

سياسة التكوين في علوم الاعلام والاتصال في الجزائر بين إصلاح التعليم

العالي وتحولات سوق العمل

Training Policy in Information and Communication Sciences in Algeria Between Higher Education Reforms and Labor Market Transformations

د. منصور فوزي

جامعة محمد الشريف مساعديّة - سوق أهراس-

Fzmans4@gmail.com

تاريخ الاستلام 2026/05/01 تاريخ القبول 2026/05/17

الملخص

يتناول المقال سياسة التكوين الجامعي في علوم الإعلام والاتصال في الجزائر في ضوء الإصلاحات في التعليم العالي. حيث يبرز جهود الجامعة في تحديث البرامج وإدماج تخصصات جديدة خاصة مع التحولات الرقمية المتسارعة. مع ذلك تبرز عدة تحديات، أبرزها ضعف التكوين التطبيقي وقلة فرص التربصات الميدانية، وضعف التعاون مع المؤسسات الاقتصادية. ويهدف المقال الى التعرف على قدرة مخرجات الجامعة في علوم الاعلام والاتصال على مواكبة متطلبات السوق. ويخلص إلى ضرورة تحقيق جودة التكوين الجامعي وتفعيل الشراكة مع المؤسسات في سوق العمل.

الكلمات المفتاحية: التكوين الجامعي، الاعلام والاتصال، سوق العمل، اصلاح التعليم العالي، الجامعة الجزائرية.

Abstract:

This article examines the policy of university training in Information and Communication Sciences in Algeria in light of ongoing higher education reforms. It highlights the efforts undertaken by universities to modernize curricula and introduce new specializations, particularly in response to rapid digital transformations. Despite these initiatives, several challenges persist, most notably the weakness of practical training, the limited availability of field internships, and the insufficient collaboration with economic institutions. The article aims to assess the extent to which graduates in Information and Communication Sciences are able to meet labor market requirements. It concludes by emphasizing the need to enhance the quality of university education and to strengthen partnerships with labor market stakeholders.

Keys Words: University Training, Information and Communication, Labor Market, Higher Education Reform, Algerian University.

مقدمة:

مرت الجامعة الجزائرية بتحولات عميقة منذ الاستقلال، إذ واكبت التغيرات السياسية والاقتصادية التي شهدتها الجزائر، وكان دورها في كل مرحلة منسجما مع الواقع السياسي والاقتصادي الوطني والعالمي حيث تؤدي وظائف مرتبطة براهن البلد وتوجهاته، وتركزت مخرجاتها في مواكبة الخيارات التنموية للبلد والإيفاء بحاجات سوق العمل وتخريج الطلبة والباحثين المؤهلين. إن دور الجامعة في كل مرة كان التكيف والاستجابة للواقع والرهانات التنموية التي يمر بها البلد، فمن الاشتراكية الى اقتصاد السوق ومن الحزب الواحد الى التعددية السياسية، كانت الجامعة قاطرة للتحويلات ومحددة لمعالم المسار الاقتصادي والتنموي وإنتاج المعرفة.

في هذا السياق، مر التكوين في مجال علوم الاعلام والاتصال في الجامعة الجزائرية بمراحل انتقل فيها من تدريس الاعلام والصحافة المكتوبة وتكوين إطارات إعلامية وصحفيين لتسيير المؤسسات الإعلامية العمومية كالتلفزيون والاذاعة والصحف المكتوبة، بما يستجيب للواقع السياسي التحرري بعد الاستقلال مروراً بعدة تحولات بنيوية تكيف فيها واقع التكوين مع الواقع السياسي والاقتصادي للبلد وللتحولات التنموية المتسارعة في الستينات والسبعينات، حيث ظل ينظر الى الاعلام كقطاع حيوي يرافق مسار الإصلاحات التنموية وللصحفيين كمناضلين في اطار المشروع الاشتراكي الذي تبنته الدولة .

شكلت التعددية السياسية والإعلامية نقلة نوعية لعلوم الاعلام والاتصال، حيث ميزها تحديث خارطة التكوين بفتح كليات وأقسام الاعلام والاتصال في أغلب الجامعات الجزائرية بداية بالمدن الكبرى كوهان وقسنطينة وعنابة ووصولاً الى معظم الجامعات عبر الوطن وفتح تخصصات جديدة تواكب الواقع السياسي، الاقتصادي والإعلامي الجديد. ورغم سلسلة الإصلاحات المتوالية في سياسة التكوين إلا أن مخرجات أقسام الاعلام والاتصال في الجامعات لم تكسب بعد رهان الاستجابة لمتطلبات السوق، ولا تزال هناك حاجة الى إيجاد شراكة حقيقية بين كليات وأقسام الاعلام والاتصال والمؤسسات في سوق العمل. كما تفرض الثورة الرقمية وتطور تكنولوجيات الاعلام والاتصال ضرورة إعادة النظر في طبيعة التكوين الجامعي وتحديثه باستمرار بما يتلاءم مع حاجات المؤسسات وبما يكفل للجامعة الاستجابة لسوق العمل وللتحولات الرقمية السريعة في بيئة المهن الاتصالية. من خلال ما سبق، تبرز إشكالية أساسية مفادها:

إلى أي مدى استطاعت الإصلاحات التي شهدتها الجامعة الجزائرية في مجال علوم الاعلام والاتصال مواكبة التحويلات التي يشهدها سوق العمل؟

ولمعالجة هذه الإشكالية، ارتأينا الإجابة عن التساؤلات التالية:

ما أهم المحطات التي مر بها التكوين الجامعي في علوم الاعلام والاتصال في الجزائر؟

هل يستجيب التكوين في علوم الاعلام والاتصال للتحويلات السياسية، الاقتصادية والرقمية؟

و إلى أي مدى نجحت الإصلاحات في ربط تخصصات الاعلام والاتصال بسوق العمل ؟

1- مراحل تطور التكوين الجامعي في علوم الاعلام والاتصال:

يمثل التكوين الجامعي في علوم الإعلام والاتصال الإطار المؤسساتي الرسمي الذي يتم من خلاله إعداد المورد البشري المؤهل للعمل في مجال الاعلام والاتصال في الجزائر، حيث يهدف إلى تزويد الطلبة بالمعارف النظرية والمهارات التطبيقية التي تمكنهم من ولوج سوق العمل. وقد مرّ التكوين في مجال الاعلام والاتصال في الجزائر بمراحل تطور فيها ليوافق الواقع السياسي والاقتصادي الوطني والعالمي محاولا التكيف مع التحولات. ويمكن أن نحصر هذه المراحل في:

1-1- مرحلة ما بعد الاستقلال (1962-1970) :

انطلق التكوين في تخصصات علوم الإعلام والاتصال في الجزائر بالتزامن مع نيل البلاد لاستقلالها، حيث كانت ثمة حاجة ملحة ومستعجلة لتكوين إطارات وتقنيين في ميدان الإعلام بعد أن كان الجزائريون شبه ممنوعين من التعليم العالي في حقبة الاستعمار، حيث تم في سنة 1964 افتتاح المدرسة الوطنية العليا للصحافة التي تولت هذه المهمة، غير أن التكوين ارتكز كثيرا على تخصصي الصحافة المكتوبة والسمعي البصري ولمدة طويلة، وهذا الأمر كان مفهوما كثيرا لأنه كان يتلاءم وطبيعة الرهان المستهدف وهو التأسيس لمنظومة إعلامية ثقيلة لا تختلف عن المنظومة الصناعية بتوجه إيديولوجي اشتراكي بارز.¹

و في عام 1970 أنشئت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي لأول مرة في الجزائر في عملية إصلاح شامل للتعليم العالي في برامج وأهدافه وطرقه وأسلوب تكوين الإطارات الجامعية ومناهج البحث العلمي، حيث حدد أهدافا عديدة منها:²

- تكوين أكبر عدد من الإطارات بأقل تكلفة.
- تكوين الإطارات التي يحتاجها الاقتصاد الوطني.
- تشجيع البحث العلمي والإبداعي.
- أن يكون الإطار المكوّن في الجامعة حائزا على صفات ملائمة للمستوى الذي تحتاج إليه البلاد.

1-2- مرحلة السبعينات (1971-1980) :

إن أهم ما ميّز هذه المرحلة هو الإصلاح الذي عرفه التعليم العالي سنة 1971 وارتكز هذا الإصلاح على جملة من الأهداف أهمها: ديمقراطية الجامعة بواسطة فتحها أمام كافة الشرائح المجتمع، جزأة كافة القطاعات والهيكل الموروثة عن المستعمر وتعويض الأساتذة الأجانب الجزائريين، التعريب باستعمال اللغة العربية كاللغة للتدريس وإرساء قواعدها.³

وعموما، فقد ركزت الإصلاحات في تخصصات الاعلام والاتصال بعد الاستقلال على التوجهات التالية:

• التعريب:

يقصد بالتعريب هو التخلي عن اللغة الفرنسية التي يتم التعامل بها في المؤسسات التعليمية في العهد الإستعماري، وإحلال اللغة العربية بدلا عنها، وقد تم الانطلاق في هذا المشروع بعد الاستقلال، حيث بدأ التعريب في الجامعة بالأدب العربي والتاريخ والفلسفة وغيرها، إلى أن تم تعريب كل العلوم الإنسانية وعلوم الاعلام والاتصال وبعض التخصصات في العلوم كالرياضيات⁴.

• ديمقراطية التعليم:

يقصد بها أنه من حق كل حامل لشهادة البكالوريا أن يدخل الجامعة، ففي البداية لم يكن يراعى في الدخول إلى التخصصات المختلفة، لكن بعد اصلاحات السبعينيات أصبح يراعى مبدأ التفوق في كل مادة يريد الطالب التخصص فيها، وذلك بغية تزويد البلاد بإطارات مؤهلة، لكن كان لهذه السياسة آثار سلبية، ألا وهي الزيادة الهائلة في عدد الطلبة وعجز الأساتذة على الإستجابة لمقتضيات التعليم. فلتحسين المستوى التكويني لطلبة الجامعة، كان لابد من إعادة النظر في سياسة ديمقراطية التعليم والسعي إلى تحقيق المواءمة بين الجانبين الكمي والكيفي، في إعداد إطارات البلاد⁵.

