

تاريخ الاستلام: 2019/04/04 تاريخ القبول: 2020/06/28 تاريخ النشر: 2020/07/12

أ. قراندي سعاد^{*1}

جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة -

Email : s.grendi@univ-skikda.dz

أ.د بن زروق جمال²

جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة -

Email : d.benzerouk@univ-skikda.dz

الملخص

يكتسي دور الجامعة في وقتنا الراهن درجة كبيرة من الأهمية، لما لها من مساهمة في دفع عجلة التنمية المجتمعية وبالرفع من مستوى التفكير والوعي والمعرفة العلمية، التي تكفل صناعة الرأي العام المحلي وحتى الوطني، عبر الاستخدام المنهجي والمنظم لما أفرزته التطورات التكنولوجية الجديدة من وسائل وفضاءات الكترونية جديدة، من خلال إنشاء جامعات افتراضية وكليات الكترونية تجسد امتدادها الواقعي عبر الشبكة العنكبوتية، تنقل من خلالها إطارها التدريبي ومختلف مناهجها العلمية والأكاديمية مستخدمة في ذلك عدة استراتيجيات فعالة كتوظيف التكنولوجيات الحديثة في عملية التأطير البيداغوجي، من خلال برامج الكترونية ومواقع شبكات اجتماعية لتحقيق أقصى مدى وصدى ممكن في أوساط المستخدمين بتنوير أفكارهم ونشر مختلف الأطر العلمية، بما فيها التربية الإعلامية لما أصبحت تجسده من أهمية لدعم المجتمع.

الكلمات المفتاحية : التربية الإعلامية، الجامعة، الفضاء الرقمي.

Abstract

The role of the University is of great importance today, because of its significant contribution to the advancement of community development and raise the level of thinking, awareness and scientific knowledge, which ensures the making of public opinion, even national, through the organized and systematic use of the new technological developments of the media and spaces New e-universities, through the establishment of virtual universities and electronic colleges embody its realistic extension through the Web, through which to transfer its training framework and its various scientific and academic curricula using several effective strategies such as employing borderline technologies Through educational programs and social networking sites to achieve the maximum extent and resonance among users by enlightening their ideas and disseminating the various scientific frameworks, including media education, which has become an important embodiment of the support of society.

Keywords: media education, university, digital space.

مقدمة:

أخذت العملية الاتصالية منحى آخر لم تشهده من قبل خصوصاً مع ظهور عصر الانفجار الرقمي، بما حمله في جعبته من تطور هائل غير وجه تلك الوسائل الاتصالية، فقد أضحت العالم الرقمي الحالي يركز على تلك الإفرازات الهامة التي مهّدت ظهور ذلك الزخم الهائل من الحركة الواسعة للبيانات، زادت حيوية تلك التفاعلية الكبيرة و التي لم تكن توجد من قبل عبر وسائل الاتصال الكلاسيكية، الشيء الذي أدّى إلى تغيير شامل مسّ مختلف مناحي الحياة اليومية عبر جميع تفاصيلها ومن جملة تلك الأشكال الاتصالية التي مستها الثورة الرقمية "توظيف التكنولوجيات الحديثة بالتعليم"، لما لها من أهمية في مواكبة التطورات الحاصلة بالنظام التعليمي كنظام "ل.م.د" وخصوصاً في إيجاد سبل وقاية من الاستخدام السيء لوسائل الإعلام والاتصال الجديدة، ولهذا تعتبر ثقافة "التربية الإعلامية" هي الموجه والمرشد لذلك الكم المعرفي الذي تلقاه الفرد من معلومات في مختلف تفاعلاته مع المنصات الرقمية و بالأخص من المعلومات المعقّدة و التي استفاد منها عبر مرحلة تعليمه الجامعي وما لها من خصائص أكاديمية وعلى قدر كبير من المهنية والاحترافية، فدور الجامعة الحالي دور لا يمكن إنكاره لما له من قيمة هامة تؤثر، على التنشئة الاجتماعية و على المظهر العام للمنظومة المجتمعية ككل من خلال اعتبارها بيئة تكوينية حاضنة لطلبة العلم و مكان للتدريب المستمر لمختلف الكفاءات و الباحثين عبر مجالات علمية متعدّدة، ناهيك عن التربية الإعلامية التي تصبو إلى تحقيق تلك التنمية الشاملة البناءة و التي تخدم المجتمع من خلال توفيرها للكوادر و الكفاءات اللازمة لتحقيق التنمية المرجوة في مجال التمكن من الوسيلة الرقمية والقدرة على التعاطي مع مضامينها المتعددة دون الانجراف وراءها، من خلال ما سبق تناوله في أي مدى يقف دور الجامعة في إرساء ثقافة " التربية الإعلامية " و تأطيرها علمياً؟ و

إلى أي مدى يمكن أن يساهم استخدام التكنولوجيات الحديثة من طرف الجامعة في الترويج للتربية الإعلامية؟

