

السداسي الثاني			السداسي الأول		
الأرصدة	المعامل	المادة	الأرصدة	المعامل	المادة
وحدة التعليم الأساسية			وحدة التعليم الأساسية		
03	02	الثقافة الجماهيرية	03	02	الاتصال السمعي البصري: نظريات ورهانات
03	02	الانتاج السمعي البصري	03	02	تسويق وإدارة السمعي البصري
03	02	ادارة وتسيير الإنتاج السمعي البصري	03	02	تكنولوجيا الإعلام والاتصال
04	03	استراتيجية البرمجة في مجال السمعي	04	03	استراتيجيات الاتصال السمعي البصري
03	03	الفضاءات العمومية	03	03	تاريخ الفضاءات العمومية
وحدة التعليم المنهجية			وحدة التعليم المنهجية		
04	04	تحليل البيانات	04	04	المنهجية: خطوات البحث
02	02	التدريب على الإنتاج السمعي البصري	04	04	الحساب الألي
02	02	فنيات التحرير الصحفي	وحدة التعليم الإستكشافي		
وحدة التعليم الإستكشافي			01	01	البرمجة الألية
01	01	لغة انجليزية	01	02	لغة انجليزية
01	01	البرمجة الألية			
وحدة التعليم المشتركة					
02	01	القانون العام			
02	01	تاريخ المجتمع الجزائري			

1- نموذج مطابقة ،عرض تكوين ماستر الإتصال السمعي البصري و الفضاءات العمومية ،2012/10/01

من خلال قراءتنا لعنوان المسار نستنتج أن التخصص تطبيقي بالدرجة الأولى ،لذلك تتغلب فيه المقاييس التطبيقية التي تكسب الطالب مهارة التعامل مع تكنولوجيات وسائل الاعلام و الإتصال ،كمقياس الحساب الآلي و البرمجة الآلية ،و الإنتاج السمعي البصري .

كما أن التخصص يعتمد أيضا على المقاييس النظرية التي تبلور الرصيد المعرفي للطالب حول مجال السمعي البصري كمقياس :الإتصال السمعي البصري :نظرياته و رهاناته،الثقافة الجماهيرية ،إضافة إلى ذلك هناك مقياس تزود الطالب بمعلومات دقيقة حول إدارة مجال السمعي البصري المالية و الإقتصادية ،كمقياس إدارة و تسيير الإنتاج السمعي البصري في السداسي الثاني ضمن الوحدة التعليمية الأساسية ،كما يسعى التخصص أيضا إلى تعريف الطالب على مختلف الفضاءات العمومية كأماكن لتبادل الأفكار في المجال السمعي البصري وفقا للتكنولوجيات الحديثة ،كمقياس تاريخ الفضاءات العمومية في السداسي الأول ضمن وحدة التعليم الأساسية ،و مقياس الفضاءات العمومية كإمتداد للمقياس الأول في السداسي الثاني .

- ماستر علوم الإعلام و الإتصال تخصص "صحافة علمية"1

ماستر علوم الإعلام والاتصال "صحافة علمية" السداسي الثاني			ماستر علوم الإعلام والاتصال "صحافة علمية" السداسي الأول		
الأرصدة	المعامل	المادة	الأرصدة	المعامل	المادة
وحدة التعليم الأساسية			وحدة التعليم الأساسية		
04	04	الأجناس الصحفية	05	03	مدخل للنظرية المعاصرة لعلوم الإعلام والاتصال
04	04	البحث العلمي والأخلاقي	03	02	الاتصال والعلوم المحاورة
03	03	التعبير الكتابي للمعلومة	07	04	الاتصال والخطاب السمعي البصري
03	03	أقسام المقالة العلمية	وحدة التعليم الإستكشافي		
وحدة التعليم الإستكشافي			02	01	التشريع الإقتصاد
02	01	المقاربة الكمية	02	01	التاريخ،الثقافة والمجتمع
02	02	الكتابة الرقمية	وحدة التعليم المنهجية		

1- نموذج مطابقة ،عرض تكوين ماستر صحافة علمية ،01/07/2009

وحدة التعليم المنهجية			03	02	مفاهيم وأدوات التحليل في علوم الإعلام والاتصال
02	02	قانون الإعلام	03	01	تقنيات تحليل البيانات
03	03	مصادر جمع المعلومة العلمية	وحدة التعليم المشتركة		
وحدة التعليم المشتركة			03	01	تقنيات البحث البيليوغرافي
03	03	العلوم التقنية	02	01	لغة أجنبية
03	03	الجليزية علمية			

ماستر علوم الإعلام والاتصال "صحافة علمية" السداسي الرابع			ماستر علوم الإعلام والاتصال "صحافة علمية" السداسي الثالث		
التريص	المعامل	المادة	التريص	المعامل	المادة
15	05	التريص في المؤسسة	وحدة التعليم الأساسية		
10	03	العمل الشخصي	04	03	نقد الملفات العلمية
05	02	الملتقيات	04	03	العلم، الثقافة، المجتمع
			04	03	الكتابة الصحفية
			02	03	أخلاقيات المهنة
			وحدة التعليم الإستكشافي		
			02	03	الكتابة الرقمية
			02	03	إقتصاديات الصحافة
			02	02	تطبيقات التصوير
			وحدة التعليم المنهجية		
			02	02	تاريخ نشر العلوم نحو جمهور واسع
			02	02	تعليق حول الوقائع العلمية
			وحدة التعليم المشتركة		
			01	02	إنجليزية علمية
			01	02	الملتيميديا والشبكات

إنطلاقاً من الأهداف الذي يسعى الى تحقيقها هذا التخصص ، والتي تكمن في: تدريب الطالب على جمع ونشر المعلومات العلمية نلمس أن التخصص من خلال المقاييس المدروسة في السداسيات قد تقي بالغرض ، وذلك بالمزج بين المقاييس الاعلامية التي تمكن الطالب من التعرف على أبجديات الإعلام كالأجناس الصحفية ، والكتابة الصحفية وأخلاقيات المهنة ، وكذا المقاييس العلمية كالإتصال والعلوم المجاورة ، والتاريخ والثقافة والمجتمع ، والعلوم التقنية وذلك تحقيقاً لفكرة أساسية مفادها أن نقص المعلومة العلمية يعرقل تطور المجتمع .

- ماستر علوم الإعلام والإتصال تخصص "صحافة مكتوبة وإتصال"¹

ماستر علوم الإعلام والاتصال "صحافة واتصال" السداسي الثاني			ماستر علوم الإعلام والاتصال "صحافة واتصال" السداسي الأول		
الأرصدة	المعامل	المادة	الأرصدة	المعامل	المادة
وحدة التعليم الأساسية			وحدة التعليم الأساسية		
05	02	مدخل إلى نظريات الإتصال 2	05	02	مدخل إلى نظريات الإتصال 1
05	02	مدخل إلى الصحافة المؤسسية	05	02	مدخل إلى الصحافة الإلكترونية
05	01	وسائل الإعلام والمجتمع	05	01	دراسة قضايا راهنة
05	01	اللغة والاتصال	05	01	إقتصاديات مؤسسات الصحافة
وحدة التعليم المنهجية			وحدة التعليم المنهجية		
02	02	مدخل إلى الجريدة المكتوبة	02	02	ميتودولوجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية
02	02	مدخل إلى الجريدة المسموعة	04	04	تقنيات الكتابة الصحفية
02	02	تسيير فرق التحرير	وحدة التعليم الإستكشافي		
وحدة التعليم الإستكشافي			02	01	صحافة الوكالات
02	01	اللسانيات	الوحدات الأفقية		

1- نموذج مطابقة ، عرض تكوين ماستر صحافة مكتوبة و إتصال، 2011/09/04

الوحدات الأفقية			01	01	لغة أجنبية
01	01	لغة أجنبية	01	01	حق الصحافة والإعلام
01	01	إعلام ألي			
السداسي الرابع مستر علوم الإعلام والاتصال "صحافة واتصال"			السداسي الثالث مستر علوم الإعلام والاتصال "صحافة واتصال"		
الأرصدة	المعامل	المادة	الأرصدة	المعامل	المادة
وحدة التعليم الأساسية			وحدة التعليم الأساسية		
15	15	العمل الشخصي	05	02	مدخل إلى نظريات الاتصال 3
وحدة التعليم المنهجية			05	01	صحافة محلية جهوية ووطنية
15	05	التربص بالمؤسسة	05	02	مدخل إلى تقنيات الاتصال
			05	01	تقنيات تحليل الخطاب
وحدة التعليم المنهجية					
			02	02	تقنيات المقال الصحفي
			02	02	التسويق
			02	02	تقنيات الرسالة الإخبارية
وحدة التعليم الإستكشافي					
			02	01	مدخل البحث الوثائقي
الوحدات الأفقية					
			02	02	لغة أجنبية

من خلال عرض جدول المواد الخاص بتخصص الصحافة المكتوبة نلمح تركيز على بعض المقاييس كنظريات الاتصال الذي إمتد على طول ثلاث سداسيات وذلك نظرا لأهمية المقياس على مستوى التخصص ، كما أن المسار قد تضمن مقاييس تحيط وتحوصل مهنة الصحافة المكتوبة : كمقياس الصحافة المحلية والجهوية والوطنية ، واللغة والاتصال ومدخل الى الصحافة المؤسساتية ، بالإضافة الى مقاييس تعني باكساب الطالب مهارات الكتابة الصحفية وكذا تحليلها ، كتقنيات المقال الصحفي

وتقنيات الرسالة الاخبارية ومدخل الى الجريدة المكتوبة وتسيير فرق التحرير ، وتقنيات تحليل الخطاب والبحث الوثائقي .

كما أن التخصص قد واكب التطورات التي صاحبت ميدان الصحافة المكتوبة وهي تعريف الطالب بأساسيات الصحافة الالكترونية من خلال مقاييس مدخل الى الصحافة الالكترونية وصحافة الوكالات .

المطلب الثالث: عرض نقدي بناء لإستراتيجية التكوين الإعلامي في الجزائر و أبرز رهاناته:

أ- عرض نقدي بناء لاستراتيجية التكوين الإعلامي في الجزائر:

تسعى الجامعة في البلدان المتقدمة لضمان جودة التكوين و تأمين شروط الارتقاء به باستمرار إلى مستوى العالمية ، لمواكبة التغيرات العلمية الحاصلة ، لذلك قام قطاع التعليم العالي بتكوين إطارات بقدرات معاصرة، حيث يسعى القائمون علي مجال تطوير الأبحاث إلى الإهمال بنوعيه المنتج التعليمي علي حساب الكم، مما استدعي النظر في بنية المنظومة الجامعية في وجه عام، و ذلك بتبني معايير الجودة الصادرة عن المنظمات و الهيئات المعنية بالاعتماد الأكاديمي، و تخصيص جزء كبير من موارد الجامعة لتأسيس أنظمة الجودة و الإستعانة بالخبراء لنشر هذه الثقافة لدى الأساتذة و المسيرين و الإداريين، و كل الأطراف الفعالة علي مستوى مراحل عملية التكوين ،من أجل تطوير مهاراتهم و كفاءتهم العلمية و المهنية .

ومن أجل تحقيق الأهداف كان لابد للجامعات أن تتماشى و مستجدات العصر الجديد ،و هذه الأخيرة فرضت على الجامعة الجزائرية ضرورة التخلص من تلك الممارسات التقليدية التي ميزتها لسنوات طويلة ، و بالرغم من سعيها إلى التعاون على المستوى المحلي و العالمي من أجل تبادل الخبرات - إجراء ملتقيات محلية و عالمية منها ما تعلق بتجارب

الإصلاح و التجديد التي شهدتها بعض الجامعات - إلا أنها مازالت تعاني من التبعية للدول الغربية ، دون الأخذ بالاعتبار الظروف المحيطة بالجامعة و الإمكانيات المادية التي تتوفر عليها من جهة، و خصائص المجتمع الذي تنتمي إليه من جهة أخرى ،هذا ما أدى إلى غياب التنسيق بين التكوين الجامعي الإعلامي و سوق العمل ،و ارتبط بهذا انفصال البحث العلمي عن المشكلات الواقعية ،مما افقده قيمته ،و انعكس ذلك على نوعية مخرجات الجامعة الجزائرية و جعلها تتميز بزيادة الكمية على حساب الكيف ،و غموض نظامها و قوانينها التعليمية سواء المتعلقة بالأستاذ او الطالب¹،فالسياسة التعليمية في الجزائر ليست مبنية علي البعد الاستراتيجي ،و دراسة احتياجات المجتمع و التخطيط لهذه الاحتياجات ،و توظيف الموارد المتاحة بعقلانية ورشد²،فحينما تكون برامج تعليمية علوم الإعلام و الاتصال لا تتماشى و تطورات العصر المعاصر و السياسات ظرفية فان النتائج ستكون حتما سلبية .

بالنسبة للتظير في التخصصات التي وضعتها كلية عوم الإعلام و الإتصال (صحافة مكتوبة ،سمعية بصرية و إتصال) لا يقوم علي مرتكزات علمية وواقعية ذلك أن هذا التظير (كما هو الحال بالنسبة للجذع المشترك) لا يقوم علي المعرفة الخاصة بعلوم الإعلام و الإتصال إلا في حالات خاصة، ولا يفصل بين العلم و التسييس ذلك أن المؤسسة الجامعية في تعاملها مع الظواهر السياسية ينبغي أن تعمل على علمنة السياسة ،ولا يعقل علميا ولا أخلاقيا أن تقبل بتسييس العلم ،كما انه لا يتضمن البعد الحضاري إذ أن المنطلقات التي يبنى عليها هذا التظير غريبة في معظم الحالات فهناك تناقض بين التظير في هذه التخصصات الثلاث وبين التخصص كمفهوم يتوجه أكثر فأكثر نحو الجوانب الميدانية الامبريقية، فهذا النوع من التناقض هو الذي يجسد هذه التخصصات،فالتسمية توحى بالتخصص غير أن هناك وحدات محدودة مثل فنيات التحرير يتوجه نحو ما هو عام (أي

1-أسماء هارون ،المرجع السابق ،ص 06-07

2-محمد بلعل،الجامعة و سوق العمل في الجزائر ،مجلة الفكر و المجتمع ،العدد 15،جانفي 2013،ص187.

غير متخصص)، وهو الأمر الذي يحول دون تمكين الطالب الصحفي من معايشة و إتقان أداة توصيل الرسالة ، و بالتالي تبقى الخلفية النظرية الخاصة بتواجد التخصصات الثلاث تظل غامضة، ويبرز هذا الغموض أكثر في فرع الإتصال ذلك أن الداعي إلي تواجد هذا النوع من التخصص ليس قائما نظريا و علميا ، فالإتصال يحتوي و يتضمن الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية ، و هل يمكن تصور الاتصال كظاهرة اجتماعية معاصرة دون وسائل مخطوطة أو سمعية مرئية ؟ و قد عمدت عدد من المدارس الإعلامية في أمريكا إلى تسمية مدارس الاتصال (Schools of communication)، و يعني بها المدارس التي تحتوي على التخصصات المعيارية كالصحافة المكتوبة و الإشهار و العلاقات العامة ، وكذا التخصصات المقترنة بالتلفزيون و الخطاب (speech) والدراما والمسرح و غيرها، و يبقى برنامج تكوين تخصص علوم الإعلام و الاتصال لا يتوافق مع الواقع التاريخي و الحضارة للمجتمع الجزائري¹، مع العلم أن معهد علوم الإعلام و الاتصال بالجزائر سابقا الآن (أصبح كلية) كان الأول من نوعه في الوطن العربي ، و قد أطره في البداية أساتذة كبار من المشرق العربي و فرنسا ، كما استقبل من أيامه الأولى عددا معتبرا من الطلبة العرب و الأفارقة الذين أصبحوا إطارات في دولهم، و مؤسسي الدراسات الإعلامية في بلدانهم ، و بالرغم من تطور إقبال عدد الطلبة لهذا التخصص ، و الذي انتقل من 19 طالبا سنة 1970 إلى أكثر من 6000 طالب الآن²، إلا أن الظروف التي يتم فيها تدريس علوم الإعلام و الاتصال بالجامعة الجزائرية غير ملائمة ، فحسب رأي الدكتور محمد لعقاب (أستاذ محاضر في كلية علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر 3) أن ما يتلقاه الطالب في قسم الإعلام غير كاف ليجعل منه صحفيا ميدانيا مؤهلا مستقبلا، لان "هناك قلة من الطلبة النجباء و يجب الأخذ بيدهم، ففي ظروف أحسن من الظروف التي يدرسون فيها كان ممكنا أن يجعل منهم صحفيين محترفين" مضيفا أن الطالب لا يجلس أبدا في قاعة مشابهة

1-عزي عبد الرحمن، التكوين الاعلامي: التلاقي و التلاقي بين الرسالة و الوسيلة، المرجع السابق، ص 27-35.

2- احمد حمدي، تطور تعليم علوم اعلام و الاتصال في الجزائر ، حوار منشور على الموقع الالكتروني : <http://www.ahmedhamdi.net> تم التصفح بتاريخ 27 افريل 2016 على الساعة 14:00 زوالا.

بقاعة التحرير، إلى جانب الغياب الكلي للبرقيات بسبب عدم الاشتراك في وكالات الأنباء كما أن الأستوديو غير مجهز" هذا بالنسبة إلى الإمكانيات المادية، أما بالنسبة إلى الإمكانيات البشرية يقول الأستاذ لعقاب "الكثير من الأساتذة المؤطرين ليست لديهم خبرة ميدانية، و الأكثر من هذا أن عدد الطلبة الملتحقين بالقسم سنويا مبالغ فيه، حيث لا يسمح بتكوين جيد، فالفوج الواحد به حوالي 85 طالبا، وإذا أخذنا فنيات التحرير مثلا لدينا حصة أسبوعية من 90 دقيقة و هو ما يجعل تقسيم الزمن الساعي على عدد الطلبة يعطينا دقيقة لكل طالب أسبوعيا و هو أمر غير معقول" من جهة أخرى، تطرق الدكتور محمد لعقاب لانتشار الكبير لأقسام الإعلام عبر كل الجامعات الوطنية، بدون التحضير الجيد و التطير اللازم، وقد أكد أن المدرسة العليا للصحافة التي تم استحداثها مؤخرا لا تعتبر حلا لانتهاء مشكل التكوين في مجال الصحافة فهي غير قادرة أن تحل مشكل التأطير لان الأساتذة ليسوا في مستوى التطلعات، وحتى أن كانت لديهم الخبرة العملية فهم يفتقرون إلى الخبرة النظرية، خاصة في مجال الكتابة الصحفية".

واعتبرت الأستاذة مليكة عطوي¹ (رئيسة قسم الإتصال بجامعة الجزائر 3) بدورها أن تجربة "ل م د" مهمة و يجب تطويرها و العمل عليها لأنها ليست مرهقة بالنسبة إلى الطالب و يستفيد منها بشكل أفضل لأن القسم الواحد لا يتجاوز العدد فيه 25 طالبا، و هذا أمر مهم بالنسبة إلى الطالب و الأستاذ للوصول إلى أكبر تحصيل علمي ممكن طبعاً إذا تم دعم العملية و تسخير الوسائل الأساسية للعمل بها ، كما أكدت الأستاذة على ضرورة رفع معدلات الالتحاق بالإعلام و لما لا العودة إلى نظام المسابقات للالتحاق بهذا الفرع الذي هو بحاجة إلى كفاءات ذات مستوى عال ، وهو الأمر الذي لا يمكن ضبطه بالمقاييس الحالية².

¹ -مقابلة أجريت مع الأستاذة مليكة عطوي، رئيسة قسم الإتصال بجامعة الجزائر 3، 18 أبريل 2016

² - زهور شنوف، استحداث كلية للإعلام الجامعي المقبل: أساتذة الاعلام يتحدثون عن مشاكل تكوين صحفي مستقبلي، جريدة جزائر نيوز www.djazairnews/13884.

و فيما يخص التكوين البيداغوجي لأساتذة الإعلام و الإتصال ، حسب مسعود عمارنة أصبح ضرورة لتكليف أساليب التدريس مع مضامين نظام ل.م.د، فهناك بعض الأساتذة الذين يدرسون في إطار نظام ل.م.د و لكن بعقلية النظام الكلاسيكي و يعارضون النظام الجديد لأسباب شخصية خارجة عن النطاق البيداغوجي و عن المحتوى، مضيفا في هذا الصدد بان "مسؤولين كبار في الجامعات الجزائرية لا يطبقون قواعد نظام ل.م.د، و لاحظ هذا الأخير نجاح في الجامعات الأوروبية و لا يوجد أي عائق كي لا ينجح في الجزائر، موضحا أيضا أن النقابة دعمت المشروع منذ بدايته في 2004، و طالبت قبل 3 سنوات بضرورة إعادة النظر في بعض الجوانب التطبيقية في النظام الذي بدأت تظهر عليه إختلالات في تطبيق بعض النصوص القانونية ، إلا أن هذا الأخير بدأ يعطي ثماره الإيجابية في المردود الجامعي بعد مرور 10 سنوات ، و أن إنجاح هذا النظام يتطلب تضافر جهود الجميع حتى الطلبة الذين يجب توعيتهم بتفاصيل أكبر حول أهمية هذا النظام في ترقية الجامعة الجزائرية بكل تخصصاتها. و حسب أستاذ في الإعلام من جامعة الجلفة ، فإن حصر 4 سنوات في 3 سنوات دون توفير الإمكانيات الضرورية و المناسبة للتأقلم مع النظام الجديد ، خلف عدة انعكاسات سلبية ، فتطبيق قاعدة المقاربة بالكفاءات التي جاء بها ل.م.د. تتطلب وجود من 15 إلى 20 طالبا في القسم ، لكن يوجد حاليا ما بين 40 إلى 50 طالبا في القسم الواحد ، و هذا كما أضاف الأستاذ إلى جانب الحجم الساعي الذي أصبح مبرمجا على حصر المواد في ساعات، فالمواد التي كانت تستغرق أكثر من أسبوعين لتدريسها أصبحت تقتصر على أسبوع واحد فقط مما جعل الأساتذة يلجؤون للحشو لتدارك تطبيق البرنامج السنوي¹.

¹- نسرين عبد الله، رؤيا معاصرة حول مستقبل تدريس الاعلام، مقال منشور على الموقع الالكتروني www.menbarpetra.com

ب - رهانات التكوين الإعلامي في الجزائر:

يقول مارشال ماكلوهان " أن الرسالة هي الوسيلة لأنه لا يمكن الفصل بين الرسالة و الوسيلة، و لو أن الرسالة الإعلامية تعني لدى الكثير من الأكاديميين المنطلقات الفلسفية و النظرية في جانب التكوين التعليمي لا في جانب الإرسال الإعلامي، و في بحثنا يمكن ربطها بالرصيد المعرفي الذي يتلقاه المتعلم (الطالب) أما الوسيلة فنقصد بها الفنيات و التقنيات و الأدوات التي نستعملها و نستخدمها لأداة الرسالة، و لا شك أن الوسيلة الإعلامية عرفت تطورا كبيرا بفعل التنافس التكنولوجي الكبير الذي أصبح جزءا هام من وظيفة و أداء الرسالة الإعلامية، لذا لا بد من الاهتمام بالوسيلة في بعدها التطبيقي الممارس أثناء تعليم و تدريب الطلبة أو إعادة رسكلة رجال الإعلام من خلال تطوير جانب الإعلام المعرفي و العاملين فيه ، لأنه لا يمكننا أن نتصور صحفي في قطاع الصحافة المكتوبة لا يعرف الإخراج الطباعي الخاص بالجزائر أو حتى بديهيات في مجال السمع البصري.

مما تقدم ذكره لا بد أن يتم تغيير و تطوير البرامج التعليمية و التدريسية الخاصة بمؤسسات و مراكز الإعلام، و هذا الأمر يمكن من خلال مراجعة كاملة و دراسة مستفيضة لأهم المدارس الإعلامية الكبرى، و حتى يتسنى لنا مواكبة التطورات الخاصة في المجتمع الإعلامي الحالي يستوجب أن تدرس في مدارس الإعلام تخصصات تتقاطع مع منطق السوق و متطلبات المرحلة و إدراج وحدات بيداغوجية ذات صلة بالتخصص، و من صلب أدوات العمل الإعلامي، و في هذا الإطار اقترح الباحثون إلى فتح ورشات في المقترحات التالية :

الإتصال العلمي تكنولوجيا الطباعة ، الصحافة الفيلمية، صحافة الأعمال الاقتصادية ، البث الإذاعي و التلفزيوني، الإتصال الالكتروني، التدريس الإعلامي و الدراسات الإعلامية، التركيب الرقمي السمع البصري و الصحافة المكتوبة.

و من جانب آخر لابد من الاهتمام بوحدة بيداغوجية كالتدريب على اللغات و تقنيات الكتابة و المراسلات الإعلامية وغيرها.

و من جهة أخرى هناك نقطة يجب أن نولي الاهتمام بها، فحتى و إن غيرنا البرامج التكوينية وفق النظم البيداغوجية الحالية للمدارس الإعلامية المتطورة فإننا بحاجة إلى يد عاملة متخصصة ، بمعنى هيئة تدريس في المستوى و من هذا الجانب فالجزائر على غرار الدول العربية الأخرى تزرخ بايطارات إعلامية رائدة سواء في مجال التدريس أو البحث العلمي أو في مجال التقنية، و لكن هاته الطاقة تحتاج إلى تفعيل انطلاقا من تواجدها الجغرافي، و هذا الأمر يحتاج إلى جامعة مفتوحة للإعلام و الاتصال في التكوين و التطوير و التدريب الإعلامي، كما نحتاج إلى التكوين و التدريب عن بعد و إلى وضع نظام تقني حتى نستطيع استغلال هاته الطاقات في التأطير الإعلامي إن لابد أن يكونوا أهل للخبرة في الميدان و متخصصين في مجال معين.

١- التحولات الجديدة في مجال التكوين الإعلامي :

إن التحولات التي طرأت على المشهد الإعلامي و ظروف العمل الصحفي ، لا يمكن أن تتجاهلها المؤسسات المختصة في التكوين الإعلامي لذلك أعيد التفكير في العديد منها لمراجعة البرامج و المناهج الدراسية حتى تكون أكثر مواكبة للتكنولوجيا الحديثة و أكثر التصاقا بالواقع الإعلامي¹ كما حرصت على تطوير تجهيزاتها و امتلاك تقنيات جديدة ، إذا أصبح الكمبيوتر الجهاز الرئيسي في العملية التربوية بالنسبة للعديد من الدروس في العديد من المؤسسات التكوينية الإعلامية إلى جانب حضور تجهيزات أخرى حديثة في مختلف الفضاءات التربوية فاخفتت دروس الرقن على الآلة الكاتبة لتعوضها انجاز النصوص بالحاسوب، كما يتلقى فيها الطالب تكوينا أساسيا للتعامل مع الانترنت كمصدر للمعلومات و أداة للتواصل، و بالإضافة إلى هذا التكوين الأساسي يخضع الطالب إلى تكوين للتحكم في العديد من البرمجيات سواء

¹ -محمد حمدان ،مواكبة التكوين الاعلامي للتكنولوجيا والمهن الاعلامية الجديدة ،مؤتمر الجمعية السعودية للإعلام ،المنتدى الثالث ،2005.

المتعلقة منها بإخراج الصورة أو بإخراج الصحيفة أو بالتركيب أو الإنتاج أو بتصميم المواقع.....

و أصبحت هذه المواد تحتل موقعا يزداد أهمية أكثر فأكثر في شبكات البرامج الدراسية، و تطور محتوى الدروس التقليدية بالإضافة إلى تدريس الصحافة المكتوبة التقليدية تعززت شبكة البرامج الدراسية باختصاصات جديدة إذ تم إدراج تدريس الصحافة الالكترونية و الواب و الملتيميديا.

وتتطلب هذه المراجعة في التكوين مواكبة المدرس للتكنولوجيات الحديثة و تحكمه فيها حتى يوظفها أحسن توظيف في العملية التكوينية لذا تسعى المؤسسات التعليمية المختصة إلى وضع خطة لإعادة تكوين المدرسين حتى يواكبوا التحولات التكنولوجية.

خلاصة:

إن الوقوف على مختلف المحطات التكوينية للإعلام في الجزائر يوضح لنا انعكاساته الإيجابية على الأداء الإعلامي الذي يتطلب العمل المكثف و الإهتمام المتزايد من أجل تحسينه و الوصول به إلى بر العالمية و الاحترافية و لن يتأتى ذلك إلا من خلال تطور تعليمية علوم الإعلام و الإتصال في الجزائر في ظل المتغيرات المحلية و العالمية وذلك بالاستفادة من التكنولوجيات الحديثة و استعمالها كأدوات معاصرة في مجال التعليم و التعلم.

الفصل الثالث

مقاربة نظرية للنقد الإعلامي

تمهيد

المبحث الأول: ماهية النقد الإعلامي

المطلب الأول: مفهوم النقد الإعلامي , والمفاهيم المشابهة له.

المطلب الثاني: نشأة النقد الإعلامي ووظائفه

المطلب الثالث : أنواع النقد الإعلامي .

المبحث الثاني: شروط ومناهج النقد الإعلامي .

المطلب الأول : مفهوم الناقد الإعلامي والتزاماته

المطلب الثاني: مراحل النقد الإعلامي

المطلب الثالث :مناهج النقد الإعلامي

المبحث الثالث: التعامل مع وسائل الإعلام

المطلب الأول: مهارات التعامل مع الرسائل الإعلامية

المطلب الثاني : مهارات التعامل مع المضامين الإعلامية حسب نموذج

لازويل

المطلب الثالث: واقع النقد الإعلامي العربي

المبحث الرابع : النظرية النقدية في علوم الإعلام والاتصال

المطلب الأول: نشأة وتيارات المدرسة النقدية

المطلب الثاني : أبرز مفاهيم النظرية النقدية

المطلب الثالث: اسهامات المدرسة النقدية في مجال النقد الإعلامي

خلاصة

تمهيد:

يعتبر النقد الإعلامي نشاطا إنسانيا يقوم على منظومة فكرية مؤسسة على رؤية منهجية و علمية، يتم من خلالها وصف المضامين الإعلامية و تحليلها و تفسيرها و تقييمها للحكم عليها، بجميع أبعادها الجمالية و خلفياتها الفكرية الثقافية و الاجتماعية بهدف الكشف عن مدى توافر متطلبات عناصر العمل الإعلامي بطريقة تجعل منه أكثر قربا للفهم لدى المتلقي، فيثري ذلك حسه النقدي.

وعليه يتناول هذا الفصل الجوانب النظرية التي تضبط لنا إطار النقد الإعلامي حيث سيتم التطرق من خلاله إلى مفهومه ووظائفه و أنواعه، و شروطه و مراحلته ومناهجه، وأهم مهارات التعامل مع المضامين الإعلامية ومن ثم التطرق إلى إسهامات المدرسة النقدية في مجال النقد الإعلامي.

المبحث الأول: ماهية النقد الإعلامي

المطلب الأول: مفهوم النقد الإعلامي و المفاهيم المشابهة له:

أ- مفهوم النقد الإعلامي:

من المفاهيم الهامة و الجدلية في العلوم الاجتماعية عامة و علوم الإعلام و الإتصال بشكل خاص هو مفهوم النقد الإعلامي و لكي نتعرف عليه و نفهمه بشكل علمي، و عمق منهجي و جب علينا أن نتعرف على مفهومه بالتطرق إلى تعريف المصطلحين المركبين له : النقد و الإعلام.

1- مفهوم النقد: أ- لغة:

ورد في لسان العرب لابن منظور : "نقد الرجل الشيء.....ونقد اليه : اختلس النظر نحوه، وما زال فلان ينقد بصره الى الشيء اذا لم يزل ينظر اليه¹ ."

و عرف النقد أيضا : "بأنه التمييز بين الاشياء ، نقول نقدت الدراهم أي ميزت الجيد منها والمزيف، والنقد هو المناقشة، نقول : ناقده في المسألة أي ناقشه.

و قد ورد في القاموس الموسوعي la rousse أن النقد هو: فن الحكم على عمل فني أو أدبي².و يشير هذا المعنى اللغوي، إلى أن النقد يقوم على وظيفة إصدار الحكم على العمل الفني و الأدبي ،و الذي يتمحور أساسا حول جودة العمل و ردايته

كما استخدم الناس كلمة النقد صارفين معناها الى نقد أخلاق الآخرين وعاداتهم وبيان ما يتحلون به من كريم الصفات وسيئها، ولهذا قالوا: "ان نقدت الناس نقدوك وان تركتهم تركوك"، ثم دخل مصطلح النقد في نقد الشعر والخطب في العصر الجاهلي ، حيث كانت أسواق العرب أشبه بالنوادي الادبية يلقي فيها الشعراء قصائدهم والناس يسمعون ، وكان النقد لا يعدو في هذه المرحلة أن يكون ملاحظة فردية تقوم على الذوق الشخصي ، وهذه هي المرحلة الأولى لظهور النقد الأدبي وتطوره، ثم ان كلمة نقد لم تكتسب معناها الاصطلاحي

¹ - جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور :لسان العرب، بيروت : دار صادر ط6 ، مج14 ، ص334

² - sans écrivains ,la rousse ;en 1 volume, dictionnaire encyclopedique,librairie larousse,paris,1979,p386

في الأدب إلا في أواخر القرن الثالث الهجري وبداية القرن الرابع الهجري ، خصوصا عند قدامة بن جعفر (ت سنة 337هـ) الذي يعتبر كتابه: "نقد الشعر" أول مصدر يحمل كلمة نقد¹. و هو ما يفسر لنا قيام المعنى اللغوي العربي على المعنى المادي المنصرف إلى نقد الدراهم .

1- يعرف الباحثون في شؤون الادب النقد الأدبي بأنه دراسة الأعمال الأدبية وتفسيرها وتحليلها وموازنتها بغيرها ثم الحكم عليها لبيان قيمتها ودرجتها² ، وإذا كان النقد الادبي أسبق ظهورا من النقد الإعلامي (من الناحية التاريخية) فان هناك بعض أوجه الشبه بين النوعين من النقد ، وهو ما نقف عليه عند تعريفنا للنقد الإعلامي مروراً بتعريفنا للإعلام بعد تعريف النقد لغة .

ب- إصطلاحاً : إن النقد علم يجب أن يتعلمه النقاد بكافة تخصصاتهم ، غير أن التخصص فيه يعتبر من أصعب التخصصات لأنه يتطلب وعياً كاملاً بالعمل المطلوب نقده ، فهو علم يجمع بين الذاتية و الموضوعية، ذاتية رأي الناقد و نظرتة للبعض ، و موضوعيته في إبداء آرائه بكل صدق و أمانة، فهو مرآة تعكس وجهة نظر الناقد بطريقة أكثر عملية.³

فالنقد إذن يعني معرفة الرديء من الأعمال و محاولة تصحيحه بطريقة حيادية، ومعرفة الجيد و محاولة إظهاره بطريقة موضوعية ن فهو التحليل و العرض، و الدراسة و البحث و التقدير و المناقشة و التدقيق.

و يوضح احمد كمال زكي أنه من خلال النقد يمكن إصدار الحكم بالجودة أو الرداءة ، بالنقص أو الكمال، بالحسن أو بالقبح ، فللنقد إذن حسب رأي العديد من العلماء و الباحثين

1 - عبد المالك مرتاض، في نظرية النقد، متابعة لأهم المدارس النقدية المعاصرة و رصد نظرياتها، دار هومة، الجزائر، 2005، ص 30
- محمد سعد: أوراق نقدية مفهوم النقد لغة واصطلاحاً، تاريخ الدخول: 2016/12/25
<http://www.dhifaaf.com/vb/showthread.php?t=5545>

2 - المرجع نفسه .

3- ايمان محمد عبد الرحيم الأشقر، النقد في الصحافة الرياضية المصرية ، مؤسسة عالم الرياضية للنشر ودار الوفاء للطباعة، الإسكندرية، ط1، 2015، ص 7.

دور و أهمية كبيرة حيث أنه ضرورة من ضروريات الحياة و التي لا غنى عنها لمسايرة ركب التقدم ، فمن الطبيعي أن يتناول النقد جميع مجالات الحياة الإجتماعية و السياسية و الرياضية و الفنية و الإعلامية و غيرها بغية الإصلاح و التقويم .
و يعرف أيضا : بأنه دراسة الأشياء و تفسيرها و تحليلها و موازنتها بغيرها المشابه لها أو المقابلة ، ثم الحكم عليها ببيان قيمتها و درجتها .

و يمكن تقسيم النقد إلى قسمين و هما¹ :

- النقد البناء : و هو النقد الذي يقوم به صاحبه الخطأ و يحاول إصلاحه ، وهو واجب أو مستحب . و الآخر النقد الهادم أو الهدام و هو إظهار عيب الآخرين للنيل منها و تشويه سمعتهم و هو مكروه .

و يذكر محمد الناصر العجمي أن النقد الجيد يبني على قراءة منظمة ، بصرف النظر عن وجهة النظر التي ينطلق منها الناقد و المرجعيات النظرية التي يستند إليها ، و إلا وقع في الخلل و الإضطراب و كان بمثابة المبصر بأكثر من فالنقد هو علم و فن في أن واحد ، فتمثل الصفة العلمية في الجانب النظري ، و الصفة الفنية في الجانب التطبيقي ، فلا ينبغي الفصل بين الجانبين في العمل النقد ، فكلاهما مكمل للآخر .

و إجمالاً يحصر محمد عبد الله زلطة أهم التعريفات الإصطلاحية التي تناولت مفهوم النقد فيما يلي² :

-النقد هو فن دراسة الأشياء و تفسيرها و تحليلها و مقارنتها بغيرها المشابهة لها أو المقابلة ثم الحكم عليها ببيان قيمتها و درجتها³ .

-النقد هو تقدير النص تقديراً صحيحاً و بيان قيمته و درجته الفنية .

¹ - فوزية بلحاج مزي، " النقد الإذاعي والتلفزيوني بين وهم المصلحة العليا والبناء"، مجلة الإذاعات العربية الصادرة عن اتحاد الإذاعات العربية، العدد 01، 2000، ص 34

² -زلطة، عبد الله، " النقد الفني:أسس نظرية ونماذج تطبيقية، ددن، دط، 2004، ص9

³ -راغب نبييل، النقد الفني، دار مصر للطباعة، د س ن، د د ن، ص 12

-النقد هو مجموعة الأساليب المتبعة لفحص الآثار الفنية و المؤلفين القدامى و المحدثين يقصد كشف الغامض و تفسير النص و الإدلاء بالحكم عليه.

على ضوء ما تقدم نلاحظ وجود علاقة بين المفهوم اللغوي للنقد و الإصطلاحي لان النقد يستدعي وجود مناقشة ما مما يستلزم الفصل و لتفريق ثم إصدار الأحكام و التمييز أما الإعلام فهو :

تعريف الإعلام :

تعني كلمة الإعلام في اللغة العربية "الإخبار بالشيء والإبلاغ وهو ما يقابل مصطلح information باللغة اللاتينية .

و قدعرفته الأدبيات الإعلامية بأنه : "تقديم الاخبار الدقيقة الصادقة للناس والحقائق التي تساعد على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور"¹. والملاحظ على مثل هذا التعريف أنه ركز على عملية النقل والتقديم والتزويد بالأخبار والمعلومات من مرسل إلى متلق ، ولم نلاحظ وظيفة التبادل والتفاعل ولا عنصر رجوع الصدى(feed-back) في التجربة الإعلامية .

واليوم لم تعد تتماشى التعريفات السابقة مع تطور مفهوم الإعلام الذي أصبح استخدامه في علوم الاعلام قريبا من مصطلح اتصال (communication) ، فالإعلام بمفهومه الأبعد هو² : "التعريف بقضايا العصر ومشاكله ، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام من خلال وسائل الاعلام الماحة داخليا وخارجيا والسياسات الإعلامية والإتصالية المطبقة " .

على ضوء ما تقدم يمكننا تعريف النقد الاعلامي ب:

1- عبد الرازق الدليمي: الإعلام المتخصص عمان: دار اليازوري، 2005، ص13

2- مي العبد الله: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال: المشروع العربي لتوحيد المصطلحات،بيروت: دار النهضة العربية، 2014، ص45:

أنه هو دراسة الأعمال الإعلامية بشكلها السياسي و الإقتصادي و الإجتماعي و الترفيهي و تقييم الممارسات المهنية و تفسيرها و تحليلها عبر مقاييس إحصائية و كمية التي تترجم إلى تحليلا كيفيا مبني على قواعد منظمة نستنتج من خلال التعريف أن النقد الإعلامي يسعى إلى تقييم المضامين و الرسائل الإعلامية أي للخطاب الإعلامي بمختلف أشكاله و أساليبه و حوامله الإعلامية مع تفسيره و الكشف عن دلالاته ثم تقديره و تقييمه مع تبيان جوانب القوة و الضعف فيه ثم الحكم على المادة الإعلامية و درجة فاعليتها لدى الجمهور المستهدف وفقا للهدف الرئيسي للعملة الإعلامية¹.

و يمكن أن نعرفه كذلك بأنه:

تلك العملية المنضبطة فكريا لفهم و تحليل و تأليف و تقييم المعلومات التي يتم نشرها عبر وسائل الإعلام المختلفة ، وعلى القائمين بالإتصال من ناحية مصداقية المصدر و مهنيته و عدالته و موضوعيته وكذلك على وسائل الإتصال من ناحية التزامها بالحياد² فهو إذن: الدراسة الواعية لكافة الموضوعات الإعلامية في ضوء الخطوات و الأسس العلمية للحكم عليها و توضيح قيمتها، وشرح و تفسير نواحي الجودة و الضعف فيها.

و قد ترجع جذور النقد الإعلامي إلى الإطار الفلسفي للنقد أو التفكير الناقد بصفة عامة إلى الفلسفة التحليلية و الأسلوب البراجماتي البناء و المنهج السقراطي الإغريقي الذي يعود إلى 2500 سنة ن حيث تطرح الأسئلة الاستقرائية وصولا للمعرفة التي يمكن تحليلها بوضوح و اتساق منطقي ، وقد ينتسب أيضا الى النظرية النقدية لمذهب مدرسة فرانكفورت للنظرية الإجتماعية النقدية التي تعد من أهم النظريات التي انتعشت في فترة ما بعد الحداثة في ألمانيا و قد مرت بمرحلتين : الفترة الأولى : هي فترة الريادة في الثلاثينيات من القرن 20 مع أدورنو، ماركيز ، و فترة التجديد مع بداية السبعينات مع بورجن هابرماس و مدى إسهاماته في مجال نقده للوضع الاجتماعي من خلال ما تثبته وسائل الإعلام.

¹ - Jérôme Bourdon jean-Michel Frondon : L'oeil critique, Le journaliste critique de télévision, Médias Recherches études,Belgique,2003,p : 19.

² - محمود منصور هبة، قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجمهير، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2005، ص125

المفاهيم المشابهة للنقد الإعلامي :

1- التفكير الناقد :

المقاربة الفلسفية :

إن كتابات سقراط وأفلاطون وأرسطو ومؤخرا ماثيو ليبمان وريتشارد بول تمثل نموذجا فلسفيا لهذه المقاربة ، حيث تركز هذه الأخيرة على مجموعة من افتراضات التفكير النقدي والذي يحصي صفات وخصائص الشخص بدلا من السلوكيات أو الإجراءات التي يمكن أن يقوم بها أي التركيز على الفرد كمحور للعملية النقدية ، ان هذه المدرسة الفكرية تقترب من المفكر النقدي كنوع مثالي أو حالة خاصة فريدة ، بحيث يظهر من ذلك انه لا يمكن لأي كان أن تتوفر فيه مقومات التفكير النقدي حسب هذه المقاربة.¹

وهناك العديد من التعريفات في هذا السياق لعملية التفكير النقدي نذكر منها:

أولا، تعريف Robert Ennis's روبرت إينيس الكلاسيكي: "التفكير النقدي هو التفكير العقلاني المعقول الذي يركز على اتخاذ قرار ما نعتقده وما نقوم به."²

تعريف Matthew Lipman ليبمان حيث اعتبر التفكير الناقد على "انه التفكير الماهر والمسؤول الذي يسهل الحكم الجيد" لانه ببساطة يعتمد على ثلاث أمور أساسية وهي : الاعتماد على المعايير ، التصحيح أو التقويم الذاتي ، الحساسية او الشعور الكامل بالسياق الذي ينتمي له الفرد.

من جانب آخر قدم Richard Paul ريتشارد بول تعريفا مختصرا اقر فيه أن التفكير النقدي هو "التفكير المنضبط والموجه ذاتيا الذي يجسد الكمال في التفكير وذلك لوضع معين أو مجال للفكر"

¹ - LAI, Emily R. Critical thinking: A literature review. *Pearson's Research Reports*, 2011, vol. 6, p. 45.

² - Ennis, R. H. Critical thinking dispositions: Their nature and assessability. *Informal Logic*, 1996, vol. 18, no 2.p 166

أما Facione, P. A. فاسيون فيرى أن التفكير النقدي هو "الحكم بطريقة عكسية أو مخالفة لما يجب القيام به أو ما نعتقده"¹

قد تعددت تعريفاته من وجهة نظر الباحثين و علماء النفس و التربية ومن أهمها : "انه هو التفكير الذي يعتمد على التحليل و الفرز و الاختيار و التمحيص لدى الفرد بهدف التمييز بين الأفكار السليمة و الأفكار الخطأ".