• الجزارة:

يعني هذا المفهوم تحرير البلاد من التبعية الثقافية والتكنولوجية وهذا بالتخلص من العنصر الأجنبي في مؤسسات الدولة وتعويضه بالعنصر الوطني، حيث نلاحظ أن عدد الأساتذة في سنة 1962 هو 82 استاذ ومع اتباع هذه السياسة أصبح العدد حوالي 14581 سنة 1997.

1-3- مرحلة الثمانينات (1980-1988):

ميزها إصدار قانو الاعلام 1982، وهو أول إطار تشريعي جاء لتنظيم قطاع الاعلام في الجزائر في اطار النهج الاشتراكي والأحادية الحزبية، حيث تناول حقوق الصحفي وواجباته كموظف عمومي، وكان دور الجامعة هو تكوين الإطارات من صحفيين وتقنيين للعمل في المؤسسات الإعلامية العمومية. في أما في سنة 1983 فقد قدمت وزارة التعليم العالي ووزارة التخطيط مشروع الخريطة الجامعية، وقد نادت الدورة للجنة المركزية لحزب التحرير الوطني بإدماج التخطيط في نظام التربية والتعليم ككل وبتبني الخريطة الجامعية التي تهدف أساسا إلى البحث عن العلاقة الوطيدة بين التكوين والتشغيل وكذا توحيد وتنسيق التكوين العالي⁶.

وقد تمحورت أهداف هذا المشروع حول:

- توسيع شبكة التكوين العالي وتوفير الانسجام بين مؤسسات وزارة التعليم العالي والمؤسسات الأخرى.

- تحسين مردود قطاع التعليم العالي.

- تنظيم عدد الطلبة وتحقيق التوازن الجهوي بحيث يراعى التخصص حسب مناطق.

- إعادة تكوين البحث العلمي وإدماجه في اهتمامات التنمية على أساس مبادئ التكوين بواسطة البحث⁷.

1-4- مرحلة التعددية السياسية والإعلامية (1989-2003):

خلف الانتقال السياسي والاقتصادي الذي شهدته الجزائر منذ دستور 1989م وقانون الاعلام 1990 أثرا واضحا على التكوين في علوم الاعلام والاتصال، حيث برزت تخصصات جديدة على غرار العلاقات العامة، اتصال المؤسسة، سبر الآراء.... وهي تخصصات جاءت كاستجابة للواقع السياسي، الاقتصادي والإعلامي الجديد.

لقد أصبح التكوين في مجال الإعلام والاتصال مطالبا بالاستجابة لبيئة جديدة متعددة الأبعاد: ثمة حاجة لتطوير التكوين الإعلامي في مجالات الاتصال السياسي للاستجابة للتعددية السياسية والحزبية، وحاجة أخرى للاعتناء بتخصصات العلاقات العامة واتصال المؤسسة لمواكبة بروز المؤسسة الخاصة كمكون رئيسي ضمن النسق الاقتصادي، وثقافة الاستهلاك والرفاهية كمكون جوهري للحياة الاجتماعية، ما يدعو إلى الاهتمام بتخصصات الإشهار والاتصال التسويقي.⁸

1-5- مرحلة اصلاح التعليم العالي (تطبيق نظام LMD ابتداء من 2004) :

لقد حدد المشرع الجزائري والمرسوم التنفيذي رقم: 03-279 المؤرخ في: 24 غشت 2003، وخاصة في المواد 4،5،6 مهام التعليم العالي والجامعي والمتمثلة في:

✓ تكوين الإطارات الضرورية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للبلاد.

✓ تلقين الطلبة مناهج البحث وترقية التكوين بالبحث وفي سبيل البحث.

✓ المساهمة في إنتاج ونشر معمم للعلم والمعارف وتحصيلها وتطويرها.

✓ المشاركة في التكوين المتواصل

✓ ترقية الثقافة الوطنية ونشرها

✓ المشاركة في دعم القدرات العلمية الوطنية.

✓ تثمين نتائج البحث ونشر الإعلام العلمي والتقني.

✓ المشاركة ضمن الأسرة العلمية والثقافية الدولية في تبادل المعارف وإثرائها.⁹

ولتجسيد هذه التوجهات تم اعتماد LMD كمراجعة للتعليم العالي، وهو عبارة عن هيكلة جديدة لنظام التعليم العالي في الجزائر يتمحور حول ثلاث شهادات، ليسانس، ماستر، دكتوراه LMD، بدأ العمل به في الجزائر منذ سبتمبر 2004 تدريجيا ليشمل كل الجامعات وكل التخصصات بم فيها تخصص الاعلام والاتصال، حيث يتميز نظام LMD بمجموعة من الخصائص والمميزات التي تجعله معيارا من معايير الجودة في التعليم العالي، والذي يضمن تكوين فعلي للطلاب بما يتماشى ومتطلبات وإحتياجات سوق العمل المحلية والعالمية.