• أهمية الموضوع:

و تكمن أهمية الموضوع في محاولة الكشف و بشكل علمي منظم، عن دور الجامعة كمنظومة تعليمية هامة بالمجتمع و مكانتها في خضم التأثيرات الجوهرية التي أضحت يمارسها الإعلام في شكله الجديد على مناحي شتى من الحياة اليومية للأفراد، و بالأخص فيما يتعلق بتبيان حجم الأثر الذي خلقتة البيئة الافتراضية والوسائط المتعددة من عودة قوية كشكل من أشكال الاتصال المهمة و الحاملة للمعلومات و الاستمالات العاطفية و العقلية ، المتجسدة في موضوع الدراسة هذه من خلال إرساء ثقافة " التربية الإعلامية " بالاعتماد على وسائل الإعلام و الاتصال الجديدة في ترويجها و التي أضحت إدراجها ضمن الخارطة التربوية و التعليمية للمجتمع الجزائري على قدر كبير من الأهمية في تكوين شباب ناضج له حس المسؤولية نحو ما ينشر من رسائل اعلامية يدرك كيف يتعامل معها بالنقد والتحليل ويجعل من مساهمته الابداعية هي التي تأخذ حيز المساحة في الفضاء الرقمي؛ حيث استوجب بذلك ايلاء المزيد من الاهتمام بتكوين أفراد (طلبة جامعيين و باحثين أكاديميين) مؤهلين لتكريس التربية والذي يتأتى بالاعتماد على ترويج التعليم الافتراضي و التدريب المستمر و التكوين المتواصل عبر الوسائط الالكترونية و الفضاءات الافتراضية.

وستتناول عبر هذه الورقة العلمية أبرز النقاط التي تمثل جوهر الطرح الأكاديمي، لمدى دور الجامعة في إرساء التربية الإعلامية و تأطير نشرها و تفاعلها من خلال توظيف التكنولوجيات الحديثة بالتعليم ودمجها بالفضاءات الافتراضية و الوسائط الالكترونية من خلال تلك البرامج الرقمية التي تشجع الطلبة على التواصل مع الفضاء الجامعي

وتجذب فيهم ذلك التفاعل الواعي من خلال التوجيه والارشاد عبر هذه المنصات التي تتيحها الجامعة.

1 مفهوم الجامعة:

تعددت التعريفات لمفهوم الجامعة لدى الباحثين، فمنهم من يعرفها على أنها: "مؤسسة إنتاجية تعمل على إثراء المعارف وتطوير التقنيات وتهيئة الكفاءات مستفيدة من التراكم العلمي في مختلف المجالات العلمية الإدارية والتقنية". (وأخرون، 2006)، فالعلاقة التي تقيمها الجامعات بمجتمعها، تشمل: النمو، التقدم التقني، التنمية.

2 ماهية التربية الإعلامية:

1.2 التربية الإعلامية:

عرف مؤتمر التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية الذي انعقد سنة 1999، التربية الإعلامية بأنها: "التربية التي تختص في التعامل معك لوسائل الإعلام الاتصالي وتشمل الكلمات والرسوم المطبوعة، والصوت والصورة الساكنة والمتحركة، والتي يتم تقديمها عن طريق أين وعمن أنواع التقنيات". (الشميمري، 2016) والمقصود بالتربية الإعلامية: هو عملية تدريب الأفراد على كيفية التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة لاسيما وسائط الإعلام الجديد، من خلال إكسابهم معلومات ومعارف ومهارات تساعد على الاستخدام المنظم لهذه الوسائط متفادين انعكاساتها السلبية. (ضيف، 2017)

2.2 أهمية التربية الإعلامية:

- 1- تيسير وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات التي يحتاجونها لفهم الكيفية التي يشكل الإعلام إدراكهم لها وتهيئتهم للمشاركة في صناعة الإعلام ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة.
- 2- بفضل التغيرات التي أحدثتها الإعلام الجديد في المجال الاتصالي، إذ تتيح للأفراد المستخدمين القدرة على إنتاج مضامين إعلامية وبثها، بما يعبر عن وطنيتهم وثقافتهم وحضارتهم.
- 3- إن الوعي الإعلامي مهارة ترافق أبنائنا .طوال حياتهم وليست مادة دراسية ينساها الطالب بمجرد انتهاء الامتحان أو عندما يختار تخصصا علميا في مجال بعيد عنها.
- 4- على المستوى المحلي تعد التربية الإعلامية عاملا فعالا في نشر ثقافة الحوار في المجتمع، وتساعد المتعلم أن يكون ايجابيا يشارك بفعالية في تنمية مجتمعه وتقدمه وبنائه. (ضيف، 2017)

3.2 أهداف التربية الإعلامية:

- حدد مؤتمر فيينا" التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية "أهداف التربية الإعلامية على النحو التالي:
- التعريف بمصادر النصوص الإعلامية و مقاصدها.
 - فهم مضامين الرسالة الإعلامية وتفسيرها وتحديد القيم التي تحملها.
 - تحليل ونقد المحتوى الإعلامي.
 - اختيار وسائل الإعلام المناسبة للتعبير عن الرأي، وتوصيل الرسائل للجمهور المستهدف.