أو هو "قدرة الفرد على التحقق من ظاهرة ما وتقويمها استنادا على أسس محددة". ويتسم التفكير الناقد بمهارات تنعكس على المفكر الناقد تمكنه من تبني أحكام قائمة على أسس موضوعية تتفق مع الوقائع الملاحظة.

ومن أهم سمات التفكير الناقد:

-تفتح الذهن نحو الأفكار الجديدة بعدم المجادلة في الأمور التي لا يعرفها .

- معرفته لمدى حاجته للمعلومات مع تفرقة بين الصحيحة منها و الخاطئة فيكثر السؤال عن المعلومات المجهولة و يتجنب الأخطاء الشائعة في تحليله بتوظيفه لأدلة و براهين يدعم بها موقفه ووجهة نظره .²

2- الوعي الاعلامي : انطلاقا من المفاهيم اللغوية للوعي الذي يعني جمع الشيء ووضعه في وعاء ، أما بالنسبة للحديث فهو حفظه و فهمه و تقبله .

ووعي الأمر أي أدركه على حقيقته ، وكذلك يأتي الوعي بمعنى الحفظ و التقدير إذ قال الله تعالى : "وتعيها أذن واعية"³ أي حافظة .كما يأتي الوعي أيضا بمعنى الفهم و سلامة الإدراك⁴ .

نلمح من خلال ما تقدم أن هاته التعريفات ترتبط مع بعضها البعض ، و ذلك لان الفرد إذا سمع الشيء وفهمه يكون ذلك وسيلة إلى حفظه و سلامة إدراكه، والوعي ينتشل من مجموع

¹ -- op.cit , p 46

²- سعاد جبر سعيد : سيكولوجية التفكير و الوعي بالذات عمان ،دار الكتاب العالمي ،2008،ص 78.

³- الآية 21 من سورة الحاقة.

⁴- مجمع اللغة العربية : المعجم الوسيط، ط 4، مكتبة الشروق الدولية،مصر،2005،ص1044.

المعارف و المعلومات التي اكتسبها الفرد من خبراته ، فهو كما عرفه عبد القادر الهرماسي أنه مجموعة من العمليات العقلية المعقدة التي تشكل فهم الإنسان للعالم الموضوعي و لوجوده الشخصي.¹

و من خلال وجهة نظر الباحثين في حقل المناهج و طرق التدريس فإنه : "امتلاك المعلم للجانب المعرفي للسلوك ، و إدراكه للجوانب المختلفة الإيجابية و السلبية لهذا السلوك"² . أما الوعي الاعلامي فهو : عمليات من المعرفة و التفكير و الإدراك تتيح للمتلقي القدرة على فهم الممارسة الإعلامية فهما صحيحا و الإحاطة بخلفيات الرسالة الإعلامية و أهدافها ، ومن ثم تبني موقف صحيح إزاءها."

فالمتلقي عند تعرضه للمضمون الاعلامي فإنه ينفعل معه في البداية حيث يكون محاط بمجموعة من الدوافع النفسية و الوجدانية التي حفزته للتعرض لها ، ثم يفكر و يدرك فحواه بالوقوف على خلفياته بعد عملية الإدراك و الفهم مع ربطها بالظروف السوسيوثقافية ثم يصل إلى المستوى السلوكي³ إما بتبني الموقف أو رفضه حيث تمثل هذه العمليات تفاعلا ذاتيا مما يدفعه إلى مناقشتها مع أفراد المجتمع و هذه تمثل إحدى وظائف النقد الاعلامي.

3- التربية الإعلامية : ظهر هذا المفهوم في أواخر الستينات حيث ركز الخبراء على إمكانية استخدام وسائل الإعلام كوسيلة تعليمية و في السبعينات تطور هذا المفهوم ليكون مشروع دفاع يتمثل هدفه في حماية الأطفال و الشباب من مخاطر وسائل الإعلام ليكون الهدف من التربية الإعلامية : كشف الوسائل المزيفة بهدف تحصين الطلاب من أثارها السيئة⁴ فهي تسعى إلى تنمية المهارات الاتصالية و الفكرية للمتلقي و تحصينه من التأثيرات السلبية للمضامين الإعلامية ، وكذا إلى تنمية ملكة النقد الاعلامي لدى الجمهور .

¹ عبد القادر الهرماسي و آخرون،الدين في المجتمع العربي ،بيروت،مركز دراسات الوحدة العربية،ط2000،ص2،ص101.
² احمد حسين اللقاني،علي أحمد الجمل،معجم المصطلحات التربوية المعرفية في مناهج و طرق التدريس،ط3،عالم الكتب،مصر،2003،ص337.
³ محمد عبد الحميد :التربية الإعلامية والوعي بالأداء الاعلامي القاهرة :عالم الكتب، 2012 ، ص110
⁴ فهد بن عبد الرحمن الشميمري : التربية الإعلامية : كيف نتعامل مع الإعلام ، الرياض ، مكتبة الملك فهد الوطنية ، 2010، ص 19.

وقد عرفها العديد من الباحثين فهما الباحثان Adams and Hamm آدمز وهام 2001، قد اعتبارا أن التربية الإعلامية هي القدرة على استحداث معنى شخصي من الرموز المرئية واللفظية التي نتلقاها كل يوم من التلفزيون والإعلانات ووسائل الإعلام الرقمية. والتربية الإعلامية تتعدى كونها دعوة للطلاب لفك رموز و معلومات معينة، بل يجب على هؤلاء الطلاب أن يتحلوا بالتفكير النقدي وأن يكونوا قادرين على الفهم والإنتاج وسط ثقافة وسائل الإعلام التي تحيط بهم".

في حين يرى أندرسون 1981 "التربية الإعلامية هي جمع المعلومات وتفسيرها واختبارها وتطبيقها بمهارة من أجل القيام بعمل هادف بغض النظر عن الوسيلة أو طريقة العرض". أما بارتون وهاملتون 1998 فان التربية الإعلامية حسبه "هي نشاط يتواجد في المساحة الواقعة بين التفكير والنص. فالتربية لا تتواجد في أذهان الأشخاص فحسب، على اعتبار أنها مجموعة من المهارات الواجب تعلمها، ولا تتواجد على الورق، حيث يتم تلقيا كنصوص يتم تحليلها. إنما التربية، شأنها شأن كل نشاط بشري، هي في الأساس اجتماعية، وتتواجد في التفاعل بين الأشخاص.

أما هوبز 2001، " فينظر إلى التربية الإعلامية على أنها القدرة على النفاذ إلى الرسائل وتحليلها وتقييمها وإيصالها بأشكال مختلفة" و بحسب ما جاء في قاموس التربية الإعلامية للمؤلفين سيلفربليت واليسيري 1997 فان التربية الإعلامية "هي مهارة تفكير نقدي تمكن الجماهير من تفكيك رموز المعلومات التي نتلقاها عبر وسائل الإتصال الجماهيري ومن ثم تطوير أحكام مستقلة عن المحتوى الإعلامي¹.

فالتربية الإعلامية تعمد على دفع الطلبة على تطوير قدراتهم في تحليل الرسائل الإعلامية وتحديد أهدافها ولمن هي موجهة هذه الرسائل؟ ولماذا صيغت بهذا الشكل؟ وما هي الحقائق الموجودة فيها أو المفقودة فيها؟ وما هي المصادر المحايدة التي يمكن التحقق منها و نحو

¹ - Potter, W. J, The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2010, vol. 54, no 4, p. 676

ذلك. فتلعب التربية الإعلامية دورا مهما في تلقين في الطلاب للثقافة الإجتماعية، وتساعدتهم على امتلاك مهارات النقد والتقويم والتحليل وإكسابهم لقدرة حل المشكلات حيث تصبح لديهم القدرة على الربط بين الأشياء وبين المتغيرات.¹

4-الثقافة الإعلامية : هي القدرة على الوصول و التعرض و التحليل و التقويم و الإتصال مع الرسالة الإعلامية في أشكالها المتنوعة.

من جانب آخر قدم الباحث "سعيد عبد الله حارب" تعريفا لها فاقر على انها المضامين الثقافية التي يتلقاها الفرد و الجماعة من المصادر الإعلامية و تشكل معتقداتهم و تصوراتهم و مفاهيمهم و قيمهم التي تؤثر في تكوين سلوكهم و عاداتهم و تقاليدهم و أنماط حياتهم.² وبالتالي هي قدرة الفرد على القيام بعدد من العمليات تتجاوز المعرفة و الإدراك إلى التحليل و التقويم للعلاقات و الأداء الخاص بوسائل الإعلام و هي تهدف إلى تكوين القوة الإبداعية و النقدية للفرد بطريقة منظمة من خلال تحليل و إنتاج حقائق الفنون الإعلامية.

المطلب الثاني: نشأة النقد الإعلامي ووظائفه

أ - نشأة النقد الإعلامي:

إن مسألة النقد الإعلامي عرفت محطات كبرى في تاريخ علوم الإعلام والإتصال اقترن تطورها بظهور وسائل الإعلام المختلفة على مرور الأزمنة بدءا بالصحافة المطبوعة مرورا بالإذاعة والتلفزيون وصولا إلى الإعلام الرقمي، وقد ترجع جذور النقد الإعلامي إلى الإطار الفلسفي للنقد أو التفكير الناقد بصفة عامة، إلى الفلسفة التحليلية والأسلوب البرعمانى البناء والنهج السقراطي الإغريقي الذي يعود إلى أكثر من 2500 سنة، حيث تطرح الأسئلة الإستقصائية وصولا للمعرفة التي يمكن تحليلها بوضوح وإتساق منطقي . وقد ينتسب أيضا

1 - الشديفات أشجان حامد ، واقع التربية الإعلامية و العوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها ، المجلة التربوية الدولية المتخصصة مج 01، ع 06، المجموعة الدولية للإستشارات و التدريب، 2012، ص 274.

2- سعيد عبد الله حارب. الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية تكامل أم تناقض ؟ ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الأول للتربية الإعلامية في الرياض المملكة العربية السعودية، صفر 1428 هـ - مارس 2007 م. ص 04

إلى النظرية النقدية لمذهب مدرسة فرانكفورت التي حاولت تعديل النظرية الماركسية لتصبح قابلة للتطبيق في ألمانيا في القرن العشرين.

التي ذاع صيتها واتسعت دائرة تأثيرها بأبعدها المختلفة ، وهو ما استدعى ردود فعل مختلفة حول المنتوجات التي تعرضها للجمهور سواء كان عاما أو متخصصا .

فاليونانيون هم أول من وضعوا أصول النقد وقواعده من خلال مؤلفاتهم حول فلسفة الفن والجمال، وكان من أبرزهم كل من "أرسطو" و"أفلاطون" الذين حاولوا إخضاع كل ماحولهم للبحث والدراسة وخاصة فن الخطابة والشعر حيث استطاع أفلاطون من خلالها، وضع نظرياته المسماة بـ "المحاكاة" كما حاول أرسطو تنظيم النشاط النقدي في طبيعته النهائية سواء تعلق الأمر بالشعر أو الخطابة من خلال كتابيه المشهورين "فن الشعر" و"فن الخطابة" واستكشفت أوروبا بعد ذلك في عصر النهضة بالآثار الأدبية والفلسفية ، واتخذ منها الأدباء والمفكرين كتابين مقدسين لا يمكن الانطلاق بدونهما.

وبعد القرن الثامن عشر وظهر النظريات الحديثة للفلسفة ظهرت عدة مقالات أرست معايير جديدة للنقد، والتي هيأت لها المدرسة الرومانسية هذا القبول من نقد الأعمال الأدبية المنتجة إلى نقد المنتجين (الشخصيات الكاتبة) وذلك من أجل تفسير وتقييم العمل الأدبي، وبعدها توارت إلى الوجود العديد من المذاهب النقدية كل واحد منها يناهض ويدافع على عنصر واحد من عناصر العملية الاتصالية.

وبالرجوع إلى الثقافة العربية تاريخيا نجد أن بذرة ظهور النقد الموضوعي ترجع إلى أوائل القرن الثالث ببروز مجموعة من اللغويين والنحويين والانتقاد، حيث أسهم النقد في هذه إلى الفترة بالبرقي وهذا راجع لكثرة الأسواق التي كانت تجمع الشعراء النقاد والمجالس الأدبية عند الأمراء، والانفتاح على ثقافة الآخر¹.

¹- شوقي ضيف ، النقد ، ط5 دار المعارف ، القاهرة ص19

ب - وظائف النقد الإعلامي:

يمكننا أن نوجز وظائف النقد الإعلامي فيما يلي:

- 1- النقد الإعلامي يساعد على وضع أسس التعامل مع الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها الجمهور إذ يتيح للمتلقي تقييم المضامين الإعلامية على اختلافها و اتساع مجالاتها و تنوعها من سياسية و إقتصادية و ثقافية و رياضية و كما الترفيهية منها.
- 2- يواجه النقد الإعلامي الوعي الزائف الذي تتضمنه الرسائل الإعلامية المتدفقة و التي تقدم في بعض الأحيان مضامين و صور مشوهة عن الواقع.
- 3- المساهمة في تطوير مهارات التفكير النقدي لدى الجمهور نحو الرسائل الإعلامية بهدف تمكينه من حسن انتقاء ما يتعرض له المتلقي.
- 4- الحفاظ على الهوية الذاتية و الثقافية التي تحظى بها الشعوب و تمييزها عن بعضها البعض ، إذ أن مجال التكنولوجيا الإعلام و الإتصال يشهد تطورا مذهلا مما أدى إلى تحول العالم إلى قرية كونية و أصبح فضاء لنشر جميع الثقافات المتنوعة القيم و الأفكار من شأنها أن تمس قيم المتلقي الثقافية و الحضارية¹.
- 5- مساعدة المتلقي على فرز المواد الإعلامية بين ما هو سلبي و رديء و بين ما هو إيجابي و نافع.

المطلب الثالث أنواع النقد الإعلامي :

على الرغم من أن النقد الإعلامي يعتبر مجالا حديث النشأة على وجه الخصوص، إلا أنه ما يزال يحتاج إلى الكثير من الدراسات والأبحاث التي تنظر لهذا الفن وتضع له أسسه وقواعده الخاصة والمميزة له نحو نظرية تؤطره كعلم قائم بذاته، إلا أن ذلك لم ينف ممارسته كنشاط له وجود في مختلف وسائل الإعلام وبأشكال متعددة.

1- عدلي السيد رضا، التربية الاعلامية و تحديات ثورة الإتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 2012، ص 23

وينقسم النقد الإعلامي إلى¹:

1- النقد الصحفي : التي تتناول فيه صفحات الجرائد والمجلات وصف وتحليل وتفسير وتقييم مختلف مضامين الوسائل الإعلامية على اختلاف حواملها الإجتماعية منها والثقافية ، والإقتصادية والترفيهيةالخ.

ويمكن أن نميز نوعين ضمن النقد الصحفي: النقد المكتوب الذي يعتمد على المادة التحريرية والمصور، وقد ينقسم النقد المكتوب بدوره إلى ثلاثة أصناف²:

أ- النقد الإعلامي الإخباري: وهو عادة ما يكتفي بعرض العمل الإعلامي دون تحليل معمق يحاول تفسيره وتقييمه وفق أسس علمية موضوعية، تعمل على تقريب العمل الإعلامي للجمهور، وغالبا ما تمارس الصحف اليومية هذا النوع من النقد، حيث تعاني إكراهات الوقت والمساحة وعدم دراية ممارسيه بضوابطه العملية وقواعده المهنية مما يجعلهم يكتفون بعملية الوصف وإعطاء مجرد إنطباعات شخصية وأراء ذاتية .

ب- النقد الإعلامي التحليلي: وهو النوع الذي يعتمد على تحليل الأعمال الإعلامية من خلال المقالات التي تنشر على صفحات المجلات والجرائد، غير أن التحليل لا يتم بناؤه دائما وفق أسس وقواعد النقد ، فقد يقدم بعض الانطباعات الذاتية.

ج- النقد التنظيري: هو عبارة عن تلك المقالات التي تستند على أسس علمية متينة تستند إلى التحليل المعمق للعمل الإعلامي بكل جوانبه وأبعاده للبحث عن جوانب الضعف فيه ، لتقديم الإقتراحات والحلول من شأنها الدفع به نحو الأفضل ، وذلك بالإستناد إلى دراسات ومعرفة متخصصة. أما إذا كان النقد حول العمل الصحفي المكتوب فإنه يركز على دعامتين أساسيتين:

1- عبد الكريم قابوس، "النقد التلفزيوني في العالم العربي، نقد الذات التلفزيونية"، مجلة الإذاعات العربية، الصادرة عن اتحاد الإذاعات العربية، العدد 2000، 1، ص 34

2- عبد الكريم قابوس ، النقد التلفزيوني في العالم العربي ، نقد الذات التلفزيونية ، مجلة الإذاعات العربية ، الصادرة عن اتحاد الإذاعات العربية ، عدد 1، 2000 ص 34.

1- نقد الشكل: وهو النقد الخارجي ونقصد به نقد إخراج الصحيفة بعيون تقييمه بهدف معرفة ما إذا كان يخضع إلى المقاييس الإعلامية و الذوق الجمالي.

2- نقد المضمون: لا تخلو أي رسالة إعلامية من أفكار و قيم و معلومات و اتجاهات تترجم على شكل رموز لغوية للجمهور القارئ بهدف إقناعه بالاعتماد على جملة من براهين و حجج منطقية ، و يأتي ذلك انطلاقاً من مهارات الناقد الإعلامي لفهمه للرسالة الإعلامية انطلاقاً من تحدد الفكرة العامة و الموضوع الرئيسي للرسالة الإعلامية التي يجزئها إلى أفكار فرعية و يقيم العمل على أساس الوحدة أم أنه مجرد أفكار متناثرة مشتتة مرتكزة على استدلالات غير ملائمة مطروحة بلغة إعلامية سليمة البناء و الدلالة.¹

أما النقد المصور: فهو الذي يتناول عملاً إعلامياً بالنقد عن طريق استعمال الصور ، سواء كانت صوراً فوتوغرافية أو رسماً كاريكاتورياً .

2- النقد السمعي البصري: وهو النقد الذي يمارسه التلفزيون والذي قد يكون نقد عاماً يتناول نقد وسائل الإعلام الأخرى أو نقداً ذاتياً لتقييم مختلف برامجها ، الذي يعكس النضج الإعلامي الكبير المبني على الوعي بأهمية ودور النقد البناء للنهوض بالإعمال الإعلامية نحو الأمتل.²

3- النقد الإذاعي: وهو النقد الذي تقوم به الإذاعة من خلال تخصيص فضاءات تعرض من خلالها آراء نقاد من المجال الأكاديمي أو الإعلامي لنقد أحد الأعمال الإعلامية كما يتم من خلال هذا النوع عرض آراء الجمهور اتجاه ما تقدمه وسائل الإعلام لاسيما خلال الحصص المباشرة.

وهناك عدة ملاحظات حول أنواع النقد الإعلامي في الوطن العربي فهي تمتاز بالسطحية وعدم التعمق في العمل الإعلامي وتقييمه بحيث تتدخل في جل الأعمال النقدية الإعلامية المعروضة، غلبة الآراء الذاتية والشخصية عليها ، ويحكم أنها لا تخضع إلى هاجس

¹ أحمد العبد أبو سعيد ، الكتابة لوسائل الإعلام ، عمان ، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع ، 2014،ص23.

² - pierre bourdieu ,sur la television ,liber raison d'agir,1996,p89-90

الإختصاص كمبدأ أساسي، وذلك يعود إلى عدم وجود هذا الاختصاص في مؤسسات التكوين من معاهد وكليات الصحافة في المنطقة العربية¹.

المبحث الثاني : شروط ومناهج النقد الإعلامي

المطلب الأول مفهوم الناقد الاعلامي و التزاماته:

أ- مفهوم الناقد الإعلامي:

قبل الحديث عن الناقد الإعلامي سوف نتعرف على الناقد بصفة عامة فهو ذلك الشخص ذو الخبرة و الدراية الكافية و الثقافة العالية في المجتمع، بحيث يستطيع تحليل و تفسير الأشكال و الأعمال الفنية المنتجة من قبل المبدعين من حوله بالصورة الصحيحة، علما أن كل شخص موجود في المجتمع يستطيع أن يكون ناقدا لكن بدرجات مختلفة، كل حسب خبرته و معرفته و ثقافته، ولكن الناقد الحقيقي هو الذي يستطيع أن يقدم نقدا مؤثرا فعلا يتوجه على أساس دراية شاملة، وكذلك تساعد الخبرة و الممارسة على تقديم انتاجات أفضل.

- إن مفهوم الناقد قديم قدم الإنسان نفسه، إذ ارتبط بالإنسان صاحب الخبرة والعقل و الحكمة، و قد تجلى خاصة عند الفلاسفة الإغريق، و بخاصة أفلاطون و أرسطو و سقراط حيث لجأ الباحثون و رجال الفكر في أقدم العصور إلى معطيات المعارف العقلية و الخبرات المتوارثة لتقويم الفن.

- الناقد وسط جمالي و ثقافي يجمع في بحثه الفنان و المجتمع او المتلقي بحوار فني و كذا هو كائن سياقي يتأثر بعوامل عديدة منها ما هو موجود خارج العمل الفني كالعوامل الإجتماعية و السياسية و الثقافية، ومنها ما هو موجود داخله يشمل مزاج الشخصية او تركيبها النفسية، وخبرتها و ثقافتها و تربيتها.

- و إنطلاقا من أنواع النقد يمكننا أن نميز نوعين من النقاد:

¹- فوزية بلحاج مزي ، مرجع سابق، ص 48.

* نقاد ذاتيين: وهم الذين يرون و يفهمون و يقيمون العمل الفني و العالم من خلال رؤيتهم الذاتية التي هي معرفة مثل أي معرفة أخرى ما و فيها يتقدم وجدان الناقد و خياله على المعرفة الموضوعية عند الآخرين.

* نقاد موضوعيين: فهم الذين يحاولون أن يمتدوا مع معارف الآخرين الشائعة.

و النوعان يتوقفان على حديث الناقد و خبرته و ثقافته، و لا نتوقع ناقد لا يتحلى بمواصفات و مقومات تؤهله لان يكون ناقدا مميذا و مؤثرا.

وقد تتوقف القدرة النقدية للناقد على ملكات كثيرة من أهمها:

- ملكة التدوق: التي تحتاج إلى طبيعة فنية و حس شاعري، و ملكة الإنتاج التي تحتاج إلى مرونة و دراية و قدرة على التمحيص والتقيب و اطلاع واسع، فمهارات الناقد تتوقف على مدى قدرته على تطوير ذائقته و خبرته و ثقافته و إمكانية طرح أفكاره.

- و يتطلب النقد كذلك معرفة الناقد بمجالات عديدة أهمها: التاريخ و الفلسفة و علم النفس و اللسانيات ... مع قدرته على الإجابة عن عدة أسئلة حول العمل المنقود من اجل توضيح جودته و معانيه، أما الناقد الإعلامي¹ لا يختلف كثيرا عن الناقد العام سواء كان فنيا أو أدبيا أو سياسيا أو ... إلا في تخصص فذاك يهتم بالفن و الأدب و السياسة أما الإعلامي فمجال اهتمامه هو منتجات وسائل الإعلام على اختلاف حواملها سواء كانت مكتوبة أو مسموعة أو سمعية بصرية أو الكترونية.

- من منطلق أن النقد الإعلامي ليس حقلا معرفيا قائما بذاته مستقلا عن العلوم الأخرى، يستلزم على الناقد الإعلامي أن ينهل من حقول معرفية مختلفة (علم الاجتماع السياسة، علم النفس و الفلسفة و علوم الإحصاء، الإقتصاد، سوسيولوجيا الإعلام و الإتصال.....).

1- عبد القادر بن الشيخ، " الناقد وسيط اتصالي"، مجلة الإذاعات العربية الصادرة عن اتحاد الإذاعات العربية، العدد 2000، 01، ص 26

و السبب في ذلك كون الإشتغال في النقد الإعلامي هو تقاطع كل هذه الميادين وتداخل بعضها البعض و تظهرها بالمحصلة على مستوى الإعلام بكل أشكاله و تلاوينه.

الناقد الإعلامي مطالب بان يكون على دراية واسعة بمجال اهتمامه الأصل أي المجال الإعلامي الخالص، و بالتالي فمن المفروض أن يكون على علم بالنظريات السائدة و المناهج المعتمدة في تحليل المضمون و تحليل الخطاب و التحليل الوثائقي، وأيضا طرق و سبل استطلاع الآراء، و أدوات إستغلال معطياتها و استخراج النتائج.

ان الناقد الاعلامي يجب أن يضع رؤيته وتناوله لأي موضوع بجانب محايد يبعد فيه عن الذاتية و المحاباة و أن يكون متمسا بالخبرة العملية و الإلمام العلمي حتى يصل إلى الموضوعية في تحليل و تناول المواضيع الإعلامية المختلفة و الوصول إلى البناء و التطور و التغلب على جوانب القصور.¹

- يمكننا أن نستخلص أن نجاح الناقد الإعلامي مرهون بالازدواجية و الجمع و التكامل بين الممارسة المهنية و التأطير ل طرح رؤى نقدية مؤثرة بحكم قربه الصحفي من المعلومة الاجتماعية و الإقتصادية، و طعبية عمله في إنتاج المعلومة و نشرها.

ب - إلتزامات الناقد الإعلامي:

لعل الوعي الاجتماعي لدى الناقد الإعلامي يشكل الركيزة الإنسانية لوعيه العلمي الذي يتحدد بدوره في ضوء مجموعة من الاعتبارات تنصدرها ضرورة تلح الباحث الإعلامي بالوعي بتاريخ المجتمع وان كانت بعض المجالات النقدية لا تحتاج إلى مثل هذا الوعي التاريخي ، يلي ذلك المستوى الثاني الذي يتعلق بالوعي الثقافي الذي يستلزم ضرورة تعمقه في دراسة وفهم الخلفية الحضارية والثقافية للمجتمع كي يتمكن من استخلاص أفضل النتائج العلمية في مجال النقد الصحفي والإعلامي ككل.

1- يحي الجياوي، مقابلة مع جريدة الأخرى المغربية. www.elokhra.com

ثم يأتي المستوى الأخير ويتعلق بالوعي العلمي لدى الباحث الإعلامي وينقسم إلى شقين : أولهما يتعلق بالوعي النظري ويشترط ضرورة فهم واستيعاب الباحث للنظريات التي تتحكم في التخصص في إطار علاقته بسائر التخصصات في دائرتي العلوم الاجتماعية والإنسانية سواء من الناحية النظرية أو المنهجية، كما يستلزم هذا المستوى ضرورة وعي الناقد الإعلامي بالإيديولوجيات المختلفة السابقة.

أما الشق الثاني فهو يتعلق بالوعي المنهجي للباحث الذي يتطلب ضرورة إلمامه واستيعابه لكافة الإشكاليات المنتهجة التي تواجه التخصص كي يسهل عليه اختيار الأساليب التحليلية الملائمة للمادة المنتقدة¹.

كل هذه الأسس تساعد على تحديد مستوى وعي الناقد الإعلامي بما يجب أن ينقد ويدرس ويحلل ويقيم وقد يسبق هذا كله ضرورة وعي الباحث بالأوضاع السياسية والاقتصادية والثقافية السائدة في مجتمعه، وإدراك شبكة العلاقات التي تربط ممارس الإعلام مع سائر المجموعات التي تتحكم في مركز السلطة والنفوذ الاقتصادي والهيمنة الثقافية في المجتمع. ومما لاشك فيه أن تحديد مستويات الوعي العلمي والاجتماعي لدى الناقد الإعلامي سوف يساعدنا على تحديد الوجه الآخر للوعي، وأعني به الالتزام بمستوياته وتوجهاته المختلفة وتبرز أمامنا ثلاث صور للالتزام في حقل النقد الإعلامي:

1- الإلتزام العلمي إزاء التخصص :

- الإلتزام بالموضوعية² التي تتحقق من خلاله : الرؤية الشاملة للواقع الإعلامي كجزء من الواقع المجتمعي ، إضافة إلى الموقف النظري والإيديولوجية للناقد الإعلامي أثناء فهمه للتغيير والضرورة كقانون أساسي يحكم الظاهرة الإعلامية ولا يتأتى ذلك إلا من خلال اتساع قاعدة المعلومات وتنوع مصادرها .

1- عواطف عبد الرحمان، الباحثون الإعلاميون بين الوعي والالتزام في قضايا إعلامية معاصرة ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1998ص98
2- رفيق الصبان ، ماجدة موريس :النقد مهنتي، عدد خاص بالمهرجان القومي السادس عشر للسينما المصرية، 2010، ص6

- الإلتزام بالأمانة العلمية التي تتجلى في أمانة النقل من المصادر العلمية وإسناد كل معلومة لمصدرها الأصلي وتحري الدقة في جمع المعلومات وطريقة التعامل معها .
- الإلتزام بالمنظور النقدي في تناول المادة الإعلامية مع أعمال مبدأ المقارنة في مختلف مراحل النقد .

2- الإلتزام الأخلاقي

- عدم الاعتداء بالقول والفعل على انجازات الوسائل الإعلامية
- الإلتزام بروح النقد البناء الهادف للأعمال الإعلامية.
- الإلتزام بروح التواصل والتعاون مع الناقدین والباحثين في مجال النقد الإعلامي ، وأيضا التنسيق المستمر مع أعضاء الجماعة المهنية والعلمية .
- الإلتزام بحق الجمهور في المعرفة والاتصال .
- الإلتزام بالثوابت الوطنية في كل المجالات مع إحترام مفردات الموروث الثقافي والحضاري العربي الإسلامي¹

ج - شروط الناقد الإعلامي :

تختلف مستويات النقاد العاملين في المجال الصحفي ، مابين الأكاديمي والصحفي ، وهو مايجعل هناك اختلافا في أساليب الكتابة مقارنة بجمهور القراء المستهدف حيث نجد أن الأكاديمي يخاطب المتخصصين والدراسيين لذا فانه يستخدم الأسلوب الذي يتراءى له ، بينما تجد الصحفي يخاطب الجمهور العام غير متخصص بالضرورة لذا نجده يراعي في أسلوبه أن يكون واضحا ومفهوما لدى مختلف شرائح القراء .²

وان انتشار الكتابات النقدية الإعلامية على المجلات والجرائد ومختلف الوسائل الإعلامية الأخرى في تزايد مستمر وتنوع مشهود لا يمكن للناقد مهما كانت هويته أن يحقق هدفه

¹- المرجع السابق ص 112

² - ماجدة موريس، " النقد التلفزيوني في الصحافة العربية "أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام تحت عنوان " :الفضائيات العربية و متغيرات العصر ،الدار المصرية اللبنانية،القاهرة ،2005،ص 256

للارتقاء بأعماله دون أسس تضبط العملية النقدية له يدرك من خلالها : الضوابط والمعايير التي يجب أن تتوفر في العملية .

وترى الأستاذة "فوزية بلحاج المزي" أن هناك عوامل مبدئية يتوقف عليها توظيف الناقد تلخصها في¹ :

- تحصيل تكويني تأهيلي متخصص لممارسة النقد الإعلامي في مختلف الحوامل الإعلامية

- تصور النشاط النقدي كنشاط متكامل وحيوي في المجتمع .

- توفر مرجعية فكرية وثقافية تمكن الناقد من الاضطلاع باختياره وتمكنه من مقارنة العمل الإعلامي .

ويتعين على الناقد في سبيل الوصول إلى الأهداف المنشودة من العملية النقدية الالتزام بالشروط الآتية :

- خبرة الناقد الإعلامي عمليا ونظريا بما يؤهله لامتلاك أدواته النقدية التي تؤهله ل طرح عمله النقدي .

- دراسة الأعمال الإعلامية جيدا وتحديد نوعها وقيمتها والهدف من وراء تقديمها والإلمام بمختلف عناصرها

- على الناقد الإعلامي أن يأخذ بعين الاعتبار فطنة المتلقي وذكائه وقدرته على تمييز الجيد الموضوعي ، المحايد، المتحيز .

- أن يكون ذو ثقافة ومعرفة بشؤون الإعلام من خلال الإلمام بمدارسه ،نظرياته،عناصره².

- التحلي بالحس النقدي والإعلامي الذي يمكن المتلقي من عملية التدنوق للأعمال الإعلامية وتحليلها وتقييمها .

¹- فوزية بلحاج مزي ، مرجع سابق ،ص 49-50

²- سامر محمد إسماعيل ، الصحافة تعيد توزيع الأدوار،مجلة الإذاعات العربية الصادرة عن إتحاد الإذاعات العربية العدد 01،2000،ص 82

- القيام بالمقارنة بين الأعمال الإعلامية المتشابهة، مما يحتم عليه الإشاد إلى مراجع ووثائق تمكنه من التأطير التاريخي وربطها بما يسبقها.
- التحلي بالنزاهة والموضوعية وعدم تحكيم سلطة الذات الناقدة والرأي الشخصي دون الالتزام بقواعد النقد العلمي.
- أن يتمتع الناقد بملكة النقد وهي إحدى ثلاث ملكات يمكن أن تكتسب: مكلة الإنتاج، التدوق، والنقد.

- أن يكون قادرا على تحديد وجهة نظره تحديدا واضحا ودقيقا¹.
- تجنب الأحكام الجاهزة التي تقوم على ما يجب وما يكره الناقد في العمل الإعلامي ، بل لابد من الاستناد على عملية التفسير والتبرير بطريقة موضوعية وأمانة في العرض والتحليل والابتعاد عن المجاملات والسب والشتم.

من خلال عرضنا لشروط الناقد الإعلامي أو كما يسميه بيار بورديو bourdieu Pierre بالمفكر الصحفي²، نلمح أنه يقع عليه عبء كبير في مراجعة الصورة أو الكلمة الموجهة إلى الآلاف أو الملايين من المتلقين ،و هو ما يستلزم على الكتابة النقدية أن تكون واعية بخطورة الرسالة الموجهة ،و مدى عمقها و تأثيرها على الجمهور.

المطلب الثاني: مراحل النقد الاعلامي

يتفق العديد من الباحثين أن الناقد الإعلامي أثناء قيامه بعمله يتبع مجموعة من الخطوات منها :

- 1- الوصف : تعتبر هذه العملية أساسية للتعريف بالعمل الإعلامي وهي تتضمن تناول جميع أجزاء العمل المتعلقة أساسا بالجانب الشكلي ،وهذا لاستنتاج مدى مطابقة الشكل والمضمون .

¹- عبد القادر بن الشح ، مرجع سابق ص26

² -Pierre Bourdieu, Sur la télévision suivi de l'emprise du journalis", 31^{eme}édition, le seuil, France .2006.p65

2- التحليل : وهو القدرة على الفهم والتعبير عن المعنى المرتبط بشكل أو مضمون الأعمال الإعلامية ، وهذه المرحلة تعتمد على المرحلة السابقة للوصول إلى تحديد المعاني الظاهرية التي تتعلق بقيم ومقومات العمل الإعلامي وذلك من خلال الاعتماد على الأدلة والحجج المنطقية لتأويل العمل ثم الحكم عليه¹ .

3- التفسير : وهي عملية إيجاد المعنى الشامل للعمل الإعلامي الذي تعرض له الناقد بوصفه وتحليله شكليا وضمنيا، وهنا يمكن أن يستعين الباحث بخبراته ومكتسباته الثقافية، وهذا ما يمكنه من التعرف على القيم والحقائق التي تقف وراء العمل الإعلامي، مما يساهم في عملية جمع البراهين لتحليل وتفسير تلك الأعمال، وبهذا فإن الناقد الإعلامي يساعد الجمهور في نقلهم من وضعية التلقي إلى فهم طبيعة العمل الإعلامي عن طريق لغة تعبيرية مبسطة. فالنقد الإعلامي يحاول أن يفسر أو يوضح العمل الإعلامي ، فقد يفسر هنا الناقد الإعلامي للقارئ مثلا: بعض الكلمات المبهمة أو بلغة أخرى، وقد يفسر معاني الرموز خاصة في الإعلام المكتوب، وقد يصف التأثير الذي ينبغي لأن يكون لهذا العمل، ومن المؤكد أن إيضاح معنى العمل الإعلامي و بنائه من أهم أغراض النقد الإعلامي فتطلق على هذه الوظيفة اسم الوظيفة "التفسيرية للنقد" و هذه الوظيفة للنقد ترتبط بوظيفة أخرى و هي الوظيفة التقديرية ، فالأولى تفسر العمل الإعلامي بالإجابة على السؤال المقدم "ما هو؟" أما الثانية فتحكم عليه بالإجابة على تساؤل "ما قيمته".

و مع ذلك فإن العلاقة بين النقد التقديري و النقد التفسيري ليست على هذا القدر من البساطة، فهاتان الوظيفتان النقديتان تمتزجان و تؤثران كل في الأخرى.

إن التفسير لا يحدث من فراغ بل أنه يندمج بسهولة في التقدير فعندما نقول ما هو العمل؟ نكون أيضا قد حددنا، بطريق مباشر أو غير مباشر رأينا في العمل من حيث هو موضوع، فالألفاظ التي تستخدم للوصف عادة تحمل تقويما ضمنيا.²

1- محمد أنور إبراهيم فرج : التفكير الناقد وقضايا المجتمع المعاصر، المكتبة الانجلوسكسونية، القاهرة، 2006، ص 100.
2- ستولبنتر جيروم ، النقد الفني ، دراسة جمالية ، تر: فؤاد زكرياء دار الوفاء لدنيا النشر و الطباعة ، ط 1 2008 ، ص 125-130.

4- **التقييم**: وهو التأكيد عن قيمة العمل الإعلامي من خلال جوانبه الايجابية والسلبية ، أي بالتطرق إلى جوانب القوة والضعف فيه ، والتي تسهم في معالجتها لاحقا من قبل الإعلامي صاحب العمل المنتقد ، فهذه المرحلة تساهم بشكل كبير في توجيه الممارسة وزيادة فعاليتها .

5- **الحكم** : وهو إعطاء قيمة مادية للعمل الإعلامي أو بمعنى آخر مرتبه له مقارنة بأعمال أخرى متشابهة ، فهو يركز على أهمية المفاهيم ويرشد إلى معيار التقبل والتفضيل عند الناقد بصفته النتيجة النهائية والمحصلة لما توصل له الناقد الإعلامي من خلال الخطوات السابقة، ويختلف النقاد حول هذه المرحلة الأخيرة فمنهم يحبذ التصريح به ومنهم من يترثي أنه اندرج ضمنا في المراحل السابقة¹ .

ويلاحظ من خلال الممارسة لعملية نقد المضامين الإعلامية أن خطوات النقد هي متداخلة ومتسلسلة وليست هناك ضرورة للالتزام بها بطريقة مرحلية.

المطلب الثالث: مناهج النقد الإعلامي :

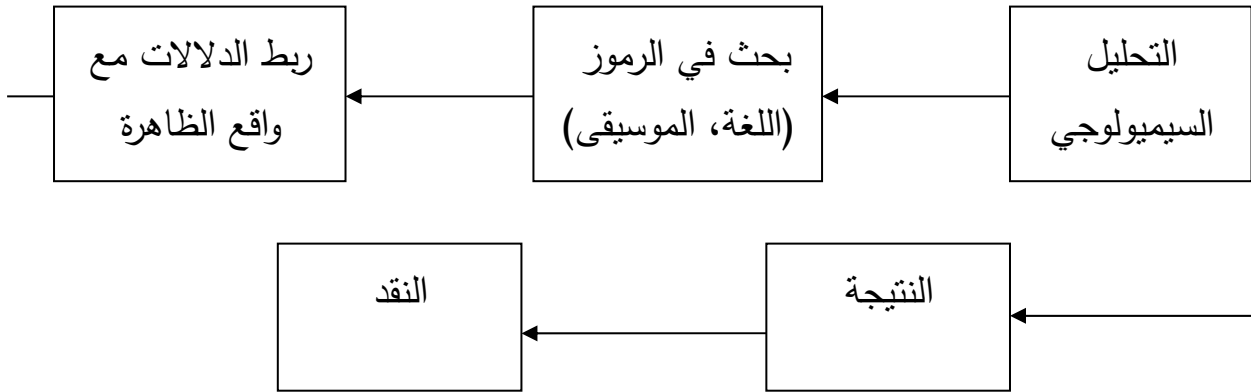
انطلاقا من أن المنهج هو عبارة عن مجموعة من الخطوات و العمليات الواضحة و الدقيقة التي يسلكها الباحث في معالجة و مناقشة ظاهرة ما. سواء كانت سياسية أو اجتماعية ،أو سياسية .فان النقد الإعلامي تتعدد طرقه وفقا للمنطلقات النظرية ،و الفكرية ،و المعرفية للناقد الإعلامي ،و اتجاهاته نحو الرسالة الإعلامية حيث يمكننا أن نصنف مناهج النقد الإعلامي إلى :

1- المنهج السيميولوجي : الذي يندرج ضمن الدراسات الوصفية في بحوث الإعلام و الاتصال ، التي تركز على المعاني الكامنة و الضمنية للرسائل المبتة عبر وسائل الإعلام على اختلاف حواملها ، بحيث يسمح بإعطاء صورة دقيقة عن الخصائص غير البارزة للرسالة ، فيحللها و يفك رموزها بحيث يمكن من قراءتها الضمنية بصورة واضحة.²

¹- روبرت ألان،التلفزيون و النقد المبني على القارئ،تر:حياة جاسم محمد،المنظمة العربية للتربية والثقافة و العلوم،تونس،1991،ص 65

²- محمود أبراقن :التحليل السيميولوجي للفيلم، ترجمة أحمد بن مرسللي الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية،2006،ص18

فالمنهج السيميائي يمثل منهجا مهما في تحليل المعاني غير الظاهرة للرسالة الإعلامية ، مما يسمح للقارئ من فك رموزها انطلاقا من فهم العلاقة بين الدال و المدلول و بين الحاضر و الغائب ، فتبدأ عملية البحث عن المعنى الغائب انطلاقا من دراسة الرموز التي تحول اللغة الاصطلاحية إلى لغة ضمنية و هي العملية التي تساعد على تقييم الرسالة الإعلامية¹.



2- **منهج تحليل المضمون** : هو الذي يعد من أهم الوسائل البحثية غير المباشرة ، ذات استخدام واسع من طرف الباحثين في العلوم التي تدرس الإنسان و حركة المجتمع خاصة علوم الإعلام و الاتصال التي ترتبط ارتباطا وثيقا بالوسائل الإعلامية و الاتصالية و ما تنتجه من مضامين².

و قد تعود نشأته إلى بداية القرن 20 م بصورة فعلية على يد برغسون الذي نظم المعارف الحدسية التي كانت قائمة على الاجتهاد الذاتي ، حيث استخدم في بداياته الأولى في تحليل مواضيع الدعاية في الروايات عام 1927 الذي مهد صدور كتاب هارولد لازرويل المعنون ب " تقنيات الدعاية في الحرب " ثم بعدها كتاب " لغة السياسة " عام 1949.³

¹- نسمة أحمد البطريق، الدلالة في السينما و التلفزيون في عصر العولمة ، دار غريب للنشر و التوزيع ، القاهرة ، دس ن ، ص 74

²- محمد عبد الحميد : تحليل المحتوى في بحوث الإعلام ، الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1979 ، ص 21

³- تمار ، يوسف ، " تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين " ، طاسيح كوم للدراسات و النشر و التوزيع ، الجزائر ، 2007 ، ص 28

و قد شهد تحليل المضمون قفزة علمية من مجرد وصف موضوعي منظم و كمي للمحتوى الظاهر للاتصال إلى البحث عن المعاني الكامنة وراء المضامين الإعلامية و النوايا الخفية للقائمين عليها حيث أكد "أسقود" "OSSGOOD" أن النقطة الأساسية لتحليل المضمون ليست فيما تحويه الرسالة في عناصرها القابلة للعد و القياس و إنما فيما تخفيه هذه العناصر من أفكار و نوايا.¹

فبعد أن يقوم الباحث بتوصيف المحتوى الإعلامي كليا فإنه يلجا إلى الوصف الكفي الذي يعيد قراءة الأرقام و الإحصائيات و محاولة تفسيرها و ربطها بطبيعة الوسيلة الإعلامية ليبلور صورة عن المعالجة الإعلامية للقضية محل الدراسة و الجوانب التي أغفلتها²، و تلك التي ركزت عليها و هو ما يعني نقدا للممارسة الإعلامية و تقييمها.

3- المنهج النفسي في النقد الإعلامي :

انطلاقا من الاتجاهات التي يعتمد عليها النقد الإعلامي من اتجاه معرفي الذي يؤكد على أن الإعلام يقوم بتوصيل معارف توضح أفكار المتلقي ، و اتجاه في شكلي : الذي يسعى إلى دراسة العناصر الفنية و الشكلية للعمل الفني إضافة إلى الاتجاه الاجتماعي : الذي يرتبط بالحياة الاجتماعية و الحضارية للمتلقي و الاتجاه التاريخي الذي يدرس من خلاله الناقد المؤثرات على العمل الإعلامي من خلال رؤية نقدية . أما الاتجاه النفسي : فهو يهتم بالتركيز أثناء النقد على نفسية المرسل و المتلقي و هناك اتجاه آخر يضم كل الأنواع السابقة الذكر وهو الاتجاه التكاملي : الذي ينظر إلى العمل الإعلامي نظرة شمولية.