وكان هدف نظام LMD بلوغ النتائج التالية:

✓ إعطاء حيوية وفعالية للتكوين الجامعي وذلك بتحديث البرامج التكوينية لتكون نوعية ومنظمة

وملائمة لإحتياجات السوق، وذلك بالتشاور مع القطاع الاقتصادي في إطار خطط الدولة التنموية.

✓ تطوير البحث العلمي وتنمية الروح العلمية.

✓ تحقيق استقلالية الجامعة.

- ✓ إعداد مشروع يشمل الانشغالات المحلية والعالمية على المستوى الاقتصادي والعلمي والاجتماعي والثقافي.
- ✓ تقييم مستمر لمؤسسات التكوين وبرامجها.
- ✓ مساعدة الطالب في اختيار مساره والمشاركة في فهم تكوينه، حيث يسمح بالانتقال من المسار المفروض إلى المسار الحيوي، التي تبدو فيه ذاتيته، وهذا ما يساعده على التكوين الفردي، حيث تكون الفرق البيداغوجية بمثابة المرافق للطلاب طيلة مساره التكويني.
- ✓ تعبئة كل الأسرة الجامعية والتحامها لتكون جامعة حيوية وعصرية منفتحة على العالم¹⁰.

مع تطبيق نظام الليسانس ماستر دكتوراه، شهدت علوم الاعلام والاتصال نقلة كمية ونوعية، حيث توسع تدريس التخصص شيئا فشيئا ليشمل أغلب جامعات الوطن، وأصبح أكثر مرئية وجاذبية للطلبة والدارسين والمهنيين كتخصص حيوي بارز، كما تم فتح عدة تخصصات جديدة في مستوى الماستر مثل العلاقات العامة، الاتصال التنظيمي، الاتصال السياحي، الاتصال والموارد البشرية، السمعي البصري، الاتصال والوسائط الرقمية ... وخلال سنوات قليلة فقط أصبحت علوم الاعلام والاتصال تستقطب أعدادا كبيرة من الطلبة في مختلف الجامعات.

وعلى مستوى الدكتوراه تم فتح مشاريع التكوين في الدكتوراه في موضوعات جديدة ورائجة عالميا مثل: الاتصال البيئي والتنمية المستدامة، حوكمة المؤسسات، الاتصال الاستراتيجي، الاتصال السياسي، الاتصال المؤسسي، الاتصال الاشعاري ... كما ظهرت عدة مخابر في علوم الاعلام والاتصال في مجالات بحثية متعددة.

أما على مستوى فتح التخصصات المهنية في طوري الليسانس والماستر (ليسانس - ماستر مهني) فكان محدودا جدا، حيث انحصر التكوين في بعض الجامعات فقط.

1-6- التوجه نحو تشجيع المقاولاتية ودعم المؤسسات الناشئة:

في السنوات الأخيرة وخاصة منذ 2020، اتجهت سياسة الدولة نحو توجيه الطلبة لخلق مؤسسات اقتصادية ناشئة وذلك عبر انشاء حاضنات الأعمال والمسرعات لمرافقة أفكار ومشاريع الطلبة وبراءات الاختراع وتهيئتهم لإنشاء مؤسساتهم، وقد تبلور هذا التوجه بإصدار القرار 1275 الصادر في 27 سبتمبر 2022، المعدل والمتمم بالقرار 008 الصادر في 23 فيفري 2025، والذي يحدد كفاءات اعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة من قبل طلبة مؤسسات التعليم العالي، حيث تنص المادة 2 من القرار المعدل والمتمم على : " يهدف مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية-مشروع مؤسسة اقتصادية في الأساس إلى خلق جيل من الطلبة رواد الأعمال لهم الرغبة والقدرة على التوجه نحو ريادة الأعمال وخلق المؤسسات الناشئة أو المؤسسات المصغرة أو أي شكل آخر من المؤسسات الاقتصادية الخلاقة للثروة ومناصب الشغل" ¹¹.

إن هذا القرار يظهر تحولا لافتا في سياسة الدولة للتكوين الجامعي في علوم الاعلام والاتصال، حيث ترمي من خلاله إلى تحويل الطلبة والمتخرجين من طالبي شغل إلى حاملي مشاريع ورواد أعمال

في مجالات الاعلام والاتصال المتعددة كالعلاقات العامة، التسويق، الاشهار، صناعة المحتوى الرقمي، السمعي البصري ... وهي تراهن في تجسيده على دور الجامعة في خلق مؤسسات وخلق ديناميكية اقتصادية من شأنها الحد من البطالة وخلق الثروة.

وفي إطار التحول نحو هذه السياسة الجديدة، تم تحديث عروض التكوين في علوم الاعلام والاتصال بهدف تهيئة الطلبة لاكتساب الفكر المقاولاتي وتجسيد أفكارهم وخلق مؤسساتهم الخاصة، حيث تم:

- إدخال تحديثات جديدة في عروض التكوين، فعلى سبيل المثال؛ تم ادراج مواد جديدة في عرض تكوين ليسانس اتصال كتقنيات إعداد مشروع، المقاولاتية، اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي. كما تم ادراج مواد جديدة في عرض تكوين الماستر اتصال تنظمي للموسم الدراسي 2026/2025 مثل : المقاولاتية في المؤسسة الاتصالية، مناجمت المؤسسة، اليقظة الاستراتيجية وصنع القرار...

- إنشاء حاضنات الأعمال والمسرعات في كل جامعة.
- فتح فرع ليسانس مهني في الاعلام والاتصال في بعض الجامعات.

كما يطرح تسارع وتيرة نمو الوسائط الجديدة للإعلام والاتصال مشكلة جوهرية في طبيعة تكوين اطارات الاعلام والاتصال كمارسين مهنيين أو باحثين، وهو ما فرض اعادة رسم خرائط التكوين بإيلاء أهمية كبيرة لهذه التحولات¹². في هذا السياق، عرفت عروض تكوين الماستر للموسم الدراسي 2026/2025 تغييرات عميقة في المواد المستحدثة والبرامج والتي جاءت تكيفا مع التغيرات الرقمية المتسارعة في سوق العمل وانتشار المنصات الرقمية من جهة واستجابة لرؤية البلد نحو بلوغ التحول الرقمي من جهة أخرى، فمثلا شهد تخصص ماستر "الاتصال والعلاقات العامة" إدراج عدة مواد جديدة مرتبطة بالبعد الرقمي كالبرمجة والذكاء الاصطناعي، العلاقات العامة الرقمية، الاتصال التسويقي الرقمي، اتجاهات المستخدمين في البيئة الرقمية، تصميم الحملات على الواب.

2- التكوين الجامعي في علوم الاعلام والاتصال واشكالية العلاقة مع سوق العمل:

يمكن القول أن الجزائر استطاعت أن تجسد جملة من الأهداف المتعلقة بالتعليم العالي خاصة ما تعلق بجزارة التعليم، ديمقراطية التعليم، التعريب، مع انشاء الجامعات عبر أغلب ولايات الوطن وفتح تخصصات الاعلام والاتصال في أغلب الجامعات، لكن الجامعة لاتزال تواجه مشكلات في ربط الجامعة بسوق العمل، لذا نقترح هنا عدة دعائم أساسية لبناء علاقة بين التكوين الجامعي في علوم الاعلام والاتصال وسوق العمل، أبرزها:

2-1 تفعيل تعاون الجامعة مع المحيط السوسيو-اقتصادي:

الجامعة هي معبر لتغيير الواقع ودفع عجلة التنمية داخل المجتمع وضرورة لحل مشاكل المجتمع، لذا أدركت العديد من الدول ضرورة جعل البحث العلمي الجامعي يخدم المجتمع بمؤسساته الإقتصادية

والاجتماعية، وأنه لا يمكن أن يبقى البحث العلمي الجامعي مبتور الصلة بالواقع، وقد أقيمت عديد المؤتمرات من أجل إيجاد الصيغ اللازمة والحلول لإقامة شراكات حقيقية بين الجامعة ومحيطها السوسيو-اقتصادي.

فالجامعة هي وليدة عوامل إجتماعية ثقافية تاريخية تؤثر في بناء المجتمع معرفيا، فمهمتها إنتاج المعرفة وتوظيفها بكفاءة للإرتقاء بمستوى الإنسان وإيصاله إلى مرحلة العطاء الكفاء، وفهم معادلات الحياة واستعمالها لبناء مجتمع أفضل، لأن المعرفة هي السبيل الوحيد لبلوغ هذه الغاية، وهي في حد ذاتها الأداة المحركة للعنصر البشري لتحقيق حريته ورفع قيمته¹³.

وتظهر الحاجة إلى تفعيل الشراكة بين الجامعة ومحيطها السوسيو-اقتصادي للأسباب التالية:

- تراكم أعداد هائلة من الخريجين العاطلين عن العمل في تخصصات الاعلام والاتصال المختلفة، الذين يرفضهم القطاع الخاص، نظراً لعدم الحاجة في هذا القطاع، حيث يقتصر توظيفهم على القطاع العمومي في غالب الأحيان، والذي أصبح غير قادر على استيعاب الكم الهائل الذي يتخرج سنوياً¹⁴.

- تعتبر الجامعة أكبر ممول للمؤسسات العملية والبحثية بالعنصر البشري المؤهل القادر على العمل العلمي ولن تستطيع الجامعة أن تمول هذه المؤسسات بالعنصر البشري المؤهل إن لم تكن على صلة وثيقة بهذه المؤسسات، وتتابع التطورات في الإنتاج ووسائل العمل وأجهزته وموضوعاته، وبهذا ستظهر بصورة دائمة حاجة هذه المؤسسات إلى خريجي الجامعة .

وبالتالي يتطلب شراكة علمية بين الجامعة ومحيطها الاقتصادي قائمة على أساس تبادل المنافع تجعل الجامعة مطلعة عن قرب على احتياجات محيطها الاقتصادي والاجتماعي سواء من الكفاءات التي تكونها أو نتائج البحوث التي تساهم في حل المشكلات التي قد تقع فيها المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية. إيجاد هذه الشراكة يتطلب أيضا تنسيقا في انجاز الأعمال العلمية التي تتم داخل الجامعة مع تلك الأعمال التي تتم خارجها منعاً لإهدار الطاقات، مما يجعل إمكانات الجامعة أكثر فأكثر في خدمة التنمية الاقتصادية والاجتماعية¹⁵.