-الاتجاه النفسي في النقد الإعلامي :

يعرف بأنه ذلك الاتجاه الذي يخضع المنتجات الإعلامية إلى البحوث النفسية التي يفسر من خلالها بعض القضايا، بحيث يؤكد أن انفعالات الإعلام تؤثر بشكل أو بآخر على

1-أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ص 251.
2- عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2010 ص98

انتاجاته الإعلامية و بذلك يرى الباحثون في علم النفس الإعلامي أن هناك مواصفات يجب أن تتصف بها الإعلامي و التي من شأنها أن تؤثر على أدائه المهني و تتمثل في :

- التلقائية المناسبة و الانفعالية المعقولة.

- الشعور بالأمن و الطمأنينة -فهم الذات- الإتصال بالواقع.

-يهتم المنهج النفسي بمعرفة المجتمع الذي يعيش فيه الإعلامي و الثقافة التي يحملها، و أيضا العادات و التقاليد التي يعتنقها المتلقين حتى يسهل على الناقد الإعلامي بتأويل النصوص الصحافية.¹

المبحث الثالث : التعامل مع وسائل الإعلام

المطلب الأول: مهارات التعامل مع الرسائل الإعلامية

أصبح في الفضاء العالمي بصفة عامة و العربي بصورة خاصة يعج بعدد كبير من القنوات الفضائية و الإذاعية التي تتزايد يوما بعد يوم ، كما أن هناك تنامي ملحوظ في الإعلام المكتوب سواء التقليدي الورقي أو الإلكتروني الرقمي خاصة مع اجتياح خدمة الانترنت. و قد اتسعت دائرة الوسائل الإعلامية في هذا العصر لتشمل التلفزيون و القنوات الفضائية، المحطات الإذاعية الصحف و المجلات، مواقع الإنترنت المنتديات الإلكترونية المدونات الإلكترونية الإعلام المتنقل (الهاتف الجوال) بحيث يمكن للفرد أن يتعرض إلى قدر كبير جدا من الرسائل الإعلامية من خلال هذه الوسائل المتعددة و المتنوعة، و التي قد تكاد تخلو من أي انضباط أو قيد اجتماعي قيمي، بل يسيرها الربح المادي أو التوجيه الإيديولوجي و يتم فيها خلط الخبر بالرأي بالإعلان.

و قد تتميز وسائل الإعلام بقدرة تأثيرية و توجيهية تجد لها ذات تأثير قوي و فاعل على الأفراد بكافة أجناسهم و مراحلهم العمرية و مواطن إقامتهم وهذا يعود إلى المميزات التي تتسم بها وسائل الإعلام على اختلاف أشكالها و أنواعها و التي نذكر من بينها¹ :

¹-هياس الحربي : النقد الإعلامي ، مفاهيم اتجاهات و قضايا ، مجلة الفن الإذاعي ،إتحاد الإذاعة و التلفزيون المصري ،العدد 185 ،2007ص

- 1-التنوع : تتنوع وسائل الإعلام بين المقروء و المسموع و المرئي ، وهذا ما يتيح للجميع الحصول على المعلومات بطريقة يسيرة.
 - 2-الوفرة: حيث تعمل كثيرا من وسائل الإعلام و خاصة السمعية البصرية منها و الالكترونية على ثقل الأحداث على مدار الساعة وبشكل مباشر للأحداث.
 - 3-سهولة التواصل: أو سهول الاستخدام، حيث أن كثيرا من وسائل الإعلام يمكن الوصول لها و متابعتها من البيت و من أي مكان.
 - 4- التفاعلية: يمكن للمتلقي التفاعل معها، بإبداء آرائه ووجهات نظره حول الأخبار و الأحداث ، وحتى المشاركة فيها.
 - 5-الخصوصية : يمكن للمتلقي التعامل مع تلك الوسائل بخصوصية تامة التحرر من القيود و الأعراف الثقافية و الاجتماعية²، فأى مجال من مجالات الحياة (عقيدة إجماع، سياسة، اقتصاد....) يمكن أن تتعرض إليه في وسائل الإعلام بحرية مطلقة.
- و انطلاقا من هذه المميزات التي جعلت أثر وسائل الإعلام على الفرد يفوق الآثار التي تتركها مختلف المؤسسات الاجتماعية و يجب إلزاما على جميع أفراد المجتمع، على غرار الطلاب الجامعيين المتخصصين في ميدان علوم الإعلام و الاتصال بجميع فروعها أن يتمكن من مجموعة من المهارات تساعده على التعامل العقلي مع وسائل الإعلام المختلفة من اجل الوصول إلى المعاني الحقيقية لمختلف الرسائل و المضامين الإعلامية.و التي يمكننا أن نذكر منها :

1- المهارات المرتكزة على الرسالة الإعلامية:

و هي التي تمكن من فهم و بناء المعنى للمحتوى الذي يشاهدونه من خلال العمليات العقلية التالية¹:

1 - جون ميرل، رالف لوينشتال، "الإعلام رسالة ووسيلة"، ترجمة: ساعد حضر العرابي الحارثي، دار المريخ للنشر، الرياض، 1989 ص95-95

2- محمود منصور هبة، قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية 2005 ص45.

أ) التحليل: و فيه يتم تفكيك الرسائل المتضمنة في المحتوى إلى مكونات أساسية ذات معنى التقدير مدى دقتها و فائدتها، و في هذه العملية يتم التفريق بين الخبر و الرأي و الحقيقة و الانطباع بحيث يمكن النظر إلى كل نوع من هذه الأنواع بشكل منفصل عن غيره.

ب) المقارنة و المقابلة: و ذلك من خلال التعرف على أوجه التشابه و الاختلاف الموجودة في مكونات الرسالة الإعلامية مع مكونات أخرى ذات علاقة في الهيكل المعرفي للمتلقي أي مقارنتها بما لديه من معلومات و حقائق.

ج) التقويم: و ذلك بتقدير قيمة للرسالة بمقارنتها بمعايير مسبقة الأعداد²، و هذا يحتم على أن يكون للمتلقي معايير ثابتة يمكن من خلالها الحكم على ما يستقبله من رسائل بعد تفكيكه إلى مكوناته الأساسية.

و هناك نوعين من المعايير :

1- معايير تهتم بشكل الرسالة و هي تشمل:

- نوعية الرسالة (هل هي خبر أم رأي أم حقيقة أم خيال)

- موثوقية المصدر (هل مصدر الخبر محايد ، هل مصدر الخبر موثوق ، هل مصدر الرأي مرجع معتمد)

2- معايير تتعلق بمحتوى الرسالة و هي تشمل :

- هل تتعارض هذه الرسالة مع الحقائق العلمية؟.

- هل تتعارض هذه الرسالة مع قيم المتلقي؟.

د) الصياغة التجريدية : و ذلك ببناء وصف مختصر للفكرة المتضمنة تمثل الفكرة كما فهمها المتلقي.

2- مهارات توسيع الرسالة :

1- فرحان طالب :صناعة الإعلام الإذاعي والتلفزيوني ،عمان:دار النفائس، 2012 ،ص95

2 -samira ouardi ,la critique des média à l'ère de leur industrialisation ,revue critique les media ,2010,p20

و هي المهارات التي تساعد المتلقي على إيجاد العلاقات بين الرسالة و بين الأنماط و المبادئ العامة في الواقع¹ و تتم من خلال العمليات التالية :

(أ) الإختصار : و يشمل التخلص من المعلومات غير متعلقة بالرسالة.
 (ب) الإختزال : و يشمل الاكتفاء بالمعلومات الضرورية بالطرح المكرر أو التفصيلات غير المفيدة.

(ج) التركيب : و يشمل إعادة تجميع مكونات الرسالة ذات القيمة لإيجاد بناء معرفي جديد يضاف إلى البناء المعرفي الشامل للمتلقي ، يشارك به في البناء المعرفي الاعلامي العام.
 مما تقدم يمكننا أن نقول أن : هناك مجموعة من المهارات تمكننا من فهم الرسالة الإعلامية و الوصول إلى استبصار موضوعها و هي كالآتي :

1- مهارة تحديد الفكرة الرئيسية لموضوع المادة الإعلامية : و هو ما يساعد على التعرف عما تتحدث عنه الرسالة و ما موضوعها الرئيسي سواء كان خبر ، مقالا ، ريبورتاج صحفيا أو إذاعيا أو سمعيا بصريا.

وقد نميز بين نوعين من الأفكار هناك : الفكرة الموضوعية الظاهرة المصرح بها في النص و هي التي عبر عنها بشكل مباشر و هناك الفكرة المركزية الضمنية للنص الاعلامي تفهم من سياق المعنى.

2-مهارة تحديد الأفكار الفرعية : و هي المتضمنة في سياق فقرات الرسالة ، وتصب في وعاء الفكرة الرئيسية.

3-مهارة تحديد الحجج و البراهين : المؤيدة و المعارضة للمعنى الواردة في الرسالة و مدى قدرتها على إقناع المتلقي.

4-مهارة تحديد العبارات الغامضة في الرسالة : بمعنى الإشارة إلى العبارات المبهمة التي لا تقود إلى الفهم المباشر.

1- عبد العزيز شرف، "الفلسفة النقدية ووسائل الإعلام"،مجلة الفن الإذاعي، الصادرة عن اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، العدد 141، أبريل 1994،ص14-19

5-مهارة تحديد العلاقات الرابطة بين عناصر الموضوع الإعلامي : و هي القدرة على معرفة ما إذا كان الموضوع الإعلامي خاضعا للوحدة بين أجزائه.

6-مهارة اكتشاف أخطاء الاستدلال : و هي التعرف على الاستدلالات غير ملائمة للأفكار و القيم الواردة في الرسالة الإعلامية ، و التي تؤدي بالمتلقي إلى الانفلات من استقلال الرسالة الإعلامية.

7-مهارة التمييز بين الحقيقة و الرأي و بين المقدمة والنتيجة : تختلف الحقيقة التي تثبت بالدليل العقلي عن وجهة النظر التي تعبر عن الفكرة.

كما أن هناك تمييز بين المقدمات و النتائج و مدى ترابطها.

المطلب الثاني:مهارات التعامل مع المضامين الإعلامية حسب نموذج لازويل* :

إن طريقة التعامل مع المواد الإعلامية تختلف من شخص إلى آخر ، حسب مستواه التعليمي و الثقافي و هوايته و ميوله ، فمن يتعرض للوسائل الإعلامية لتمضية الوقت أو الترفيه أو التسلية يكون حسه النقدي أقل نشاطا و يقظة من ذلك الذي يتعرض لها لغرض مهني أو دراسي.¹

-إن تطوير القراءة النقدية للمواد الإعلامية يأتي من خلال طرح مجموعة من الأسئلة لكل عنصر من عناصر عملية الاتصال حسب نموذج لازويل² الشهير و هي : من؟ يقول ماذا؟ بأية وسيلة ؟ لمن؟ و بأي تأثير؟.

أولا- من يقول؟:

و هي تضم الأسئلة المرتبطة بمعرفة المرسل و صانع المحتوى الإعلامي و هي كالاتي :

- من هو المرسل و صانع المحتوى الذي قام بصنع هذه الرسالة و قام ببحثها و نشرها و توزيعها و إذاعتها؟

1- نصر الدين العياضي،التعامل مع وسائل الإعلام : الأسس و الأدوات ،مرجع سابق ص 53.
*لنموذج و هو أداة رمزية تساعد على فهم الظاهرة أو النظام و إدراك العلاقات بين العناصر الأساسية في تلك الظاهرة .و هناك نماذج عديدة. لتفسير عملية الاتصال،من بينها نموذج لازويل الذي يتكون من 5 أسئلة :من؟يقول ماذا؟بأي وسيلة؟لمن يقول؟و بأي تأثير؟

- هل هو جهة رسمية حكومية ؟ أم جهة تجارية ؟ أم تجمع مهني ؟ أم جمعية نفع عام ؟ أم غير ذلك؟.

- أين يتم صنع هذا المحتوى؟ ومن أين يتم بثه؟

- ما هي أهداف المرسل و صانع المحتوى و لماذا يصرف على الرسالة و يمولها ، و يتحمل تكاليفها ؟.

- هل أهداف المرسل تنمية المجتمع و توعية المواطنين ؟ أم الربح التجاري ؟ أم أهداف أخرى ؟

- من الذي يملك هذه الوسيلة الإعلامية و يمولها و يملك قرارها و يحدد سياستها ؟

- من هو المسؤول عن المحتوى الإعلامي الذي يصنع الرسالة ، و يصوغ أهدافها ، و يرسم طريقها؟

- هل هو خبير و مطلع و متخصص في مجاله؟

- هل يتمتع بالأمانة و العدالة و المصداقية ؟

- ثانيا : يقول ماذا ؟:

و هي الأسئلة المرتبطة بمعرفة (الرسالة و المحتوى)¹ :

- هل هذه الرسالة و المحتوى خبر ، أم رأي ، أم حقيقة ، أم انطباع ، أم خيال ؟

- ما هي المعلومات و الأفكار و القيم و التوجهات التي تحملها الرسالة و المحتوى ؟

- ما هي مصادر المعلومات و الأفكار في هذه الرسالة و المحتوى ؟ و هل يمكن التحقق منها ؟

- هل تتعارض الرسالة و المحتوى مع الحقائق العلمية ؟

- هل تتعارض الرسالة و المحتوى - ما لم يكن خبرا - مع قيم المجتمع ؟

1- أسامة أبو طالب، ثورة النقد التلفزيوني في الصحافة المصرية: دراسة في اشكاليات العرض والتناول ، أعمال المؤتمر العلمي الاول للاكاديمية الدولية لعلوم الإعلام تحت عنوان "الفضائيات العربية ومتغيرات العصر"، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص 589

- كيف أميز بين الحقائق التي يمكن إثباتها أو التحقق من صحتها و بين الادعاءات أو المزاعم الذاتية ؟
 - ما هي وجهة النظر التي عرضت من خلالها الرسالة و المحتوى ؟
 - هل كان المحتوى شاملا، و عرض جميع الآراء ووجهات النظر ؟
 - هل هناك تحيز و تحامل في الرسالة ؟
 - هل هناك مضامين مضمرة غير ظاهرة في الرسالة ؟
 - ما هي المعلومات ذات العلاقة بالموضوع ، و تلك التي أقحمت على الموضوع ، ولا ترتبط به ؟
 - هل هناك شيء محذوف تم استبعاده ، ولم يظهر في الرسالة ؟
 - هل الرسالة جزء من حملة للدعاية ؟
 - هل عرض هذا المضمون في وسيلة أخرى و كان مختلفا؟
 - هل تتضمن الرسالة إعلان و ترويج تجاري مضمرة و غير ظاهر؟
 - إذا كان محتوى إعلان تجاري ... هل هناك قيم و سلوك مضمنة في الإعلان ، بخلاف الشكل الظاهر للترويج للسلعة أو الخدمة ؟
- ثالثا : بأية وسيلة ؟ :**

وهي الأسئلة المرتبطة بنوعية الوسيلة و تقنياتها

- ما هي الوسيلة التي أرسلت بواسطتها الرسالة و المحتوى و المضمون ؟
 - هل لتقنيات الوسيلة دور في بناء الرسالة و صنع المحتوى مثل :
 - أ- الصورة : حجمها قريبة أم بعيدة - زاوية التقاطها - إضاءتها - ألوانها - المؤثرات البصرية عليها - سرعة حركتها..الخ.
 - ب- الصوت : نوعية الصوت ، و المؤثرات الصوتية ، و الموسيقى المصاحبة...الخ
- ماذا لو كان المحتوى معروضا باستخدام مؤثرات أخرى ؟ ما الذي سيتغير؟

- هل للوسيلة بذاتها دور في التأثير على المحتوى ؟
- ماذا لو كان المحتوى معروضا في وسيلة باستخدام مؤثرات أخرى ؟ ما الذي سيتغير ؟
- هل للوسيلة بذاتها دور في التأثير على المحتوى ؟
- ماذا لو كان المحتوى معروضا في وسيلة أخرى ؟ ما الذي سيتغير ؟
- هل مستوى الجاذبية في الوسيلة و تقنياتها و إبهارها هو الذي يدعوني للتعرض لمحتواها؟
- بغض النظر عن جودة المحتوى؟

رابعا : لمن يقول؟ :

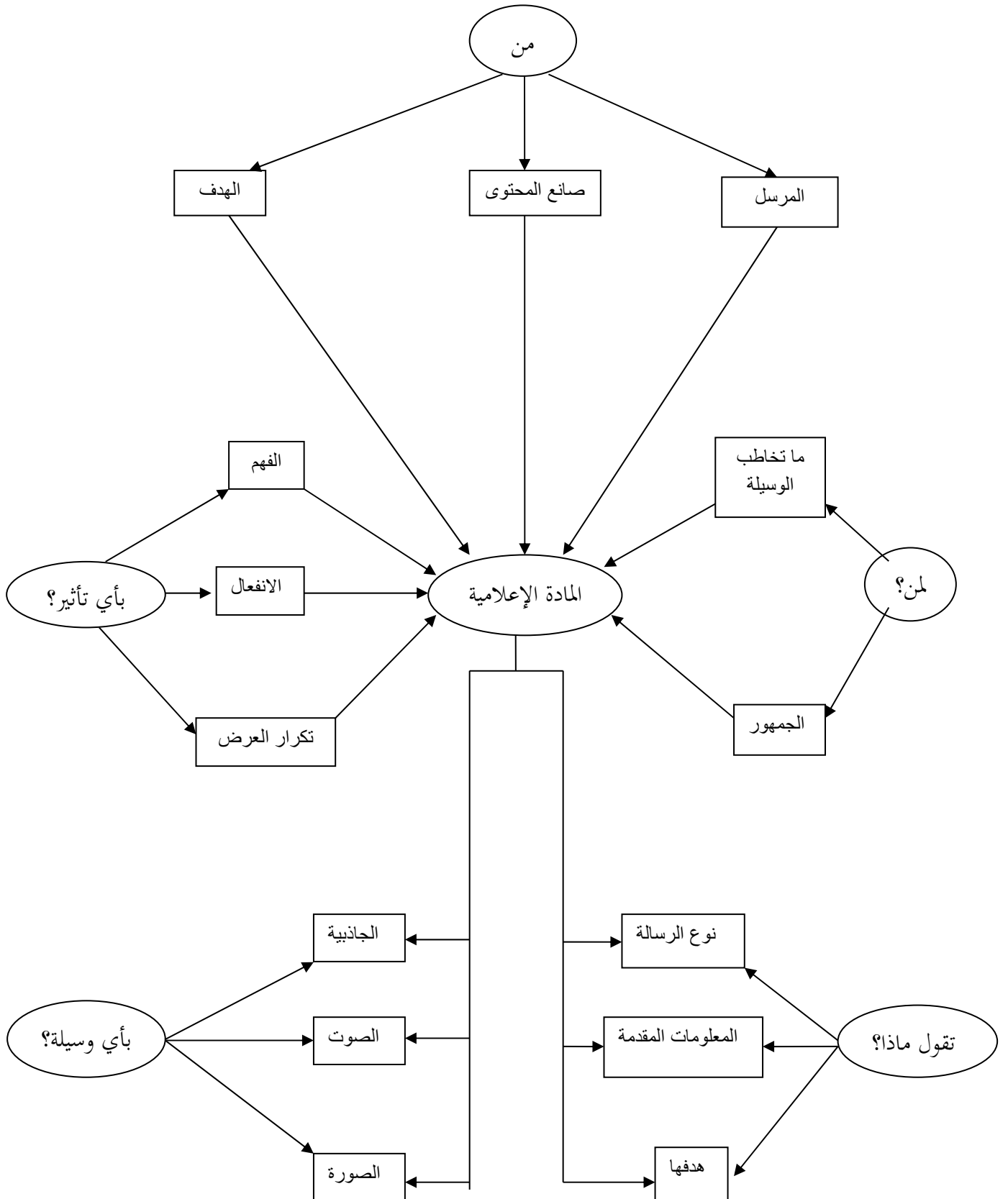
- وهي الأسئلة التي تخص (المستقبل - المتلقي - الجمهور) :
- من هو الجمهور المستهدف بهذه الرسالة و المحتوى؟
- هل أنا من الجمهور المستهدف ؟ و هل هذه الرسالة تعنيني ؟ و لماذا؟
- هل صنع هذا المحتوى في الأصل لجمهور مختلف؟
- هل أفراد الجمهور الذين لا يتعرضون لهذه الرسالة و المحتوى يتحملون أثار قيمية أو أخلاقية أو معرفية مثلما تحملتها؟

خامسا : و بأي تأثير؟ :

- و هي الأسئلة المتعلقة بجوانب (النتيجة - الأثر - رد الفعل) :
- ماذا فهمت من هذه الرسالة و المحتوى ؟
- هل الأشخاص الآخرون فهموا نفس الفهم ؟ و ما هو فهمهم إذا كان مختلفا؟
- هل استفدت من هذه الرسالة إلى اتخاذ موقف أو الحكم على شخص أو قضية ؟
- هل تعرضي لهذه الرسالة أدى إلى لفت نظري و تشتيت انتباهي عن قضية أو حدث آخر؟
- من هو المستفيد من هذه الرسالة ؟
- ما هو الهدف الذي كان يتوقعه مصدر الرسالة و صانع المحتوى ؟ و هل تحقق؟

- هل أدت هذه الرسالة إلى استثارتني أو انفعالي بها؟
 - هل هذه الاستثارة أو الانفعال أمر ايجابي ؟
 - هل هذا الأثر الانفعالي أو الاستثارة التي حدثت لها آثار قيمية أو أخلاقية أو معرفية ؟
 - هل سأكرر التعرض لهذه الرسالة و المحتوى مرة أخرى ؟
 - هل أريد أن أقول شيئاً لمرسل الرسالة و صانع المحتوى ؟
 - كيف أقوم بتوصيل رأيي و صوتي ووجهة نظري لمرسل الرسالة و صانع المحتوى؟
- * سنتضح القراءة النقدية للمادة الإعلامية إذا حاولنا أن نجمع الإجابات عن أسئلة كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية و ترتيبها وفق الخريطة الذهنية و التي يطلق عليها باللغة الانجليزية MIND MAPS و التي ترجمت إلى اللغة العربية أيضاً بمخطط الأفكار.¹ حيث تسمح بمنح مستخدميها نظرة شاملة للمضمون الإعلامي، وارتباطات الإجابات الجزئية و علاقتها التي تمكن المتلقي من إصدار حكمه على ما تعرض له، بناء على فحص عملي دقيق للإجابات .وقد تأخذ هذه الخريطة الشكل الآتي :

¹-يعود الفضل في تطوير هذا المخطط أو الخريطة إلى الباحث البريطاني : TONY BUZAN، و هي تستخدم في العديد من المجالات و النشاطات الإنسانية.



مخطط رقم (01): يمثل الخريطة الذهنية لمهارات التعامل مع وسائل الاعلام وفقا لنموذج

لازويل

المطلب الثالث : واقع النقد الإعلامي العربي :

- رغم تعدد القنوات التلفزيونية العربية و الحكومية، و الخاصة و المحطات الإذاعية المحلية الجهوية الوطنية و العالمية، و الصحف المطبوعة و الالكترونية، إلا أن أسلوب عرض و تقديم و نقد و تحليل مخرجات هذه الوسائل الإعلامية لم يحض بالاهتمام الكافي¹ لا على المستوى التعليمي الأكاديمي و لا على مستوى الممارسة، حيث لا تخصص له المؤسسات الأكاديمية العربية من كليات و أقسام و معاهد المقررات الدراسية الكافية، و لا تشجع الدراسات و البحوث التي تركز على جانب النقد لمخرجات و أداء المؤسسات الإعلامية، مما انعكس على محدودية الإنتاج العلمي في مجال النقد الإعلامي.²

و عند تصفح العديد من الصحف العربية يتبين أن أغلب المساحات الصحفية المخصصة للإذاعة و التلفزيون تمتلئ بأخبار البرامج و معديها، أو تعلق عليها و تنتقدها بمعايير النقد السينمائي، رغم الاختلاف البين بين الوسيلتين (السينما و التلفزيون) أو تعرضها بشكل انطباعات شخصية و ردود هي أقرب إلى إبداء الرأي منها إلى النقد رغم كونها صادقة، في العديد منها لكنها لا تصل إلى مستوى النقد بحكم افتقارها للتأطير المعرفي الذي يمكنها من وضع الحدث الإعلامي في سياقه العام، إذ غالباً ما يبقى الاهتمام مقصوراً على الحدث في ذاته دونما التعامل معه كنتاج مجتمع أو ثقافة أو صيرورة تاريخية أو ما سوى ذلك. و هذا ما لا يساعد الجمهور على ممارسة التعرض الانتقائي لوسائل الإعلام على أسس علمية و موضوعية، و بما يحقق تلبية احتياجاته الاتصالية من هذا السيل الإعلامي بناء على حسن الاختيار. و قد يمكن أن نرجع سبب ظهور النقد الإعلامي بالصحافة المكتوبة إلى آنية و قصر عمرها و طبيعتها التي لا تقترض التعرض للقضايا بعمق و بتجرد، و نوعية الجمهور المستهدف محددة إلى حد ما و بالتالي فإكراهات المساحة بالجريدة و ضيق السعة لكل المجالات يحول دون وجود نصوص نقدية تأسيسية مبنية على مراجع و موثقة ببيانات و

1- دويدار الطاهر دويدار: "النقد التلفزيوني رضيع يخبو"، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، ع 1، 2000، ص 57

2 توفيق حميد كاطع، أزمة النقد التلفزيوني العربي، الحوار المتمدن، ع 3330، 8 افريل 2011.

استشهادات و إحصاءات و إستبيانات ميدانية سوى بعض آراء مجموعة من الأفراد في المجتمع غالبا ما يستفزها برنامج ما أو تثيرها بعض التصريحات، أو تنفر من بعض التغطيات فتراسل الصحيفة التي لا تجد غضاضة في تمرير ذات الآراء لملء الفراغ، و هكذا أصبحت ذات الملاحق عبارة عن برامج أسبوعية للفضائيات أو للإذاعات¹.

كما لم تقم المؤسسات الإعلامية بإصدار مجلات متخصصة بالنقد الإعلامي، و حتى مجلات الفنون، والإذاعة و التلفزيون التي تصدر في بعض البلدان العربية لم تستطع أن تكون الوسيلة الناقدة و المحللة للمخرجات الإعلامية حتى الآن²، كصحيفة الحياة اللبنانية، و الشرق الأوسط السعودي، و الصباح العراقية و الشاشة الصغيرة الجزائرية، حيث انصب اهتمامها في الأساس على أخبار النجوم و الكتاب، و الإصدارات الجديدة و الأفلام السينمائية و أخبار إنتاج الأعمال الدرامية دون الخوض في تحليل و تقييم هذه الأعمال.

- هذا الواقع يحيلنا إلى مراجعة مفهوم النقد الإعلامي في المنطقة العربية عامة و في الجزائر بصفة خاصة ، و النظر إليه على انه جزء من العملية الإبداعية البنائية للعمل الإعلامي الذي يحمل في ثناياه أهدافا متعددة مثل : نشر الوعي الصحي و القانوني و الثقافي و تنوير الجمهور و التعامل مع منجزات العصر و كذلك تنمية الوعي بالقضايا الأكثر إلحاحا مثل الديمقراطية و حقوق الإنسان فالنقد الإعلامي هو صوت العقل و الموضوعية و النزاهة يساهم في تطوير المنتج الإعلامي و تدعيم التذوق الفني و الإعلامي لدى الجماهير.

¹ يحيى البجاوي، مقابلة مع صحيفة "الجريدة الأخرى"

² - معتصم فضل عبد القادر : ويبقى النقد العربي انطباعيا ' مجلة اتحاد الاذاعات العربية 1ع ' 2000 ص 85

المبحث الرابع : النظرية النقدية في علوم الإعلام والاتصال

المطلب الأول: نشأة وتيارات المدرسة النقدية

أ- نشأتها :

يعتبر معهد البحث الاجتماعي الذي تأسس بجامعة فرانكفورت في فبراير 1932 النواة التنظيمية الأولى للمدرسة النقدية ، وقد جاء تنويعا لجهود بعض المثقفين والاكاديميين اليساريين الألمان والأوروبيين ، أعادوا تقييم النظرية الماركسية في ضل الظروف الجديدة نذكر منهم : فيلكس فيل -ماكس هو ركايمر - تيودور أدورنو -هربرت ماركيز -فردريك بولوك - ايريك فروم -هابرماس..... الخ

وقد اختلفت تخصصاتهم حيث تمحورت حول الفلسفة والاجتماع وعلم النفس والأدب والسياسة والاقتصاد.....، ورغم انطلاقهم من الماركسية كإطار مرجعي إلا أن مواقفهم اختلفت حول القضايا المطروحة في المجتمع الرأسمالي لكنهم أجمعوا على ضرورة الالتزام بالمواقف الايجابية النقدية إزاء المجتمع في جميع المراحل التي مرت بها المدرسة، ومن هنا: يمكننا أن نقول أن المدرسة النقدية تميزت ب¹ :

- أنها استندت إلى الروح النقدية للنظرية الماركسية كإطار مرجعي في نزعتها الإنسانية العامة وأيضا مقولاتها الفلسفية

- هناك فرق أساسي بين النقد الاجتماعي لكل من مدرسة فرانكفورت والماركسية التي تكشف وتحلل تناقضات النظام الرأسمالي موضحة طريق الخلاص منه ، أما فرانكفورت فهي تجتهد في البحث عن تناقضاته لكن يهدف إصلاحه وليس القضاء عليه .

- تنصدر مدرسة فرانكفورت جماعات النقد الاجتماعي في الحقبة ما الماركسية حيث وضعت إستراتيجية جديدة للنقد الاجتماعي مستندة إلى متغيرات ثقافية وسيكولوجية وأسقطت الاقتصادية منها .

¹-كمال بومنيير و آخرون، النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت من ماكس هوركهيمر إلى أكسل ، منشورات الاختلاف ،الجزائر/بيروت، 2001 ،ط1،ص 25-30

- وبعد عودة المدرسة من منفاها في الوم.أ إلى نقطة انطلاقها ، حددت القاعدة الأساسية للفكر النقدي، وكان لها تأثير ليس سواء في فرنسا والعالم الانجلوسكسوني وبريطانيا وخاصة مع ظهور التلفزيون التجاري عام 1954 ونشر "ريتشارد هاجارت" كتابه "استخدامات القراءة" الذي ينقد فيه سلبيات الثقافة الاستهلاكية ومخاطرها على الحياة التقليدية للطبقة العاملة ثم تبعه ريموند ويليامز بإصداره كتابه الشهير "الثقافة والمجتمع" والذي حوى انتقادا جادا للثقافة الاستهلاكية في المجتمع البريطاني.

وتوجهت هذه المرحلة بتأسيس معهد الدراسات الثقافية المعاصرة بجامعة برمنجاتم الذي تخصص في دراسة الأنماط والممارسات والمؤسسات الثقافية وعلاقتها بالمجتمع ، حيث تمثل دراسة "ستيوارت هول" عن الدور الإيديولوجي للإعلام ، ودراسة شارلوت براندون وديفيد موزلي بعنوان : البث التلفزيوني اليومي على نطاق الدولة عام 1981 نقطتا تحول هامتين في الدراسات الإعلامية.

وفي إطار إهتمام المعهد بدراسة البرامج الإخبارية الرامية الموجهة للصفوة ، وأيضا برامج الاتصال الثقافي الموجهة إلى قطاعات عريضة ومتباينة من الجمهور ، والتي شملت دراسات عن البرامج الكوميديية والمسلسلات والمنوعات والبرامج الرياضية والحلقات البوليسية ، والتي حاولت الكشف عن تعامل هذه البرامج التلفزيونية مع الفئات المجتمعية وكيفية إسهامها في بناء الوعي لدى الجماهير.

ب -تيارات المدرسة النقدية¹ :

هناك عدة تيارات داخل المنظومة يجمع بينها واقع المجتمع الرأسمالي وهيمنة التكنولوجيا منها :

1- التيار الأول: يستند إلى النظرية الماركسية في صورتها الكلاسيكية مع بعض التغيرات المحدودة التي فرضتها المتغيرات ويمثله "جورج لوكاش" ويركز هذا التيار على أن

1- علوش نور الدين، المدرسة النقدية الألمانية: نماذج مختارة من الجيل الأول إلى الجيل الثاني، دار الفرابي، لبنان، 2013، ط1، ص95-99

البروليتاريا تعتبر قوة التحول الاجتماعي الرئيسية في تطبيق النظرية النقدية استنادا إلى وعيها الطبقي .

2- **التيار الثاني:** ظهر في الخمسينات في ايطار نقد المجتمع الأمريكي وهو يتميز بكونه حركة نقدية ذات طابع اجتماعي يقوده "رايت مايلز" وقد انتشرت أفكاره على نطاق شامل بين جماعات اليسار الجديد في أوروبا وأمريكا حيث استند في تحليلاته للمجتمع على الماركسية والفلسفة الموجودة ومدرسة التحليل النفسي والأدب الرومانسي الأوروبي .

3- **التيار الثالث:** انبثق من مدرسة التبعية خلال عقدي الستينات والسبعينات والتي مارست النقد في اتجاهين: نقد القوى العالمية التي فرضت الهيمنة والاستعمار على دول العالم الثالث، ونقد القوى المحلية المتحالفة مع القوى العالمية ضد مجتمعاتها .

ويركز هذا التيار على طبقة الفلاحين للقيام بالثورة وليست الطبقة العاملة ومن أهم رموزه "ماوتسي تونج ، تشي جيفارا ، وفرانز فانون ."

4- **التيار الرابع:** يضم رواد مدرسة فرانكفورت الذين يشغلون التيار الرئيسي للنقد الاجتماعي، نشأ عام 1932 حيث حاول تطوير بعض مقولات الماركسية وإسقاط بعضها الآخر خصوصا تلك التي تتعلق بالطبقة العاملة .

وقد وجهت المدرسة نقدها الرئيسي للوضعية وفكر التنوير نظرا لأنها شكلا أساسيا للعقل الأدبي وتعاضم دول التكنولوجيا ومن أبرز ما أنتجته المدرسة "جدل التنوير" لكل من "ماكس هوركايمر وتيودور أدورنو" والعقل والثورة والإنسان ذو البعد الواحد لهربرت ماركيز، والميدان العام لجورجين هابرماس.¹

¹ -olivier voirol , la théorie critique :les media de l'école de francfort,une relecture ,revue critique les media:tradition théories et pratique , 2010,p31

المطلب الثاني: أبرز المفاهيم التي تعتمد عليها النظرية النقدية:

1- التكامل : إن النظرية تقدم مدخلا متكاملا لدراسة العلوم الاجتماعية لتسد به الثغرة التي خلقها تقييم هذه العلوم¹، التي أسفر عن محدودية المعرفة وضعفها علميا، حيث رفضت الفصل بين العلوم والفلسفة بأنها النظر إلى حياة البشر في ضوء انتمائهم إلى جماعة معينة وليسوا كأفراد فحسب.

كما انتقدوا النظرية التقليدية باعتبارها إحدى الممارسات التي وضعها المجتمع الرأسمالي البرجوازي، فالتجزئة تعكس تقسيم العمل والتجريدية الشديدة تعكس التعامل مع النقود كرموز.

2- مبدأ الجدلية: لا يتسنى فهم النظرية النقدية إلا من خلال استيعاب المنطق الجدلي الذي قامت عليه، فقد تبنت مفهوما جدليا² يؤكد استقلالا نفسيا لظواهر البناء الفوقي من خلال علاقتها التبادلية مع البناء التحتي، فهي تهتم بالتركيز على تأثير العوامل الثقافية على التاريخ والمجتمع بتحليل العلاقات بين الأبعاد المختلفة في المجتمع بدلا من التركيز على البعد الاقتصادي كسبب أوحده مفسر للظواهر الاجتماعية.

3- الإغتراب الإجتماعي : ترى المدرسة أن أسوء ما يتعرض له الإنسان في المجتمع الرأسمالي ظاهرة الاغتراب بكافة أشكاله الاقتصادي والثقافي والنفسي، الذي يتحقق من خلال آليات عديدة تتمثل النظام التعليمي والإعلامي والثقافي.

فمن خلال وسائل الإعلام والإعلانات يتم خلق لدى الفرد لحاجات كاذبة وزائفة مما يضطر به إلى إشباعها تلبية لاحتياجات السوق وليس تلبية لاحتياجاته الحقيقية التي يحس بها، وتؤكد المدرسة على ضرورة التأمل العقلي من أجل القضاء على الاغتراب³.

المطلب الثالث :إسهامات المدرسة النقدية في مجال النقد الإعلامي :

¹ - زولتان تار، النظرية الاجتماعية و نقد المجتمع -الأراء الفلسفية و الاجتماعية للمدرسة النقدية، المكتبة المصرية، القاهرة، 2004، ط1، ص 88

² -كمال بومنيير،جدل العقلانية في النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت، منشورات الإختلاف، الجزائر/بيروت، 2001، ط1، ص 115

³ - مصدق حسن،يورغن هابرماسو مدرسة فرانكفورت، النظرية النقدية التواصلية، المركز الثقافي العربي، المغرب/لبنان، 2005، ط1، ص 96

إن النقد كان ولا يزال من أهم وأخطر الأدوات المعرفية التي من الممكن أن تقوم بها الفلسفة، ليس نقد الأفكار فحسب بل ونقد الممارسات الفعلية في الواقع الاجتماعي وهو الأمر الأكثر أهمية، والنظرية النقدية فهي قبل كل شيء نظرية نقدية للمجتمع حيث أن المتابع لكتابتها يجد أنها تركز على الجانب الاجتماعي العملي في السلوك بالدرجة الأولى كما أنها نظرية معيارية تحاول فهم وتشخيص أسباب الأوضاع السيئة في المجتمع وتسعى نحو تصويبها. تغطي النظرية النقدية مجالات متعددة في العلوم الاجتماعية وتشمل على سبيل المثال الدراسات الميدانية البريطانية والبنائية الفرنسية، وتعد المداخل الأمريكية.

وقد تطورت هذه المداخل البحثية في عدة مجالات معرفية وبدأ تطبيقها فيما بعد في دراسة وسائل الإتصال الجماهيرية الذي أصبح يشغل موقعا مركزيا في النظرية النقدية في المجتمع الرأسمالي، حيث تغطي وسائل الاتصال الجماهيرية على دائرة اهتمام النظام ومؤسساته السياسية والإقتصادية والثقافية، وقد طرحت النظرية النقدية أدوارا ووسائل الإعلام الجماهيرية في المجتمع البديل الذي اقترحتة منها:

أولاً: يمكن توظيفها كوسائل لتحريض الجماهير على الثورة ضد النظام الرأسمالي، ويمكن استخدامها أيضا كآلية لتحرير وعي واهتمامات الجماهير من خلال الإسهام في تغيير النمط الحياتي الذي ينظم خبرات الجماهير ويقودهم لمساندة وتشجيع الباحثين النقاد الذين تبناوا هذا الاتجاه لدراسة وسائل الاتصال بصورة صحيحة.

ثانياً: النظرية النقدية تعتبر وسائل الإتصال الجماهيري أدوات للتغيير الحضاري والتواصل الثقافي الذي يساعد على تحرير وعي الجماهير وبالتالي يفتح أمامها أفقا أوسع لتحقيق إنسانيتها¹.

1- عواطف عبد الرحمن، النظرية النقدية في بحوث الإتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص 156

وهنا لابد أن نشير بصفة خاصة إلى إسهامات مدرسة فرانكفورت، إذ أن تاريخ النظرية النقدية في الحقل البحثي لوسائل الاتصال الجماهيرية قد يبدأ تحديدا بمدرسة فرانكفورت ويرجع ذلك إلى جملة من الإعتبارات منها :

أ- إن مدرسة فرانكفورت في نقدها للمجتمع وتبنيها لمصطلح التغيير الاجتماعي تمثل إسهاما هاما في تاريخ البحث العلمي في العلوم الاجتماعية بصفة عامة وعلى الأخص في مجال الثقافة والبحوث الإعلامية والاتصالية ، والمدخل النقدي الذي لا يطرح فقط تعريفا جديدا لبحوث الإعلام الوصفية، ولكن أيضا بين أهمية رؤية الاتصال الجماهيري من خلال منظور اجتماعي ومن خلال تقييم شامل لظروف المجتمع الرأسمالي، ويوضح مدخل مدرسة فرانكفورت الطبيعة العامة للدور المسطر والضغوط الذي تلعبه وسائل الاتصال الجماهيرية في انتهاك حرية الأفراد وحرية التعبير.

ب- أسهمت مدرسة فرانكفورت في الكشف عن دور السلطة في طمس الفروق الاجتماعية وتزييف وعي الجماهير بآليات القهر الاجتماعي والثقافي، فقد أثبتت أن البحث العلمي الاجتماعي لا يمكن أن يكون خالصا من التأثيرات الإيديولوجية وخصوصا في مجال البحث الاتصالي والإعلامي، وبظهور المدخل النقدي في أمريكا ازداد التأثير الملحوظ لمدرسة فرانكفورت.¹

إن النظرية النقدية التي تكشف العلاقة الجدلية بين النظرية والواقع الاجتماعي تعكس الإدراك العميق لطبيعة الحقيقة الاجتماعية والعلاقة الجدلية بين الإنسان والحقيقة الاجتماعية²، لهذا قالها تعد المدخل الملائم لبحوث الإتصال، فمنذ أن ظهرت هذه تم اكتشاف المتناقضات في الوضع الاجتماعي والمسارات التي تتداخل في البناء التاريخي.

و البحوث النقدية لم تقوم مناهج محددة لإنتاج معرفة علمية يمكن توارثها، بل قامت على إيجاد التعريفات المبتكرة للظواهر الاجتماعية بهدف كشف الحقيقة التي تكمن خلق المظاهر

¹ -julia prioult,critique mediaque et indépendance des media ver une evolution de l'information ,magazine maze,25 avril 2017,p54

² -كمال بومنيير ،مرجع سابق ،ص 120- 126

الخارجية لهذه الظواهر، فالمنظور النقدي يركز على الطريقة التي يجب أن تفسر بها النتائج.

و من أهم إسهامات النظرية النقدية نفاذها إلى جوهر الممارسات الايجابية والسلبية للمجتمع الرأسمالي والكشف عن دور وسائل الإعلام في المحافظة على هذا النظام والدور الخادع الذي تلعبه وسائل الاتصال في ايطار التعددية السياسية¹.

و تؤكد النظرية أيضا على أنه لا توجد نظريات أو مناهج عامة يمكن تطبيقها على كل الظواهر الاجتماعية وتحت كل الظروف وعلى الباحثين الإعلاميين في مجال النقد الإعلامي أن يضعوا في الاعتبار طبيعتها النسبية التي تتبع من مضمونها الخاص المؤقت، حيث يجب أن تراعيها مناهج البحث النقدي في الكشف عن الجوانب الإيديولوجية التي تمكن خلق النظام المؤسسي، كما تسعى إلى الكشف عن الوعي المزيف الذي يقدمه وتروج له وسائل الإعلام في المجتمعات الرأسمالية.

¹ - عواطف عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 123

خلاصة:

و يبقى النقد الإعلامي احد المواضيع التي أخذت تحتل أهمية متزايدة في الوقت الراهن فاستخدامه على نحو مستمر و فعال و هادف يعتبر حاجة و ضرورة ملحة يجب العمل عليها و ترسيخها كثقافة و سلوك لدى كافة الأفراد و خاصة لدى الطلبة المتخصصين في الإعلام.

و من أجل ضمان ذلك لا بد من تهيئة البيئة التكوينية في مختلف أقسام و معاهد الإعلام و الاتصال على مستوى الأهداف المسطرة وفق كل تخصص إعلامي.

الجانِب

التطْبِيقِي

- يتناول هذا الفصل الجانب التطبيقي للدراسة من خلال عرض و تحليل الأسلوب المعتمد عليه في جمع البيانات الإمبريقية و معالجتها ، وكما هو معلوم لدينا فإن المعرفة العلمية تقوم على وجود دعامتين أساسيتين هما البناء النظري و البناء الميداني هذا الأخير الذي يقوم على مجموعة الإتجاهات العقلية و التجريبية التي تساعد الباحث على تحليل المعطيات الميدانية و النظرية، وعليه فان هناك إتساق كبير بين هذين البناءين.

و بعد عرض البناء النظري في الفصول السابقة، سنحاول في هذا الفصل الإجابة على التساؤلات المطروحة و التحقق من صحة الفرضيات المقترحة. و إذا كانت قيمة البحث تكمن فيما يتوصل إليه من نتائج ذات قيمة علمية فذلك لا يتحقق إلا من خلال جمع البيانات الدقيقة باعتماد أنسب الطرق و الأدوات المنهجية.

وعليه سنقوم بعرض الإجراءات المتبعة في هذا البحث إبتداء من تحديد مجالات الدراسة ثم عرض عينة الدراسة و طريقة تجديدها وإختيارها بالإضافة إلى المنهج المتبع ، و تقنية جمع البيانات وكيفية تفرغها، و تبويبها وأساليب تحليلها.

* نوع الدراسة والمنهج المستخدم:

- إن طبيعة موضوع أي دراسة تفترض على الباحث إختيار المنهج المناسب في سبيل الوصول إلى الأهداف المبتغاة منه. فالمنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته لكشف الحقيقة والإجابة عن الأسئلة، فهو البرنامج الذي يحدد السبيل المؤدي للحقائق وكيفية اكتشافها.¹

وبناء على الإشكالية التي حددناها والأهداف التي سطرناها، فإن دراستنا تتدرج ضمن البحوث الوصفية التي تسعى إلى دراسة الأوضاع الراهنة للتكوين الإعلامي الجامعي وخصائصه وأشكاله وعلاقته بالرؤية النقدية عند طالب علوم الإعلام والإتصال وأهم العوامل المؤثرة في ذلك.