2-2- تفعيل الشراكة بين الجامعة والمحيط المهني:

تظهر منافع الشراكة بين الجامعة ومؤسسات سوق العمل في:

أ- دور المحيط المهني تجاه الجامعة: يتمثل ما تقدمه مؤسسات سوق العمل من تعاون ومساهمات إلى الجامعة فيما يلي:

- توفير التجهيزات والمعدات في موقع العمل لصالح الجامعة.

- المساهمة في تجهيز الجامعة بالتجهيزات والمعدات المتطورة والغالية الثمن.

- توفير المشورة الفنية والخبرات الميدانية، والمساهمة في وضع محتوى المناهج الدراسية والبرامج التكوينية.

- مشاركة الإطارات والمختصين من مؤسسات سوق العمل في عملية تكوين وتأطير طلبة مؤسسات التعليم والتكوين.

ب- دور الجامعة تجاه المحيط المهني: إن أهم ما يمكن أن تحصل عليه مؤسسات سوق العمل من خلال التعاون مع الجامعة ما يلي:

- الاستفادة من الفضاءات المتاحة في الجامعة، والتي تكون مجهزة ومكيفة لمهمة التكوين، إضافة إلى الاستفادة من برامج التكوين المتخصص لرفع كفاءة العاملين في مؤسسات سوق العمل، من خلال أنماط التكوين قصيرة الأجل والتكوين حسب الطلب.

- الاستفادة من الخبرات العملية لإطارات الجامعة، وذلك من خلال إنجاز بحوث مشتركة لصالح مؤسسات سوق العمل، تمكّنها من إعادة تأهيل نشاطها والتأقلم مع التطور التكنولوجي الحاصل، كما تساعد في تطوير منتجاتها، وهذا يرفع من قدرتها التنافسية¹⁶.

ولتحقيق هذه الشراكة والتعاون ما بين مؤسسات سوق العمل والجامعة يجب اعتماد أساليب واضحة وسهلة التطبيق أبرزها:

- استغلال الإطارات الموجودة في مؤسسات سوق العمل لاستخدامها في التدريس والتكوين في الجامعة مع إشراكها في وضع برامج التدريس، وهذا يضمن التوافق بين مخرجات الجامعة واحتياجات مؤسسات سوق العمل، وهي منهجية واسعة الانتشار في الدول المتقدمة إلا أنها قليلة الاستخدام في الدول العربية والنامية عموماً.

- مساهمة الجامعة في تأهيل عمال مؤسسات سوق العمل بتطوير مهاراتهم الفنية والإدارية خاصة في الجانب النظري.

- قيام مؤسسات سوق العمل بتوفير المعطيات حول الاحتياجات المستقبلية لسوق العمل وتزويد الجامعة بها، حتى تكيّف تكوينها مع هذه الاحتياجات المستقبلية.

هذه أهم الأساليب التي من شأنها تحقيق الترابط بين الجامعة من جهة ومؤسسات سوق العمل من جهة أخرى¹⁷

2-3- ربط الجامعة الجزائرية بالمحيط الاجتماعي:

الجامعة كانت ولا تزال مصدراً للمعرفة الاجتماعية، فهي أهم المؤسسات الاجتماعية والأداة الأساسية في أي استثمار فاعل في الموارد البشرية، التي يمكنها أن تقود البلاد مستقبلاً إلى التغيير الإيجابي لمواكبة العصر وتكنولوجياته¹⁸.

ومن هنا تتعاظم اليوم أهمية الجامعة وأدوارها في كل المجتمعات، فالربط بين الجامعة ومحيطها الاجتماعي يمثل قاطرة لأي تحول إيجابي نحو التنمية والتقدم في جميع المجالات، ولأجل ذلك وحتى تصبح الجامعة منتجة، عليها أن تربط بين البحث العلمي في إطارها وخدمة المجتمع الذي تنتمي إليه، وتؤمن لنفسها قدراً من الحرية الأكاديمية بما يمكنها من تنفيذ أهدافها، فالجامعة المنتجة هي التي تنتج المعارف من خلال البحث العلمي وتطبقها في المجتمع، ومن هنا فإن الجامعة مطالبة بتحويل

وحداتها الأكاديمية إلى وحدات إنتاجية¹⁹. فالجامعة قاطرة الإبداع والتنمية في المجتمعات الإنسانية، ومع الزمن تعاضم دورها في خدمة المجتمع، ليتعدى نشر المعرفة خارج جدران الجامعة إلى إحداث تغيرات سلوكية وتنموية في البيئة المحيطة بالجامعة ووحدتها الإنتاجية والاجتماعية المختلفة²⁰. وبالتالي، فإنه يمكن للجامعة خدمة المجتمع عن طريق الإسهام في ربط تخصص الاعلام والاتصال باحتياجات قطاعات الإنتاج والخدمات، وبهذا تصل الجامعة الى خدمة المجتمع وتنميته، كما أن الجامعة بما تقدمه من كفاءات مدربة في الاعلام والاتصال تعتبر عاملا من عوامل التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع.