فالمنهج الوصفي يقوم برصد ومتابعة دقيقة للظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات ، من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد على فهم الواقع وتطويره.²

لا يقتصر المنهج الوصفي على الوصف الدقيق للظاهرة محل الدراسة فحسب بل يتعدى الأمر إلى تحليل البيانات المتحصل عليها ومن ثم إستخراج الإستنتاجات ومقارنة المعطيات وبالتالي التوصل إلى نتائج يمكن تعميمها في إطار معين.

ومن الأساليب المستعملة في المنهج الوصفي : أسلوب المسح، ودراسة الحالة وأيضا تحليل المضمون، فأسلوب المسح يعتبر من أهم المناهج بل أكثرها شيوعا في أغلب البحوث الوصفية فهو يساعد على تقديم تفسيرات للظاهرة المدروسة وتعميمها وذلك للاستفادة منها مستقبلا.³

¹ - محمد فيق، خطوات إعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1998، ص 50.

² - محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، ط 1، دار وائل، عمان، 1997، ص 321.

³ - فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي ط 1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة 2002، ص 89.

ولما كان مجتمع الدراسة كبير نسبيا فقد إتجهت دراستنا إلى تبني منهج المسح بالعينة الذي يحقق أغراض البحث في الحصول على بيانات دقيقة عن الجمهور محل الدراسة والمنحصر في طلبة علوم الإعلام والاتصال ومدى تشكيل رؤيتهم النقدية من خلال تكوينهم الأكاديمي الجامعي.

وما إختيارنا لمنهج المسح بالعينة إلا نتيجة لنقص إمكانياتنا ومحدوديتها وضيق الوقت والجهد والمال، على عكس المسح الشامل الذي يركز على قطاع عرضي ولفترة من الزمن تكون كافية للدراسة.¹

مجتمع البحث و العينة:

يعتبر تحديد مجتمع البحث أمرا ضروريا في البحث العلمي لأنه يساعد في تحديد الأسلوب العلمي الأمثل لدراسته، فهو يشتمل على جميع عناصر و مفردات الظاهرة المدروسة وقد كان طلبة الإعلام بالجزائر هم من مثلوا مجتمع بحثنا. الذي أختير بشكل عشوائي غير قصدي، فمن الشرق وقع إختيارنا على طلبة جامعة قسنطينة، ومن الوسط: طلبة جامعة الجزائر 3، و في الغرب إختارنا طلبة جامعة مستغانم.

ولصعوبة تطبيق الدراسة على مجتمع البحث بأكمله تم أخذ عينة محدودة وممثلة لطبيعته ووحداته:² فالعينة إذا هي مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث الأصلي و تكمن أهميتها في كونها الوحدة الإحصائية له تجمع أفرادا متشابهين في الخصائص و الظروف المشتركة بينهم و يتم الحصول عليها بطرق مختلفة تبعا لطبيعة الموضوع ونوعية الدراسة³. وقد تم إختيار العينة في دراستنا هذه بطريقة عشوائية طبقية، التي يلجأ إليها غالبا في حالة معرفة التركيب النسبي لمجتمع البحث الأصلي عندما يكون المجتمع مكون من عدة طبقات بينها إختلاف واضح من حيث أحد أو مجموعة من الخصائص، و الهدف منها ضمان

¹ - حسين عبد الرحمن رشوان، ميادين علم الاجتماع ومناهج البحث العلمي المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، ط 8، 201، ص 113.

- معني الخليل عمر، مناهج البحث في علم الاجتماع، دار الشروق، ط 2، عمان، 1997، ص 191. ²

- عبد الله محمد عبد الرحمن، منابع و طرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، دط، 2002، ص 383. ³

الجانب التطبيقي

التمثيل المرغوب فيه للمجموعات الفرعية. وقد تم الحصول عليها بتقسيم مجتمع البحث أولاً إلى مجموعات بناء على المتغيرات التي أعتدت في تساؤلات الدراسة (التخصص، المستوى الدراسي الجامعي، ممارسة المهنة الإعلامية)، وبعد ذلك تم إختيار أفراد العينة عشوئياً من كل مجموعة.

- 1- لقد قسم مجتمع بحثنا وفقاً لمتغير التخصص إلى خمس مجموعات فرعية وهي كالتالي: تخصص الإعلام، تخصص الصحافة مكتوبة و الإتصال، تخصص السمع البصري الفضاء العمومي، تخصص الصحافة العلمية، وتخصص وسائل الإعلام و المجتمع.
 - 2) أما حسب متغير المستوى فقد قسم إلى مجموعتين فرعيتين (ليسانس - ماستر).
 - 3) ووفقاً لمتغير الممارسة المهنية تم حصر مجموعتين فرعيتين: طلبة يدرسون و يمارسون المهنة الإعلامية و طلبة يدرسون و لا يمارسون المهنة الإعلامية.
- و الجدول أدناه يوضح لنا كيفية تحديد حجم العينة المستخدمة في دراستنا هذه.

المجموع	مجتمع البحث		الجامعة
	ليسانس	ماستر	
272	32	240	جامعة مستغانم
151	49	102	جامعة قسنطينة
220	70	150	جامعة الجزائر 3
643	151	492	المجموع

جدول رقم (01): يمثل مجموع طلبة الإعلام في جامعة مستغانم، قسنطينة و الجزائر 3. يبين لنا الجدول أعلاه عدد طلبة الإعلام الإجمالي الذي قدر بـ 643، فقد بلغ عددهم في كل من جامعة مستغانم 272 مقسمين إلى 32 طالب ليسانس و 240 طالب ماستر¹.

¹ - معطيات مأخوذة من مصلحة الدراسات بجامعة مستغانم.

الجانب التطبيقي

أما في جامعة قسنطينة فقد كان عددهم 151 طالب من بينهم 49 طالب ليسانس و 102 طالب ماستر¹.

في حين بلغ عدد طلبة جامعة الجزائر 220 طالب، 70 طالب في مرحلة الليسانس و 150 طالب في مرحلة الماستر².

- أخذنا طلبة التخصصات الإعلامية من الجامعات الثلاث (مستغانم، قسنطينة و الجزائر 3) لأنها جامعات تتوفر فيها التخصصات الإعلامية قيد الدراسة، و التي تغيب في بعض الجامعات الأخرى مثل: الشلف و سعيدة و حاولنا من خلالها أن نمثل العينة تمثيلا صحيحا لمجتمع البحث حيث راعينا: التخصص و المستوى الدراسي و الممارسة المهنية- فقد إعتدنا في حساب العينة الطريقة الثلاثية لتكون النسب كالاتي:

الجامعة	عدد مجتمع البحث	العينة	النسبة %
جامعة مستغانم	240	179	74,58%
جامعة قسنطينة	151	151	100%
جامعة الجزائر 3	220	170	77,27%
المجموع	611	500	100%

جدول رقم (02): يمثل نسب عينة الدراسة في كل من جامعة مستغانم، قسنطينة و

الجزائر 3.

يبين لنا الجدول أعلاه حجم العينة بالنسب المئوية في الجامعات الثلاث قيد الدراسة التي بلغت 74,58% في جامعة مستغانم، و 100% بجامعة قسنطينة، و 77,27% في جامعة الجزائر 3. و قد قدر عدد المبحوثين بـ 500 مفردة موزعة على مستغانم، قسنطينة و الجزائر العاصمة.

¹ - معطيات مأخوذة من مصلحة الدراسات بجامعة قسنطينة.

² - معطيات مأخوذة من مصلحة الدراسات بجامعة الجزائر 3

الجانب التطبيقي

وللإشارة لقد تم أخذ تقريبا جميع الطلبة لأننا كما سبق وأن قلت تعاملنا فقط مع الطلبة الذين يدرسون التخصصات الإعلامية فقط، فقد إستثنينا طلبة الإتصال.

مجالات البحث :

1- المجال المكاني : و يقصد به الحدود المكانية التي شملها هذا البحث الذي إنصب على دراسة العلاقة الرابطة بين التكوين الإعلامي الأكاديمي و تشكيل الرؤية النقدية لعينة من طلبة علوم الاعلام و الإتصال في كل من :جامعة الجزائر 3،و جامعة قسنطينة ،و جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم - ..

2- المجال الزمني : و يقصد به الفترة المخصصة لإجراء الدراسة ،حيث يمكن تقسيمها إلى 03 مراحل زمنية و هي كالآتي:

2-1-المرحلة الأولى : و هي مرحلة جمع الزاد النظري و المادة الخبرية ،و المراجع و المصادر، من أجل التأصيل الجيد لفكرة البحث و التأسيس لها ،و قد امتدت هذه المرحلة من فبراير 2015 إلى مارس 2016

2-2-المرحلة الثانية : في هاته المرحلة تم الشروع في إنجاز الإستبيان الخاص بالدراسة ،إبتداءا بمقابلة المختصين و الأساتذة و التشاور مع المشرف ،مع تحديد المصادر التي لها علاقة مع الموضوع وصولا إلى تحديد و بناء الأداة المستخدمة في الدراسة، و هي الفترة الممتدة من أبريل 2016 إلى جانفي 2017

2-3-المرحلة الثالثة : و هي تمثل مرحلة الدراسة الأساسية للبحث ،حيث تم خلالها توزيع الاستمارات على عينة البحث في كليات و أقسام علوم الإعلام و الإتصال،و قد امتدت من جانفي 2017 إلى غاية جوان 2017.

الإستمارة:

إن إختيار أدوات جمع البيانات من طرف الباحثين يخضع لمعايير عدة منها: نوع البحث و موضوعه، المنهج المستخدم في الدراسة، طبيعة المجتمع وعينة الدراسة، وكذا ظروف الباحث وقدراته المالية و مدى معرفته بالأداة.¹

- وانطلاقا من هنا فان الأداة المناسبة لإجراء هذا النوع من البحوث هي الإستبانة questionnaire التي تعرف بأنها: "أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إستمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب، يجرى توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها".²

كما تعتبر هذه التقنية من أكثر التقنيات المرتبطة بالمنهج الوصفي و المسحي و التي تعتبر وسيلة تقصي ملائمة تسمح بالاتصال بعدد كبير من الأفراد في وقت قصير بهدف الحصول على معلومات دقيقة، وغالبا ما تكون غير قابلة للملاحظة، كما أنها تمتاز بسرعة التنفيذ و قلة التكلفة،³

و يمكن تعريفها أيضا بأنها أداة قياس، تستخدم في تبسيط الوصف الكمي، للمتغيرات العديدة والمتباينة في العلاقات الإنسانية، كما أنها تحاول قياس الفرد الأساسي و العلاقات بين هذه المتغيرات،⁴

وقد تم الاعتماد على هذه الأداة نظرا لطبيعة الدراسة التي تسعى إلى قياس العلاقة بين التكوين الإعلامي و تشكيل الرؤية النقدية عند طالب علوم الإعلام و الإتصال وعليه يتعذر إستخدام أدوات أخرى على غرار المقابلة و الملاحظة.

¹ - مصطفى عليان و عثمان محمد عتيق، مناهج و أساليب البحث العلمي (النظرية و التطبيق)، ط1، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان 200، ص 81-82

² - مصطفى عليان، خطوات البحث العلمي في علم المكتبات، رسالة المكتبة، م 16 ع 1981، ص 3، ص 17.

³ - مويرس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، ت ر: بوزيد صحراوي و آخرون، دار القصبة للنشر، الجزائر 2004، ص 227

الجانب التطبيقي

و قد راعينا عند بناء هذا الإستبيان الشروط الأولية في بناء المقاييس و الإستبيانات و هي كالآتي:

1-الموضوعية و التقنين:حيث قمنا بتوحيد إجراءات الاستبيان من حيث وضوح التعليمات و تحديد زمن الإجابة و طريقة التصحيح ، فقد تمت صياغة تعليمات الإجابة على الاستمارة كما يلي:

أمامك مجموعة من العبارات التي تعبر عن بعض المتطلبات و المطلوب منك الإجابة عن هذه العبارات بعفوية أجب ب :دائما،أحيانا،نادرا،حسب مطابقة العبارة لما هو كائن ،و ما هو ممارس أثناء العملية التكوينية، و مدى إرتباطه بعناصر الرؤية النقدية.

أما زمن الإجابة فقد تم تحديده ب 15دقيقة لجميع المبحوثين إختلفت حسب كل موقف، أما مفاتيح التصحيح فتم تحديدها مسبقا و بالتالي توحيد طريقة التصحيح،وقد تم إستخدام مقياس ليكرت الثلاثي likert scale ،بحيث تم إعطاء ثلاث درجات للإجابة ب (دائما) و درجتان (نادرا) و درجة واحدة للإجابة ب (أبدا). هذا بالنسبة للعبارات الموجبة، أما العبارات السالبة فتكون العملية معكوسة.

العبارة		البعد		
		أبدا	نادرا	دائما
العبارة	موجبة	01	02	03
	سالبة	03	02	01

جدول رقم (03) يوضح سلم تصحيح الإستبيان

2-خطوات بناء الاستبيان:

1-2:المرحلة الأولى:وهي مرحلة جمع مصادر المعلومة و البحوث التي لها علاقة بموضوع البحث والمراجع و الدراسات المشابهة ،التي يمكن أن يستعين بها الباحث في بناء الأداة السليمة التي يمكن بها تحقيق أهداف الدراسة .

الجانب التطبيقي

وبعد مشاورة جملة من الأساتذة الأخصائيين في علوم التربية و علوم الإعلام و الإتصال تم عرض و تحديد قائمة من البحوث و الدراسات و الكتب ،والمقالات العلمية التي لها علاقة بالموضوع فتم بذلك صياغة مجموعة من المحاور اندرجت تحتها جملة من الأسئلة التي تحيلنا إلى أهداف الدراسة .

1- المراجع العلمية التي درست التكوين الإعلامي الجامعي:

أ- حسب ما جاء في الكتب:

المرجع	المؤلف	أهداف التكوين الجامعي
دراسات إعلامية تدريس الإعلام في الو.م.أو أوروبا و لعالم العربي نظرة مقارنة	محمد معوض و آخرون، دار الكتاب الجديد 2000	- إنتاج و نشر المعرفة - الحفاظ على الحضارة الإنسانية و تنميتها - العمل على توثيق الروابط الثقافية بين مختلف الجامعات - إدارة مصادر المعلومات و تحليل و تصميم النظم
مدخل إلى الإعلام العربي	محمد نصر مهنا أسيوط 2007	- العمل على تخريج عاملين إعلاميين ذوي طراز عالي - العمل على مواجهة تحديات المنطقة محليا إقليميا و جهويا و دوليا. - التدريب العملي للتحكم في المهنة الإعلامية.
التدريب الاعلامي	ساعد ساعد المكتب الجامعي الحديث، 2012	- تزويد الطلاب بالمعرفة و المهارات اللازمة وصولا لأهداف المؤسسة الإعلامية. - تأهيل و إعداد كوادر مهنية جديدة. - إنتاج و نشر المعرفة وتبليغها. - تكوين الإيظارات و تهيئتهم للاضطلاع بمسؤولياتهم وفق مقتضيات التنمية. - توفير إيظارات فنية لفهم تحولات المجتمع . - تنمية القدرات المعرفية للطالب. - القدرة على الاندماج بسرعة في مسيرة الإنتاج.

الجانب التطبيقي

الأسس النفسية للتكوين و مناهجه	بوفجلة غيات ديوان المطبوعات الجامعية 1984	- تنمية معرفة و مهارات الطلاب - تعديل سلوكيات المتكويين و اتجاهاتهم .
--------------------------------	---	--

2- حسب ما جاء في المجالات العلمية :

الباحث	العنوان	المجلة العلمية	أهداف التكوين الجامعي الاعلامي
العربي بوعمامة	أبعاد التكوين الجامعي في علوم الإعلام و الاتصال الكفاءات المهنية و الأكاديمية.	/	- إعداد الطالب مهنيا و تدريبيه على مهنة معينة. - إكساب الطالب معارف و مهارات جديدة. - رفع الروح المعنوية للفرد - إتاحة الفرصة للطالب للتقدم في الدراسة ثم العمل . - تقليل الحاجة إلى الإشراف. - النهوض بالإنتاج من حيث الكم و الكيف.
عبد النواب شرف الدين	التعليم في عصر المعلومات	مجلة التربية قطر ، عدد 105 1993	- تزويد الطالب بالمهارات و القدرات التي تساعد على أن يكون معلم نفسه بنفسه. - التغيير الاجتماعي الهادف - تزويد المجتمع بقوى فكرية تعمل على حل مشاكله. - ضمان وجود قوى عاملة مدربة تدريباً عالياً في كافة المهن في سوق العمل .
بركون كهينة	المنظومة التعليمية للإعلام و الاتصال	/	- إعداد الطلبة لحياة مهنية. - البحث العلمي. - التنشيط الثقافي و الفكري العام في المجتمع.

1- حسب ما جاء في الرسائل الجامعية:

أهداف التكوين الجامعي الاعلامي	عنوان الرسالة و نوعها	الباحث
<p>- تطوير البحث العلمي . نشر المعرفة و الثقافة سد حاجة المجتمع من الكوادر و الكفاءات دراسة مشكلات المجتمع و فهمها و تحليلها و معالجتها مواكبة الثورة المعلوماتية الإسهام في تنوير المجتمع بالتيارات الفكرية المختلفة إنتاج و نشر المعرفة لتبليغها تكوين الإطارات و تهيئهم للاضطلاع بمسؤولياتهم وفق مقتضيات التنمية توفير إطارات فنية لفهم تحولات المجتمع تنمية القرارات المعرفية للطلاب القدرة على الاندماج بسرعة في مسيرة الإنتاج .</p>	<p>واقع تكوين طلبة الدراسات العليا في الجامعات الجزائرية ماجستير 2009</p>	<p>ياسمينة خدنة</p>
<p>- اكتساب المهارات و تقوية الكفآت - الحفاظ على الإنسانية و تنميتها بنشر المعرفة - تكوين الإطارات و تهيئتهم - العمل على توثيق الروابط الثقافية بين مختلف الجامعات</p>	<p>دورالتكوين الجامعي في ترقية المعرفة العلمية ماجستير 2010</p>	<p>أسماء هارون</p>
<p>-رفع مستوى أداء الفرد عن طريق اكتسابه مهارات لازمة يستخدمها في ميدان العمل - تحقيق أهداف المتكون فيما يتعلق بالترقية أو زيادة الاجر - معالجة مشاكل الحالية و المستقبلية - التخفيف من الحاجة إلى الإشراف المباشر - اكتساب الأفراد الثقة في النفس و القدرة على التكيف و رفع معنوياتهم - تحقيق المرونة و الاستقرار من خلال المساهمة في معالجة مشاكل العمل .</p>	<p>التكوين أثناء الخدمة و دوره في تحسين أداء الموظفين داخل المؤسسة الجامعية - ماستر-2014</p>	<p>محمود بوقطب</p>

الجانب التطبيقي

شريعة يعقوبي	التكوين الجامعي المتخصص و اداء العمل الإذاعي - ماجستير 2008	-إنتاج و نشر المعرفة و تبليغها. - توفير إطارات فنية و علمية مؤهلة لفهم التحولات الخطيرة في المجتمع. - تنمية المهارات المعرفية و العملية.
--------------	---	--

4- حسب ما جاء في عروض التكوين لشعبة علوم الاعلام و الاتصال **canevas**:

المستوى	التخصص	سنة العمل بالبرنامج	أهداف التكوين
سنة ثالثة ليسانس	اتصال	2016-2017	-تقديم تكوين يمكن من الاندماج السريع والفعال في ميدان العمل -تمكين الطالب المتخرج من الاستفادة المعرفية في مجال تخصصه -تقديم تكوين عام للطالب من أجل مواصلة الدراسة والبحث في طوري الماجستير والدكتوراه -إكساب الطالب مهارات تمكنه من فهم العملية الاتصالية -المساهمة في تطوير وتحسين أداء مختلف المؤسسات -اعداد وتكوين إطارات مؤهلة علميا لتطوير المؤسسات الجزائرية من خلال عامل الاتصال -تشجيع الطلبة على البحث العلمي والمشاركة في تطوير المؤسسة من خلال عمليات التكوين والتدريب. -السعي لإكساب الطالب المعرفة العلمية المتخصصة وتطوير قدراته وتنمية مهاراته في التعامل مع الواقع الاقتصادي الجديد الذي يتسم بالمنافسة.

الجانب التطبيقي

<ul style="list-style-type: none"> - تقديم تكوين يمكن من الاندماج السريع والفعال في ميدان العمل - تمكين الطالب المتخرج من الاستفادة المعرفية في مجال تخصصه - تقديم تكوين عام للطالب من أجل مواصلة الدراسة والبحث في طوري الماجستير والدكتوراه - إكساب الطالب مهارات تمكنه من فهم الممارسة الإعلامية في بعدها النظري والمهني - المساهمة في تطوير وتحسين أداء مختلف المؤسسات الإعلامية - إعداد وتكوين إطارات مؤهلة علميا لتطوير المؤسسات الجزائرية من خلال عامل الاتصال - تشجيع الطلبة على البحث العلمي والمشاركة في تطوير المؤسسة من خلال عمليات التكوين والتدريب. - السعي لإكساب الطالب المعرفة العلمية المتخصصة وتطوير قدراته وتنمية مهاراته في التعامل مع الواقع الإعلامي الجديد الذي يتسم بالمنافسة. 	<p style="text-align: center;">-2016 2017</p>	<p style="text-align: center;">إعلام</p>	<p>سنة ثالثة ليسانس</p>
<ul style="list-style-type: none"> -تدريب الطالب على جمع و نشر المعلومات العلمية. -إعداد الطالب على خلق روابط بين الباحثين و الجمهور لتطوير الثقافة العلمية . تقديم تكوين إعلامي علمي متخصص للطالب،يقوم على فكرة أساسية مفادها أن نقص المعلومات العلمية يعرقل المشاريع و التطورات الاجتماعية و الاقتصادية 	<p style="text-align: center;">-2008 2009</p>	<p style="text-align: center;">صحافة علمية</p>	<p>سنة ثانية ماستر</p>

الجانب التطبيقي

<ul style="list-style-type: none"> - تزويد الطالب بمعلومات دقيقة حول إدارة مجال السمعى البصري المالية و الاقتصادية ،و إكسابهم مهارة التعامل مع تكنولوجيا الاعلام و الاتصال . - تعرف الطالب على مختلف الفضاءات العمومية كأماكن لتبادل الأفكار في مجال السمعى البصري ،و التعامل معها وفقا للتكنولوجيات الحديثة . 		سمعي بصري وفضاء عمومي	سنة ثانية ماستر
<ul style="list-style-type: none"> - تزويد الطالب بكل المعارف العلمية و النظرية لعلوم الاعلام و الاتصال ،و الصحافة المكتوبة . - تطوير مهارات التحليل و النقد لدى الطالب. - تطوير القدرات العلمية لدى الطالب من خلال البحوث العلمية و التريصات التكوينية. 	2010- 2011	صحافة مكتوبة و اتصال	سنة ثانية ماستر
<ul style="list-style-type: none"> - تكوين إيطارات متخصصة في ميدان السياحة و الإتصال. - تزويد الطلبة بمهارات تمكنهم من ممارسة مهنتهم في مجال السياحة و الإتصال . 	2015- 2016	اتصال سياحي	سنة ثانية ماستر
<ul style="list-style-type: none"> - إكساب مهارات اتصالية و تقوية كفاءات الطالب - تزويد الطلبة بكل المعارف العلمية و النظرية في علوم الاعلام و الاتصال. - تطوير المعارف المكتسبة في مرحلة الليسانس وفقا للتخصص. - اكتساب الطالب مهارات تمكنه من فهم الممارسات الاعلامية 		وسائل الاعلام و المجتمع	

بعد الإطلاع على أهم المراجع التي تم عرضها قمنا بدراسة تحليلية وترتيب لأهم أهداف التكوين الجامعي الإعلامي وقد صنفت بالشكل التالي :

الأهداف العلمية المعرفية

- إنتاج و نشر المعرفة وتبليغها
- تنمية القدرات المعرفية للطالب.
- تنمية معرفة و مهارات الطلاب
- إكساب الطالب معارف و مهارات جديدة.
- إتاحة الفرصة للطالب للتقدم في الدراسة ثم العمل.
- تزويد الطالب بالمهارات و القدرات التي تساعده على أن يكون معلم نفسه بنفسه
- تطوير البحث العلمي
- تنمية المهارات المعرفية و العملية
- تقديم تكوين عام للطالب من أجل مواصلة الدراسة والبحث في طوري الماجستير والدكتوراه
- إكساب الطالب مهارات تمكنه من فهم العملية الاتصالية.
- السعي لإكساب الطالب المعرفة العلمية المتخصصة وتطوير قدراته وتنمية مهاراته في التعامل مع الواقع الاقتصادي الجديد الذي يتسم بالمنافسة.
- تمكين الطالب المتخرج من الاستفادة المعرفية في مجال تخصصه.
- تقديم تكوين عام للطالب من أجل مواصلة الدراسة والبحث في طوري الماجستير والدكتوراه.
- إكساب الطالب مهارات تمكنه من فهم الممارسة الإعلامية في بعديها النظري والمهني.
- السعي لإكساب الطالب المعرفة العلمية المتخصصة وتطوير قدراته وتنمية مهاراته في التعامل مع الواقع الإعلامي الجديد الذي يتسم بالمنافسة.
- تزويد الطالب بكل المعارف العلمية و النظرية لعلوم الاعلام و الاتصال ، و الصحافة المكتوبة.
- تطوير مهارات التحليل و النقد لدى الطالب.
- تطوير القدرات العلمية لدى الطالب من خلال البحوث العلمية و الترجمات التكوينية.
- العمل على توثيق الروابط الثقافية بين مختلف الجامعات

التنمية المهنية

- إكتساب المهارات و تقوية الكفآت
- تمكين الطالب المتخرج من الاستفادة المعرفية في مجال تخصصه.
- سد حاجة المجتمع من الكوادر و الكفاءات.
- تعديل سلوكيات المتكويين و اتجاهاتهم
- إعداد الطلبة لحياة مهنية

التدريب المهني التخصصي

- تكوين إطارات متخصصة في ميدان السياحة و الإتصال
- تأهيل و إعداد كوادر مهنية جديدة
- العمل على تخريج عاملين إعلاميين ذوي طراز عالي.
- التدريب العملي للتحكم في المهنة الإعلامية.
- تزويد الطلاب بالمعرفة و المهارات اللازمة وصولا لأهداف المؤسسة الإعلامية.
- تكوين الايطارات و تهيئتهم للاضطلاع بمسؤولياتهم وفق مقتضيات التنمية.
- القدرة على الاندماج بسرعة في مسيرة الإنتاج.
- إعداد الطالب مهنيا و تدريبه على مهنة معينة.
- ضمان وجود قوى عاملة مدربة تدريبيا عاليا في كافة المهن في سوق العمل
- إعداد الطلبة لحياة مهنية
- تكوين الإطارات و تهيئتهم.
- رفع مستوى أداء الفرد عن طريق اكتسابه مهارات لازمة يستخدمها في ميدان العمل.
- تحقيق أهداف المتكويين فيما يتعلق بالترقية أو زيادة الاجر.
- تحقيق المرونة و الاستقرار من خلال المساهمة في معالجة مشاكل العمل.
- تقديم تكوين يمكن من الاندماج السريع والفعال في ميدان العمل.
- المساهمة في تطوير وتحسين أداء مختلف المؤسسات.

الجانب التطبيقي

- إعداد وتكوين إطارات مؤهلة علميا لتطوير المؤسسات الجزائرية من خلال عامل الاتصال.

- تشجيع الطلبة على البحث العلمي والمشاركة في تطوير المؤسسة من خلال عمليات التكوين والتدريب.

- تقديم تكوين يمكن من الاندماج السريع والفعال في ميدان العمل.

- المساهمة في تطوير وتحسين أداء مختلف المؤسسات الإعلامية.

- إعداد وتكوين إطارات مؤهلة علميا لتطوير المؤسسات الجزائرية من خلال عامل الاتصال.

- تشجيع الطلبة على البحث العلمي والمشاركة في تطوير المؤسسة من خلال عمليات التكوين والتدريب.

- توفير إطارات فنية و علمية مؤهلة لفهم التحولات الخطيرة في المجتمع

- تزويد الطلبة بمهارات تمكنهم من ممارسة مهنتهم في مجال السياحة و الإتصال

- تعديل سلوكيات المتكويين و اتجاهاتهم

خدمة المجتمع

- تقديم تكوين إعلامي علمي متخصص للطلاب،يقوم على فكرة أساسية مفادها أن نقص المعلومات العلمية.

- يعرقل المشاريع و التطورات الاجتماعية و الاقتصادية.

- الحفاظ على الحضارة الإنسانية و تنميتها

- توفير ايطارات فنية لفهم تحولات المجتمع

تزويد المجتمع بقوى فكرية تعمل على حل مشاكله.

- دراسة مشكلات المجتمع و فهمها و تحليلها و معالجتها.

- الإسهام في تنوير المجتمع بالتيارات الفكرية المختلفة.

- العمل على توثيق الروابط الثقافية بين مختلف الجامعات

أهداف إقتصادية

- إدارة مصادر المعلومات و تحليل و تصميم النظم
- تزويد الطالب بمعلومات دقيقة حول إدارة مجال السمعى البصرى المالية و الإقتصادية
- النهوض بالإنتاج من حيث الكم و الكيف

نشر المعرفة-الفكر-

- إنتاج و نشر المعرفة
- إنتاج و نشر المعرفة و تبليغها
- نشر المعرفة و الثقافة
- إنتاج و نشر المعرفة و تبليغها
- تدريب الطالب على جمع و نشر المعلومات العلمية
- إعداد الطالب على خلق روابط بين الباحثين و الجمهور لتطوير الثقافة العلمية
- التنشيط الثقافى و الفكرى العام فى المجتمع
- الحفاظ على الإنسانية و تنميتها بنشر المعرفة

مواكبة التطور و الثورة المعلوماتية

مواكبة الثورة المعلوماتية

- إكساب الطلبة مهارة التعامل مع تكنولوجيا الاعلام و الاتصال
- تعرف الطالب على مختلف الفضاءات العمومية كأماكن لتبادل الأفكار فى مجال السمعى البصرى ، و التعامل معها وفقا للتكنولوجيات الحديثة .

أهداف ذات بعد سياسى

- العمل على مواجهة تحديات المنطقة محليا إقليميا و جهويا و دوليا.
- بعدما قمنا بتحليل أهداف التكوين الإعلامى الأكاديمى من خلال الاعتماد على مختلف الأدبيات و المقالات العلمية ،والدراسات التطبيقية الميدانية ،و بعد القراءة المتأنية صنفنا هذه

الجانب التطبيقي

الأهداف إلى 08 أنواع ،سوف يعتمد عليها كمحاور أساسية لإستمارة البحث الاولي الخاصة بالتكوين الاعلامي.

ثم قمنا بتحليل عناصرالمتغير الثاني- الرؤية النقدية - و قد إعتمدنا على عناصر النقد الاعلامي بالدرجة الأولى في مختلف الكتب و المقالات العلمية و قد كانت النتيجة كالآتي :

2- عناصر الرؤية النقدية :

1)حسب ما جاء في الكتب :

الكتاب	معلومات عن المرجع	عناصر الرؤية النقدية
طرق و مناهج البحث العلمي	مروان عبد المجيد إبراهيم ط1- 2002، الدار العلمية الدولية للنشر و التوزيع عمان	<u>النقد الخارجي</u> : الزمن الذي كتب فيه الوثيقة . -علاقتها بما كتب في مجال نصوصها و مضامينها. -علاقتها بما كتب عنها . 1- التأكد من صدق الوثيقة من خلال إحالتها و صحة انتسابها ، و مصادرها و تاريخها و كأنها و مؤلفها الحقيقي و مصدرها الأصلي. <u>النقد الداخلي</u> : التحقق من معنى و صدق المادة الموجودة في الوثيقة.
ميادين علم الاجتماع و مناهج البحث العلمي	حسين عبد الحميد رشوان المكتب الجامعي الحديث 2004 ، الإسكندرية مصر.	<u>النقد الخارجي</u> : هوية الوثيقة، أصالة الوثيقة (صدق الوثيقة)، مصدر الوثيقة نمائها ، مكانها ، تأصلها (الأصل أو منسوخة) النقد الداخلي : دقة الحقائق ، ظروف الكتابة مدى صحة المعلومات و إثباتها ، التقويم (فهمها و شرحها).

الجانب التطبيقي

<p style="text-align: center;">النقد الداخلي و الخارجي</p>	<p>حسين عبد الحميد رشوان المكتب الجامعي الحديث ط8، 2008.</p>	<p>العلم و البحث العلمي : دراسة في مناهج العلوم</p>
<p style="text-align: center;">نقد المواد الصحفية المكتوبة:</p> <p>-نقد شامل لجميع أجزاء المواد (المقدمة ، عرض ، خاتمة.) -تسلسل الأفكار ، الترتيب و التنظيم ، الطرح. -المصدر الأصلي (الجريدة أو المجلة). -العناصر البارزة و المخفية. -شكل الكتابة (قالب الكتابة)</p>	<p>حسن أحمد الشافعي 2016 ، مصر.</p>	<p>النقد في التربية البدنية و الرياضية</p>
<p>النقد الخارجي : نقد التصحيح : التحقق من مصدر الوثيقة نقد المصدر : التعرف على المصدر ، المؤلف ، الزمان، دراسة الخط ، فحص الوقائع ، معرفة مصادر الاستناد استقصاء و فحص اقتباسات المؤلفين الآخرين. النقد الداخلي:النقد الداخلي الايجابي : حقيقة المعاني و دلالة كل معنى. النقد الداخلي السلبي : معرفة ظروف و ملاسبات و دوافع التي دفعت صاحب الوثيقة تحلي الصدق أو التحريف و التزييف.</p>	<p>محمود عبد الحليم منسي دار المعرفة الجامعية 2006 الإسكندرية مصر.</p>	<p>مناهج البحث العلمي في المجالات التربوية و النفسية</p>

الجانب التطبيقي

<p>-التعرف على شخصية الكاتب ، طريقة الكتابة ، معاصرة الكاتب للأحداث ، موضوعية الكاتب وعدم تأثره بالأحداث.</p>		
<p>- النقد للتحقق من معنى الألفاظ و من قصد المؤلف لما كتبه إلى جانب تحليل الظروف المجتمعية المختلفة.</p>	<p>رامي عطا صديق العربي للنشر و التوزيع.</p>	<p>دراسات في الإعلام المنهج التاريخي في البحوث الصحفية.</p>
<p>- النقد الخارجي للصحيفة : الإحاطة الشاملة بالمناخ السياسي و الاقتصادي و الاجتماعي و الثقافي و الإعلامي أثناء فترة صدور الصحيفة. - النقد الداخلي : رصد كل ما يتعلق بالصحيفة من حيث البعد المكاني ، الزماني ، الاقتصادي ، السياسي ، الإعلامي ، التكنولوجي.البشري.</p>	<p>عواطف عبد الرحمن دار الفكر العربي 1995 ، القاهرة</p>	<p>هموم الصحفيين و الصحافة</p>
<p>دراسة لغة النص و الاعتماد على المستوى المجال و الشكل .</p>	<p>مناهج النقد المعاصر ، إفريقيا الشرق 2002.</p>	<p>صلاح فضل</p>
<p>نقد الأصول : -تعيين شخصية المؤلف و تحديد زمن التدوين و مكانه. -تحري نصوص الأصول و تحديد العلاقة بينهما. *النقد الباطني الايجابي : -إدراك المعنى الحقيقي للنص و معرفة عرض</p>	<p>منهج البحث التاريخي دار المعرفة 2000 ط08</p>	<p>حسن عثمان</p>

الجانب التطبيقي

<p>المؤلف لما كتبه.</p> <p>- التحليل و التفسير الايجابي.</p> <p>* النقد الباطني السلبي :</p> <p>- التشكيك في حقائق النصوص.</p> <p>- الإثبات العلمي لأية حقيقة تاريخية عن طريق شهود عيان.</p> <p>- تجزئ النص لنقده.</p>		
<p>1- فهم الرواية : النوع ، الرؤية السردية (الخلف، الأمام، الجانب) الشخصيات ، الكلام.</p> <p>2- تفسير الرواية : علاقة بنية النص مع البنى الفكرية السائدة في المجتمع.</p>	<p>النقد العربي الجديد : مقارنة في نقد النقد ، الدار العربية للعلوم ناشرون ، 2010 ط1 الجزائر</p>	<p>عمر عيلان</p>
<p>نقد المبني : الألفاظ ، المادة ، القالب ، الجمل و صياغتها</p> <p>نقد المعنى : البلاغة ، الأسلوب.</p>	<p>نظرية النقد ، وزارة الثقافة ، دمشق 2001</p>	<p>محمد كامل الخطيب</p>
<p>-المعلومات المشكلة للمادة ، مصادر المعلومات ، أسلوب معالجة المعلومات.</p>	<p>إشكالية المنهج في النقد العربي المعاصر دار طيبة للنشر و التوزيع ، 2004.</p>	<p>سمير سعيد حجازي</p>
<p>1-الاتصاق بالنص و تناوله داخليا :</p> <p>فحص المكونات و البنى التي تحضن المعنى ، و التعرف على القنوات التي مر</p>		<p>حسين خمري</p>

الجانب التطبيقي

سرديات النقد في تحليل آليات الخطاب النقدي المعاصر ، دار الأمان ، الرباط ط1 2011.	بها المعنى و طرائق تشكيله و عرضه. 2-تناول دلالات التشكيلات لأن ترتيب النص بكيفية يعني محاولة إبراز قضية جوهرية لا يريد صاحب النص الإفصاح عنها بطريقة مباشرة.
--	---

2-حسب ما جاء في المقالات العلمية

الكاتب	العنوان	المجلة	عناصر النقد
سعيد يوسف	المنهج التاريخي	جامعة النجاح الوطنية فلسطين 2012	التأكد من زمن الوثيقة ومكانها وشخصية كاتبها وبيان شكلها الأصلي، وتفسير اللغة التي كتبت بها وهل هي صحيحة، تحديد الظروف التي كتبت بها الوثيقة. تحليل كفاءة المؤلف و استقلاليتة، و الواقع النفسي له، التأكد من أصالة الوثيقة. 1)النقد الخارجي:التحقق من صحة الوثائق من حيث انتسابها إلى أصحابها. 2)النقد الداخلي:التحقق من معنى الكلام الموجود في الوثيقة من خلال ما يعينه المؤلف من كل كلمة أو عبارة - تحديد الظروف التي أنتجت فيها الوثيقة - الإلمام بلغة كتابة الوثيقة.
محمود الفرماوي	المنهج التاريخي في البحث العلمي	/	النقد الخارجي:زمن الكتابة- الظروف المحيطة بالوثيقة - ترتيب أجزاء الوثيقة - تناقض في الوثيقة - مقارنة معلومات الوثيقة مع معلومات أخرى في نفس السياق النقد الداخلي: خط الكتابة مدى محاكاة معلومات

الجانب التطبيقي

وثيقة العصر مدى تأهيل المؤلف للكتابة			
طرح المشاكل و الموضوعات الواردة معرفة طرق الاستقصاء و الحاجة المنطقية		مفهوم وفلسفة التفكير النقدي في الإعلام	سفران سفر المقامي
صحة المضمون الإعلامي المصادر المعتمد عليها المنهجية في تشخيص و فهم وعي القارئ التركيز على هموم المجتمع والانطلاق منها خبرة ومهارة فريق العمل الحبك الجيد والتناغم للمعروض الإعلامي توقيت المعروض الإعلامي الإبداع في العرض والزوايا المثارة الآليات الفاعلة والمناسبة لقياس جودة أداء العمل الصحفي	صحيفة الشرق عدد 45 صفحة 16 بتاريخ /08/03 2015		هشام قريان
التحليل: تفكيك رسائل المضمون الإعلامي المقارنة: بين الرسالة الإعلامية بما لديها من معلومات وحقائق التقويم: الحكم وفق معايير ثابتة (معايير شكلية) (النوع،المصدر)،ضمنية (موافقة محتوى الرسالة والحقائق العلمية،معتقدات المتلقي،قيم المشاهد) الصياغة التجريدية: بناء وصف مختصر للفكرة المتضمنة كما فهمها المتلقي		المناهج الدراسية وتنمية ملكات النقد لوسائل الإعلام المؤتمر الأول للتربية الإعلامية، السعودية 2007	راشد حسين العبد الكريم

الجانب التطبيقي

تقييم مضمون الخطاب الإعلامي وشكله وأسلوبه ووسائله الإعلامية وتبيان جوانب القوة والضعف ثم الحكم على المادة الإعلامية وتبيان جوانب القوة و الضعف ثم الحكم على المادة الإعلامية و بيان درجة فاعليتها على الجمهور المستهدف		النقد الإعلامي	خالد بن فيصل القرم
معايير النقد الإعلامي السمعي البصري . نوع الرسالة ، الوسيلة ، هدف الرسالة ، الجانب البارز في الرسالة ،	الحوار المتمدن العدد 3330 8 أبريل 2011	أزمة النقد الإعلامي التلفزيون العربي	توفيق حميد كاطع
الجمهور المستهدف و رؤيته النقدية للمضمون الإعلامي. أدوات منهجيته و معرفته للنقد. سياق المادة الإعلامية نقد الشكل الجمالي (الصوت ، الصورة ، الأسلوب)	/	الملاحق الإعلامية ليست نقدا إعلاميا	يحيى اليحياوي

بعد قراءتنا لعناصر الرؤية النقدية صنفنا مختلف العناصر المتحصل عليها إلى

قسمين: عناصر النقد الداخلي،عناصر النقد الخارجي كالآتي:

1- النقد الداخلي :

- التحقق من معنى و صدق المادة الموجودة في الوثيقة.

- دقة الحقائق.

- صحة المعلومات.

- تسلسل الأفكار.

- الترتيب ، التنظيم و الطرح.

- المصدر الأصلي (الجريدة أو المجلة)
- العناصر البارزة و الخفية.
- شكل الكتابة (قالب الكتابة).
- معرفة ظروف و ملابسات و دوافع الصدق أو التحريف.
- موضوعية الكاتب و عدم تأثره بالأحداث.
- التحقق من معنى الألفاظ.
- قصد المؤلف لما كتبه.
- الظروف الكتابية المجتمعية المختلفة.
- إدراك المعنى الحقيقي للنص.
- التحليل و التفسير الإيجابي.
- التشكيك في الحقائق.
- نقد المعنى : البلاغة و الأسلوب.
- أسلوب المعالجة للمعلومات.
- فحص مكونات و بنى النص.
- طرق الاستقصاء و المحاجة المنطقية.
- تفكيك رسائل المضمون الإعلامي.

2- النقد الخارجي :

- الزمن الذي كتبت فيه الوثيقة.
- علاقتها بما كتب في مجال نصوصها و مضامينها.
- علاقتها بما كتب عنها .
- هوية الوثيقة.
- أصالة الوثيقة.
- المكان الذي كتبت فيه الوثيقة.

- تأصلها (الأصل أو المنسوخة).
- نقد شامل لجميع أجزاء الرسالة الإعلامية (م.ع.خ).
- نقد التصحيح : التحقق من مصدر الوثيقة.
- التعرف على المؤلف ، الزمن ، دراسة الخط ، فحص الوقائع.
- التعرف على شخصية الكاتب.
- طريقة الكتابة.
- معاصرة الكاتب للأحداث.
- الإحاطة الشاملة بالمناخ السياسي و الاقتصادي و الاجتماعي و الثقافي و الإعلامي أثناء صدور المادة الإعلامية .
- تجزئ النص لنقده (فهم النص).
- النوع ، الرؤية السردية (الخلف ، الأمام ، الجانب).
- شخصيات ، الكلام.
- نقد المبني : الألفاظ ، المادة ، القالب ، الجمل و صياغتها .
- المنهجية في فهم وعي القارئ.
- التركيز على هموم المجتمع و الانطلاق منها.
- خبرة و مهارة فريق العمل.
- الحبكة الجيد و التناغم للمعروض الإعلامي.
- الجمهور المستهدف و رؤيته النقدية للمضمون الإعلامي.
- سياق المادة الإعلامية.
- نقد الشكل الجمالي (الصوت، الصورة ، الأسلوب).
- صدق الوثيقة :
- صحة انتسابها إلى مؤلفها.
- مصادرها .

- صحة المعلومات.
- إثباتها.
- تقويمها (فهمها و شرحها).
- التعرف على مصادر الاستناد.
- استقصاء و فحص اقتباسات المؤلفين الآخرين.
- حقيقة المعاني و دلالة كل معنى.
- تحري النصوص و الأصول و تحديد العلاقة بينهما.
- التشكيك في الحقائق في الرسالة الإعلامية .
- الإثبات العلمي لأية حقيقة تاريخية عن طريق شهود العيان.

التقويم :

- الحكم وفق معايير ثابتة:
- 1- معايير شكلية (النوع ، المصدر).
- 2- معايير ضمنية (موافقة محتوى الرسالة و الحقائق العلمية ، معتقدات المتلقي ، قيم المشاهد)

- الصياغة التجريدية : بناء وصف مختصر للفكرة المتضمنة كما فهمها المتلقي.

2-2: المرحلة الثانية: وقد تمت في هذه المرحلة إقترح جملة من المحاور التي يمكن من خلالها تحديد الإستبيان المتعلق بالدراسة التي نحن بصدد التحضير لها، وعرضه على الأساتذة من أجل تحكيمه، حيث قمنا بتوزيع المحاور و عبارات الإستبيان على 7 أساتذة محكمين مرفوفة العملية بطلب تحكيم¹ يحوي الهدف من هذه العملية و ما هو الدور المنوط بهم في هذه المرحلة، وهو معرفة مدى ملائمة و تمثيل هذه المحاور و العبارات لمتغيرات البحث الأساسية، وإن كانت تشمل جميع حيثيات السمة المراد دراستها من أجل الوصول إلى

1- أنظر إلى الملاحق، الملحق رقم (01) شكل إستمارة التحكيم

الجانب التطبيقي

أداة تكون مجدية لا بد الا تقل درجات الاتفاق عن 80%¹، أما إذا لم ترتقي نسبة الموافقة فيها إلى هذه النسبة يتم حذفها من الاستبيان، كما تم كذلك تعديل العبارات التي تم التأشير عليها من قبل المحكمين.²

2-3: مرحلة الاتساق الداخلي: في هذه المرحلة يتم حساب معامل الارتباط البسيط بيرسون بين كل عبارة والدرجة الكلية لكل محور وهذا من أجل معرفة مدى دلالة كل عبارة في كل محور ،حتى يتم حذفها أو تركها،بعد توزيع الإستبيان على 30 مفردة من العينة التي أستبعدت من الدراسة الأساسية.

1- صدق الاتساق الداخلي للمحاور الأداة:

صدق المحور مع الاداة التي ينتمي اليها

1-التكوين الاعلامي الأكاديمي:

المحاور	قيمة (ر) الجدولية	نوع الدلالة	العينة
الأهداف العلمية المعرفية	0.742*	دال إحصائيا	30
التنمية المهنية والتدريب المهني	0.587*	دال إحصائيا	30
أهداف خدمة المجتمع	0.570*	دال إحصائيا	30
أهداف نشر المعرفة	0.611*	دال إحصائيا	30
أهداف اقتصادية	0.625*	دال إحصائيا	30
مواكبة التطور والثورة المعرفية	0.963	غير دال إحصائيا	30
أهداف سياسية	0.159	غير دال إحصائيا	30

جدول رقم (04): يوضح صدق الإتساق الداخلي لمحاور أداة التكوين الإعلامي

¹-وهو مؤشر لمعرفة مدى توافق آراء معظم المحكمين على كل بند من بنود الاستمارة.

²-انظر إلى الملاحق الملحق رقم(02)لمعرفة شكل الاستبيان بعد التحكيم.

الجانب التطبيقي

من خلال نتائج الجدول الذي يظهر لنا صدق الاتساق الداخلي لمحاور أداة التكوين الاعلامي يتبين لنا أن المحاور لها اتساق داخلي جيد بينها وبين الأداة التي تنتمي اليها عند مستوي الدلالة 0.05 و 0.01 .

ماعدًا المحوريين الأخيرين (السادس و السابع) اللذان أظهرت النتائج أنهما غير دالين إحصائياً وبالتالي ليس لهما اتساق داخلي .

من خلال ما تقدم نستنتج أن أداة التكوين الاعلامي الأكاديمي أصبح عدد محاورها خمسة محاور دالة إحصائياً يتم اعتمادها في الدراسة الأساسية بعد إستبعاد محوري: مواكبة التطور و الثورة المعرفية ،ومحور الأهداف السياسية .

ثبات أداة التكوين الإعلامي الأكاديمي :

عدد المحاور	قيمة ألفا كرومباخ
5	0.671

جدول رقم (05): يبين ثبات أداة التكوين الإعلامي

يبين الجدول أعلاه قيمة معامل الثبات المحسوب بطريقة ألفا كرونباخ لمحاور استبيان التكوين الاعلامي الأكاديمي ، و قد أظهرت النتائج وجود ثبات جيد بما أن قيمة الثبات فاقت 0.50 وبالتالي يتم قبول اداة التكوين الاعلامي الأكاديمي

2- الرؤية النقدية الاعلامية :

صدق المحاور مع الأداة ككل :

المحاور	قيمة (ر) الجدولية	نوع الدلالة	العينة
التعامل مع المضمون الإعلامي	0.630*	دال إحصائياً	30
التصور الذهني للمضمون الاعلامي	0.930*	دال إحصائياً	30
تقييم المضمون الاعلام	0.851*	دال إحصائياً	30

جدول رقم (06): يوضح صدق الإتساق الداخلي لمحاور أداة الرؤية النقدية

الجانب التطبيقي

من خلال نتائج الجدول الذي يظهر لنا صدق الاتساق الداخلي لمحاور أداة الرؤية النقدية الإعلامية يتبين لنا أن كل المحاور لها إتساق داخلي جيد بينها وبين الأداة التي تنتمي إليها عند مستوي الدلالة 0.05 و 0.01 .

من خلال ما تقدم نستنتج أن أداة الرؤية النقدية الإعلامية جميع محاورها دالة إحصائياً يتم إعتماؤها في الدراسة الأساسية .

ثبات الرؤية النقدية الإعلامية :

عدد المحاور	قيمة ألفا كرومباخ
3	0.738

جدول رقم (07): يبين ثبات أداة الرؤية النقدية

يبين الجدول أعلاه قيمة معامل الثبات المحسوب بطريقة ألفا كرونباخ لمحاور إستبيان الرؤية النقدية الإعلامية ، و قد أظهرت النتائج وجود ثبات جيد بما أن قيمة الثبات فاقت 0.50 وبالتالي يتم قبول أداة الرؤية النقدية الإعلامية .

- صدق الاتساق الداخلي لمحاور أداة التكوين الأكاديمي الإعلامي:

المحور الأول : أهداف علمية معرفية

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ر) الجدولية	نوع الدلالة
دال إحصائياً	0.419*	,50401	1,5667	1- ساعدك التكوين الجامعي على معرفة الحقائق
غير دال إحصائياً	0.160	,674660	1,4000	2- المعارف و المعلومات التي اكتسبتها أثناء تكوينك ساعدتك على تنظيم أفكارك
غير دال إحصائياً	0.199	,466090	1,3000	3- تميز بين أجزاء الرسالة الإعلامية بفضل ما تلقته خلال تكوينك
غير دال إحصائياً	0	,000000	1,0000	4- تتمكن من تصنيف مواضيع الرسائل الإعلامية المختلفة :سياسي ،اجتماعي

الجانب التطبيقي

				اقتصادي، ثقافي
دال إحصائيا	0.543*	,520830	1,9333	5- تتعرف على مصدر الرسالة الاعلامية من خلال مضمونها
دال إحصائيا	0.619*	,490130	1,3667	6- ساعدك تكوينك الإعلامي على تنمية قدراتك اللغوية
دال إحصائيا	0.700*	,668680	1,6333	7- تستطيع إنتاج أي موضوع في الإعلام: مكتوب، مسموع، سمعي بصري
دال إحصائيا	0.687*	,674660	1,6000	8- من خلال تكوينك الإعلامي تستطيع كإعلامي توصيل الرسالة الإعلامية كما ينبغي إلى الجمهور
دال إحصائيا	0.531*	,571350	1,8667	9- المواد البيداغوجية التحليلية: تحليل الخطاب، تحليل المضمون، تحليل الوثائق تساعدك على فك شفرات الرسائل الإعلامية

جدول رقم (08): يوضح قيم معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة ومحور أهداف

علمية معرفية

من خلال نتائج الجدول الذي يظهر لنا صدق الإتساق الداخلي لمحور الأهداف العلمية المعرفية يتبين لنا أن أسئلة المحور لها إتساق داخلي جيد بينها وبين المحور الذي تنتمي إليه عند مستوي الدلالة 0.05 و 0.01

ماعدا السؤال الثاني والثالث والرابع الذي أظهرت النتائج أن العبارات غير دالة إحصائيا وبالتالي ليس لها إتساق داخلي .

من خلال ما تقدم نستنتج أن محور الاهداف العلمية المعرفية أصبح عدد أسئلتها ستة أسئلة دالة إحصائيا يتم إعتماها في الدراسة الأساسية.

الجانب التطبيقي

ثبات المحور الأول : أهداف علمية معرفية

عدد العبارات	قيمة ألفا كرومباخ
9	0.524

جدول رقم (09): يمثل ثبات محور الأهداف العلمية المعرفية

قمنا بحساب معامل ألفا كرومباخ للمحور الأول، وأظهرت النتائج وجود ثبات جيد بما أن

قيمة الثبات فاقت 0.50

وبتالي يتم قبول المحور الأول والمتمثل في أهداف علمية معرفية.

المحور الثاني: التنمية المهنية و التدريب المهني

العينة	نوع الدلالة	قيمة (ر) الجدولية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
30	دال إحصائياً	0.498*	,820010	2,5000	1- تقوم بدورات تدريبية إعلامية
30	دال إحصائياً	0.597*	,711970	2,1000	2- أنت على تواصل دائم بمجريات الساحة الإعلامية
30	دال إحصائياً	0.619*	,682290	2,5000	3- تقوم بتريصات ذات مستوى عال في المؤسسات الإعلامية
30	دال إحصائياً	0.895*	,915390	2,3000	4- تحتك بإعلاميين معروفين لاكتساب الخبرة المهنية
30	دال إحصائياً	0.828*	,932180	2,4000	5- تشارك في ورشات العمل الإعلامي
30	دال إحصائياً	0.622*	,886680	2,2000	6- موضوع إنتاجك الإعلامية يكون حول إحدى الرسائل الإعلامية المعروضة
30	دال إحصائياً	0.792*	,761120	1,8000	7- تدريبك الصحفي أثناء تربصك المهني ساعدك على فهم العملية الإعلامية و الاتصالية

الجانب التطبيقي

30	دال إحصائياً	0.369*	,547720	2,1000	8- خبرتك تؤهلك لأن تكشف طرق المحاجة و الاستقصاء في الرسالة الإعلامية
30	دال إحصائياً	0.651*	,639680	1,9333	9- من خلال ممارستك المهنية تستطيع التعرف على المعنى الحقيقي للمضمون الإعلامي

جدول رقم (10): يوضح قيم معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة ومحور أهداف

التنمية المهنية و التدريب المهني

يتضح لنا جليا من خلال الجدول أعلاه، صدق الاتساق الداخلي لمحور التنمية المهنية و التدريب المهني .حيث يتبين لنا أن أسئلة المحور كلها لها اتساق داخلي جيد بينها وبين المحور الذي تنتمي اليه عند مستوي الدلالة 0.05 و 0.01 . و عليه نستنتج أن محور أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني كل أسئلته دالة إحصائياً يتم اعتمادها في الدراسة الاساسية.

ثبات المحور الثاني: أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني

عدد العبارات	قيمة ألفا كرومباخ
9	0.848

جدول رقم (11): يمثل ثبات محور أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني

عند حساب معامل ألفا كرومباخ للمحور الثاني ،أظهرت النتائج وجود ثبات جيد بما أن قيمة الثبات فاقت 0.50

وبتالي يتم قبول المحور الثاني والمتمثل في أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني .

الجانب التطبيقي

المحور الثالث: أهداف خدمة المجتمع:

العينة	نوع الدلالة	قيمة (ر) الجدولية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
30	دال إحصائياً	0.539*	,430180	1,2333	1- تكوينك الإعلامي يعطيك فكرة حول خصوصية المجتمع
30	دال إحصائياً	0.839*	,682290	1,5000	2- تكوينك الإعلامي يعطيك فكرة حول تركيبة المجتمع
30	دال إحصائياً	0.371*	,406840	1,2000	3- تكوينك الإعلامي يعطيك فكرة حول توجهات المجتمع
30	دال إحصائياً	0.705*	,610260	1,2000	4- تكوينك الإعلامي يعطيك فكرة حول اهتمامات المجتمع
30	دال إحصائياً	0.705*	,305130	1,1000	5- تكوينك الإعلامي يعطيك فكرة حول المشاكل التي يعاني منها المجتمع
30	دال إحصائياً	0.639*	,651260	1,7000	6- تكوينك الإعلامي يسمح لك بتحليل ظواهر المجتمع
30	دال إحصائياً	0.676*	,547720	1,9000	7- ما يطرح من رسائل إعلامية يساعد على تنمية الفكر في المجتمع
30	غير دال إحصائياً	0.179	,498270	1,4000	8- المضامين الإعلامية لها دور في معالجة مشاكل المجتمع
30	غير دال إحصائياً	0.315	,718400	1,9667	9- أثناء ممارساتك الإعلامية يكون المجتمع موضوع معالجتك الصحفية

جدول رقم (12): يوضح قيم معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة ومحور أهداف خدمة

المجتمع

الجانب التطبيقي

نلاحظ من خلال الجدول صدق الاتساق الداخلي لمحور أهداف خدمة المجتمع. حيث يتبين لنا أن أسئلة المحور لها اتساق داخلي جيد بينها وبين المحور الذي تنتمي إليه عند مستوى الدلالة 0.05 و 0.01

ماعدًا السؤال الثامن و التاسع الذي أظهرت النتائج أن العبارات غير دالة احصائياً وبالتالي ليس لها اتساق داخلي .

من خلال ما تقدم نستنتج أن محور أهداف خدمة المجتمع أصبح عدد أسئلته سبعة أسئلة دالة احصائياً يتم اعتمادها في الدراسة الأساسية.

ثبات المحور الثالث: أهداف خدمة المجتمع

عدد العبارات	قيمة ألفا كرومباخ
9	0.614

جدول رقم (13): يمثل ثبات مجرأهداف خدمة المجتمع

عند حساب معامل ألفا كرومباخ للمحور الثالث، أظهرت النتائج وجود ثبات جيد بما أن قيمة الثبات فاقت 0.50 وبالتالي يتم قبول المحور الثالث و المتمثل في أهداف خدمة المجتمع .

الجانب التطبيقي

المحور الرابع: أهداف نشر المعرفة:

العينة	نوع الدلالة	قيمة (ر) الجدولية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
30	دال إحصائياً	0.499*	,784920	1,7333	1- تقوم بدراسة تحليلية للمجتمع المتلقي.
30	دال إحصائياً	0.482*	,626060	1,7667	2- رسائلك الإعلامية ترتبط بفئة معينة.
30	دال إحصائياً	0.744*	,773850	1,7667	3- تستطيع التنوع في إنتاجياتك الإعلامية لموضوع واحد بحيث يفهمه كل مستويات المجتمع.
30	دال إحصائياً	0.400*	,507420	1,4667	4- تستطيع أن تنتج رسائل إعلامية تكون موجهة و لها مغزى.
30	غير دال إحصائياً	0.340	,379050	1,1667	5- أثناء ممارستك الإعلامية كصحفي تراعي المستوى المعرفي للمتلقي .
30	دال إحصائياً	0.388*	,764890	1,6333	6- مكان و زمان بث الرسالة الاعلامية يساعدك على التأكد من مصداقية المضمون الاعلامي.

جدول رقم (14) يوضح قيم معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة ومحور أهداف نشر

المعرفة

من خلال نتائج الجدول الذي يظهر لنا صدق الاتساق الداخلي لمحور أهداف نشر المعرفة يتبين لنا أن أسئلة المحور لها إتساق داخلي جيد بينها وبين المحور الذي تنتمي اليه عند مستوي الدلالة 0.05 و 0.01 .

ماعدا السؤال الخامس الذي أظهرت النتائج أن العبارة غير دالة إحصائياً وبالتالي ليس لها إتساق داخلي .

الجانب التطبيقي

من خلال ما تقدم نستنتج أن محور أهداف نشر المعرفة أصبح عدد أسئلته خمسة أسئلة دالة إحصائياً يتم اعتمادها في الدراسة الأساسية.

ثبات المحور الرابع: أهداف نشر المعرفة

عدد العبارات	قيمة ألفا كرومباخ
6	0.390

جدول رقم (15): يمثل ثبات محور أهداف نشر المعرفة

عند حساب معامل ألفا كرومباخ للمحور الثالث، أظهرت النتائج وجود ثبات جيد وبالتالي يتم قبول المحور الرابع و المتمثل في أهداف خدمة المجتمع .

المحور الخامس: أهداف إقتصادية

العينة	نوع الدلالة	قيمة (ر) الجدولية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
30	دال إحصائياً	0.497*	,610260	1,8000	1- إهتماماتك الإقتصادية تدفعك دوما للعمل في هذا المجال.
30	دال إحصائياً	0.878*	,643270	2,0000	2- أخبار السوق الإقتصادية تكون مصدرا لإنتاجاتك الإعلامية.
30	دال إحصائياً	0.684*	,668680	1,6333	3- تلجأ إلى المقارنة بين المعطيات كحجج و براهين أثناء ممارساتك الاعلامية الإقتصادية.
30	دال إحصائياً	0.500*	,868340	1,7333	4- تنظر إلى العمل الإعلامي بأنه وظيفة تمارس لكسب العيش.
30	غير دال إحصائياً	0.306	,571350	1,4667	5- تنظر إلى العمل الإعلامي بأنه رسالة يجب أن تقوم بها

الجانب التطبيقي

30	دال إحصائياً	0.698*	,698930	1,8333	6- تنظر إلى العمل الإعلامي بأنه يساهم في حل المشكلات الاقتصادية
30	غير دال إحصائياً	0.352	,504010	1,5667	7- تنظر إلى العمل الإعلامي بأنه يساهم في المساعدة على تحليل سوق العمل.
30	غير دال إحصائياً	0.154	,568320	2,5667	8- تقوم بكتابة موضوع له مصدر و يضر بالاقتصاد الوطني.

جدول رقم (16): يوضح قيم معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة ومحور الأهداف

الإقتصادية

من خلال نتائج الجدول الذي يظهر لنا صدق الاتساق الداخلي لمحور الأهداف الإقتصادية يتبين لنا أن أسئلة المحور لها اتساق داخلي جيد بينها وبين المحور الذي تنتمي اليه عند مستوي الدلالة 0.05 و 0.01 ماعدا السؤال الخامس و السابع و الثامن الذي أظهرت النتائج أن العبارات غير دالة إحصائياً وبالتالي ليس لها اتساق داخلي . من خلال ما تقدم نستنتج أن محور الأهداف الإقتصادية أصبح عدد أسئلتها خمسة أسئلة دالة إحصائياً يتم اعتمادها في الدراسة الأساسية.

ثبات المحور الخامس: الأهداف الإقتصادية

عدد العبارات	قيمة ألفا كرومباخ
8	0.668

جدول رقم (17): يمثل ثبات محور الأهداف الإقتصادية

عند حساب معامل ألفا كرومباخ للمحور الخامس، أظهرت النتائج وجود ثبات جيد وبالتالي يتم قبول المحور الخامس و المتمثل في أهداف إقتصادية .

الجانب التطبيقي

صدق الاتساق الداخلي لمحاور أداة التكوين الأكاديمي الإعلامي:

المحور الأول: التعامل مع المضمون الاعلامي

العينة	نوع الدلالة	قيمة (ر) الجدولية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
30	دال إحصائيا	0.215	,466090	1,3000	1- تتعرف على موضوع المضمون الإعلامي من الوهلة الأولى
30	دال إحصائيا	0.490*	,498270	1,4000	2- تحدد دوافع معالجة الموضوع إعلاميا
30	دال إحصائيا	0.795*	,466090	1,3000	3- تتعرف على الجمهور المستهدف للمضمون الإعلامي
30	دال إحصائيا	0.571*	,406840	1,2000	4- تحدد المرسل الحقيقي لهذا المضمون الإعلامي
30	غير دال إحصائيا	0.189	,498270	1,6000	5- تستطيع التعرف على السياسة التحريرية للمضمون الاعلامي
30	غير دال إحصائي	0.322	,466090	1,3000	6- تتأكد من صحة المعلومات
30	غير دال إحصائيا	0.065	,682290	1,5000	7- تقوم بنقد القائم بالاتصال
30	غير دال إحصائيا	0.151	,466090	1,3000	8- تقوم بنقد المضمون
30	دال إحصائيا	0.150	,547720	1,9000	9- تتعامل مع المضمون الإعلامي من ناحية النقد لشكله
30	دال إحصائيا	0.074	,490130	1,3667	10- تتعامل مع المضمون الإعلامي من ناحية الجوهر
30	دال إحصائيا	0.580*	,770130	1,6000	11- تستخلص النتائج من خلال تعرضك للمضمون الإعلامي

الجانب التطبيقي

30	دال إحصائيا	0.453*	,305130	1,1000	12- تتعامل مع المضمون الإعلامي مراعي الأخلاق المهنية
30	دال إحصائيا	0.463*	,508550	1,5000	13- تكتشف الأساليب الإقناعية الواردة في المضمون الإعلامي
30	دال إحصائيا	0.571*	,406840	1,2000	14- تحدد تأثير المضمون الإعلامي على الجمهور
30	دال إحصائيا	0.637*	,466090	1,3000	15- تتفاعل مع المضامين الإعلامية المتعرض لها

جدول رقم (18): يوضح قيم معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة ومحور التعامل مع

المضمون الإعلامي

نلاحظ من خلال الجدول صدق الاتساق الداخلي لمحور التعامل مع المضمون الاعلامي ،حيث يتبين لنا أن أسئلة المحور لها اتساق داخلي جيد بينها وبين المحور الذي تنتمي اليه عند مستوي الدلالة 0.05 و 0.01 .

ماعدا السؤال الخامس و السادس و الثامن و التاسع و العاشر الذي أظهرت النتائج أن العبارات غير دالة احصائيا وبتالي ليس لها اتساق داخلي .

من خلال ما تقدم نستنتج أن محور التعامل مع المضمون الاعلامي أصبح عدد أسئلته عشرة أسئلة دالة احصائيا يتم اعتمادها في الدراسة الاساسية.

ثبات المحورالأول:التعامل مع المضمون الاعلامي:

عدد العبارات	قيمة ألفا كرومباخ
15	0.318

جدول رقم (19): يمثل ثبات مجور التعامل مع المضمون الإعلامي

عند حساب معامل ألفا كرومباخ للمحور الأول ،أظهرت النتائج وجود ثبات وبتالي يتم قبول المحور الأول و المتمثل في التعامل مع المضمون الاعلامي .

الجانب التطبيقي

المحور الثاني : التصور الذهني للمضمون الاعلامي

العينة	نوع الدلالة	قيمة (ر) الجدولية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
30	دال إحصائيا	0.408*	,406840	1,2000	1- تتساءل عن هدف المضمون الإعلامي
30	غير دال إحصائيا	0.326	,651260	1,3000	2- تتعرف عن الهدف الخفي للمضمون الإعلامي
30	دال إحصائيا	0.4.8*	,406840	1,2000	3- يستطيع المضمون الإعلامي أن يزيل غموضك حول الموضوع
30	دال إحصائيا	0.646*	,761120	1,8000	4- تتغير وجهة نظرك حول الموضوع بعد تعرضك له
30	دال إحصائيا	0.727*	,794380	1,7000	5- أفكارك المسبقة لموضوع المضمون الإعلامي تساعدك على نقده
30	دال إحصائيا	0.554*	,674660	1,4000	6- تتذكر الموضوع الإعلامي المتعرض له في مواقف أخرى
30	دال إحصائيا	0.650*	,466090	1,3000	7- تصوراتك الأولية للموضوع الإعلامي تدفعك للتعرض له
30	دال إحصائيا	0.760*	,682290	1,5000	8- تتساءل عن مدى تسلسل أفكار الموضوع الإعلامي
30	دال إحصائيا	0.882*	,498270	1,4000	9- تقارن بين معلوماتك الشخصية حول الموضوع الإعلامي مع المعلومات المتعرض لها
30	غير دال إحصائيا	0.226	,466090	1,3000	10- تميزك بين الخبر و الرأي يدفعك لزيادة اهتمامك بالمضمون الإعلامي

الجانب التطبيقي

30	دال إحصائيا	0.698*	,698930	1,8333	11- تستطيع أن تكتشف مواقع التضليل في المضمون الإعلامي
30	دال إحصائيا	0.556*	,628810	1,5333	12- تستطيع أن تكتشف مواقع التهويل في المضمون الإعلامي

جدول رقم (20): يوضح قيم معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة ومحور التصور

الذهني للمضمون الإعلامي

من خلال نتائج الجدول الذي يظهر لنا صدق الاتساق الداخلي لمحور التصور الذهني للمضمون الاعلامي، يتبين لنا أن أسئلة المحور لها اتساق داخلي جيد بينها وبين المحور الذي تنتمي إليه عند مستوي الدلالة 0.05 و 0.01 .

ماعدًا السؤال الثاني و العاشرالذي أظهرت النتائج أن العبارة غير دالة احصائيا وبالتالي ليس لها اتساق داخلي .

من خلال ما تقدم نستنتج أن محور التصور الذهني للمضمون الاعلامي أصبح عدد أسئلته عشرة أسئلة دالة إحصائيا يتم اعتمادها في الدراسة الاساسية. ثبات المحور الثاني: التصور الذهني للمضمون الاعلامي :

عدد العبارات	قيمة ألفا كرومباخ
12	0.814

جدول رقم (21): يمثل ثبات محور التصور الذهني للمضمون الإعلامي

عند حساب معامل ألفا كرومباخ للمحور الثالث، أظهرت النتائج وجود ثبات جيد وبالتالي يتم قبول المحور الثاني و المتمثل في التصور الذهني للمضمون الاعلامي

المحور الثالث: تقييم المضمون الاعلامي

العينة	نوع الدلالة	قيمة (ر) الجدولية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
30	غير دال إحصائيا	0.025	,498270	1,6000	1- تقييم المواضيع التي تهتم بها فقط
30	غير دال إحصائيا	0.241	,628810	1,4667	2- تقييمك للمضمون الإعلامي يعتمد على تحليله
30	دال إحصائيا	0.609*	,628810	1,5333	3- تقييمك للمضمون الإعلامي يعتمد على تفسيره
30	دال إحصائيا	0.684*	,730300	1,4667	4- تقييمك للمضمون الإعلامي يعتمد على الحكم عليه
30	دال إحصائيا	0.559*	,794380	1,7000	5- تقييمك للمضمون الإعلامي يعتمد على تحليله و تفسيره ثم الحكم عليه
30	دال إحصائيا	0.403*	,714380	1,8000	6- تشكك في المضمون الإعلامي
30	دال إحصائيا	0.745*	,681450	1,4667	7- تحكم على جودة المضامين الإعلامية المتعرض لها
30	دال إحصائيا	0.444*	,466090	1,3000	8- تقارن بين المعلومات المقدمة في المضمون الإعلامي المتعرض له مع مضامين أخرى تعالج نفس الموضوع
30	دال إحصائيا	0.562*	,664360	1,8000	9- تشكك في مصداقية المعلومات المقدمة

الجانب التطبيقي

30	دال إحصائيا	0.340*	,739680	1,7333	10- عند تعرضك للمضمون الإعلامي تتأكد من صحة المعلومات بالبحث عن مصادرها
30	غير دال إحصائيا	0.194	,430180	1,2333	11- تستطيع أن تميز بين الذاتية و الموضوعية للمضمون الإعلامي
30	غير دال إحصائيا	0.195	,484230	1,8000	12- حكمك على المضامين الإعلامية يكون بشكل سريع
30	غير دال إحصائيا	0.069	,595960	1,3000	13- تدافع عن الموضوع الإعلامي بدون تحيز
30	غير دال إحصائيا	0.133	,674660	1,6000	14- تقيم الرسالة الإعلامية من خلال بنيتها اللغوية
30	دال إحصائيا	0.735*	,746640	2,1667	15- تعارض الموضوع الإعلامي رغم انه يحتوي على حجج و براهين منطقية
30	دال إحصائيا	0.413*	,606480	2,6667	16- تؤيد الموضوع الإعلامي انطلاقا من الجانب العاطفي
30	غير دال إحصائيا	0.116	,583290	1,2667	17- تؤيد الموضوع الإعلامي انطلاقا من المنطق و العقل
30	غير دال إحصائيا	0.195	,490130	1,6333	18- تشرك أطرافا أخرى في تعاملك مع المضمون الإعلامي
30	دال إحصائيا	0.510*	,629720	1,5000	19- أثناء تعرضك للمضمون الإعلامي تتساءل إن كان فعلا موضوعا إعلاميا يستحق أن يكتب أو يسمع أو يشاهد

الجانب التطبيقي

جدول رقم (22): يوضح قيم معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة ومحور تقييم

المضمون الاعلامي

نلاحظ من خلال الجدول صدق الاتساق الداخلي لمحور تقييم المضمون الاعلامي. حيث يتبين لنا أن أسئلة المحور لها إتساق داخلي جيد بينها وبين المحور الذي تنتمي اليه عند مستوي الدلالة 0.05 و 0.01 .

ماعدا مجموعة من الأسئلة و هي كالآتي: الأول و الثاني ،الحادي عشر،الثاني عشر ،الثالث عشر ،الرابع عشر ،الخامس عشر،السابع عشر و الثامن عشر. بحيث أظهرت النتائج أن العبارات غير دالة إحصائيا وبالتالي ليس لها اتساق داخلي .

من خلال ما تقدم نستنتج أن محور تقييم المضمون الاعلامي أصبح عدد أسئلته عشرة أسئلة دالة احصائيا يتم إعتماها في الدراسة الاساسية.

ثبات المحور الثالث: تقييم المضمون الاعلامي :

عدد العبارات	قيمة ألفا كرومباخ
19	0.655

جدول رقم (23): يمثل ثبات محور تقييم المضمون الاعلامي

عند حساب معامل ألفا كرومباخ للمحور الثالث ،أظهرت النتائج وجود ثبات جيد بما أن قيمة الثبات فاقت 0.50

وبتالي يتم قبول المحور الثالث و المتمثل في تقييم المضمون الإعلامي.

الجانب التطبيقي

عرض عدد العبارات الاجمالي للاستبيان بعد حساب الاتساق الداخلي :

عدد العبارات	المحور
09	الأهداف العلمية المعرفية
09	أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني
07	أهداف خدمة المجتمع
05	أهداف نشر المعرفة
05	الأهداف الإقتصادية
09	التعامل مع المضمون الإعلامي
10	التصور الذهني للمضمون الإعلامي
11	تقييم المضمون الإعلامي
65	المجموع

جدول رقم (24): يوضح عدد العبارات لكل محور من محاور الاستبيان بعد الاتساق

الداخلي.¹

-يوضح لنا الجدول عدد العبارات المتبقية في كل محور من محاور الاستبيان بعد حساب الاتساق الداخلي، حيث بلغ العدد الإجمالي للعبارات 65 عبارة، وهو عدد معتبر إذا ما قورن بعدد العبارات المحددة في بحوث و أطروحات الدكتوراه.

الوسائل الإحصائية :

بعد الإنتهاء من عملية تفرغ البيانات لا بد لنا من إستخدام أساليب لتحليلها من أجل تفسير الظاهرة تفسيراً مفصلاً ، و قد إعتدنا في ذلك على البرنامج الإحصائي المعروف باسم الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "spss version 22" ،ومن أجل إختبار صحة فرضيات البحث تم الاعتماد على أسلوب التحليل الكمي ،من خلال أرقام و نسب مئوية

- انظر إلى الملاحق للمحق رقم (03) لمعرفة الشكل النهائي للاستبيان بعد الاتساق الداخلي.¹

الجانب التطبيقي

على شكل معطيات إحصائية، و جداول رقمية تدل على مؤشرات ذات علاقة ارتباطية تتيح استخلاص النتائج و مناقشتها علميا.

ومن أنواع و أدوات التحليل الكمي المعتمد،¹ في هذه الدراسة هي:

1-معامل ألفا كرونباخ alpha cronbach: يعتبر من أهم المقاييس و تتراوح قيمته بين

(0-1) فإذا كان هناك ثبات في البيانات فان قيمة المعامل تقترب من 1

2- تحليل المصدقية(معامل الصدق):الذي يعكس مدى دقة الاجابات و مدى انسجامها

مع القيم الفعلية الموجودة في المجتمع كما يعطي فكرة عن علاقة الأسئلة ببعضها البعض في الإستمارة.

3- معامل الارتباط:قد تم إستخدام معامل الارتباط الخطي البسيط ل بيرسون pearson

وهو يهدف الى التعرف على العلاقة بين متغيرات الدراسة من حيث قوة العلاقة و

اتجاهها.يتراوح معامل الارتباط بين 1- و 1 + وكلما إقترب من 1+دل على قوة العلاقة و

إيجابيتها.

4- الإنحراف المعياري .

5- المتوسط الحسابي.

6- إختبار تحليل التباين. anova

7- إختبار فيشر ficher

8- النسب المئوية

1-عبد المنعم احمد الدريد، الاحصاء البارامترى واللابارامترى في اختبار فروض البحوث النفسية و التربوية و الاجتماعية، عالم الكتب، ط1، 2006، ص89-96

الجانب التطبيقي

عرض نتائج علاقة التكوين الإعلامي بتشكيل الرؤية النقدية حسب متغير التخصص:

لأجل إختبار صحة الفرض القائل: "توجد علاقة بين التكوين الإعلامي الأكاديمي

وتشكيل الرؤية النقدية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال حسب متغير التخصص"،

إعتمدنا على ما يلي من الجداول الإحصائية:

أهداف اقتصادية			أهداف نشر المعرفة			أهداف خدمة المجتمع			أهداف مهنية			أهداف علمية معرفية			إعلام
ن	ع	س	ن	ع	س	ن	ع	س	ن	ع	س	ن	ع	س	
13	0,4	1,8	139	0,4	1,6	139	0,3	1,3	139	0,4	2,0	139	0,3	1,5	إعلام
9	6	2		5	8		7	5		5	0		9	6	
10	0,4	1,8	107	0,4	1,6	107	0,4	1,4	107	0,4	2,0	107	0,4	1,6	سمعي بصري
7	7	5		3	1		2	0		8	2		0	0	
36	0,4	1,8	136	0,3	1,6	136	0,3	1,3	136	0,4	2,0	136	0,4	1,5	صحافة مكتوبة
	6	4		9	1		6	6		4	1		0	5	
30	0,4	1,9	30	0,3	1,5	30	0,4	1,3	30	0,3	1,8	30	0,3	1,4	صحافة علمية
	6	2		3	8		5	9		9	9		7	5	
88	0,4	1,7	88	0,4	1,5	88	0,3	1,3	88	0,4	1,8	88	0,3	1,4	وسائل الإعلام و المجتمع
	9	6		2	0		2	2		4	9		6	7	
50	0,4	1,8	500	0,4	1,6	500	0,3	1,3	500	0,4	1,9	500	0,3	1,5	المجموع
0	7	2		2	1		7	6		5	8		9	4	

جدول رقم (25): يمثل الإحصاء الوصفي و عدد العينة حسب متغير التخصص.

يوضح الجدول رقم (25) عدد العينة حسب كل تخصص ،فقد بلغ عدد الطلبة المتخصصين

في الإعلام 139 طالب ،في حين بلغ عددهم في تخصص السمي البصري 107 طالب

،وفي تخصص الصحافة المكتوبة 136 طالب ، وقد كان عددهم في تخصص الصحافة

العلمية 30 طالب أما 88 طالب كان عدد طلبة تخصص وسائل الاعلام والمجتمع وهي

أعداد متفاوتة تختلف باختلاف عدد الطلبة في كل تخصص وفي كل جامعة.ومن خلال

الجدول أعلاه يمكننا أن نتعرف على مختلف المتوسطات الحسابية للتخصصات الاعلامية

الخمس على مستوى الاهداف البيداغوجية للتكوين الاعلامي ، بداية بالأهداف العلمية

الجانب التطبيقي

المعرفية التي تراوحت القيم بين 1.45-1.60 وهي قيم متقاربة، أما فيما يخص أهداف التنمية المهنية والتدريب المهني فقد تراوحت بين 1.89-2.02 وهي قيم غير متقاربة، في حين بلغت المتوسطات الحسابية على مستوى أهداف خدمة المجتمع قيم تأرجحت بين 1.32-1.40. وعلى مستوى أهداف نشر المعرفة فكانت بين 1.50-1.68 بين مختلف التخصصات الإعلامية، وأخيرا بلغت قيمها على مستوى الأهداف الاقتصادية بين 1.76-1.85.

نوع الفرق	دلالة f	قيمة f	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	أهداف التكوين الإعلامي	
غير دال	0,12		0,28	04	1,13	بين المجموعات	أهداف علمية
		1,83	0,15	495	76,78	داخل المجموعات	معرفية
				499	77,92	المجموع	
غير دال	0,18		0,32	04	1,29	بين المجموعات	أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني
		1,56	0,20	495	102,74	داخل المجموعات	
				499	104,04	المجموع	
غير دال	0,67		0,08	04	0,33	بين المجموعات	أهداف خدمة المجتمع
		0,58	0,14	495	71,66	داخل المجموعات	
				499	72,00	المجموع	
دال	0,04		0,43	04	1,75	بين المجموعات	أهداف نشر المعرفة
		2,42	0,18	495	89,32	داخل المجموعات	
				499	91,07	المجموع	
غير دال	0,50		0,18	04	0,74	بين المجموعات	أهداف اقتصادية
		0,83	0,22	495	110,41	داخل المجموعات	
				499	111,16	المجموع	

جدول رقم (26): يمثل تحليل التباين-إختبار amova- لتوضيح إختبار ficher للمقارنة

بين مختلف التخصصات الإعلامية على مستوى أهداف التكوين الإعلامي.

يبين الجدول رقم (26) نتائج إختبار تحليل التباين (F) للمقارنة بين التخصصات الإعلامية الخمس (إعلام، سمعي بصري، صحافة مكتوبة، صحافة علمية، وسائل الإعلام و المجتمع) وتأثيرها على أهداف التكوين الإعلامي حيث نلاحظ أن قيمة (F) المحسوبة للأهداف العلمية الإعلامية بلغت 1,83 بدلالة 0,12 وهي قيمة أكبر من 0,05 وبالتالي لا توجد فروقات بين التخصصات الإعلامية للأهداف العلمية المعرفية للتكوين الإعلامي، أما أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني فقد بلغت قيمة (F) 1,56 بدلالة 0,18 و هي قيمة أكبر من 0,05، إذن لا توجد فروق بين التخصصات الإعلامية للأهداف التنمية المهنية و التدريب المهني.

أما بالنسبة لأهداف خدمة المجتمع فقد قدرت قيمة (F) ب 0,58 بدلالة 0,67 الأكبر من 0,05، وبالتالي لا توجد فروقات بين التخصصات الإعلامية عند الحديث عن أهداف خدمة المجتمع ، في حين أهداف نشر المعرفة قد بلغت قيمة (F) عندها 2,42 بدلالة 0,04 و هي قيمة أصغر من 0,05 و هذا ما يدل على وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسطات التخصصات الإعلامية و لكن بمستوى ضئيل .

و أخيرا قيمة (F) في الأهداف الاقتصادية قد بلغت 0,83 بدلالة 0,50، و بالتالي لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين مختلف التخصصات الإعلامية بالنسبة للأهداف الاقتصادية للتكوين الإعلامي من خلال هذه القراءة الإحصائية يتضح لنا جليا أن كل الفروقات بين التخصصات الإعلامية على مستوى أهداف التكوين الخمس فهي غير دالة إحصائيا ما عدا الأهداف رابعة التصنيف و هي أهداف نشر المعرفة ولكن ليس هناك فرق كبير جدا يوحي إلى درجة المقارنة بل هو فرق ضئيل حيث قدر ب 0,04.

فعدم وجود فروقات يوحي إلى أن الأهداف المسطرة من قبل اللجان البيداغوجية لكل التخصصات الإعلامية هي مشتركة و موحدة المبتغى ذلك أن تنمية القدرات العلمية و المهارات الأدائية و تقديم الخدمات الإجتماعية والغايات الاقتصادية و نشر المعلومات

الجانب التطبيقي

المعرفية مقررة من خلال تنفيذًا لمخططات السنوية للتكوين الإعلامي في الجامعات الجزائرية بعد عملية التصميم و تحديد الأهداف¹.

التخصص	التخصصات الأخرى	فرق المتوسطات	الدلالة	نوع الفرق
إعلام	سمعي بصري	-0,04	0,34	غير دال
	صحافة مكتوبة	-0,009	0,83	غير دال
	صحافة علمية	0,10	0,20	غير دال
	وسائل الإعلام و المجتمع	0,08	0,12	غير دال
سمعي بصري	إعلام	0,04	0,34	غير دال
	صحافة مكتوبة	0,03	0,45	غير دال
	صحافة علمية	0,14	0,06	غير دال
	وسائل الإعلام و المجتمع	*0,13	0,02	دال
صحافة مكتوبة	إعلام	0,009	0,83	غير دال
	سمعي بصري	-0,003	0,45	غير دال
	صحافة علمية	0,11	0,16	غير دال
	وسائل الإعلام و المجتمع	0,09	0,08	غير دال
صحافة علمية	إعلام	-0,10	0,20	غير دال
	سمعي بصري	-0,14	0,06	غير دال
	صحافة مكتوبة	-0,11	0,16	غير دال
	وسائل الإعلام و المجتمع	-0,01	0,83	غير دال
وسائل الإعلام و المجتمع	إعلام	-0,08	0,12	غير دال
	سمعي بصري	*-0,13	0,02	دال
	صحافة مكتوبة	-0,09	0,08	غير دال
	صحافة علمية	*0,017	0,83	غير دال

جدول رقم (27): يمثل نتائج إختبار (Isd) للمقارنة بين مختلف التخصصات الإعلامية

حول الأهداف العلمية و المعرفية للتكوين الإعلامي.

¹ -www.univ.alger3.dz

الجانب التطبيقي

لغرض معرفة أي تخصص حقق مستوى أفضل في الأهداف العلمية المعرفية تم استخدام قانون أقل فرق دال معنوي (LSD (least significant difference)، إذ تم احتساب قيمة LSD، و بعد مقارنة قيم الفروقات بين المتوسطات للتخصصات الإعلامية الخمس الموضوعية للمقارنة مع قيمة LSD أظهرت أن الفروق كانت كلها غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,05 ماعدا عند مقارنة تخصص السمع بصري و تخصص وسائل الإعلام و المجتمع لصالح التخصص الأول إذ نستنتج انه لا يوجد فرق دال في المقارنة بين التخصصات وهذا يدل على أن الأهداف العلمية المعرفية هي موحدة بين مختلف التخصصات الإعلامية، فهي تشكل الغايات الأساسية التي تحدها اللجان البيداغوجية و ترغب بتحقيقها في الوسط الطلابي، تكون عامة يمكن أن يبلغها الطالب على المدى الطويل فلا يمكن تحقيقها في حصة أو أسبوع أو شهر بل يمكن تحقيقها في نهاية السداسي أو السنة أو حتى المرحلة الدراسية (ليسانس أو الماستر)¹.

فغرض تزويد الطالب بالمعرفة الإعلامية المتخصصة و تطوير قدراته بالمعلومات حول المجال الإعلامي بكل تخصصاته (المقروء، السمع، السمع بصري، و الإلكتروني...)، و تمكينه من إكساب مهارات تساعده على فهم العملية الاتصالية يعتبر الهدف الأسمى من العملية التكوينية وهذا ما حددته مختلف البرامج التكوينية لجميع شعب علوم الإعلام و الاتصال في الجامعة الجزائرية.²

¹ - ناديا أمال شرقي، صياغة الأهداف التعليمية، 10 نوفمبر 2010، موسوعة التعليم و التدريب
² - بعد الإطلاع على نماذج مطابقة العروض التكوينية ليسانس: إعلام، ماستر: وسائل الإعلام و المجتمع، صحافة مكتوبة و اتصال، سمعي بصري و فضاء عمومي، صحافة علمية.

الجانب التطبيقي

التخصص	التخصصات الأخرى	فرق المتوسطات	الدلالة	نوع الفرق
إعلام	سمعي بصري	-0,02	0,69	غير دال
	صحافة مكتوبة	-0,01	0,81	غير دال
	صحافة علمية	0,10	0,25	غير دال
	وسائل الإعلام و المجتمع	0,02	0,08	غير دال
سمعي بصري	إعلام	0,009	0,69	غير دال
	صحافة مكتوبة	0,12	0,86	غير دال
	صحافة علمية	0,12	0,17	غير دال
	وسائل الإعلام و المجتمع	*0,13	0,04	دال
صحافة مكتوبة	إعلام	0,01	0,81	غير دال
	سمعي بصري	-0,009	0,86	غير دال
	صحافة علمية	0,11	0,20	غير دال
	وسائل الإعلام و المجتمع	0,12	0,05	غير دال
صحافة علمية	إعلام	-0,10	0,25	غير دال
	سمعي بصري	-0,12	0,17	غير دال
	صحافة مكتوبة	-0,11	0,20	غير دال
	وسائل الإعلام و المجتمع	0,003	0,97	غير دال
وسائل الإعلام و المجتمع	إعلام	-0,10	0,08	غير دال
	سمعي بصري	*-0,13	0,04	دال
	صحافة مكتوبة	-0,12	0,05	غير دال
	صحافة علمية	-0,003	0,97	غير دال

جدول رقم (28): يمثل إختبار (Isd) للمقارنة بين مختلف التخصصات الإعلامية حول

أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني للتكوين الإعلامي.

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (28) نتائج إختبار (Isd) للمقارنة بين مختلف التخصصات الإعلامية المبينة في الجدول أعلاه، على مستوى أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني للتكوين الإعلامي، حيث نلاحظ أن الفروق كانت كلها غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,05 بين مختلف التخصصات إلا بين تخصصي: السمي بصري و

الجانب التطبيقي

ووسائل الإعلام و المجتمع حيث نلمح أن هناك فرق معنوي دال بفرق متوسط قدر ب 0,13 بدلالة 0,04 وهي قيمة أصغر من 0,04 لصالح تخصص السمعى البصرى لانه يملك أكبر متوسط حسابى بقيمة 1,60.