3- آليات تنفيذ الشراكة والتعاون بين الجامعة والمؤسسات في سوق العمل:

إن تنفيذ أساليب الشراكة بين الجامعة ومؤسسات سوق العمل، يتم عبر آليات متعددة، تأخذ بعين الاعتبار العوامل الاقتصادية والاجتماعية المتوفرة ومن هذه الآليات ما يلي:²¹

أ- **مجالس إدارة مؤسسات التعليم والتكوين:** وذلك بإشراك ممثلين من مؤسسات سوق العمل في مجالس إدارة مؤسسات التعليم والتكوين، وهي من الآليات الفعالة، التي تمكّن مؤسسات سوق العمل من رسم سياسة التعليم والتكوين، والمساهمة في وضع محتوى البرامج وتحليل احتياجات سوق العمل، من حيث المهن والتخصصات والمهارات.

ب- **اللجان الاستشارية:** وذلك من خلال إشراك الإطارات المتخصصة في مؤسسات سوق العمل في اللجان الاستشارية للجامعة التي تهتم بتطوير المناهج الدراسية البرامج التكوينية وخطط التعاون المشتركة، وبهذا تساهم في وضع السياسات والإستراتيجيات.

ت- **فرق العمل الوطنية:** وتسمى أيضا فرق العمل القطاعية، وهي فرق تكون على مستوى الدولة، تسير قطاعا معينا للتعليم والتكوين، وتمثل فيها مؤسسات سوق العمل ذات العلاقة بالقطاع، وفي هذه الآلية تكون الشراكة والتنسيق أكثر شمولية، ويتم من خلال وضع سياسات عامة للتكوين في القطاع المهني بما يحقق ارتباط التكوين باحتياجات سوق العمل²².

ث- **التوأمة بين الجامعة ومؤسسات سوق العمل:** هي آلية التعاون والتشاور المعمق في مختلف المجالات بين الجامعة وسوق العمل الموقعة على عقد التوأمة فهذا من أجل تحقيق ما يلي:

- تحسين نوعية التكوين بما يلائم حاجات سوق العمل.
 - استغلال الإمكانيات المادية والبشرية الموجودة في سوق العمل.
 - تحسين كفاءة العاملين في مؤسسات سوق العمل من خلال تأهيلهم في الجامعة.
 - مساهمة مؤسسات سوق العمل في تكاليف التكوين، الذي تقوم به الجامعة.
 - مشاركة مؤسسات التعليم والتكوين في إيجاد الحلول التي تواجهها مؤسسات سوق العمل
- ج- **لجان أو فرق متابعة الخريجين في مواقع العمل :** وهي لجان أو فرق عمل مشتركة ما بين الجامعة ومؤسسات سوق العمل، تتولى متابعة خريجي الجامعة المندمجين في سوق العمل لتحديد النقائص الموجودة في التكوين الذي تلقوه لتحسينه وجعله أكثر ملائمة مع احتياجات السوق.

ح- آلية المشاركة في الأبحاث والدراسات: تظهر أهمية هذه الآلية في حال إمتلاك مؤسسات سوق العمل لوحادات البحث والتطوير، والتي يمكن أن تكون حلقة وصل بينهما وبين الجامعة، التي تملك قدرات بحثية مثل الجامعات ومراكز البحث، فهناك عدة صناعات نشأت داخل هذه الأخيرة كصناعة البرمجيات والصناعات الصيدلانية وغيرها، وبموجب هذه الآلية تمكن من تشكيل فرق بحث مشتركة بين الطرفين لإقامة مشاريع بحث يستفيد منها الإثنين معاً.

خاتمة:

شهد التكوين الجامعي في علوم الاعلام والاتصال تحولات كبيرة انتقل فيها من التكوين الإعلامي الكلاسيكي إلى التكوين في شعب وتخصصات ثرية ومتنوعة، وكان ذلك نتيجة إصلاحات جامعية عميقة عملت على تحديث وتطوير المناهج والبرامج لتستجيب للواقع السياسي والاقتصادي والتكنولوجي وتواكب التحولات المتسارعة في سوق العمل. لكن رغم جهود الجامعة لتطوير التكوين وتحسين جودته، إلا أن الفجوة بين الجامعة ومحيطها السوسيو-اقتصادي والمهني لا تزال قائمة، ولا يزال هناك ضعف في علاقة الجامعة بالمؤسسات والمهنيين. وهو ما يفرض ضرورة إعادة النظر في فلسفة التكوين وفي دور الجامعة في ضوء الرهانات المستقبلية. انطلاقاً مما سبق، يمكن صياغة بعض الاقتراحات العملية لتفعيل التكوين في علوم الاعلام والاتصال أبرزها:

- التركيز على آليات دعم المقاولاتية وانشاء المؤسسات في مجال الاعلام والاتصال باعتباره مجالا حيويا واستراتيجيا.
- اختيار موضوعات ذات أولوية في مجال الاعلام والاتصال ترتبط بالرهانات التنموية الكبرى للبلد.
- وضع معايير علمية ومنهجية صارمة لقبول مشاريع فتح التخصصات في الاعلام والاتصال ومتابعة إنجازها.
- تحديث برامج التكوين والاهتمام بالتخصصات المرتبطة بالبعد الرقمي الذي أصبح يشكل محورا هاما في خيارات البلد .
- دعم التخصصات التي تنسجم مع واقع البلد ورهاناته الحالية والمستقبلية في مجال الاعلام خاصة بعد فتح الاستثمار في السمعي البصري أمام الخواص.
- فتح التكوين في الليسانس والماستر المهني بما يسمح بإدماج الطلبة فعليا في مناصب عمل مستقرة.
- توفير الوسائل والأدوات والبرمجيات المعلوماتية الضرورية لتقليص الفجوة بين التكوين النظري والتطبيقي للطلبة.
- تفعيل دور خلايا الجودة في الجامعات والتنسيق معها في تشخيص واقع التكوين.

- إلزام المؤسسات بفتح أبوابها أمام طلبة الاعلام والاتصال لإجراء تربصاتهم الميدانية والاحتكاك بسوق العمل.
- اشراك المهنيين والخبراء ورؤساء المؤسسات في صياغة خارطة التكوين، التدريس وتنظيم أيام تكوينية وتقديم ورشات علمية لفائدة الطلبة والأساتذة.
- تفعيل الاتفاقيات مع المؤسسات لتجسيد شراكة وتعاون حقيقيين.

الهوامش:

- ¹ نور الدين هميسي ورفاس الوليد، تدريس علوم الاعلام والاتصال في الجزائر: التجربة والآفاق، مجلة اسهامات للبحوث والدراسات، جامعة غرداية، المجلد 2 العدد 02 (2017): 78-87، ص 80 .
- ² مراد سبرطي: واقع الإصلاح التربوي في الجزائر، ماجستير في علم الاجتماع، جامعة بسكرة، الجزائر، 1989، ص 74.
- ³ سليمة حفطي: التكوين الجامعي واحتياجات الوظيفة، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة بسكرة، الجزائر، 2004، ص 67.
- ⁴ سليمة حفطي، المرجع نفسه، ص 60.
- ⁵ هنية زغداني: التكوين الجامعي والتشغيل -حالة خريجي علم الاجتماع-، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة عنابة، الجزائر، 1999، ص 30.
- ⁶ المرجع نفسه، ص 70.
- ⁷ الطاهر بن عليوش، العلاقة بين التكوين الجامعي والتوظيف، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة عنابة، الجزائر، 1990، ص 70.
- ⁸ نور الدين هميسي ورفاس الوليد، مرجع سابق، ص ص 80-81
- ⁹ المواد (4،5،6) من المرسوم التنفيذي رقم 279.03 المؤرخ في 23/03/2003، الذي يحدد مهام الجامعة والقواعد الخاصة بتنظيمها وسيرها ص ص 6-7
- ¹⁰ وزارة التعليم العالي والبحث العلمي دليل الطالب، مديرية النشر لجامعة عنابة، 2008، 2009، ص 08.
- ¹¹ وزارة التعليم العالي والبحث العلمي: قرار رقم 008 مؤرخ في 23 فيفري 2025، المعدل والمتمم للقرار رقم 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022.
- ¹² نور الدين هميسي ورفاس الوليد : المرجع السابق، ص 82
- ¹³ أسامة محمد عبيدات: الشراكة في التعليم تجربة المملكة الأردنية الهاشمية مجلة الدراسات، العدد 10، الأردن، ديسمبر 2012، ص 71.
- ¹⁴ عبد الله بوبطانة: إضاءات تربوية تفعيل التعاون بين التعليم العالي وقطاع الأعمال، ط 3، مكتب التربية العربي، الرياض، 2001، ص ص 24، 25.
- ¹⁵ عبد الله بوبطانة، المرجع نفسه، ص 27.
- ¹⁶ طارق علي العاني وآخرون: الشراكة بين مؤسسات التعليم والتدريب المهني وسوق العمل، ط 1، المركز العربي لتنمية الموارد البشرية، طرابلس، ليبيا، 2003، ص ص 21، 22
- ¹⁷ محمد علاء الدين عبد القادر: البطالة أساليب المواجهة لدعم السلام الاجتماعي والأمن القومي، منشأة المعارف، الإسكندرية 2003، ص 98.
- ¹⁸ بلحسين مراد: الجامعة في ظل التحولات العالمية دراسة ميدانية لتصورات الطلبة والمدرسين، مجلة دراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد 10، إصدار العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2008، ص 66.
- ¹⁹ حمادة إبراهيم: تأملات في الدنيا والدين، منشورات مخبر الأبعاد القيمية للتحولات الاجتماعية والفكر بالجزائر، ط 1، دار القدس العربي ، الجزائر، 2012، ص 54.
- ²⁰ القاسمي علي: الجامعة والتنمية، السلسلة الشهرية المعرفة للجميع، منشورات رمسيس، الرباط، 1998، ص 27.
- ²¹ طارق علي العاني وآخرون: مرجع سابق ، ص ص 34، 40
- ²² لحرش موسى: ملاحظات حول البحث العلمي الجامعي في الجزائر، دفا تر المخبر، العدد 02، بسكرة، 2006، ص 149.