إذن لا يوجد فرق دال إحصائياً بين مختلف التخصصات الإعلامية على مستوى أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني للتكوين الإعلامى، فكل التخصصات هي مهنية بالدرجة الأولى و هدفها المسطر هو إعداد و تكوين إطارات مؤهلة علمياً لتطوير العمل الإعلامى فى المؤسسات لأن متطلبات أي مهنة تستدعي دوماً استجماع لكل المعارف من أجل إعداد المتكويين، و جعلهم جاهزين لتولي وظائفهم¹، و العمل الإعلامى دائم التحرك، و شديد التنوع، غير مستقر يستدعي تكيفاً مستمراً، و متطلبات اندماج عالية الدقة، فالاعلام حسب مبدأ المعهد العالى لباريس عند تأسيسه عام 1930 هو "فن و علم و مهنة" و الصحافيون مثل الفنانين يجب أن يكسبوا العلم الخاص بفنهم و بمهنتهم.²

فإكساب الطالب مهارات و كفاءات ميدانية تمكنه من الاستفادة المعرفية فى مجال تخصصه يحقق سد الحاجة و النقص فى مجال الكوادر و الإطارات المتخصصة فى المجال الإعلامى و هذا ما يؤدي إلى النهوض و مساهمة الركب الحضارى العالمى.

أما فيما يتعلق بالفرق الدال بين تخصص السمعى البصرى ووسائل الإعلام و المجتمع فهذا إن دل على شئ إنما يدل على أن تخصص السمعى البصرى هو فضاء مهني بالدرجة الأولى و هذا لا ينفي مهنية التخصصات الأخرى، وإنما مجال السمعى البصرى هو تخصص حيوي و مرن يتطلب الأكاديمية و المهنية كما أصبحت تخترقه العديد من التطورات الفكرية و التقنية على أكثر من صعيد³، إذ يتوجب على كل قسم إعلام و إتصال أن يتوفر على أستديو مجهز بمختلف المعدات اللازمة للتدريب حيث يكون معزول هندسياً

3- مادوس جورج، تقييم تعلم الطالب التجميعي والتكويني، تر المفتي محمد أمين، دار ماكجر و هيل للنشر، جامعة حلوان، 1981، ص 87

4- الزبير سيف الإسلام: علم الإعلام والسياسات الإعلامية فى العالم الثالث، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط2، الجزائر، 1986، ص5

3 - عبد الله زين الحيدري، التكوين الإعلامى فى مجال التلفزيون بأقسام الإعلام العربية، www.maodo3.com

الجانب التطبيقي

مزود بالعديد من كاميرات التصوير الالكتروني بالإضافة إلى كاشفات ضوئية و ميكروفونات و غرفة مراقبة الصوت و عدة شاشات و كابلات و حوامل...

نوع الفرق	الدلالة	فرق المتوسطات	التخصصات الأخرى	التخصص
غير دال	0,32	-0,04	سمعي بصري	إعلام
	0,86	-0,007	صحافة مكتوبة	
	0,57	-0,04	صحافة علمية	
	0,57	0,02	وسائل الإعلام و المجتمع	
	0,32	0,04	إعلام	سمعي بصري
	0,41	0,04	صحافة مكتوبة	
	0,94	0,005	صحافة علمية	
	0,15	0,07	وسائل الإعلام و المجتمع	
	0,86	0,007	إعلام	صحافة مكتوبة
	0,41	-0,04	سمعي بصري	
	0,64	-0,03	صحافة علمية	
	0,47	0,03	وسائل الإعلام و المجتمع	
	0,57	0,04	إعلام	صحافة علمية
	0,94	-0,005	سمعي بصري	
	0,64	0,03	صحافة مكتوبة	
	0,37	0,07	وسائل الإعلام و المجتمع	
	0,57	0,02	إعلام	وسائل الإعلام و المجتمع
	0,15	-0,07	سمعي بصري	
	0,47	0,03	صحافة مكتوبة	
	0,37	-0,07	صحافة علمية	

جدول رقم (29): يمثل اختبار (Isd) للمقارنة بين التخصصات الإعلامية حول أهداف

خدمة المجتمع للتكوين الإعلامي.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (29) نتائج المقارنة بين التخصصات الإعلامية الخمس على مستوى الأهداف خدمة المجتمع للتكوين الإعلامي حيث كانت كلها غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,05 و هو ما يؤكد انه لا توجد فروقات ذات دلالة معنوية بين مختلف التخصصات الإعلامية الجامعية على مستوى أهداف خدمة المجتمع فكل التخصصات تشترك في تقديم خدمات مختلفة للمجتمع وهي تلك الوظائف التي حددها (هارولد لازويل) في المراقبة وربط أجزاء المجتمع¹، و نقل التراث و التسلية وهي في نظرنا وظائف غير غير مستقلة عن بعضها البعض و إنما تشكل وحدة متماسكة .

فوظيفة ترابط المجتمع و نقل تراثه و قيمه و تقاليده و لغته و المحافظة على تماسكه و وحدته و حماية كيانه. هي نقطة مشتركة بين كل من تخصصات الإعلام و الصحافة المكتوبة و السمعي البصري ووسائل الإعلام و المجتمع و الصحافة العلمية، فالتكوين الإعلامي يقوم على فكرة أساسية مفادها الحفاظ على الحضارة الإنسانية و تتميتها من خلال تثبيت مبادئ المجتمع و قيمه² و ذلك بتوفير إطارات فنية لفهم تحولات المجتمع، تعمل على حل مشاكله بعد دراستها و فهمها و حلها و معالجتها .

التخصص	التخصصات الأخرى	فرق المتوسطات	الدلالة	نوع الفرق
إعلام	سمعي بصري	0,07	0,18	غير دال
	صحافة مكتوبة	0,06	0,21	غير دال
	صحافة علمية	0,09	0,25	غير دال
	وسائل الإعلام و المجتمع	*0,17	0,002	دال
سمعي بصري	إعلام	-0,07	0,187	غير دال
	صحافة مكتوبة	-0,007	0,88	غير دال
	صحافة علمية	0,02	0,78	غير دال

¹ - محمد البخاري، وظائف الإتصال و الإعلام الدولي www.bukharimail.ru.blogspot.com

² - عوض إبراهيم عوض، مرجع سابق، ص124

الجانب التطبيقي

دال	0,08	0,10	وسائل الإعلام و المجتمع	
غير دال	0,21	-0,06	إعلام	صحافة مكتوبة
غير دال	0,88	-0,007	سمعي بصري	
غير دال	0,70	0,03	صحافة علمية	
غير دال	0,04	*0,11	وسائل الإعلام و المجتمع	
غير دال	0,25	-0,09	إعلام	صحافة علمية
غير دال	0,78	-0,02	سمعي بصري	
غير دال	0,70	-0,03	صحافة مكتوبة	
غير دال	0,36	0,08	وسائل الإعلام و المجتمع	
دال	0,002	*-0,17	إعلام	وسائل الإعلام و المجتمع
غير دال	0,82	-0,10	سمعي بصري	
دال	0,04	*-0,11	صحافة مكتوبة	
غير دال	0,36	-0,08	صحافة علمية	

جدول رقم (30): يمثل إختبار (Isd) للمقارنة بين مختلف التخصصات الإعلامية حول

أهداف نشر المعرفة للتكوين الإعلامي.

يوضح لنا الجدول رقم (30) نتائج المقارنة بين التخصصات الإعلامية على مستوى أهداف نشر المعرفة للتكوين الإعلامي، فانطلاقاً من نتائج إختبار فيشر المبينة في الجدول رقم (30) يتضح لنا أن هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين التخصصات على مستوى أهداف نشر المعرفة، و من خلال هذا الجدول الموضح أعلاه يتضح لنا أن هناك فروق دالة عند تخصص الإعلام و تخصص الصحافة المكتوبة عند مستوى دلالة 0,05. أما باقي التخصصات الثلاثة الأخرى فكانت غير دالة إحصائياً و بالتالي لا توجد فروقات معنوية وهذا ما يوحي إلى أن أهداف نشر المعرفة للتكوين الإعلامي كانت لها نفس الرؤية من قبل الطلبة المبحوثين يعني أن: تقديم تكوين إعلامي متخصص للطالب يعتمد بالدرجة الأولى على غرس فكرة تقديم و نشر المعلومة للجمهور التي تتصدر الوظائف الإعلامية الخمس، فغياب المعلومة يعرقل سير المجمع ككل.

الجانب التطبيقي

فتدريب الطالب على جمع و نشر المعلومات و التبادل الثقافي و الفكري العام في المجتمع من سمات التطور الحضاري التكنولوجي الذي إجتاح العالم في الآونة الأخيرة من: شبكات عنكبوتية و مواقع التواصل الاجتماعي و المدونات و صحافة المواطن حيث ظهر بديلا للإعلام التقليدي و هو ما يعرف بالإعلام الجديد¹ الذي يعتمد على: الوسائط المتعددة (multimedia). إذن هناك علاقة إرتباطية بين إستخدام تقنيات المعلومات و الإتصالات و بين مستوى نقل المعرفة الذي يعتبر أنه عملية المشاركة بالمعرفة بين الناس. أما فيما يخص تخصصي: الإعلام و الصحافة المكتوبة اللذان ظهرا فيهما الفرق الإحصائي على غرار التخصصات الأخرى و لكن هذا الفرق لا ينفي خروجهما عن الوظيفة الأولى للإعلام و هي الوظيفة الإخبارية التي تقوم على إنتاج و نشر المعلومات بكل أنواعها و ذلك لإكساب المتلقي مهارات جديدة.

نوع الفرق	الدلالة	فرق المتوسطات	التخصصات الأخرى	التخصص
غير دال	0,61	-0,03	سمعي بصري	إعلام
	0,73	-0,01	صحافة مكتوبة	
	0,27	-0,10	صحافة علمية	
	0,36	•0,05	وسائل الإعلام و المجتمع	
	0,61	0,03	إعلام	سمعي بصري
	0,85	0,01	صحافة مكتوبة	
	0,44	0,07	صحافة علمية	
	0,19	0,08	وسائل الإعلام و المجتمع	صحافة مكتوبة
	0,73	0,01	إعلام	
	0,85	-0,01	سمعي بصري	
	0,37	-0,08	صحافة علمية	
	0,23	•0,07	وسائل الإعلام و المجتمع	
0,27	0,10	إعلام		

¹ - عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى الإعلام الجديد، دار وائل، الأردن، 2011، ص 8

الجانب التطبيقي

	0,44	0,07	سمعي بصري	صحافة علمية
	0,37	0,08	صحافة مكتوبة	
	0,10	0,16	وسائل الإعلام و المجتمع	
	0,36	-0,05	إعلام	وسائل الإعلام و المجتمع
	0,19	-0,08	سمعي بصري	
	0,23	0,07	صحافة مكتوبة	
	0,10	-0,16	صحافة علمية	

جدول رقم (31): يمثل اختبار (Isd) للمقارنة بين التخصصات الإعلامية حول الأهداف الاقتصادية للتكوين الإعلامي.

نلمح من خلال الجدول رقم (31) نتائج المقارنة بين مختلف التخصصات الإعلامية على مستوى الأهداف الاقتصادية للتكوين الإعلامي، فالفرق بينها كان غير دال إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,05 أي أن جميع التخصصات تشترك في نفس الأهداف الاقتصادية للتكوين الإعلامي و التي نذكر منها: إدارة مصادر المعلومات و تحليل و تصميم النظم و أيضاً تزويد الطالب بمعلومات دقيقة تمكنه من إدارة مجالات وسائل الإعلام المالية و الاقتصادية مما يستلزم النهوض بالإنتاج من حيث الكم و الكيف.

كما يعمل أيضاً على تطوير قدرات الطالب و تنمية مهاراته في التعامل مع الواقع الاقتصادي الجديد الذي يتسم بالمنافسة الدائمة¹ التي تحتم على الصحفي دائماً أن يتابع باستمرار الأسواق العلمية و المحلية و أخبار البورصة و الأخبار التي تمس حياة الأشخاص الاقتصادية..

¹ - عماد عدول فتوح، نظرة على دراسات الصحافة و الإعلام، مجلة الشرق الأوسط، 6 فبراير 2014

الجانب التطبيقي

- لأجل اختبار صحة الفرضية الثانية القائلة: " توجد علاقة بين التكوين الإعلامي وتشكيل الرؤية النقدية لدى طالب علوم الإعلام و الإتصال المستوى الدراسي".

إعتمدنا على ما يلي من الجداول الإحصائية:

أهداف التكوين	المستوى	العينة N	المتوسط الحسابي	انحراف معياري	قيمة F	مستوى الدلالة	اختبار T	درجة الحرية	نوع الفرق
أهداف علمية	ليسانس	139	1,55	0,39	0,002	0,96	0,27	498	غير دال
معرفية	ماستر	361	1,54	0,39					غير دال

جدول رقم(32): يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين مجموعتين مستقلتين (ليسانس -

ماستر) في الأهداف العلمية المعرفية للتكوين الإعلامي.

لمعرفة الفروقات الإحصائية في الأهداف العلمية المعرفية للتكوين الإعلامي عند المقارنة بين مستويي الليسانس و الماستر نلاحظ أن قيمة T المحسوبة هي 0,27 عند مستوى دلالة 0,05 و درجة حرية 498.

أما قيمة الدلالة فهي 0,96 و هي قيمة اكبر من 0,05، إذن لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويي الليسانس و الماستر على مستوى الأهداف العلمية المعرفية.

فانطلاقاً من وجهة نظر المبحوثين نستنتج أن التكوين الإعلامي الأكاديمي الذي يتلقاه الطالب في مرحلة الليسانس كاف بالنسبة إليهم: فالمقاييس النظرية المدروسة كمنظريات الإتصال ، و أخلاقيات المهنة الصحفية ،والصحافة الإبداعية و التلفزيونية ، و مشكلات إجتماعية تمكنهم من تقديم تكوين عام قاعدي و نظرة شاملة من أجل مواصلة الدراسة و البحث في طوري الماستر والدكتوراه .

كما هو الشأن أيضا بالنسبة لطلبة الماستر الذين أجابوا أن التكوين الذي يتلقونه هو أيضا كاف لتأهيلهم.

مما تقدم يمكننا أن نقول أن طلبة الليسانس و طلبة الماستر لا يتلقون نفس التكوين ولكن كانت لهم نفس الرؤية للهدف العلمي المعرفي للتكوين الإعلامي.

الجانب التطبيقي

نوع الفرق	درجة الحرية	اختبار T	مستوى الدلالة	قيمة F	انحراف معياري	المتوسط الحسابي	العينة N	المستوى	أهداف التكوين
غير دال	498	0,51	0,94	0,004	0,45	2,008	139	ليسانس	التدريب المهني و
غير دال					0,45	1,97	361	ماستر	التنمية المهنية

جدول رقم(33): يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين مجموعتين مستقلتين (ليسانس -

ماستر) في الأهداف المهنية و التدريب المهني للتكوين الإعلامي.

لمعرفة الفروقات الإحصائية في أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني عند المقارنة بين مستويي الليسانس و الماستر نلاحظ أن قيمة T المحسوبة هي 0,51 عند مستوى دلالة 0,05 و درجة حرية 498.

أما قيمة الدلالة فهي 0,94 و هي قيمة أكبر من 0,05، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويي الليسانس و الماستر على مستوى أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني.

إن متطلبات أي مهنة تستدعي دوما استجماع لكل المعارف من أجل إعداد المتكويين ،و جعلهم جاهزين لتولي وظائفهم¹ ،و العمل الإعلامي هو دائم التحرك ،و شديد التنوع ،غير مستقر يستدعي تكييفا مستمرا ،و متطلبات اندماج عالية الدقة ،فالاعلام حسب مبدأ المعهد العالي لباريس عند تأسيسه عام 1930 هو "فن و علم و مهنة" و الصحافيون مثل الفنانين يجب أن يكسبوا العلم الخاص بفنهم و بمهنتهم.²

1- مادوس جورج ،تقييم تعلم الطالب التجميعي والتكويني ،تر المفتي محمد أمين،دار ماكجر و هيل للنشر ، جامعة حلوان ، 1981، ص 87

10- الزبير سيف الإسلام:علم الإعلام والسياسات الإعلامية في العالم الثالث،المؤسسة الوطنية للكتاب،ط2،الجزائر،1986،ص5

الجانب التطبيقي

على ضوء هذه المقولة فإن مستوى الليسانس و المحصور في تخصص الإعلام الذي يستدعي تدريب الطالب على المجال الإعلامي المتخصص¹ وذلك عن طريق برمجة مقاييس تطبيقية موازية للمقاييس النظرية: كمقاييس تقنيات التنشيط الإذاعي و التلفزيوني ، و فنيات التحرير والأخراج الصحفي التي تمكن الطالب من اكتساب مهارات التعامل اللين مع المادة الإعلامية.

أما فيما يتعلق بتخصص الماستر: المحصور حسب الدراسة في أربع تخصصات إعلامية: (صحافة مكتوبة، سمعي بصري، صحافة علمية، وسائل الإعلام و المجتمع) جميعها تخصصات تتطلب التدريب و التأهيل التطبيقي: فتخصص الصحافة المكتوبة و الصحافة العلمية يحتاج إلى مقاييس تهتم بتقنيات التحرير و الإخراج الصحفي مما يؤهل الطالب و يكسبه يد الكتابة الصحفية العامة و المتخصصة و الإلمام بمختلف حيثياتها.

أما تخصص السمعي البصري فيستدعي التطبيق و الممارسة بالدرجة الأولى فهو يحتاج إلى بنية تحتية و أجهزة تقنية و استقطاب عدد كبير من الأساتذة ذوي خبرة عالية يبذلون مجهودات كما و كيفاً من أجل تدارك الإختلالات و الرقي بالتخصص: فمادة فن التصوير التي تمكن الطالب من إختراق عالم التلفزيون تحت تأطير خبراء تقنيين يلقنون مختلف التكتيكات على غرار التركيب و المونتاج و التقديم و التعامل مع الميكروفون و الإضاءة

بالإضافة إلى تدريس المقاييس التطبيقية يقوم الطالب سواء مع نهاية مرحلة الليسانس أو الماستر بتربص قصير المدى على مستوى إحدى المؤسسات الإعلامية و ذلك من أجل الإحتكاك بالإعلاميين و إكتساب خبرات ميدانية تؤهله لدخول سوق العمل في المستقبل

¹ - شريفة يعقوبي، التكوين الجامعي المتخصص و أداء العمل الصحفي الإذاعي، دراسة ميدانية بالإذاعات الجهوية، جامعة قسنطينة، 2008 ص 87

الجانب التطبيقي

أهداف التكوين	المستوى	العينة N	المتوسط الحسابي	انحراف معياري	قيمة F	مستوى الدلالة	اختبار T	درجة الحرية	نوع الفرق
أهداف	ليسانس	139	1,35	0,37	0,001	0,97	-0,35	498	غير دال
خدمة المجتمع	ماستر	361	1,36	0,32			غير دال		

جدول رقم (34): يمثل إختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين مجموعتين مستقلتين (ليسانس -

ماستر) في أهداف خدمة المجتمع للتكوين الإعلامي.

لمعرفة الفروقات الإحصائية في أهداف خدمة المجتمع عند المقارنة بين مستويي الليسانس و الماستر نلاحظ أن قيمة T المحسوبة هي: 0,35 عند مستوى دلالة 0,05 و درجة حرية 498.

أما قيمة الدلالة فقد بلغت 0,97 وهي أكبر من 0,05، و من هنا يتضح لنا انه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين مستويي الليسانس و الماستر على مستوى أهداف خدمة المجتمع للتكوين الإعلامي. فكلا المستويين لهما نفس الرؤية إتجاه الإسهام و تقديم خدمات للمجتمع تساهم في العمل على تطويرها. خاصة بعدما أعادت الجامعة نظرها في دورها من أجل تطوير و تنمية المجتمع¹ و توسيع أفاقه المعرفية و الثقافية من خلال إسهامها في تخريج كوادر بشرية و توظيفها كطاقات تساهم في صنع قيادته الفنية و الفكرية و المهنية و السياسية إذ لا يختلف إثنان على أن للجامعة الجزائرية دور جد مهم على المستوى خدمة المجتمع سواء من الناحية الأكاديمية أو العلمية، فهي الوسيلة الوحيدة التي تؤدي بالفرد إلى مواكبة الإنفجار المعرفي، و التكيف مع عالم اليوم المتميز بالتقدم²، و هذا ما أسفرت إليه نتائج دراسة يسمينة خدنة المعنونة ب واقع دراسة طلبة الدراسات العليا في الجزائر

¹ - www.colleges.jazanu.edu.sa

² - يسمينة خدنة، مرجع سابق، ص 165.

الجانب التطبيقي

أهداف التكوين	المستوى	العينة N	المتوسط الحسابي	انحراف معياري	قيمة F	مستوى الدلالة	اختبار T	درجة الحرية	نوع الفرق
أهداف	ليسانس	139	1,68	0,45	4,22	0,04	2,29	498	دال
نشر المعرفة	ماستر	361	1,58	0,41					دال

جدول رقم (35): يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين مجموعتين مستقلتين (ليسانس -

ماستر) في أهداف نشر المعرفة للتكوين الإعلامي.

لمعرفة الفروقات الإحصائية في أهداف نشر المعرفة بين مستويي الليسانس و الماستر

نلاحظ أن قيمة T المحسوبة هي: 2,29 عند مستوى دلالة 0,05 و درجة حرية 498.

أما قيمة الدلالة فقد بلغت 0,04 وهي أصغر من 0,05، و بالتالي هناك فروق ذات دلالة

إحصائية بين مستويي الليسانس و الماستر على مستوى أهداف نشر المعرفة.

فإكساب الطالب مهارة نشر المعرفة مهما كانت طبيعتها للجماهير المتلقي تختلف من طالب

الليسانس الى طالب الماستر، كون طالب الليسانس يتعلم الأبجديات الأولى لتقديم الرسائل

إلى المستقبل و كيفية توصيلها إليه بشكل سليم وفقا لأهداف الإعلام أو المؤسسة التي يعمل

بها، في حين طلبة الماستر بصفتهم في الطور الثاني من التعليم الجامعي وقد سبق و ان

تلقوا تعليم قاعدي قد تختلف نظراتهم إلى أهداف التكوين الإعلامي المحصورة في نشر

المعرفة و ذلك بحكم المناهج البيداغوجية المسطرة في ثلاث سداسيات دراسية و التي تؤكد

على فكرة مفادها: أن الصحفي يطرح رؤى نقدية مؤثرة¹ بحكم قربه من المعلومة الاجتماعية

و الاقتصادية. وفي هذه المرحلة يكون الطالب قد أدرك فيها الخطوات الأربع لنشر المعرفة

وفق النموذج الذي وضعه NONAC ET TAKEUCHI عام 1994 و هي كالاتي: الأولى

تتمثل في التعايش الاجتماعي SOCIALISATION بتحويل المعرفة الضمنية عن طريق

تبادل الأفكار و المهارات و الخبرات بين الأفراد و من ثم تتطور لنتنقل إلى مرحلة

¹ - أسماء هارون، مرجع سابق، ص 210.

الجانب التطبيقي

التجسيد TEXTERNALISATION التي تتمثل في تحويل المعلومة الضمنية إلى معرفة صحيحة، ثم تنتقل إلى مرحلة الضم و التجميع COMBINALISQATION والتي تتجسد بتوسيع إنتشار المعرفة الصريحة أما المرحلة الرابعة فهي مرحلة التذويب INTERNALISATION و هي تتعلق بتحويل المعلومة الصريحة إلى المعلومة الضمنية.¹

أهداف التكوين	المستوى	العينة N	المتوسط الحسابي	انحراف معياري	قيمة F	مستوى الدلالة	اختبار T	درجة الحرية	نوع الفرق
أهداف	ليسانس	139	1,82	0,46			-0,23		غير دال
اقتصادية	ماستر	361	1,83	0,47	0,63	0,42		498	غير دال

جدول رقم(36): يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين مجموعتين مستقلتين (ليسانس - ماستر) في الأهداف الاقتصادية للتكوين الإعلامي.

لمعرفة الفروقات الإحصائية في الأهداف الاقتصادية بين مستويي الليسانس و الماستر نلاحظ أن قيمة T المحسوبة قد بلغت: 0,23 عند مستوى دلالة 0,05 و درجة حرية 498. أما قيمة الدلالة فقد بلغت 0,42 وهي أكبر من 0,05، إذن لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويي الليسانس و الماستر على مستوى الأهداف الاقتصادية للتكوين الإعلامي.

إذن كل من طلبة الليسانس و الماستر يشتركون في وجهة نظرهم للأهداف الاقتصادية للتكوين الإعلامي الجامعي .

¹-عامر علي حسين العطوي و آخرون، العلاقة بين تقنية المعلومات و الإتصالات و مستوى نقل و إكتساب المعرفة، جامعة القادسية، الكوفة، العراق، 2007، ص 11

الجانب التطبيقي

أهداف التكوين	الممارسة	العينة N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة	اختبار T	درجة الحرية	نوع الفرق
أهداف	يدرس و يمارس المهنة	22	1,05	0,07	28,06	0,00	-6,24	498	دال
علمية معرفية	يدرس و لا يمارس المهنة	478	1,57	0,38					دال

جدول رقم (37): يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين الطلبة الممارسين و غير

الممارسين للمهنة الإعلامية في الأهداف العلمية المعرفية للتكوين الإعلامي.

لمعرفة الفروقات الإحصائية في الأهداف العلمية المعرفية بين الطلبة الذين يدرسون و يمارسون المهنة الإعلامية و الطلبة الذين يدرسون و لا يمارسون المهنة الإعلامية نلاحظ أن قيمة T المحسوبة هي: 6,24 عند مستوى دلالة 0,05 و درجة حرية (498). أما قيمة الدلالة فقد بلغت 0,00 وهي قيمة أصغر من 0,05، و منه نستنتج أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين السابقتين الذكر (الطلبة الممارسين و غير الممارسين للمهنة الإعلامية) على مستوى الأهداف العلمية المعرفية للتكوين الاعلامي لصالح المجموعة الثانية لان قيمة متوسطها الحسابي قد بلغت 1,57 و هي قيمة اكبر من المتوسط الحسابي للمجموعة الأولى الذي قدر ب1,05.

- فرأى الطلبة المتفرغين للدراسة دون ممارسة المهنة الإعلامية يوحى إلى أن الوعي العلمي و المعرفي يشكل الغاية الأسمى من خلال ولوجهم الصرح الجامعي ، و يمكن أن ينقسم هذا الوعي إلى شقين : أولهما يتعلق بالوعي النظري ويشترط ضرورة فهم وإستيعاب الطالب للنظريات التي تتحكم في التخصص في إطار علاقته بسائر التخصصات في دائرتي العلوم الاجتماعية والإنسانية سواء من الناحية النظرية أو المنهجية ، كما يستلزم أيضا الإلمام بالإيديولوجيات المختلفة

الجانب التطبيقي

أما الشق الثاني فهو يتعلق بالوعي المنهجي الذي يتطلب ضرورة إستيعابه لكافة الإشكاليات المنتهجة التي تواجه التخصص كي يسهل عليه إختيار الأساليب التحليلية الملائمة¹.

أهداف التكوين	الممارسة المهنية	العينة N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة	اختبار T	درجة الحرية	نوع الفرق
أهداف مهنية و التدريب المهني	يدرس و يمارس المهنة	22	1,56	0,27	4,09	0,44	7,81	498	غير دال
	يدرس و لا يمارس المهنة	478	2,00	0,45					دال

جدول رقم(38): يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين الطلبة الممارسين و غير

الممارسين للمهنة الإعلامية في الأهداف المهنية و التدريب المهني.

لمعرفة الفروقات الإحصائية بين الطلبة الذين يمارسون المهنة الإعلامية و الطلبة الغير ممارسين لها في أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني نلاحظ أن قيمة T المحسوبة قد بلغت: 4,53 عند مستوى دلالة 0,05 و درجة حرية (498).

أما قيمة الدلالة فقدرت ب: 0,44 وهي قيمة أكبر من 0,05، و بالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة الممارسين و غير الممارسين للمهنة الإعلامية على مستوى أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني.

- بالرغم من إمتهان الطلبة العمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية المختلفة و في وظائف متنوعة تتباين من مراسل، مصور و محرر صحفي بالقطعة... إلا أن رؤيتهم للأهداف المهنية و التدريب المهني للتكوين الإعلامي لم تختلف عن أولئك الطلبة الذين يكتفون بدراساتهم فقط. لأن كلا الفئتين تدركان أن نجاح الطالب المتخصص في علوم الإعلام و الإتصال مرهون بالازدواجية و الجمع و التكامل بين الممارسة المهنية و التاطير النظري لطرح رؤى نقدية مؤثرة .

¹ - عواطف عبد الرحمان، الباحثون الإعلاميون بين الوعي والالتزام في قضايا إعلامية معاصرة ، مرجع سابق ص 95

الجانب التطبيقي

نوع الفرق	درجة الحرية	اختبار T	مستوى الدلالة	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العينة N	الممارسة المهنية	أهداف التكوين
					0,00	1,00	22	يدرس و يمارس المهنة	أهداف
دال	498	21,18	0,00	33,80	0,38	1,37	478	يدرس و لا يمارس المهنة	خدمة المجتمع

جدول رقم (39): يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين الطلبة الممارسين و غير

الممارسين للمهنة الإعلامية في أهداف خدمة المجتمع للتكوين الإعلامي.

لمعرفة الفروقات الإحصائية بين الطلبة الذين يمارسون المهنة الإعلامية و الطلبة الغير ممارسين لها في أهداف خدمة المجتمع للتكوين الإعلامي الجامعي نلاحظ أن قيمة T المحسوبة قد بلغت: 4,66 عند مستوى دلالة 0,05 و درجة حرية (498)

أما قيمة الدلالة فقد بلغت: 0,00 وهي قيمة أكبر من 0,05، و بالتالي يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين (الطلبة الممارسين و غير الممارسين للمهنة الإعلامية) على مستوى أهداف خدمة المجتمع للتكوين الإعلامي الجامعي لصالح المجموعة الثانية لان متوسطها الحسابي قد بلغ 1,37 وهي قيمة أكبر من المتوسط الحسابي للمجموعة الثانية 1,0

كلا المجموعتين تلقينا تكويننا جامعيا موحدًا إلا أن رأي الطلبة الذين يدرسون فقط قد اختلف عن أولئك الذين يزولون المهنة الإعلامية فضلا عن الدراسة، فبالرغم من تعزيز سعي الجامعات إلى غرس أهداف خدمة المجتمع خصوصا عند الحديث عن صحفي الغد الذي يجب أن يكون مسؤولا مجتمعيًا و مبادرا في السعي إلى الرقي و النهضة داخل المجتمع ومساهما في حل مشكلاته. غير أن بعض الطلبة قد تختلف آراءهم.

الجانب التطبيقي

أهداف التكوين	الممارسة المهنية	العينة N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة	اختبار T	درجة الحرية	نوع الفرق
أهداف نشر المعرفة	يدرس و يمارس المهنة	22	1,009	0,04	38,69	0,00	29,95	498	دال
	يدرس و لا يمارس المهنة	478	1,64	0,41					

جدول رقم (40): يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين الطلبة الممارسين و غير

الممارسين للمهنة الإعلامية في أهداف نشر المعرفة للتكوين الإعلامي.

لمعرفة الفروقات الإحصائية بين الطلبة الذين يمارسون المهنة الإعلامية و الطلبة الذين لا يمارسونها في أهداف نشر المعرفة للتكوين الإعلامي الجامعي نلاحظ أن قيمة T قد بلغت: 7,11 عند مستوى دلالة 0,05 و درجة حرية (498).

أما قيمة الدلالة فقد بلغت: 0,00 وهي قيمة أصغر من 0,05، و بالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين (الطلبة الممارسين و غير الممارسين للمهنة الإعلامية) على مستوى أهداف نشر المعرفة للتكوين الإعلامي الجامعي لصالح المجموعة الثانية لان متوسطها الحسابي قد بلغ 1,64 وهي قيمة اكبر من المتوسط الحسابي للمجموعة الثانية.

فانطلاقاً من أن الإخبار الذي يعد الرسالة الأولى للعمل الإعلامي، بحيث يتولى الصحفي مهمة الوجود في مكان الحدث، أو معرفة ما يدور فيه من مصادر موثقة، ثم تحرير الرسالة الإعلامية بصورة تراعي معايير الدقة و الموضوعية، مع إتباع البعض منها بالتفسير و التحليل، و أحيانا أخرى قراءة ما وراء المضمون الإعلامي من أجل فتح باب النقاش و الحوار. و هذا ما قد يؤدي تارة إلى تغيير القنوات الخاطئة، و تارة أخرى إلى مساعدة الناس على رؤية الحقائق من خلال كشفها.¹

¹ - فاطمة مشعل، معلومات عامة عن الإعلام و الصحافة، 15 ماي 2017 www.mawdoo3.com

الجانب التطبيقي

أهداف التكوين	الممارسة المهنية	العينة N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة	اختبار T	درجة الحرية	نوع الفرق
أهداف اقتصادية	يدرس و يمارس المهنة	22	1,20	0,00	53,72	0,00	-31,13	498	دال
	يدرس و لا يمارس المهنة	478	1,85	0,46					

جدول رقم (41): يمثل اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين الطلبة الممارسين و غير

الممارسين للمهنة الإعلامية في الأهداف الاقتصادية للتكوين الإعلامي.

لمعرفة الفروقات الإحصائية بين الطلبة الذين يمارسون المهنة الإعلامية و الطلبة الذين لا يمارسونها في الأهداف الاقتصادية للتكوين الإعلامي الجامعي نلاحظ أن قيمة T المحسوبة قد بلغت: 6,67 عند مستوى دلالة 0,05 و درجة حرية (498).

أما قيمة الدلالة فقد بلغت: 0,00 وهي قيمة أصغر من 0,05، و بالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين (الطلبة الممارسين و غير الممارسين للمهنة الإعلامية) على مستوى أهداف نشر المعرفة للتكوين الإعلامي الجامعي لصالح المجموعة الثانية لأنها تملك أكبر متوسط حسابي قدر ب: 1,85 .

وذلك يعود إلى طبيعة تفكير هؤلاء الطلبة الذين فسروا ذلك على حسب هذا النحو لأنهم لم يدخلوا إلى ميدان العمل بعد، فهم مكتفون سوى بجمع الزاد النظري و المعرفي و المهاري، وأكد أن نظرتهم تختلف عن أولئك الذين خاضوا مسيرتهم ضمن المجال المهني الإعلامي . من أجل معرفة وجود علاقة ارتباط بين التكوين الإعلامي و الرؤية النقدية قمنا بقياس معامل الارتباط بيرسون بين أهداف التكوين فيما بينها، و بين عناصر الرؤية النقدية مع بعضها البعض، و بين أهداف التكوين و عناصر الرؤية النقدية، و أيضا بين التكوين الإعلامي ككل و الرؤية النقدية ككل.

الجانب التطبيقي

والجداول الإحصائية التالية تبين ذلك:

أهداف اقتصادية	أهداف نشر المعرفة	أهداف خدمة المجتمع	أهداف مهنية و تدريب مهني	أهداف علمية معرفية	أهداف التكوين
0,25 ^{xx}	0,28 ^{xx}	0,47 ^{xx}	0,47 ^{xx}		أهداف علمية معرفية
0,16 ^{xx}	0,23 ^{xx}	0,27 ^{xx}		0,47	أهداف مهنية و تدريب مهني
0,25 ^{xx}	0,29 ^{xx}		0,27 ^{xx}	0,47 ^{xx}	أهداف خدمة المجتمع
0,26 ^{xx}		0,29 ^{xx}	0,23 ^{xx}	0,28 ^{xx}	أهداف نشر المعرفة
	0,26 ^{xx}	0,25 ^{xx}	0,16 ^{xx}	0,25 ^{xx}	أهداف اقتصادية

جدول رقم (42): يمثل معامل الارتباط بيرسون بين أهداف التكوين فيما بينها.

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه الذي يبين نتائج العلاقة بين أهداف التكوين الإعلامي فيما بينها، نلاحظ ان قيمة معامل الارتباط بين الأهداف العلمية المعرفية و أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني هي موجبة و تساوي 0,47^{xx} عند مجال ثقة قدرته 0,98%. أما قيمة معامل الارتباط بين الأهداف العلمية المعرفية و أهداف خدمة المجتمع هي موجبة و تساوي 0,47^{xx} عند مجال ثقة قدره 95%. في حين بلغت قيمة معامل الارتباط بين الأهداف العلمية المعرفية و الأهداف الاقتصادية 0,28 عند مجال ثقة 95%.

اما قيمة معامل الارتباط "بيرسون" بين كل من أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني وأهداف خدمة المجتمع فقد بلغت 0,27^{xx}، و بينها و بين الأهداف الاقتصادية فهي 0,23^{xx} عند مجال ثقة قدره 95%، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بين أهداف خدمة المجتمع و أهداف نشر المعرفة 0,29 و بين أهداف خدمة المجتمع و الأهداف الاقتصادية قدرت ب 0,25^{xx}.

الجانب التطبيقي

يتضح لنا جليا من خلال هذه القراءة الإحصائية أن قيم معاملات الارتباط "بيرسون" بين مختلف أهداف التكوين الإعلامي كلها موجبة و أكبر من الصفر وبالتالي نقول أنه توجد علاقة ارتباط قوية بين أهداف التكوين فيما بينها.

فتحديد الأهداف البيداغوجية على إختلافها للتكوين الإعلامي الجامعي بدقة ووضوح يمثل أول خطوة يجب التفكير فيها عند إعداد أي برنامج تكويني، فهي تساعد على رسم الطريق الذي يؤدي إلى تحقيقها، كما يمكن اعتبارها كمقياس لتقييم النشاط بعد تنفيذه و الحكم عليه بالنجاح أو الفشل في ضوء تحقيق هذه الأهداف.

التقييم	التصور الذهني	التعامل مع وسائل الإعلام	عناصر الرؤية النقدية
0,49 ^{**}	0,55 ^{**}		التعامل مع وسائل الإعلام
0,55 ^{**}		0,55 ^{**}	التصور الذهني
	0,55 ^{**}	0,49 ^{**}	التقييم

جدول رقم (43): يمثل معامل الارتباط بيرسون بين عناصر الرؤية النقدية فيما بينها.

من خلال الجدول رقم (43) الذي يبين نتائج العلاقة بين عناصر الرؤية النقدية فيما بينها يتضح لنا ان قيمة معامل الارتباط بين التعامل مع وسائل الاعلام و التصور الذهني للمضمون الإعلامي قد بلغت 0,55^{**} عند مجال ثقة قدره 95% أما بين التعامل مع وسائل الإعلام و تقييم المضمون الإعلامي فقد قدرت ب 0,49^{**} في حين بلغت قيمة معامل الارتباط بين التصور الذهني و التقييم للمضمون الإعلامي 0,55^{**} وهي قيمة موجبة.

انطلاقا من هذه النتائج الكمية يتضح لنا أن كل قيم معاملات الارتباط هي موجبة و أكبر من الصفر وهذا يوحي إلى وجود علاقة قوية تربط بين عناصر الرؤية النقدية فيما بينها. فالرؤية النقدية عند طالب علوم الإعلام والاتصال تعتبر نشاطا إنسانيا يقوم على منظومة فكرية مؤسسة على رؤية منهجية و علمية، تبدأ من خلال تعامله مع المضامين الإعلامية المتعرض لها على اختلاف أنواعها، يتم من خلالها وصف المضامين الإعلامية فالتعرف

الجانب التطبيقي

على المضمون والجمهور والمرسل والمصدر الرسالة والأساليب الإقناعية وتفاعله معها يدفعه الى القيام بمجموعة من العمليات الذهنية والعقلية المنبثقة من جملة الأفكار السابقة ، فيفهمها ويحللها ويفسرها ثم يقوم بتقييمها ويحكم عليها¹ بالإيجاب أو السلب بجميع أبعادها الجمالية و خلفياتها الفكرية الثقافية و الاجتماعية بهدف الكشف عن مدى توافر متطلبات عناصر العمل الإعلامي بطريقة تجعل منه أكثر قربا للفهم لدى المتلقي، فيثري ذلك حسه النقدي.

فجل هذه العمليات المعقدة المتداخلة فيما بينها يقوم بها الطالب الإعلامي أثناء تعامله مع المضامين الإعلامية وهذا ما يفسر هذه العلاقة القوية التي تربط بين عناصر الرؤية النقدية المتمثلة في التعامل مع المضامين الإعلامية والتصور الذهني لها وتقييمها .

التقييم	التصور الذهني	التعامل مع وسائل الإعلام	
0,31 ^{xx}	0,41 ^{xx}	0,49 ^{xx}	الأهداف العلمية المعرفية
0,23 ^{xx}	0,17 ^{xx}	0,26 ^{xx}	أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني
0,28 ^{xx}	0,34 ^{xx}	0,37 ^{xx}	أهداف خدمة المجتمع
0,31 ^{xx}	0,32 ^{xx}	0,30 ^{xx}	أهداف نشر المعرفة
0,38 ^{xx}	0,31 ^{xx}	0,43 ^{xx}	أهداف اقتصادية

جدول رقم (44):يمثل معامل الارتباط بيرسون بين عناصر الرؤية النقدية و أهداف التكوين الإعلامي.

من خلال نتائج الجدول أعلاه التي تبين العلاقة بين أهداف التكوين الإعلامي و عناصر الرؤية النقدية نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط"بيرسون" بين كل من الأهداف العلمية المعرفية و التعامل مع وسائل الإعلام قد بلغت^{xx} 0,49 ، و بينها و بين التصور الذهني قدرت ب^{xx} 0,41 ، أما مع التقييم للمضمون الاعلامي فكانت^{xx} 0,31.

¹ - محمد أنور إبراهيم فرج : التفكير الناقد وقضايا المجتمع المعاصر، المكتبة الأنجلوسكسونية،القاهرة، 2006، ص 100

الجانب التطبيقي

في حين كانت نتائج العلاقة بين أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني للتكوين الاعلامي و عناصر الرؤية النقدية كالاتي:

فمع التعامل مع وسائل الإعلام قدرت ب^{0,26^{xx}}، ومع التصور الذهني كانت ^{0,17^{xx}} ومع التقييم للمضمون الإعلامي هي ^{0,23^{xx}}

اما بين أهداف خدمة المجتمع و عناصر الرؤية النقدية فقد كانت النتائج كالاتي:

بينها و بين التعامل مع وسائل الإعلام ^{0,37^{xx}}، و بينها و بين التصور الذهني ^{0,34^{xx}} و بينها و بين تقييم المضمون الإعلامي ^{0,28^{xx}}.

و قد بلغت نتائج العلاقة بين أهداف نشر المعرفة و عناصر الرؤية النقدية مثلما هو موضح في الجدول:

و بين التعامل مع وسائل الإعلام ^{0,30^{xx}} ، و مع التصور الذهني للمضمون الإعلامي ^{0,32^{xx}} ، ومع تقييم المضمون الإعلامي ^{0,31^{xx}}.

وعند دراسة العلاقة بين الأهداف الاقتصادية للتكوين الإعلامي مع عناصر الرؤية النقدية نجد النتائج كما يلي: - فبينها و بين التعامل مع وسائل الإعلام بلغت ^{0,43^{xx}} ، و مع التصور الذهني للمضمون الإعلامي كانت ^{0,31^{xx}} ، ومع تقييم المضمون الإعلامي قدرت ب: ^{0,38^{xx}}.

من خلال تمعننا في هذه النتائج الإحصائية نتوصل إلى أن كل قيم الارتباط هي موجبة و أكبر من الصفر بين كل من أهداف التكوين الإعلامي و عناصر الرؤية النقدية، ومن هنا نستنتج أنه يوجد علاقة قوية بين كل أهداف التكوين الإعلامي و بين كل عناصر الرؤية النقدية.

انطلاقا من تعامل طالب علوم الاعلام والاتصال مع مختلف الوسائل الاعلامية وفهمه

لطبيعة عملها واطلاعه على مختلف خباياها , يمنحه طاقة معرفية هائلة يميز بها بين

الجانب التطبيقي

الردية والصالح تكون مسئلة من خلال تكوينه الجامعي الاعلامي الذي مكنه من إكتساب مجموعة من المهارات تساعده على التعامل العقلي¹ مع وسائل الإعلام المختلفة من أجل الوصول إلى المعاني الحقيقية لمختلف الرسائل و المضامين الإعلامية . الأمر الذي يساهم في تجاوزه للرؤية الفكرية² لوسائل الاعلام الى رؤية تمنحه القدرة على الكشف عن التضليل والزيغ ، ولن يتحقق ذلك الا عن طريق تسطير أهداف غائية من طرف المنظومة الجامعية للتكوين الاعلامي الجامعي ، والتي لا تنحصر في تلك المتعلقة بالعلم والمعرفة فقط بل تتعداها الى المهنية وخدمة المجتمع ونشر المعرفة والاقتصادية .

الرؤية النقدية	التكوين الإعلامي	
0,56 ^{**}	/	التكوين الإعلامي
/	0,56 ^{**}	الرؤية النقدية

جدول رقم (45): يمثل معامل الارتباط بيرسون بين التكوين الإعلامي و الرؤية النقدية.

من خلال نتائج هذا الجدول نصل الى أن قيمة معامل الارتباط بين كل من التكوين الاعلامي والرؤية النقدية هي قوية جدا حيث قدرت ب 0.56 ، وهذا يوحي الى وجود علاقة طردية بينهما ، فالتحصيل التكويني التأهيلي في علوم الاعلام والاتصال يوفر مرجعية فكرية وثقافية تمكن الطالب من الاضطلاع باختياره وتمكنه من مقارنة العمل الإعلامي فالتكوين الإعلامي إذن يمثل ركيزة أساسية في مجال اعداد الطالب وقدرته على نقد ما يتعرض له في وسائل الاعلام و هذا ما أكده العديد من الباحثين في شؤون الأعلام من بينهم :الأستاذة "فوزية بلحاج المزي"³ و الأستاذ "سامر محمد إسماعيل"⁴ حين تكلموا عن شروط توظيف النقاد في المؤسسات الإعلامية.

¹ - عبد القادر بن الشح ، مرجع سابق ص 28

² - محمد أنور إبراهيم فرج مرجع سابق ،ص 101

³ - فوزية بلحاج مزي ،مرجع سابق ،ص 49-50

³ - سامر محمد إسماعيل ، مرجع سابق ،ص 82

مناقشة الفرضيات:

الفرضية الأولى: التي تقول " توجد علاقة بين التكوين الإعلامي وتشكيل الرؤية النقدية لدى طالب علوم الإعلام و الإتصال حسب متغير التخصص الإعلامي".
فمن خلال عرض نتائج المعالجة الإحصائية للإستبيان الموجه للطلبة المتخصصين في الإعلام ، يمكننا ان نقول أن نتائج الفروق الغير معنوية (ISD) تدل على أن أهداف التكوين الاعلامي الخمس: التي حددت في الاهداف العلمية المعرفية، التنمية المهنية و التدريب المهني و أهداف خدمة المجتمع، وأهداف نشر المعرفة و الأهداف الاقتصادية لا تختلف بين التخصصات الأكاديمية الاعلامية (إعلام ،صحافة مكتوبة، صحافة علمية، سمعي بصري ،وسائل الإعلام و المجتمع). و هذا ما وضحته الجداول رقم(27)،(28)،(29)،(30)،(31).

فعدم وجود فروقات يوحي إلى أن الأهداف المسطرة من قبل اللجان البيداغوجية لكل التخصصات الإعلامية هي مشتركة و موحدة المبتغى ذلك أن تنمية القدرات العلمية و المهارات الأدائية و تقديم الخدمات الإجتماعية والغايات الإقتصادية و نشر المعلومات المعرفية مقررة من خلال تنفيذاً لمخططات السنوية للتكوين الإعلامي في الجامعات الجزائرية بعد عملية التصميم و تحديد الأهداف¹. و هو تحليل يتماشى مع ما ذهبت إليه شريفة يعقوبي في دراستها (التكوين الجامعي المتخصص و أداء العمل الصحفي الإذاعي جامعة قسنطينة-2008).

و بقراءة أخرى للمعطيات المستنبطة من الجداول و التحليل الإحصائي لنتائج الدراسة فإننا لا نجد اختلاف أو تباين بين مختلف التخصصات الاعلامية الخمس على مستوى أهداف التكوين إلا بين: تخصص: "السمعي بصري" و "وسائل الاعلام و المجتمع". على مستوى أهداف التنمية المهنية و التدريب المهني لصالح التخصص الأول و ذلك إن دل

¹ -www.univ.alger3.dz

الجانب التطبيقي

على شئ إنما يدل على أن تخصص السمعى البصري هو فضاء مهني بالدرجة الأولى و هذا لا ينفي مهنية التخصصات الأخرى، وإنما مجال السمعى البصري هو تخصص حيوي و مرن يتطلب الأكاديمية و المهنية بشكل مكثف كما أصبحت تخترقه العديد من التطورات الفكرية و التقنية على أكثر من صعيد¹، إذ يتوجب على كل قسم إعلام و إتصال أن يتوفر على أستديو مجهز بمختلف المعدات اللازمة للتدريب الإعلامى المرئى، حيث يكون معزول هندسيا مزود بعدد كاميرات التصوير الالكتروني بالإضافة إلى كاشفات ضوئية و ميكروفونات و غرفة مراقبة الصوت و عدة شاشات و كابلات و حوامل²...

و أيضا هناك فروقات دالة إحصائيا مبينة في الجدول رقم (30) بين تخصص الاعلام و الصحافة المكتوبة على مستوى أهداف نشر المعرفة للتكوين الاعلامى الذى يعتمد بالدرجة الأولى على زرع فكرة و تقديم و نشر المعلومة للجمهور المتلقى على غرار التخصصات الأخرى التى لا تنفي خروجها عن أهم وظيفة للإعلام تتجسد عن طريق التكوين الإعلامى الجامعى.

من خلال ما تقدم يمكننا أن نقول أنه لا توجد فروقات بين مختلف التخصصات الجامعية الإعلامية على مستوى الأهداف البيداغوجية المتباينة المقاصد، المسطرة على مدى التكوين الجامعى التى تؤدى بالطالب المتخصص فى الإعلام، إلى تشكيل رؤية نقدية عند تعرضه للمضامين الإعلامية المختلفة، ومنه نستنتج أن الفرضية الأولى قد تحققت .

مناقشة الفرضية الثانية:

- والتي نقول: " توجد علاقة بين التكوين الإعلامى وتشكيل الرؤية النقدية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال حسب متغير المستوى الدراسى (ليسانس /ماستر)".

¹ - عبد الله زين الحيدري، التكوين الإعلامى فى مجال التلفزيون بأقسام الإعلام العربية، www.maodo3.com
² - بن نونة نادية، العربى بوعمامة، التكوين الجامعى فى السمعى البصرى، مجلة الصورة و الإتصال، جامعة وهران، العدد 17/17، ص 273

من خلال ما توضحه نتائج الجداول رقم: (32)،(33)،(34)،(35)،(36) نتوصل إلى أن هناك نقطة مشتركة بين جميع الطلبة المبحوثين على مستوى أهداف التكوين الإعلامي فسواء تعلق الأمر بطلبة الليسانس الذين يتلقون تكويننا قاعديا أساسيا أو طلبة الماستر الذين يطورون معارفهم الاعلامية المتخصصة في الطور الثاني فإنهم يتفقون حول: كفاية التكوين الإعلامي الأكاديمي رغم أنهم لا يتلقون نفس التكوين فكل منهما تكوينه الخاص كل وفق مستواه الدراسي فإعداد خريج جامعي مطلع على جانب أكبر من المعلومات في عدة مجالات هو أمر يعتبر من أسمى أهداف الجامعة، إضافة الى تأهيله و تدريبه مهنيا و مبدئيا مما يكسبه مهارة الولوج الى سوق العمل الاعلامي بكافة مجالاته. و هو هدف إشتكرت حوله أيضا وجهات نظر جميع الطلبة المختلفين على إختلاف أطوار دراستهم ،لأن كلاهما يحتاجان إلى التدريب الميداني التطبيقي كمعيار حقيقي و محك واقعي عن المهنة التي سيزاولها ،و ذلك يعود إلى طبيعة مهنة الإعلام التي تستدعي التطبيق و الممارسة بشكل مكثف حتى يتمكن الطالب على مهنته المستقبلية قبل أن يتخرج و يمتحن الإعلام و هذا ما أوضحه الدكتور ساعد ساعد في كتابه التدريب الإعلامي¹.

إضافة إلى إشتراكهم في نفس الرؤى حول أهداف خدمة المجتمع هذه الأهداف التي أجبرت الجامعة الجزائرية على أن تعيد ترتيب أولوياتها وفق كل ما يهدف إلى خدمة المجتمع ،و تحليله من أجل فهم مشاكله و العمل على حلها مما يسهم في تميته و هذا ما أكدته أسماء هارون في دراستها المعنونة ب: (دور التكوين الجامعي في ترقية المعرفة العلمية)².

وهو الأمر نفسه بالنسبة لأهداف نشر المعرفة فالإشتراك بين الفئتين هو نتاج ما توصلت إليه الدراسة التطبيقية ،لأن كلاهما يسعان إلى تقديم المعرفة، و نشرها للجمهور العام باعتبارها أهم وظيفة يقوم عليها الإعلام ، فتلقين أبجديات الإرسال و النشر و توصيل

1 - ساعد ساعد ،مرجع سابق ،ص12

2 - أسماء هارون ،مرجع سابق ،ص210

المعلومة بشكل صحيح و موثق بمصدر يكسب الخبر مصداقية، لطلبة الليسانس .ليطور هذا التكوين القاعدي إلى طرح رؤى نقدية مؤثرة و هذاهو الدور الحقيقي للصحفي كم نوهت له الباحثة: زينب سعدي في دراسةها (النقد الصحفي للدراما التلفزيونية العربية في مجلة الإذاعات العربية - دراسة وصفية تحليلية)

أما بالنسبة للأهداف الاقتصادية للتكوين الاعلامي، فليس هناك تباين بين طلبة الطور الأول و الثاني.

مما تقدم يمكننا أن نقول أنه لا توجد فروقات بين مستويي التكوين الجامعي الإعلامي المحصورة في الطور الأول (الليسانس) و الطور الثاني (الماستر) على مستوى مختلف الأهداف البيداغوجية المسطرة من قبل الهيئات المعنية ،على مدى ثلاث سنوات أو خمس خلال مسار طالب الإعلام التكويني،و التي تؤدي به إلى بلورة رؤية نقدية بعد تعرضه للرسائل الإعلامية بإختلاف حواملها ومواضيعها،و بالتالي نقول أن الفرضية الثانية قد تحققت

مناقشة الفرضية الثالثة:

- قبل مناقشة هذه الفرضية التي تقول أنه : " توجد علاقة بين التكوين الإعلامي وتشكيل الرؤية النقدية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال حسب متغير الممارسة المهنية "

يجب أن ننوه إلى أن عدد الطلبة الذين يدرسون و يمارسون المهنة الإعلامية أقل بكثير من عدد غيرهم الذين يدرسون و لا يعملون في الميدان الإعلامي و ذلك راجع إلى: -ظروف العمل و الدراسة اللذان يستدعيان الحضور المستمر و التوافق بينهما أمر يكاد يستعصي على الكثير من الطلبة،كما أن ميدان العمل الاعلامي أصبح فضاء يصعب على الكثير من الطلبة الولوج إليه لأنه يتطلب الخبرة المهنية .*

و من خلال المعطيات المبدئية المدرجة في الجداول رقم (37)،(38)،(39)،(40)،(41)نلاحظ أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين

المجموعتين من الطلبة (طلبة يدرسون و لا يمارسون المهنة الإعلامية) و (طلبة يدرسون و يمارسون المهنة الإعلامية) على مستوى كل من الأهداف العلمية المعرفية، و خدمة المجتمع و نشر المعرفة و الأهداف الاقتصادية للتكوين الإعلامي لصالح طلبة المجموعة الأولى على حساب المجموعة الثانية الذين اختلفت إجاباتهم إلا انه حققت الدراسة الكمية عدم وجود فروقات إحصائية بين المجموعتين على مستوى الأهداف المهنية و التدريب المهني بالرغم من عمل أولئك الطلبة في المؤسسات الإعلامية. لأن كلا المجموعتين تدركان أن نجاح الطالب المتخصص في علوم الإعلام و الإتصال مرهون بالازدواجية و الجمع و التكامل بين الممارسة المهنية و التأطير النظري لطرح رؤى نقدية مؤثرة .

فتحقيق الوعي العلمي و المعرفي الذي يعد أول خطوة تعمل على بلوغها الجامعة الجزائرية و أقسام الإعلام و الإتصال على وجه الخصوص ،تمكن الطالب من إكتساب مهارات علمية و قدرات معرفية تؤدي إلى إستثمارها كموارد بشرية فيما يخدم المجتمع و مساهمتها كطاقات لحل مشاكله بعد فهمها و تحليلها ،و لن يتأتى ذلك إلا من خلال السعي إلى تقديم المعلومة و نشرها ،و لما تتحد هذه الأهداف فيما بينها تولد رؤية نقدية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال ،و بهذا نقول أن الفرضية الثالثة قد تحققت

* هذا رأي العديد من الطلبة خلال الدراسة الإستطلاعية حول العمل الإعلامي في الجزائر

مناقشة الفرضية الرابعة:

لقد اختلفت النتائج التطبيقية لهذه الفرضية العامة القائلة: "توجد علاقة بين التكوين الإعلامي و تشكيل الرؤية النقدية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال " عن نتائج غيرها من الفرضيات لانها تدرس العلاقة بين متغيرات الدراسة عن طريق إستخدام معامل الارتباط بيرسون، فمن خلال الجدول رقم (42) يتبين لنا أنه توجد علاقة إرتباط قوية بين مختلف أهداف التكوين الاعلامي مع بعضها فجميع القيم كانت موجبة و أكبر من الصفر، و هو الأمر نفسه بالنسبة لعناصر الرؤية النقدية فيما بينها و المتمثلة في التعامل مع وسائل

الاعلام و التصور الذهني للمضمون الاعلامي و تقييمه، حيث أسفرت النتائج من خلال الجدول رقم (43) أنه توجد علاقة قوية جدا تربط بين عناصر الرؤية النقدية.

و عند الجمع بين أهداف التكوين الاعلامي و عناصر الرؤية النقدية يتضح لنا جليا العلاقة القوية الرابطة بينهما و هذا ان دل على شئ إنما يدل على أن التكوين الاعلامي و الرؤية النقدية عند الطالب المتخصص يمشیان جنبا إلى جنب في خطين متوازيين لا ينفصل واحد عن غيره ، و هذا ما يفسر لنا مهارة طالب علوم الاعلام و الاتصال أثناء تعامله مع المضامين الاعلامية المستلهمة من مساره الدراسي الجامعي الاعلامي و ذلك وفقا للأهداف المسطرة من قبل الهيئات المعنية .

ووصولاً إلى الاجابة على العلاقة بين متغيري البحث:التكوين الاعلامي كمتغير تابع و الرؤية النقدية كمتغير مستقل ، نجد أن قيمة معامل الارتباط بينهما هي قوية جدا قدرت ب 0,56 حسب الجدول رقم (45) ، و هذا ما يحيلنا إلى إستنتاج وجود علاقة طردية و قوية جدا بينهما.فالتكوين الإعلامي إذن يوفر للطالب المتخصص في الإعلام مرجعية علمية معرفية و تدريبية و سوسيوثقافية ،ترصد له ترسانة فكرية تمكنه من الاضطلاع باختياره من خلال مقارنة العمل الإعلامي نقديا بالإعتماد على تعامله معه من خلال التعرف على بعض الشكليات و الضمنيات له¹، ثم تمريره في آلة التصوير الذهني على مجموعة من العمليات العقلية المعقدة من تذكر و إدراك ، و فهم ،تفسير و تحليل. مما يرشده إلى معيار التقبل والتفضيل كنتيجة نهائية ومحصلة لما توصل له كناقد إعلامي يستطيع إكتشاف مواطن الزيف فيه من الحقيقة ،بعدها يقوم بتقييمه إما بالإستحسان و القبول أو الرفض و النفور، و هذه هي نفس الفكرة التي طرحها أحمد قصوار في دراسته المعنونة ب (خطاب النقد التلفزيوني الصحفي)

¹ - أحمد قصوار، مرجع سابق، ص 215

من خلال كل هذه التحاليل الكمية المتبوعة بالتعليقات الكيفية نستنتج أن هناك علاقة طردية قوية جدا بين التكوين الإعلامي و تشكيل الرؤية النقدية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال و بذلك تكون الفرضية العامة قد تحققت .

النتائج العامة:

أسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج العامة نوجزها في العناصر التالية:

1- الأهداف العلمية المعرفية هي موحدة بين مختلف التخصصات الإعلامية، فغرض تزويد الطالب بالمعرفة الإعلامية المتخصصة و تطوير قدراته بالمعلومات حول المجال الإعلامي هي الهدف الأسمى من العملية التكوينية.

2- يعتبر تخصص الإعلام و الاتصال من بين التخصصات التي تحتاج إلى رصيد معرفي مدعم بالحضور الميداني و الممارسة المهنية تحت إشراف إطارات مؤهلة علميا و مهنيا و هذه النقطة اشترك فيها كل طلبة تخصصات الدراسة ما عدا بعض الاختلافات الطفيفة التي ظهرت بين تخصصي: "السمعي البصري ، ووسائل الإعلام و المجتمع".

3- إن وظيفة ترابط المجتمع و نقل تراثه و قيمه و لغته و تقاليده هي نقطة مشتركة بين كل تخصصات الدراسة.

4- إنتاج و نشر المعلومة للجمهور المتلقي و تقديمها له من أسمى الوظائف الإعلامية التي إتفق حولها أغلب طلبة الإعلام،الذين نستثنى منهم طلبة تخصص الإعلام و الصحافة المكتوبة الذين كان بينهما اختلاف.

5- إن تطوير قدرات الطالب و تنمية مهاراته في التعامل مع الواقع الاقتصادي:هي أهداف إقتصادية للتكوين الإعلامي إشتراك فيها كل التخصصات الإعلامية.

6- كلا من مستويي الليسانس و الماستر كان لهما نفس الرؤى إتجاه الأهداف العلمية المعرفية و المهنية و خدمة المجتمع و نشر المعرفة و الأهداف الاقتصادية للتكوين الإعلامي.

- 7- لقد إتفقت أغلب آراء المبحوثين أن هناك فروقات إحصائية بين الطلبة الذين يدرسون و لا يمارسون المهنة الإعلامية و نظرائهم أولئك الذين يدرسون و يمارسون المهنة الإعلامية على مستوى الأهداف العلمية المعرفية و خدمة المجتمع للتكوين الإعلامي و ذلك بحكم أنهم غير متفرغين فقط للدراسة بل عملهم الميداني يؤثر على ذلك.
- 8- بالرغم من عمل الطلبة الذين لا زالوا يزاولون دراستهم بالمؤسسات الجامعية، و يمتهنون العمل الإعلامي في آن واحد إلا أن وجهة نظرهم حول الأهداف المهنية و التدريب المهني للتكوين الإعلامي، لم تختلف عن آراء الطلبة الذين يكتفون بدراستهم.
- 9- وجود علاقة إرتباط قوية بين أهداف التكوين فيما بينها، و هي المتمثلة في: الأهداف العلمية المعرفية التي تعنى بتزويد الطالب بالمهارات و المعارف و الأهداف المهنية و التدريب المهني التي تساعده في إكتساب كفاءات تطبيقية، و أهداف خدمة المجتمع و نشر المعرفة التي تعني بتقديم و نشر المعلومات بالإضافة إلى الأهداف الاقتصادية من اجل الحفاظ على ترابط المجتمع فإدماج هاته الأهداف فيما بينها تعد لنا خريج مطلع على جانب أكبر من المعلومات النظرية و التطبيقية التي تساعده على مواولة نشاطه المهني الذي يعتمد فيه بالدرجة الأولى على تقديم و نشر المعلومة و المحافظة على ترابط المجتمع و نقل تراثه.
- 10- وجود علاقة إرتباط قوية جدا بين عناصر الرؤية النقدية فيما بينها لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال، فالتعامل مع المضمون الإعلامي يدفعه إلى القيام بمجموعة من العمليات العقلية و الذهنية، فيفهمه و يحلله ويقومه و يحكم عليه.
- 11- عند الربط بين أهداف التكوين الإعلامي و عناصر الرؤية النقدية نجد أن هناك علاقة قوية تربط بينهما فتسيطر الأهداف التكوينية من قبل الهيئات المعنية في الجامعة تمكن طالب علوم الإعلام و الاتصال من تعامله بمهارة مع المضامين التي تقدمها وسائل الإعلام تمكنه من تقديم رؤى نقدية حولها.
- 12- و كنتيجة عامة للدراسة : نجد أن هناك علاقة طردية قوية جدا بين التكوين الإعلامي و الرؤية النقدية تقدر ب 0.56.

التوصيات:

على ضوء النتائج المتوصل إليها نصل إلى تقديم مجموعة من التوصيات في سبيل تنمية ملكة الرؤية النقدية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال إعتقادا على تكوينه الأكاديمي في الجامعة و ذلك من خلال إتباع ما يلي:

1-سعي القائمين على تسطير أهداف التكوين الإعلامي إلى ضرورة الاهتمام بتنمية الحس النقدي لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال كل وفق تخصصه، وذلك من خلال إعادة النظر في أهداف كل تخصص على حدى (تخصص الإعلام ،السمعي البصري، الصحافة المكتوبة،وسائل الإعلام و المجتمع،و تخصص صحافة علمية).

2-ضرورة التفريق بين مستوى الليسانس كتكوين قاعدي و الماستر كتكوين ما بعد التدرج يقتضي تطوير المعارف و التزويد بمهارات تفوق المستوى الأول، لذلك يجب إعادة النظر في المعلومات المقدمة للطالب من طرف الأستاذ كل حسب مستواه الدراسي.

3- الاهتمام بالجانب النظري للنقد الإعلامي بالرجوع إلى مختلف المراجع و النصوص التي من شأنها وضع إطار علمي ومنهجي للممارسة النقدية الجادة من حيث الطرح و المعالجة.

4-وضع إستراتيجية محكمة لخطط التريصات و التدريبات الميدانية مع ربطها دائما بتدعيم الحس النقدي لدى الطالب لأن النقد الإعلامي مرهون بالازدواجية و الجمع و التكامل بين المهنية و التأطير النظري من أجل طرح رؤى نقدية مؤثرة.

5-الاهتمام بانجاز البحوث و الدراسات التي تعنتي بنقد الأعمال الإعلامية المتنوعة، و اعتمادها كمراجع أساسية يستند عليها أثناء التكوين الإعلامي.

6-التكثيف من الأيام الدراسية و إقامة الندوات و الملتقيات الوطنية و الدولية حول موضوع النقد الإعلامي، لإثراء النقاش و الاستفادة من تدخلات المنظرين للموضوع و المطبقين له، (نقاد صحفيين).

الجانب التطبيقي

7-تحفيز طلبة علوم الإعلام و الاتصال على انجاز مجلة جامعية خاصة بالشعبة،
تعنتي بنقد بعض الأعمال الإعلامية وذلك من أجل كشف مواهب و ميولات الطلبة المهتمين
بالنقد الإعلامي.

8-الإشراف على دورات تدريبية حول النقد الإعلامي من طرف مختصين ميدانيا و ذلك
من أجل إثراء الرصيد المعرفي و التطبيقي لكل من الطلاب المتخصصين و هيئة التدريس.

9-تشجيع تبادل الخبرات و المعارف في مجال النقد الإعلامي بين مختلف أقسام و
معاهد علوم الإعلام و الاتصال في الجزائر و خارجها فذلك من اجل توسيع الرؤية النقدية
لدى الطالب المتخصص في الإعلام.

10-توثيق و تطوير التعاون العلمي حول موضوع نقد الأعمال الإعلامية بين مراكز
البحث و الجامعات في الجزائر و الدول الأوروبية على أسس من التواصل المعرفي.

خاتمة

عامّة

خاتمة:

تعد مرحلة إعداد و تحضير الأهداف البيداغوجية أثناء العملية التكوينية أول و أهم نقطة يجب الانطلاق منها، فإجماع اللجنة البيداغوجية على جملة من الغايات يصبون الوصول إليها من خلال التكوين الجامعي الإعلامي، تعتبر ممر هام للوصول إلى النتائج المرجوة .

و لا يمكننا أن نحصر هذه الأهداف في تلك المتعلقة بتنمية القدرات المعرفية للطالب و إكسابه مهارات علمية من أجل تطوير معارفه البحثية فحسب بل يمتد إلى تلك المهنية من خلال تعديل سلوكاته و إعداده لخوض غمار الحياة المهنية، عن طريق تأهيله و تدريبه للتحكم في المهنة الإعلامية و تهيئته للاضطلاع بمسؤوليات وفق مقتضيات التنمية.

بالإضافة إلى تسطير أهداف من أجل تقديم خدمة للمجتمع وهو أساس ما يتميز به الإعلام خصوصاً، فتقديم تكوين إعلامي متخصص للطالب يقوم على فكرة مفادها أن نقص المعلومة يعرقل المشاريع و التطورات الاقتصادية و الاجتماعية ينمي فيه السعي من أجل الحفاظ على الحضارة الإنسانية و تنميتها عن طريق الإسهام في إنتاج و نشر المعلومة و تبليغها للجمهور المتلقي، هذا إضافة إلى الأهداف ذات البعد الاقتصادي و السياسي ...

فتحديد أهداف التكوين بدقة ووضوح يساعد على رسم الطريق الذي يؤدي إلى تحقيقها إضافة إلى تدخل عدة عوامل أخرى كالدور الذي يلعبه المكون و توفر الوسائل البيداغوجية و تهيئة صرح التكوين...

- ولا تخلو أهداف التكوين الإعلامي أبداً من السعي إلى إعداد الطالب المتخصص في الإعلام على نقد ما يتعرض له في وسائل الإعلام المختلفة فتبلور له رؤية نقدية تساعده على التعامل بمهارة مع المضامين الإعلامية، فيستطيع بذلك التمييز بين محتوياتها و التعرف على مصادرها و الكشف عن أغراضها الخفية فيرفضها أو يتجاوزها.

فهذه النقطة تعتبر أكبر تحد يواجه أقسام علوم الإعلام و الاتصال خاصة و أن الإعلام اليوم أصبح يقف في مواجهة تطورات و تغيرات سريعة و متلاحقة مقترنة أساسا بالثروة المعلوماتية التي يشهدها العالم اليوم.

- ومن أجل كسب أقسام الإعلام و الاتصال هذا الرهان لا بد من الإهتمام بمجال التكوين الأكاديمي و التدريب في مختلف المعاهد و الكليات و إدراج مقاييس تعنتي بالنقد الإعلامي في المناهج القاعدية حيث يعتبر التكوين، أهم سبيل ذو فعالية لتأسيس نقد منهجي رصين يمتلك الأدوات النقدية الواعية بشكل يثري صياغة الخطاب النقدي و يعطيه خصوصية و بعده المنهجي.. . وانطلاقا من هذا فان هناك مجالين للبحث وحب التركيز عليها أولا العمل على وضع إطار نظري أكثر صرامة ، مع مراعاة كل المتغيرات مع وسائط الإعلام، والعمل على إعادة وضع الفرد كعامل نشط في إستهلاكه وإنتاجه للنصوص الإعلامية؛ ثانيا العمل على التحليل النقدي للسياسات التعليمية التي نعتمدها في معاهدنا وأقسامنا للإعلام والتي لا تراعي البعد النقدي الذي يجب على الطالب إكتسابه في مرحلة التكوين.

من هنا يمكن إعتبار هذه الخطوة كمهد نحو ترسيخ رؤية نقدية لدى طالب الإعلام تمكنه من تأصيل عملية النقد و جعلها تقليدا على مستوى وسائل الإعلام يتم بشكل دوري ينبثق من رغبة ملحة من الناقد لا تفرضها المناسباتية و لا المؤسسة الصحفية و لا تمنعها المساحات التجارية الإعلامية. فالى أي مدى يمكن أن يتحقق هذا على مستوى وسائل الإعلام الجزائرية؟

المصادر و

المراجع

قائمة المراجع:

القواميس و المعاجم:

- 01- ابن منظور، لسان العرب، دار إحياء التراث العربي، ط1، بيروت، 1996، مج 5
- 02- احمد حسين اللقاني، علي أحمد الجمل، معجم المصطلحات التربوية المعرفية في مناهج و طرق التدريس، ط3، عالم الكتب، مصر 2003.
- 03- أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب ، القاهرة، ط1 2008.
- 04- جان فرانسوا دورينة، معجم العلوم الإنسانية، تترجوج كنورة، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، مجد، بيروت، ط ، 2009.
- 05- الجرجاني على بن محمد ، التعريفات ، دار الفكر العربي ، بيروت ، ط2، 1992
- 06- جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور :لسان العرب، بيروت :دار صادر، ط6 ، مج 14.
- 07- مجمع اللغة العربية : المعجم الوسيط، ط 4، مكتبة الشروق الدولية، مصر ، 2005.
- 08- مي عبد الله: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، بيروت، دار النهضة العربية، 2014.

الكتب:

- 01- إبراهيم وحيه محمود، التعلم:أسسه و نظرياته و تطبيقاته، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، ط، 1995.
- 02- إحسان عباس، تاريخ النقد الأدبي عند العرب، دار الثقافة بيروت ، ط4 ، 1983
- 03- أحمد بن مرسل ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ،ديوان المطبوعات الجامعية .
- 04- احمد حسين اللقاني، تطوير مناهج التعليم، عالم الكتب، ط1، مصر ، 1995.
- 05- أحمد مصطفى ،مخرجات التدريب المهني و سوق العمل في الأقطار العربية ،المركز الوطني للتدريب المهني، ليبيا، 2001، ط01.
- 06- ألان لارامي، برنارد فالي تر مجموعة أساتذة البحث في الاتصال عناصر منهجية ط2، منشورات مخبر بحث علم الاجتماع والاتصال والترجمة جامعة قسنطينة، 2009
- 07- ايمان محمد عبد الرحيم الأشقر، النقد في الصحافة الرياضية المصرية ،مؤسسة عالم الرياضية للنشر ودار الوفاء للطباعة، الإسكندرية، ط1، 2015.

- 08- البرامي سعد و آخرون، دليل الناقد الأدبي، المركز العربي، ط 3، بيروت، 2002.
- 09- برباراماتيرو، تر، عبد اللطيف بعارة و آخرون: الأسباب الإبداعية في التدريس، دار الشروق الأردن 2002.
- 10- بوفلجة غيات ،الأسس النفسية للتكوين و مناهجه ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،1984.
- 11- تركي رابح، أصول التربية و التعليم ،الجزائر ،ديوان المطبوعات الجامعية ،1998.
- 12- تمار، يوسف، " تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين"، طاسيح كوم للدراسات والنشرو التوزيع،الجزائر ،2007.
- 13- ثيود ور شولتز، قيمة التعليم العالي في الدول ذات الدخل المنخفضة ، رؤية إقتصادية للتعليم العالي و النظام الدولي، ترجمة بيكاس وسانيال ،مكتبة التربية العربية للدول الخليج اليونسكو، د ط، 1989 .
- 14- جورج ف مادوس و آخرون ،تر:محمد أمين المفتي و آخرون، تقييم الطالب التجمعي و النفسي دار ماكروهيل للنشر، 1981، ص 38-40.
- 15- جون ميرل، رالف لوينشتال، " الإعلام رسالة ووسيلة"، ترجمة :ساعد حضر العرابي الحارثي، دار المريخ للنشر، الرياض، 1989 .
- 16- حسين حليبي ،تدريب الموظف ،م2، منشورات كويدات ،لبنان ،1982.
- 17- حسين عبد الرحمن رشوان، ميادين علم الاجتماع ومناهج البحث العلمي المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، ط 2، 2001.
- 18- حمزي حسين، سرديات النقد من تحليل آليات الخطاب النقد في المعاصر دار الأمان، الرباط، 2011، ط 1
- 19- خالد عبد الرحيم الهيتي، و أكرم أحمد الطويل ،التنظيم الصناعي ،المبادئ العملية و التجارب ،عمان ،دار حامد ،ط02، 1999 .
- 20- خير الله عصار.مدخل إلى قضايا التعليم في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 3، ج 3 ، الجزائر. 1982 .
- 21- رابح تركي، التعلم القومي و الشخصية الوطنية ،المؤسسة الوطنية للنشر و التوزيع، ط2.
- 22- رابح تركي، مبادئ التخطيط التربوية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، 1982.
- 23- راسم محمد جمال ، الاتصال في الوطن العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية .

- 24- راسم محمد جمال ،الإتصال و الإعلام في الوطن العربي،مركز دراسات الوحدة العربية
- 25- راغب نبيل ،النقد الفني،دار مصر للطباعة،د س ن،د د ن .
- 26- رفعت محمود بهجات :تدريس العلوم المعاصرة،عالم الكتب،مصر 1996.
- 27- رقية عزاق، رؤية حول نوعية التعليم العالي في الجامعة الجزائرية ، مطبعة على بن زايد، بسكرة، الجزائر، دط، نوفمبر 2008 .
- 28- روبرت ألان،التلفزيون و النقد المبني على القارئ،تر:حياة جاسم محمد،المنظمة العربية للتربية الثقافة و العلوم،تونس ،1991.
- 29- الزبير سيف الإسلام:علم الإعلام والسياسات الإعلامية في العالم الثالث،المؤسسة الوطنية للكتاب،ط2،الجزائر،1986.
- 30- الزبير سيف الإسلام:علم الإعلام والسياسات الإعلامية في العالم الثالث،المؤسسة الوطنية للكتاب،ط2،الجزائر،1986.
- 31- زلطة، عبد الله، " النقد الفني:أسس نظرية ونماذج تطبيقية،دندن،دط،2004.
- 32- زهير احدادن: الصحافة الاسلامية الجزائرية من بدايتها الى سنة 1930 ، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر 1986 .
- 33- زهير احدادن، الصحافة المكتوبة في الجزائر ، بدون دار نشر ، الجزائر.
- 34- زولتان تار،النظرية الإجتماعية و نقد المجتمع -الأراء الفلسفية و الإجتماعية للمدرسة النقدية ،المكتبة المصرية ،القاهرة ،ط1 ،2004.
- 35- ساعد ساعد، التدريب الإعلامي :مفهومه ،أنواعه و أهدافه،المكتب الجامعي الحديث،2012 .
- 36- ستولبنتر جيروم ، النقد الفني ، دراسة جمالية ، تر: فؤاد زكرياء دار الوفاء لدنيا النشر و الطباعة ، ط 1 2008 .
- 37- سعاد جبر سعيد : سيكولوجية التفكير و الوعي بالذات عمان ،دار الكتاب العالمي ،2008.
- 38- سعدون نجم الدين الحبلوسي، دراسات في فلسفة التربية و المناهج و مكوناتها، نماذج بنائها و تقويمها، دار الهدى للطباعة و النشر، عين مليلة،الجزائر،دط،2003.
- 39- شبل بدران و كمال نجيب في التعليم الجامعي و تحديات المستقبل،دار الوفاء للطباعة و النشر،مصر،ط1،2001،1.

- 40- شرف عبد العزيز، الجغرافيا الصفية وتاريخ الصحافة العربية، دار عالم الكتب، ط1، 2004 .
- 41- شقيق محمد ، البحث العلمي ، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية ، القاهرة ، المكتب الجامعي الحديث ، 1985
- 42- شوقي ضيف ، النقد ، ط5 دار المعارف ، الكتابة لوسائل الإعلام ، عمان ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2014.
- 43- صلاح الدين محمد عبد الباقي، إدارة الموارد البشرية من الناحية العلمية والعملية، دار الكتب الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2000 .
- 44- عامر علي حسين العطوي و آخرون ،العلاقة بين تقنية الالمعلومات و الإتصالات و مستوى نقل و إكتساب المعرفة ،جامعة القادسية ،الكوفة ،العراق ،2007 .
- 45- عامر مصباح :منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، الجزائر :ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2010 .
- 46- عباس محبوب:أصول الفكر التربوي في السلام، دار ابن كثير، ط1، لبنان، 1987.
- 47- عبد الباسط محسن حسين، أصول البحث الاجتماعي، ط9، مكتبة وهبة، القاهرة، 1985.
- 48- عبد الحافظ سلامة، الوسائل التعليمية و المنهج، دار الفكر للطباعة و النشر، الأردن، ط2000، 1.
- 49- عبد الرازق الدليمي :الإعلام المتخصص عمان :دار اليازوري، 2005 .
- 50- عبد القادر الهرماسي و آخرون، الدين في المجتمع العربي ،بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط2000، 2.
- 51- عبد الكريم بوحفص، التكوين الاستراتيجي لتنمية الموارد البشرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010 .
- 52- عبد الكريم حرز الله، كمال بداري، نظام ل م د ليسانس، ماستر، دكتوراه، . ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2008 .
- 53- عبد اللطيف الفارابي، و آخرون ،البرامج و المناهج من الهدف إلى النسق ،دار الخطابي للطباعة و النشر ،المغرب ،1992.
- 54- عبد الله الرشدان وآخرون، المدخل إلى التربية والتعليم، دار الشروق، الأردن، د ط، 1997.

- 55- عبد الله محمد عبد الرحمان، منابع و طرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، دط، 2002.
- 56- عبد المالك مرتاض، في نظرية النقد، متابعة لأهم المدارس النقدية المعاصرة و رصد نظرياتها، دار هومة، الجزائر، 2005 .
- 57- عبد النبي محمد إبراهيم، التعليم و المجتمع: دراسات نظرية و ميدانية، القاهرة، دار الثقافة للنشر و التوزيع، 1985.
- 58- عدلي السيد رضا، التربية الاعلامية و تحديات ثورة الإتصال ،دار الفكر العربي، القاهرة ، 2012، ص 23.
- 59- علوش نور الدين ،المدرسة النقدية الألمانية :نماذج مختارة من الجيل الأول إلى الجيل الثاني ،دار الفرابي، لبنان ،ط2013، 1 .
- 60- العلوي محمد الطيب، الادارة التربوية بالمدارس الجزائرية ،ج01، دار البعث، قسنطينة، 1982.
- 61- علي أحمد مذكور، الشجرة العلمية، رؤية متكاملة للمنظومة التربوية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006.
- 62- علي راشد، شخصية المتعلم و أدائه في ضوء التوجيهات الإسلامية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ط1993، 1.
- 63- عواطف عبد الرحمان ،الباحثون الإعلاميون بين الوعي والالتزام في قضايا إعلامية معاصرة ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1998.
- 64- عواطف عبد الرحمان، مقدمة في الصحافة الافريقية ، دار الفكر العربي ط2 ، 1985.
- 65- عواطف عبد الرحمن ،النظرية النقدية في بحوث الإتصال، دار الفكر العربي، القاهرة 2000،
- 66- عوض إبراهيم عوض، نظريات الإتصال العالمية، مجلة تفكر، المجلد 2، العدد 2، 2000.
- 67- غيات بوفلجة، التربية و متطلباتها ،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 1998.
- 68- فاروق عبده فلية، أستاذ الجامعة، الدور و الممارسة بين الواقع و المأمول، دار الوهراء، الشرق، القاهرة، مصر، دط، 1997.
- 69- فاطمة عوص صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي ط1، مكتبة

- ومطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة 2002.
- 70- فرحان طالب :صناعة الإعلام الإذاعي والتلفزيوني ،عمان:دار الفنائس، 2012 .
- 71- فضيل دليو، علي غربي وآخرون،أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري،1999،قسنطينة،الجزائر .
- 72- فهد بن عبد الرحمان الشميمري :التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام الرياض : مكتبة الملك فهد الوطنية،2010 .
- 73- كامب جرودل، تصميم البرامج التعليمية ، طر أحمد خيرى كاظم ، القاهرة ، دار النهضة العربية .
- 74- كمال بومنيير و آخرون ،النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت من ماكس هوركهايمر إلى أكسل ، منشورات الإختلاف ،الجزائر/بيروت ،ط2001،1 .
- 75- كمال بومنيير،جدل العقلانية في النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت ،منشورات الإختلاف ،الجزائر/بيروت،ط2001،1.
- 76- كمال عبد الحميد زيتزن :التدريس نمادجه و مهاراته ،عالم الكتب،ط1،مصر،2003
- 77- لحسن بوعبدالله ،تقويم العملية التكوينية في الجامعة ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،1988.
- 78- مادوس جورج ،تقييم تعلم الطالب التجميعي والتكويني ،تر المفتي محمد أمين،دار ماكجر و هيل للنشر ، جامعة حلوان ،1981.
- 79- مادوس جورج ،تقييم تعلم الطالب التجميعي والتكويني ،تر المفتي محمد أمين،دار ماكجر و هيل للنشر ، جامعة حلوان ،1981 .
- 80- مادوس جورج ،تقييم تعلم الطالب التجميعي والتكويني ،تر المفتي محمد أمين،دار ماكجر و هيل للنشر ، جامعة حلوان ،1981 .
- 81- محمد أنور إبراهيم فرج : التفكير الناقد وقضايا المجتمع المعاصر، المكتبة الانجلوسكسونية،القاهرة ،2006 .
- 82- محمد أنور إبراهيم فرج : التفكير الناقد وقضايا المجتمع المعاصر، المكتبة الانجلوسكسونية،القاهرة ،2006 .
- 83- محمد أنور إبراهيم فرج : التفكير الناقد وقضايا المجتمع المعاصر، المكتبة الانجلوسكسونية،القاهرة ،2006 .
- 84- محمد أنور إبراهيم فرج : التفكير الناقد وقضايا المجتمع المعاصر، المكتبة

- الانجلوسكسونية، القاهرة، 2006 .
- 85- محمد عبد الحميد :التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي القاهرة :عالم الكتب .
- 86- محمد عبد الحميد :تحليل المحتوى في بحوث الإعلام ،الجزائر،ديوان المطبوعات الجامعية، 1979 .
- 87- محمد عبد الفتاح الصيرفي ،الادارة الرائدة،دار الصفاء للنشر و التوزيع،مصر ،2003.
- 88- محمد عبد الكريم، البحث العلمي (التصميم،المنهج والاجراءات) ط3،نهضة الرق،القاهرة، 1987.
- 89- محمد عبيدات وآخرون،منهجية البحث العلمي،ط 1،دار وائل،عمان،1997.
- 90- محمد علي، الشباب العربي و التغيير الإجتماعي ، بيروت ، دار النهضة العربية ، 1985 .
- 91- محمد علي محمد،الشباب العربي و التغيير الاجتماعي،بيروت،دار النهضة العربية،1985.
- 92- محمد فيق، خطوات إعداد البحوث الاجتماعية،المكتب الجامعي الحديث، القاهرة،1998.
- 93- محمد قاسم القريوتي،إدارة الأفراد المرشد العلمي في تطبيق الأساليب العلمية في إدارة شؤون العاملين في القطاعين العام و الخاص،دار الشروق،عمان،الأردن،ط 1 ،1990
- 94- محمد كامل الخطيب،نظرية النقد،القسم الأول،وزارة الثقافة دمشق،2001 ص 10.
- 95- محمد معوض وآخرون ، دراسات اعلامية ، دار الكتاب الحديث، الكويت،2000.
- 96- محمد منير مرسي، الاتجاهات الحديثة في التعليم الجامعي المعاصر و أساليب تدريسيه،عالم الكتب، القاهرة،مصر،دط،2002.
- 97- محمود منصور هبة ،قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية،2005 .
- 98- محمود منصور هبة، قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2005 .
- 99- مراد بن أشنهو ،نحو الجامعة الجزائرية ،تر عائدة أديب بامية ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،1981 .
- 100- مراد بن أشنهو،نحو الجامعة الجزائرية،تر،عائدة بامية،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،1981.

- 101- مصطفى عليان و عثمان محمد عتيم،مناهج و أساليب البحث العلمي (النظرية و التطبيق)،ط1،دار الصفاء للنشر و التوزيع،عمان2000.
- 102- مصطفى عليان،خطوات البحث العلمي في علم المكتبات،رسالة المكتبة ،م16،ع.1981
- 103- معنى الخليل عمر،مناهج البحث في علم الاجتماع،دار الشروق،ط2،عمان،1997.
- 104- مهنا محمد مصر،مدخل الى الاعلام العربي ،المكتب الجامعي الحديث، اسبوط .
- 105- موريس أنجرس،منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية،تدريبات عملية،ت ر:بوزيد صحراوي و آخرون،دار القصبة للنشر،الجزائر2004.
- 106- نسمة أحمد البطريق،الدلالة في السينما و التلفزيون في عصر العولمة ،دار غريب للنشر و التوزيع ،القاهرة ،دس ن .
- 107- نصر الدين العياضي ،التعامل مع وسائل الإعلام:الأسس و الأدوات ،دائرة الثقافة و الإعلام ،الشارقة ،2006.
- 108- نصر الدين العياضي،التعامل مع وسائل الإعلام : الأسس و الأدوات ، دائرة الثقافة و الإعلام ، الشارقة ،2006.
- 109- هياس الحربي : النقد الإعلامي ، مفاهيم اتجاهات قضايا .
- 110- وفاء أحمد برعي، دور الجامعة في مواجهة التطرف الفكري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، دط،2002 .

- 111- Comité national d'évaluation . les sciences de l'information et de la communication. mars 1993
- 112- E. Emery P.ault .w.agee.introduction on to mass communication dodd mead et company, 1790
- 113- Ennis, R. H. Critical thinking dispositions: Their nature and assessability. *Informal Logic*, 1996, vol. 18, no 2.
- 114- Jérôme Bourdon jean-Michel Frondon : L'oeil critique, Le journaliste critique de télévision, Médias Recherches études, Belgique,2003,p : 19.
- 115- Julia prioult,critique mediaque et indépendance des media ver une evolution de l'information ,magazin maze,25 avril 2017
- 116- LAI, Emily R. Critical thinking: A literature review. *Pearson's Research Reports*, 2011, vol. 6.
- 117- Le système lmd conférence, débat sur le système lmd université, annaba, Algérie, 2008/02/04
- 118- Ministre de l'enseignement surérieur et de recherche scientifique :règle d'organisation modalité d'évaluation et de progression ,licence et master .
- 119- Olivier voiroil , la théorie critique : les media de l'école de francfort,une relecture ,revue critique les media :tradition théories et pratique , 2010,p31
- 120- pierre bourdieu ,sur la television ,liber raison d'agir, 1996.
- 121- Pierre Bourdieu, Sur la télévision suivi de l'emprise du journalis" , 31emeédition, le seuil, France .2006
- 122- Pierre casse,la formation performonte , office des publications universitaires centrale BenAknoun ,alger, 1994
- 123- Potter, W. J, The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2010, vol. 54, no 4
- 124- RF.Hiscon introduction to journalism .Monarch press inc new york 1966
- 125- Samira ouardi ,la critique des média à l'ere de leur industrialisation ,revue critique les media ,2010
- 126- Sans écrivains ,la rousse ;en 1 volume, dictionnaire encyclopedique,librairie Larousse, paris,1979,p386

رسائل الدكتوراه و الماجستير :

- 01- أحمد قصوار، خطاب النقد التلفزيوني الصحافي : مقارنة تداولية لأفعال و آليات الإشتغال في الصحافة المغربية ،الرباط ،2012
- 02- أسماء هارون ، دور التكوين الجامعي في ترقية المعرفة العلمية،تحليل نقدي لسيلسة التعليم في الجزائر نظام ل م د ، رسالة ماجستير غير منشورة ،جامعة منتوري،قسنطينة 2010.
- 03- بلال جعفري ، فعالية التكوين في تطوير الكفاءات، دراسة حالة مركب المحركات و الجرارات، قسنطينة، ماجستير 2009.
- 04- بوعبدالله لحسن ، تقويم العملية التكوينية في الجامعة : دراسة ميدانية بجامعة الشرق الجزائري ، ماجستير 1998 .
- 05- التكوين الجامعي المتخصص وأداء العمل الصحفي الإذاعي،دراسة ميدانية بالإذاعات الجهوية،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في تنمية الموارد البشرية، جامعة قسنطينة 2008/2007.
- 06- زينب سعدي،النقد الصحفي للدراما التلفزيونية العربية في مجلة الإذاعات العربية،دراسة وصفية تحليلية،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير،قسم علوم الإعلام والاتصال،جامعة عنابة،2011.
- 07- زين الدين مصمودي،عوامل التكوين و علاقتها بطلبة المدرسة العليا للأساتذة نحو مهنة التدريس ، شهادة دكتوراه دولية في علم النفس التربوي،جامعة قسنطينة،1998.
- 08- محمد بودوح ،واقع تطبيق نظام ل م د من وجهة نظر الطلبة ،دراسة وصفية لعينة من طلبة جامعة البليدة،مجلة علوم الانسان والمجتمع ،العدد 03،سبتمبر2012.
- 09- ياسمين خدنة،واقع تكوين طلبة الدراسات العليا في الجامعة الجزائرية،مذكرة ماجستير ،جامعة قسنطينة ،2009.

المجلات و الدوريات :

- 01- إبراهيم حسين الشافعي ، تعليم اللغة العربية في الجامعات العربية مجلة اتحاد الجامعات العربية ، الرياض ، عدد 21 ، 1986 .
- 02- أسامة أبو طالب،ثورة النقد التلفزيوني في الصحافة المصرية :دراسة في اشكاليات

- العرض والتناول ، أعمال المؤتمر العلمي الاول للأكاديمية .الدولية لعلوم الإعلام تحت عنوان " :الفضائيات العربية ومتغيرات العصر" ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة،2005.
- 03- بن رزوق، ادماج التقنيات الحديثة في التعليم العالي، كضمان لجودة و مواجهة المنافسة العالمية،الملتقى الوطني الرابع للبيداغوجيا، جامعة باجي مختار،عنابة،الجزائر،2008.
- 04- بن نونة نادية ،العربي بوعمامة ،التكوين الجامعي في السمع البصري،مجلة الصورة و الإتصال ،جامعة وهران ،العدد 17/17.
- 05- خالد بن فيصل الفرم،النقد الاعلامي ،مقال منشور،صحيفة عكاظ ،عدد23 ،2009.
- 06- دويدار التوفيق حميد كاطع ،أزمة النقد التلفزيوني العربي ، الحوار المتمدن ، ع 3330 ، 8 افريل 2011.
- 07- رابح تركي، تطوير التعليم الجامعي في الجزائر وفق سياسة الثورة الجهوية ،مجلة الثقافة ،عدد 78 ، 1983 .
- 08- رضا السوسي،طرق التدريس بالتعليم العالي ،بين التلقين و التواصل ،مجلة أ ج ع ،عدد 18 ، 1982 .
- 09- رفيق الصبان ،ماجدة موريس :النقد مهنتي، عدد خاص بالمهرجان القومي السادس عشر للسينما المصرية،2010.
- 10- ساعد ساعد ، التكوين الاعلامي والأداء ، مقال افتتاحي في نشرة مركز التدريب الاعلامي ، عدد1 ، 2004 .
- 11- سامر محمد إسماعيل ، الصحافة تعيد توزيع الأدوار،مجلة الإذاعات العربية الصادرة عن إتحاد الإذاعات العربية العدد 2000،01 .
- 12- سامر محمد اسماعيل، الصحافة تعيد توزيع الأدوار،مجلة الإذاعات العربية الصادرة عن إتحاد الإذاعات العربية العدد 2000،01.
- 13- شبايكي سعدان :الاثار الاقتصادية و الاجتماعية لنظام التعليم العالي ل م د ،مجلة البحوث و الدراسات العلمية،العدد 05،جويلية 2011 .
- 14- الشديفات أشجان حامد ، واقع التربية الإعلامية و العوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها ، المجلة التربوية الدولية المتخصصة مج 01، ع 06، المجموعة الدولية للإستشارات و التدريب، 2012 .
- 15- شطاح محمد،التدريس الاعلامي في المرحلة الجامعية في مؤسسات التعليم العالي

- بالجزائر،المجلة العربية للاعلام و الاتصال ،عدد08،ماي 2012.
- 16- الطاهر دويدار: النقد التلفزيوني رضيع يحبو، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، ع 1،2000
- 17- عبد التواب شرف الدين ، التعليم في عصر المعلومات،مجلة التربية،اللجنة القطرية للتربية و الثقافة و العلوم،قطر،العدد105، 1993 .
- 18- عبد الرحمن عزي،التجربة الإعلامية التكوينية في الجزائر،مداخلة أقيمت في الملتقى الدولي حول التكوين الصحفي و البحث العلمي في ديسمبر 2014،جامعة الجزائر3.
- 19- عبد الرزاق جيلالي، من الانتولوجيا إلى علم الاجتماع ، مجلة المجتمع ،2011
- 20- عبد العزيز شرف، "الفلسفة النقدية ووسائل الإعلام"،مجلة الفن الإذاعي، الصادرة عن اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، العدد 141 ،أفريل 1994.
- 21- عبد القادر بن الشح ، "الناقد وسيط اتصالي" مجلة الإذاعات العربية الصادرة عن اتحاد الإذاعات العربية عدد01، 2000 .
- 22- عبد القادر بن الشح ، "الناقد وسيط اتصالي" مجلة الإذاعات العربية الصادرة عن اتحاد الإذاعات العربية عدد01، 2000
- 23- عبد القادر بن الشيخ،" الناقد وسيط اتصالي"، مجلة الإذاعات العربية الصادرة عن اتحاد الإذاعات العربية، العدد01، 2000 .
- 24- عبد القادر حسين ياسين،التربية و التنمية في العالم الثالث،مجلة التربية، اللجنة القطرية للتربية و الثقافة و العلوم،قطر،عدد1990،95 .
- 25- عبد الكريم قابوس ، النقد التلفزيوني في العالم العربي ، نقد الذات التلفزيونية ، مجلة الإذاعات العربية ، الصادرة عن اتحاد الإذاعات العربية ، عدد1، 2000 .
- 26- عبد الكريم قابوس،"النقد التلفزيوني في العالم العربي، نقد الذات التلفزيونية"، مجلة الإذاعات العربية، الصادرة عن اتحاد الإذاعات العربية، العدد1، 2000.
- 27- عزي عبد الرحمان، التكوين الاعلامي :التلاقي والتلاقي بين الرسالة والوسيلة المجلة الجزائرية للاتصال، عدد 04.
- 28- عماد عدول فتوح، فضل عبد القادر : ويبقى النقد العربي انطباعيا ، مجلة اتحاد الاذاعات العربية ع1 ، 2000
- 29- عمار رواب،شروط الأداء التعليمي و التكوين الجامعي،مجلة العلوم الإنسانية،منشور جامعة محمد خيضر،بسكرة الجزائر،2007.

- 30- فضيل دليو وآخرون، الجامعة تنظيمها وهيكلتها، مجلة الباحث الإجتماعية، دائرة البحث قسنطينة، الجزائر ، العدد 1، 1995 .
- 31- فوزية بلحاج مزي ، النقد الإذاعي والتلفزيوني بين وهم المصلحة العليا والبناء ، مجلة الإذاعات العربية الصادرة عن اتحاد الإذاعات العربية عدد01 ، 2000 .
- 32- ماجدة مورييس،" النقد التلفزيوني في الصحافة العربية "أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام تحت عنوان " :الفضائيات العربية و متغيرات العصر ، الدار المصرية اللبنانية،القاهرة ،2005.
- 33- محمد بلعسل،الجامعة و سوق العمل في الجزائر ،مجلة الفكر و المجتمع ،العدد 15،جانفي 2013.
- 34- محمد حمدان ،مواكبة التكوين الاعلامي للتكنولوجيا والمهن الاعلامية الجديدة ،مؤتمر الجمعية السعودية للإعلام ،المنتدى الثالث ،2005.
- 35- معتصر فضل عبد القادر : ويبقى النقد العربي انطباعيا ، مجلة اتحاد الاذاعات العربية ع1 ، 2000
- 36- مونس بوخضرة ،نظام ل م د وإمكانياته المعرفية ،ملتقى وطني حول أفاق الدراسات العليا البحث العلمي في الجامعة الجزائرية،جامعة الجزائر 1،أفريل 2012.
- 37- مي عبد الله:إشكالية علوم الإعلام و الاتصال و انعكاساتها على واقع البحوث العربية،مؤتمر التعليم العالي،مؤسسة الفكر العربي.
- 38- هياس الحربي، : النقد الإعلامي ، مفاهيم اتجاهات و قضايا ، مجلة الفن الإذاعي ،إتحاد الإذاعة و التلفزيون المصري ،العدد 185 ، 2007ص 60
- 39- هيثم صناعي ، دور الاعلام في ديمقراطية المعرفة ، مقال قدم في المؤتمر السنوي للمنصة العربية لحرية الصحافة ، 2005 .
- 40- يعقوب توفيق، ملاحظات حول سياسة التكوين وأفاق توظيف خريجي علوم الاعلام و الاتصال بالوطن العربي ،مقال غير منشور، ندوة أقسام الاعلام ،الامارات العربية المتحدة، 1984

مواقع الانترنت:

- 01- احمد حمدي ،تطور تعليم علوم اعلام و الاتصالي الجزائري ،حوار منشور على الموقع الالكتروني : <http://www.ahmedhamdi.net> تم التصفح بتاريخ 27 افريل 2016 على الساعة 14:00 زوالا.
- 02- زهور شنوف ،استحداث كلية للإعلام الجامعي المقبل:أساتذة الاعلام يتحدثون عن مشاكل تكوين صحفي مستقبلي،جريدة جزائر نيوز www.djazairnews.com [/djazairnews/13884](http://www.djazairnews.com/djazairnews/13884)
- 03- عبد الله زين الحيدري،التكوين الإعلامي في مجال التلفزيون بأقسام الإعلام العربية،www.maodo3.com
- 04- فاطمة مشعلة،معلومات عامة عن الإعلام و الصحافة ،15 ماي 2017 www.mawdoo3.com
- 05- محمد البخاري ،وظائف الإتصال و الإعلام الدولي www.bukharimailru.blogspot.com
www.colleges.jazanu.edu.sa
- 06- محمد سعد :ورقات نقدية مفهوم النقد لغة واصطلاحا، تاريخ الدخول:2016/12/25 <http://www.dhifaaf.com/vb/showthread.php?t=5545>
- 07- نسرين عبد الله ،رؤيا معاصرة حول مستقبل تدريس الاعلام ،مقال منشور على الموقع الالكتروني www.menbarpetra.com
- 08- يحي اليحياوي، مقابلة مع جريدة الاخرى المغربية.¹
www.univ.alger3.dz

الملاحق

قائمة الأساتذة المحكمين للأستمارة

الرقم	الإسم و اللقب	الدرجة العلمية	التخصص	مؤسسة العمل
01	العماري بوجمعة	أستاذ محاضر	علم الإجتماع الإتصال	جامعة مستغانم
02	قيدوم أحمد	أستاذ التعليم العالي	علم النفس	جامعة مستغانم
03	عبد الله مسكين	أستاذ مساعد	علم النفس المدرسي	جامعة مستغانم
04	ساعد ساعد	أستاذ محاضر	صحافة و نشر إلكتروني	جامعة الملك خالد – المملكة العربية السعودية-
05	محمد بن جدية	أستاذ التعليم العالي	فلسفة	جامعة مستغانم
06	كحلي كمال	أستاذ محاضر	العلوم النفسية و الإجتماعية	جامعة مستغانم
07	بلهوارى الحاج	أستاذ محاضر	علم الإجتماع	جامعة مستغانم
08	أشرف الزعبي	أستاذ التعليم العالي	إعلام إذاعي و تلفزيوني	جامعة الأردن

إلى السادة المحكمين

نظرا لخبرتكم الكبيرة و باعكم الطويل في ميدان التكوين و صمعتكم الطيبة بين صفوف الطلبة، و عند عامة الأسرة الجامعية يطيب لنا و يسعدنا أن نضع بين أيدي سيادتكم هذه الأداة التي تدرج ضمن التحضير لمتطلبات شهادة دكتوراه نظام جديد "ل.م.د"، نرغب في استشارتكم من أجل بناء أداة تقيس متغيرات بحثنا.

عنوان الدراسة : علاقة التكوين الإعلامي الأكاديمي بتشكيل الرؤية النقدية عند طالب علوم الإعلام و الإتصال.

و بغية الوقوف على المشكلة المدروسة تم الإستناد على مجموعة من المراجع العلمية ذات الصلة من كتب خاصة: مدخل إلى الإعلام العربي لمحمد نصر مهنا 2007، والأسس النفسية للتكوين و مناهجه لبوفجلة غيات 1984، وكتاب التدريب الاعلامي لساعد الساعد 2007 و مجموعة من البحوث و الدراسات العلمية منها أبعاد التكوين الجامعي في علوم الإعلام و الإتصال الكفاءات المهنية و الأكاديمية لعربي بوعمامة و المنظومة التعليمية لعلوم الإعلام و الإتصال لبركون كهينة و مذكرات تخرج التكوين الجامعي المتخصص و اداء العمل الإذاعي – ماجستير- لشريفة يعقوبي 2008، و دور التكوين الجامعي في ترقية المعرفة العلمية – ماجستير- 2010 لأسماء هارون.

- و بعد إجراء الدراسة التحليلية لهذه المراجع تم ترتيبها كما سيأتي لاحقا.

- ملاحظة: سوف نعتمد على سلم التقييم "ليكرت" الرباعي.

				البعد	
أبدا	نادرا	أحيانا	دائما	العبارة	
01	02	03	04	موجبة	العبارة
04	03	02	01	سالبة	

البيانات الشخصية للمستجوب:

- الجنس: ذكر أنثى
- المستوى الجامعي: ثلاثة ليسانس ثانية ماستر
- التخصص الإعلامي: (أذكر التخصص)
- الممارسة: تمارس المهنة الإعلامية لا تمارس المهنية الإعلامية

الرقم	العبارة	مدى مناسبتها		الإتجاه		التعديل
		مناسبة	غير مناسبة	إيجابي	سلبي	
المحور الاول: أهداف علمية معرفية						
01	مايقدم لك كمعلومات خلال تكوينك الاعلامي الجامعي يساعدك على معرفة الحقائق					
02	المعارف والمعلومات المكونة لك خلال مسارك الجامعي تساعدك على تنظيم أفكارك					
03	يمكنك التمييز بين أجزاء الرسالة الاعلامية خلال تكوينك الجامعي (مقدمة – عرض – خاتمة)					

04	تستطيع التفريق بين مواضيع الرسائل الاعلامية المختلفة سياسي -اجتماعي -اقتصادي -ثقافي				
05	تتعرف على مصدر الرسالة الاعلامية من خلال مضمونها				
06	مصدر الرسالة الاعلامية يساعدك على تقييمها				
07	تكوينك الاعلامي يساعدك في تنمية قدراتك اللغوية				
08	تقيم الرسالة الإعلامية من خلال بنيتها اللغوية				
09	المالك بجميع المعارف المختلفة في كل المجالات يمكنك من انتاج أي موضوع اعلامي				
10	فهمك للرسالة الاعلامية يتطلب تجزئتها				
11	المقاييس النظرية خلال تكوينك الاعلامي مكنتك من التعرف على مختلف أجزاء الرسالة الاعلامية .				
12	من خلال تكوينك تستطيع التمييز بين الذاتية والموضوعية في الرسالة الاعلامية				
13	من خلال التكوين الاعلامي تستطيع الاعلامي توصيل الرسالة الاعلامية كما ينبغي				
14	المواد البيداغوجية التحليلية (تحليل الخطاب ، تحليل المضمون ، التحليل الوثائقي)يساعدك على التعامل بمهارة مع الرسائل الاعلامية				
15	مقياس تحليل المضمون يساعدك على فك شفرات الرسائل الاعلامية.				

المحور الثاني : التنمية المهنية

01	تقوم بدورات تدريبية إعلامية				
02	أنت على تواصل دائم بمجريات الساحة الاعلامية				
03	تقوم بترصات ذات مستوى عال في المؤسسات الإعلامية				
04	تحثك بإعلاميين معروفين لإكتساب الخبرة المهنية				
05	تشارك في ورشات عمل حول العمل الإعلامي				
06	تقتني مراجع لها علاقة بالإعلام				
07	تمارس المهنة الاعلامية				
08	تستطيع أن تقارن مضمون الرسالة الاعلامية الواحدة في مختلف الوسائل الاعلامية				
09	موضوع انتاجاتك الاعلامية يكون حول إحدى الوسائل الاعلامية المعروضة				
10	عدم التوقيع باسم الصحفي يشكك في مصداقية الرسالة الاعلامية				
11	من خلال مقياس فنيات التحرير تستطيع التمييز بين مختلف القوالب التحريرية الصحفية				

المحور الثالث: التدريب المهني التخصصي

01	تدريبك الصحفي أثناء تربصك المهني ساعدك على فهم العملية الاعلامية و الاتصالية				
02	خبرتك تؤهلك لأن تكشف طرق المحاججة و الاستقصاء في الرسالة الاعلامية				
03	من خلال ميدان الممارسة تستطيع التعرف على المعنى				

					الحقيقي للرسالة الاعلامية
				04	المقاييس التطبيقية خلال تكوينك ساعدتك على استخراج الرسائل الخفية لأي مضمون إعلامي
				05	ممارستك المهنية الاعلامية ساهمت في زيادة قدرتك على تقييم الرسائل الاعلامية
				06	وجود الاعلامي كشاهد عيان على الحادثة يزيد في مصداقية الرسالة الاعلامية
المحور الرابع: أهداف خدمة المجتمع					
				01	تكوينك الاعلامي يعطيك فكرة حول خصوصية المجتمع
				02	تكوينك الاعلامي يعطيك فكرة حول تركيبية المجتمع
				03	تكوينك الاعلامي يعطيك فكرة حول توجهات المجتمع
				04	تكوينك الاعلامي يعطيك فكرة حول اهتمامات المجتمع
				05	تكوينك الاعلامي يعطيك فكرة حول المشاكل التي يعاني منها المجتمع
				06	تكوينك الاعلامي يسمح لك بتحليل ظواهر المجتمع
				07	ما يطرح من رسائل إعلامية يساعد على تنمية الفكر في المجتمع
				08	المضامين الاعلامية لها دور في معالجة مشاكل المجتمع
				09	أثناء ممارساتك الاعلامية يكون المجتمع موضوع معالجتك الصحفية
المحور الخامس: أهداف نشر المعرفة (الفكر)					
				01	من خلال ممارستك الاعلامية ترغب في المساهمة في نشر الوعي بين الجمهور المتلقي
				02	تقوم بدراسة تحليلية للمجتمع المتلقي
				03	رسائلك الاعلامية ترتبط بفئة معينة أم موجهة لكافة المجتمع
				04	تستطيع التنوع في إنتاجاتك الاعلامية لموضوع واحد بحيث يفهمه كل مستويات المجتمع
				05	تستطيع أن تنتج رسائل إعلامية تكون موجهة و لها مغزى
				06	خلال تلقيك للرسالة الاعلامية للوهلة الأولى تستطيع فهمها و شرحها للآخرين
				07	الشخصية الاعلامية تؤثر على المتلقي
				08	أثناء ممارستك الاعلامية كصحفي تراعي المستوى المعرفي للمتلقي
				09	مكان و زمان بث الرسالة الاعلامية يساعدك على التأكد من مصداقية المضمون الاعلامي
المحور السادس : أهداف اقتصادية					
				01	اهتماماتك الاقتصادية تدفعك دوما للعمل في هذا المجال
				02	أخبار السوق الاقتصادية تكون مصدرا لإنتاجاتك الإعلامية
				03	تلجأ إلى المقارنة بين المعطيات كحجج و براهين أثناء ممارساتك الاعلامية الاقتصادية
				04	تنظر إلى العمل الاعلامي بأنه وظيفة تمارس لكسب العيش
				05	تنظر إلى العمل الاعلامي بأنه رسالة يجب أن تقوم بها

					06	تتظر إلى العمل الاعلامي بأنه يساهم في حل المشكلات الاقتصادية
					07	تتظر إلى العمل الاعلامي بأنه يساهم في المساعدة على تحليل سوق العمل
					08	تقوم بكتابة موضوع له مصدر يضر بالاقتصاد الوطني
المحور السابع: ومواكبة التطور و الثورة المعرفية						
					01	تعتمد على التكنولوجيات الحديثة للتعرف أكثر على مجريات حادثة تناولتها وسائل الاعلام
					02	تستعين بتكنولوجيا الاعلام و الاتصال أثناء تكوينك
					03	تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ضرورة لا يستطيع الصحفي الاستغناء عنها أثناء عمله الاعلامي
					04	تعتمد على الانترنت في إنجاز أعمالك التكوينية
					05	تستخدم الفايبروك و التويتر في جمع المعلومات
					06	تهتم بتتبع الصحف الالكترونية
					07	تتفاعل مع الاخبار المنشورة إلكترونيا
					08	تبحث على مصدر الرسالة المنشورة إلكترونيا
					09	سرعة إنتشار الخبر يؤثر على مصداقيته
					10	اعتمادك على أكثر من وسيلة إعلامية يمكنك من اكتشاف الزيف و الحقيقة للرسالة الاعلامية الواحدة
المحور الثامن: أهداف ذات بعد سياسي						
					01	تنحاز إلى حزب سياسي معين
					02	تكوينك الاعلامي وجهك للإهتمام بالمواضيع السياسية
					03	أهتماماتك السياسية ساعدتك على المقارنة بين نفس الخبر السياسي في وسائل الاعلام المختلفة
					04	توجهك السياسي يؤثر على نقدك للمضامين الاعلامية
					05	تكونك الاعلامي الجامعي يعطيك وجهة نظر سياسية تتبناها لتحليل المواضيع الاعلامية
					06	تنحاز إلى تغطية الأحداث التي لها علاقة بتوجهك السياسي أكثر من غيرها
					07	تظطر إلى تبني فكر منحاز و تداع عليه و تثبته بحجج و براهين

- إسم و لقب الخبير (المحكم):
- الدرجة العلمية:
- الإختصاص:

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم-

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام و الاتصال

في إطار إنجاز بحث تحت عنوان "التكوين الاعلامي الاكاديمي و دوره في تشكيل الرؤية النقدية لدى طلبة علوم الإعلام و الاتصال" لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث . ومن أجل أخذ معلومات وافية حول التكوين في مجال الاختصاص (الإعلام والاتصال). نرجو منكم ملء الأداة بكل دقة مع مراعاة الموضوعية في الاجابة على كل الخانات. ولنا بتعاونكم جزيل الشكر والتقدير خدمة للبحث العلمي وتطوير المعرفة.

إشراف: د/ العربي بوعمامة

إعداد الطالبة : بن نونة نادية

السمات العامة :

- الجنس : ذكر أنثى

- السن :

- المستوى الجامعي :

- التخصص :

لا تمارس المهنة الاعلامية

الممارسة المهنية : تمارس المهنة الاعلامية

أهداف اقتصادية		
		1- اهتماماتك الاقتصادية تدفعك دوما للعمل في هذا المجال
		2- أخبار السوق الاقتصادية تكون مصدرا لإنتاجاتك الإعلامية
		3- تلجأ إلى المقارنة بين المعطيات كحجج و براهين أثناء ممارساتك الاعلامية الاقتصادية
		4- تنظر إلى العمل الإعلامي بأنه وظيفة تمارس لكسب العيش
		5- تنظر إلى العمل الإعلامي بأنه رسالة يجب أن تقوم بها
		6- تنظر إلى العمل الإعلامي بأنه يساهم في حل المشكلات الاقتصادية
		7- تنظر إلى العمل الإعلامي بأنه يساهم في المساعدة على تحليل سوق العمل
		8- تقوم بكتابة موضوع له مصدر و يضر بالاقتصاد الوطني
مواكبة التطور والثورة المعرفية		
		1- تعتمد على التكنولوجيات الحديثة للتعرف أكثر على مجريات حادثة تناولتها وسائل الاعلام
		2- تستعين بتكنولوجيا الاعلام و الاتصال أثناء تكوينك
		3- تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ضرورة لا يستطيع الصحفي الاستغناء عنها أثناء عمله الاعلامي
		4- تعتمد على الانترنت في إنجاز أعمالك التكوينية
		5- تستخدم الفايسبوك و التويتر في جمع المعلومات
		6- تهتم بتتبع الصحف الالكترونية
		7- تتفاعل مع الاخبار المنشورة إلكترونيا
		8- تبحث على مصدر الرسالة المنشورة إلكترونيا
		9- سرعة انتشار الخبر يؤثر على مصداقيته
		10- اعتمادك على أكثر من وسيلة إعلامية يمكنك من اكتشاف الزيف و الحقيقة للرسالة الاعلامية الواحدة
أهداف سياسية		
		1- تنحاز إلى حزب سياسي معين
		2- تكوينك الإعلامي وجهك للاهتمام بالمواضيع السياسية
		3- اهتماماتك السياسية ساعدتك على المقارنة بين نفس الخبر السياسي في وسائل الاعلام المختلفة
		4- توجهك السياسي يؤثر على نقدك للمضامين الاعلامية
		5- تكوينك الإعلامي الجامعي يعطيك وجهة نظر سياسية تتبناها لتحليل المواضيع الاعلامية
		6- تنحاز إلى تغطية الأحداث التي لها علاقة بتوجهك السياسي أكثر من غيرها
		7- تضطر إلى تبني فكر منحاز و تدافع عليه و تثبته بحجج و براهين
التعامل مع المضمون الإعلامي		
		1- تتعرف على موضوع المضمون الإعلامي من الوهلة الأولى
		2- تحدد دوافع معالجة الموضوع إعلاميا
		3- تتعرف على الجمهور المستهدف للمضمون الإعلامي
		4- تحدد المرسل الحقيقي لهذا المضمون الإعلامي
		5- تستطيع التعرف على السياسة التحريرية للمضمون الاعلامي
		6- تتأكد من صحة المعلومات
		7- تقوم بنقد القائم بالاتصال
		8- تقوم بنقد المضمون
		9- تتعامل مع المضمون الإعلامي من ناحية النقد لشكله
		10- تتعامل مع المضمون الإعلامي من ناحية الجوهر
		11- تستخلص النتائج من خلال تعرضك للمضمون الإعلامي

			12- تتعامل مع المضمون الإعلامي مراعيًا الأخلاق المهنية
			13- تكتشف الأساليب الاقتاعية الواردة في المضمون الإعلامي
			14- تحدد تأثير المضمون الإعلامي على الجمهور
			15- تتفاعل مع المضامين الإعلامية المتعرض لها
			التصور الذهني للمضمون الإعلامي
			1- تتساءل عن هدف المضمون الإعلامي
			2- تتعرف عن الهدف الخفي للمضمون الإعلامي
			3- يستطيع المضمون الإعلامي أن يزيل غموضك حول الموضوع
			4- تتغير وجهة نظرك حول الموضوع بعد تعرضك له
			5- أفكارك المسبقة لموضوع المضمون الإعلامي تساعدك على نقده
			6- تتذكر الموضوع الإعلامي المتعرض له في مواقف أخرى
			7- تصوراتك الأولية للموضوع الإعلامي تدفعك للتعرض له
			8- تتساءل عن مدى تسلسل أفكار الموضوع الإعلامي
			9- تقارن بين معلوماتك الشخصية حول الموضوع الإعلامي مع المعلومات المتعرض لها
			10- تميزك بين الخبر والرأي يدفعك لزيادة اهتمامك بالمضمون الإعلامي
			11- تستطيع أن تكتشف مواقع التضليل في المضمون الإعلامي
			12- تستطيع أن تكتشف مواقع التهويل في المضمون الإعلامي
			تقييم المضمون الاعلام
			1- تقيم المواضيع التي تهتم بها فقط
			2- تقييمك للمضمون الإعلامي يعتمد على تحليله
			3- تقييمك للمضمون الإعلامي يعتمد على تفسيره
			4- تقييمك للمضمون الإعلامي يعتمد على الحكم عليه
			5- تقييمك للمضمون الإعلامي يعتمد على تحليله و تفسيره ثم الحكم عليه
			6- تشكك في المضمون الإعلامي
			7- تحكم على جودة المضامين الإعلامية المتعرض لها
			8- تقارن بين المعلومات المقدمة في المضمون الإعلامي المتعرض له مع مضامين أخرى تعالج نفس الموضوع
			9- تشكك في مصداقية المعلومات المقدمة
			10- عند تعرضك للمضمون الإعلامي تتأكد من صحة المعلومات بالبحث عن مصادرها
			11- تستطيع أن تميز بين الذاتية و الموضوعية للمضمون الإعلامي
			12- حكمك على المضامين الإعلامية يكون بشكل سريع
			13- تدافع عن الموضوع الإعلامي بدون تحيز
			14- تقيم الرسالة الإعلامية من خلال بنيتها اللغوية
			15- تعارض الموضوع الإعلامي رغم انه يحتوي على حجج و براهين منطقية
			16- تؤيد الموضوع الإعلامي انطلاقًا من الجانب العاطفي
			17- تؤيد الموضوع الإعلامي انطلاقًا من المنطق و العقل
			18- تشرك أطرافًا أخرى في تعاملك مع المضمون الإعلامي
			19- أثناء تعرضك للمضمون الإعلامي تتساءل إن كان فعلاً موضوعاً إعلامياً يستحق أن يكتب أو يسمع أو يشاهد

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم-

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام و الاتصال

في إطار إنجاز بحث تحت عنوان "التكوين الاعلامي الاكاديمي و دوره في تشكيل الرؤية النقدية لدى طلبة علوم الإعلام و الاتصال" لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث . ومن أجل أخذ معلومات وافية حول التكوين في مجال الاختصاص (الإعلام والاتصال). نرجو منكم ملء الأداة بكل دقة مع مراعاة الموضوعية في الاجابة على كل الخانات. ولنا بتعاونكم جزيل الشكر والتقدير خدمة للبحث العلمي وتطوير المعرفة.

إشراف: د/ العربي بوعمامة

إعداد الطالبة : بن نونة نادية

السمات العامة :

- الجنس : ذكر أنثى

- السن :

- المستوى الجامعي :

- التخصص :

لا تمارس المهنة الاعلامية

الممارسة المهنية : تمارس المهنة الاعلامية

أبدا	نادرا	دائما	
			الأهداف العلمية المعرفية
			1- ساعدك التكوين الجامعي على معرفة الحقائق
			2- تتعرف على مصدر الرسالة الاعلامية من خلال مضمونها
			6- ساعدك تكوينك الإعلامي على تنمية قدراتك اللغوية
			7- تستطيع إنتاج أي موضوع في الإعلام :مكتوب، مسموع ،سمعي بصري
			8- من خلال تكوينك الإعلامي تستطيع كإعلامي توصيل الرسالة الإعلامية كما ينبغي إلى الجمهور
			9- المواد البيداغوجية التحليلية :تحليل الخطاب ،تحليل المضمون ،تحليل الوثائق تساعدك على فك شفرات الرسائل الإعلامية
			التنمية المهنية والتدريب المهني
			1- تقوم بدورات تدريبية إعلامية
			2- أنت على تواصل دائم بمجريات الساحة الإعلامية
			3- تقوم بترجمات ذات مستوى عال في المؤسسات الإعلامية
			4- تحتك بإعلاميين معروفين لاكتساب الخبرة المهنية
			5-تشارك في ورشات العمل الإعلامي
			6- موضوع إنتاجك الإعلامية يكون حول إحدى الرسائل الإعلامية المعروضة
			7- تدريبك الصحفي أثناء تربصك المهني ساعدك على فهم العملية الإعلامية و الاتصالية
			8- خبرتك تؤهلك لأن تكشف طرق المحاجة و الاستقصاء في الرسالة الإعلامية
			9- من خلال ممارستك المهنية تستطيع التعرف على المعنى الحقيقي للمضمون الإعلامي
			أهداف خدمة المجتمع
			1- تكوينك الإعلامي يعطيك فكرة حول خصوصية المجتمع
			2- تكوينك الإعلامي يعطيك فكرة حول تركيبية المجتمع
			3- تكوينك الإعلامي يعطيك فكرة حول توجهات المجتمع
			4- تكوينك الإعلامي يعطيك فكرة حول اهتمامات المجتمع
			5- تكوينك الإعلامي يعطيك فكرة حول المشاكل التي يعاني منها المجتمع
			6- تكوينك الإعلامي يسمح لك بتحليل ظواهر المجتمع
			7- ما يطرح من رسائل إعلامية يساعد على تنمية الفكر في المجتمع
			أهداف نشر المعرفة
			1- تقوم بدراسة تحليلية للمجتمع المتلقي
			2- رسائلك الإعلامية ترتبط بفئة معينة
			3- تستطيع التنوع في إنتاجاتك الإعلامية لموضوع واحد بحيث يفهمه كل مستويات المجتمع
			4- تستطيع أن تنتج رسائل إعلامية تكون موجهة و لها مغزى
			5- مكان و زمان بث الرسالة الاعلامية يساعدك على التأكد من مصداقية المضمون الاعلامي
			أهداف اقتصادية
			1- اهتماماتك الاقتصادية تدفعك دوما للعمل في هذا المجال
			2- أخبار السوق الاقتصادية تكون مصدرا لإنتاجاتك الإعلامية
			3- تلجأ إلى المقارنة بين المعطيات كحجج و براهين أثناء ممارساتك الاعلامية الاقتصادية
			4- تنظر إلى العمل الإعلامي بأنه وظيفة تمارس لكسب العيش
			5- تنظر إلى العمل الإعلامي بأنه يساهم في حل المشكلات الاقتصادية

			التعامل مع المضمون الإعلامي
			1- تتعرف على موضوع المضمون الإعلامي من الوهلة الأولى
			2- تحدد دوافع معالجة الموضوع إعلاميا
			3- تتعرف على الجمهور المستهدف للمضمون الإعلامي
			4- تحدد المرسل الحقيقي لهذا المضمون الإعلامي
			5- تستخلص النتائج من خلال تعرضك للمضمون الإعلامي
			6- تتعامل مع المضمون الإعلامي مراعيًا الأخلاق المهنية
			7- تكتشف الأساليب الإقناعية الواردة في المضمون الإعلامي
			8- تحدد تأثير المضمون الإعلامي على الجمهور
			9- تتفاعل مع المضامين الإعلامية المتعرض لها
			التصور الذهني للمضمون الاعلامي
			1- تتساءل عن هدف المضمون الإعلامي
			2- يستطيع المضمون الإعلامي أن يزيل غموضك حول الموضوع
			3- تتغير وجهة نظرك حول الموضوع بعد تعرضك له
			4- أفكارك المسبقة لموضوع المضمون الإعلامي تساعدك على نقده
			5- تتذكر الموضوع الإعلامي المتعرض له في مواقف أخرى
			6- تصوراتك الأولية للموضوع الإعلامي تدفعك للتعرض له
			7- تتساءل عن مدى تسلسل أفكار الموضوع الإعلامي
			8- تقارن بين معلوماتك الشخصية حول الموضوع الإعلامي مع المعلومات المتعرض لها
			9- تستطيع أن تكتشف مواقع التضليل في المضمون الإعلامي
			10- تستطيع أن تكتشف مواقع التهويل في المضمون الإعلامي
			تقييم المضمون الاعلامي
			1- تقييمك للمضمون الإعلامي يعتمد على تفسيره
			2- تقييمك للمضمون الإعلامي يعتمد على الحكم عليه
			3- تقييمك للمضمون الإعلامي يعتمد على تحليله و تفسيره ثم الحكم عليه
			4- تشكك في المضمون الإعلامي
			5- تحكم على جودة المضامين الإعلامية المتعرض لها
			6- تقارن بين المعلومات المقدمة في المضمون الإعلامي المتعرض له مع مضامين أخرى تعالج نفس الموضوع
			7- تشكك في مصداقية المعلومات المقدمة
			8- عند تعرضك للمضمون الإعلامي تتأكد من صحة المعلومات بالبحث عن مصادرها
			9- تعارض الموضوع الإعلامي رغم انه يحتوي على حجج و براهين منطقية
			10- تؤيد الموضوع الإعلامي انطلاقًا من الجانب العاطفي
			11- أثناء تعرضك للمضمون الإعلامي تتساءل إن كان فعلا موضوعا إعلاميا يستحق أن يكتب أو يسمع أو يشاهد

العلاقة بين التكوين الإعلامي الأكاديمي و تشكيل الرؤية النقدية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال

الملخص :

في بحثنا هذا حاولنا أن نتعرف على العلاقة الرابطة بين التكوين الاعلامي الاكاديمي، وتشكيل الرؤية النقدية لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال ، من خلال الربط بين أهداف التكوين الاعلامي وعناصر الرؤية النقدية، ومن أجل ذلك طرحنا تساؤل عام يتمثل في : ما علاقة التكوين الاعلامي بتشكيل الرؤية النقدية الاعلامية لدى طالب علوم الاعلام والاتصال ؟ وإعتمدنا على دراسة هذه العلاقة بين المفهومين على 3 متغيرات وهي : التخصص الاعلامي ، المستوى الدراسي ، والممارسة المهنية ، لتتبلور 3 أسئلة فرعية وهي كالآتي :

- 1- ما علاقة التكوين الإعلامي بتشكيل الرؤية النقدية الإعلامية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال حسب متغير التخصص الإعلامي؟
- 2- ما علاقة التكوين الإعلامي بتشكيل الرؤية النقدية الإعلامية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال حسب متغير المستوى الدراسي؟
- 3- ما علاقة التكوين الإعلامي بتشكيل الرؤية النقدية الإعلامية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال حسب متغير الممارسة الإعلامية؟

ليكون فرض البحث الاساسي هوأنه توجد علاقة بين التكوين الاعلامي وتشكيل الرؤية النقدية لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال ،إضافة الى 3 فرضيات تقول الأولى :أن هناك علاقة بين التكوين الاعلامي وتشكيل الرؤية النقدية حسب متغير التخصص الاعلامي والثانية :أن هناك علاقة بين التكوين الاعلامي وتشكيل الرؤية النقدية حسب المستوى الدراسي. والثالثة تقول أنه توجد علاقة بين التكوين الإعلامي و تشكيل الرؤية النقدية حسب الممارسة المهنية .

ومن أجل تحقق صحة هذه الفرضيات إعتمدنا على المنهج الوصفي معتمدين على أداة الاستمارة الموجهة للطلبة المتخصصين في الاعلام والتي وزعت على عينة البحث التي كان عددها 500 طالب من 5 تخصصات إعلامية مختلفة : إعلام ، صحافة مكتوبة ، سمعي بصري ، صحافة علمية ووسائل الاعلام والمجتمع .

موزعين حسب المستوى الدراسي الى طلبة الليسانس وطلبة الماستر وحسب الممارسة المهنية الى طلبة يمارسون المهنة الاعلامية وطلبة لايمارسون المهنة الاعلامية وبذلك كانت العينة عشوائية طبقية تم الحصول عليها بتقسيم مجتمع البحث إلى طبقات بناء على متغيرات الدراسة السابقة الذكر ،في كل من جامعة مستغانم ، و قسنطينة و الجزائر العاصمة .

و قد أسفرت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج جاءت لتبين أن هناك علاقة طردية قوية جدا تربط بين التكوين الإعلامي الجامعي و الرؤية النقدية لدى طالب علوم الإعلام و الاتصال.

الكلمات المفتاحية :التكوين الإعلامي ،الرؤية النقدية ،طالب علوم الإعلام و الاتصال

The relationship between the academic media formation and the formation of the critical vision of the student of information science and communication

Summary:

In this research, we tried to identify the relationship between the academic media formation and the formation of a critical vision among the students of information and communication sciences by linking the objectives of the media formation with the elements of the monetary vision. Therefore, we raised the general question: Have a student of information science and communication? And we relied on the study of this relationship between the two concepts on 3 variables: media specialization, level of study, and professional practice, to crystallize 3 sub-questions are as follows:

- 1What is the relationship of media formation to the formation of the media critical vision of the student of information science and communication according to the variable media specialization?

-2What is the relationship of media formation to the formation of the media's monetary vision in the student of information science and communication according to the variable level of study?

-3What is the relationship of the media formation to forming the media's monetary vision in the student of information science and communication according to the variable of media practice?

The first hypothesis is that there is a relationship between the media formation and the formation of the monetary vision according to the variable of media specialization and the second: that there is a relationship between the media formation and the formation of the monetary vision By level of study. And the third says that there is a relationship between the composition of the media and the formation of a critical vision according to professional practice.

In order to verify the validity of these hypotheses, we relied on the descriptive approach, relying on the questionnaire tool for students in the media, which was distributed to the sample of 500 students from 5 different media disciplines: media, written journalism, audiovisual, scientific journalism, media and society.

By the professional level, to students who practice the media profession and students of the media profession. Thus, the random sample was obtained by dividing the research society into strata according to the variables of the above study, at the University of Mostaganem, Constantine and algeria.

This study resulted in a number of results to show that there is a very strong positive relationship between the university media formation and the critical vision of the student of information science and communication.

Keywords: media formation, critical vision, media and communication science studentAndand.

La relation entre la formation médiatique académique et la formation de la vision critique chez l'étudiant en science de l'information et communication

Résumé :

Dans cette recherche, nous avons tenté d'identifier la relation entre la formation médiatique académique et la formation d'une vision critique chez les étudiants en sciences de l'information et de la communication, En reliant les objectifs de la formation des médias et les éléments de la vision critique, et pour cela nous avons soulevé une question générale: Quelle est la relation entre la formation des médias et la formation de la vision critique des médias chez les étudiants en sciences de l'information et de la communication? Et nous nous sommes appuyés sur l'étude de cette relation entre les deux concepts sur les trois variables: spécialisation des médias, niveau d'étude, et pratique professionnelle, pour cristalliser 3 sous-questions sont les suivantes:

1- Quelle est la relation entre la formation des médias et la formation de la vision critique des médias de l'étudiant en sciences de l'information et de la communication selon la variable de la spécialisation des médias?

2- Quelle est la relation de la formation des médias à la formation de la vision critique des médias de l'étudiant en sciences de l'information et de la communication selon le niveau variable d'étude?

3- Quelle est la relation entre la formation des médias et la formation de la vision critique de l'étudiant en sciences de l'information et en communication selon la variable de la pratique des médias?.

L'hypothèse de recherche fondamentale suppose qu'il existe une relation entre la formation des médias et la formation d'une vision critique chez les étudiants des sciences de l'information et de la communication, en plus de 3 hypothèses qui disent la première : Qu'il existe une relation entre la formation des médias et la formation d'une vision critique selon la variable de la spécialisation des médias et la seconde: qu'il existe une relation entre la formation des médias et la formation de la vision critique par niveau d'étude. Et la troisième dit qu'il existe une relation entre la composition des médias et la formation d'une vision critique selon la pratique professionnelle.

Afin de vérifier la validité de ces hypothèses, nous nous sommes appuyés sur l'approche descriptive basée sur l'outil questionnaire pour les étudiants spécialisés dans les médias, qui a été distribué à l'échantillon de 500 étudiants issus de 5 disciplines médiatiques: médias, journalisme écrit, audiovisuel, journalisme scientifique, médias et Société.

Distribué selon le niveau académique des étudiants de licence et du Master, des étudiants en profession des médias et des étudiants qui ne le pratiquent pas, l'échantillon a été stratifié de manière aléatoire en divisant la communauté de recherche en couches selon les variables de l'étude ci-dessus, à l'Université de Mostaganem, Constantine et Alger la capitale.

Cette étude a abouti à un certain nombre de résultats montrant qu'il existe une très forte relation de corrélation entre la formation médiatique universitaire et la vision critique de l'étudiant en sciences de l'information et en communication.

Les mots clés : la formation médiatique académique -la vision critique - l'étudiant en science de l'information et communication