-التواصل مع الإعلام أو المطالبة بذلك بهدف التلقي والإنتاج. (الشميمري، 2016)

2 الفضاء الرقمي:

الفضاء الرقمي شأنه شأن ظاهرة الفضاء التقليدية التي تتألف من أربعة مكونات رئيسية هي المكان والمسافة والحجم والمسار ويعبر محتواها عن طبيعة وجود هذا المحتوى، ويتميز هذا الفضاء الرقمي بغياب الحدود الجغرافية وغياب الحكم القاهر لعنصر الزمن. ويتطلب ذلك العالم الافتراضي لوجود هيكل مادي من أجهزة الكمبيوتر وخطوط الاتصالات، ومن ثم فإن ما يعمل داخل هذه الأجهزة يمثل نمطا من القوة والسيطرة، حيث تصبح القيمة الحقيقية للفضاء الإلكتروني هي القدرة على الاستفادة من كم المعلومات الموجودة داخله والمساهمة والتحكم بها في إطار وشكل الكتروني. (عواد، 2015)

4 التعليم الإعلامي الجامعي:

الإعداد الأكاديمي العلمي المتخصص لا بد منه لكل من يرغب في العمل في مجال الإعلام على أن يتم القبول في الكليات الإعلامية والمؤسسات وفق اختبارات قبول يشارك فيها خبراء الإعلام مع الأساتذة الأكاديميين لاختيار العناصر المتميزة التي تتوافر لديها مقومات القبول في المؤسسات التعليمية الإعلامية من خلال مكتب التنسيق على أساس التفوق العلمي دون اعتبار للموهبة الشخصية أو القدرات اللازمة للعمل الإعلامي بإعداد متزايدة دون النظر الى احتياجات السوق من خريجي هذه الكليات والأقسام الإعلامية التي يتزايد عددها من عام لعام بشكل مخيف ولا بد أن تتميز مناهج الدراسة في كل مؤسسة أكاديمية إعلامية عن الأخرى من واقع الهدف الذي أنشئت لأجله ، فلا بد أن تختلف الدراسة في قسم الصحافة والإعلام عنه في قسم الاتصال ، كذلك الحال بالنسبة لأقسام الإعلام في الجامعات الإقليمية من أجل

تخريج الإعلامي المتخصص في الإعلام المحلي وشؤون البيئة واحتياجات المجتمع.
(فهم، 2011)

5 التكوين الأكاديمي لإعلامي المستقبل:

رجل الإعلام سواء كان صحفي بمؤسسة إعلامية أو قائم بالعلاقات العامة بمؤسسة اقتصادية أو دكتورا بمؤسسة جامعية هو الحارس الأمين على الرسالة التي يقدمها، والتي لابد أن تتلقفه يد التأهيل والتدريب وهو طالب يدرس الإعلام في كلياته المتخصصة وغير المتخصصة ومنذ اللحظة الأولى التي يضع فيها قدمه على عتبة العمل الإعلامي وطوال سنين حياته العملية، لأنّ رجل الإعلام الواعي المدرب هو الذي يستطيع أن يعبر عن أهداف مؤسسته الإعلامية ويحقق أهداف الرسالة الإعلامية بكفاءة ويسر لتحقيق "الأثر المنشود". (الحمد، 2014)

6 أهمية التربية الإعلامية في عملية التكوين:

الإعلاميون قدوة من خلال تفعيلهم لأساسيات التربية الإعلامية ليصبحوا ضيوف على كل فرد في كل الأوقات والقدوة الحسنة هي خير وسيلة لإشاعة السلوك الإيجابي في الحياة للقضاء على السلبات.

والقدوة الحسنة هنا تتمثل في شقين:

الشق الأول: وهو النماذج الايجابية في شتى مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفنية والأدبية والتي يمكن للإعلاميين إلقاء الضوء عليها ليتعلم منها المواطنون وينهجوا نهجها، والابتعاد قدر الإمكان عن النماذج السيئة التي تجعل منها وسائل الإعلام نجوما يؤخذ رأيها في كبائر الأمور.

كما لابد من اختيار الأسلوب والمنهج المناسب في عملية التكوين الذي توفره مهارات التربية الإعلامية وهي مهارة.

أما الشق الثاني: فهم رجال الإعلام أنفسهم وقد أصبحوا قدوة يحتذى بها لدى الجماهير الذين يخاطبونهم خاصة كلما صغر السن وضعف المستوى الثقافي، ويقول "يوسف إدريس": "إن الآثار الثقافية والتربوية والسلوكية الخطيرة هي تلك التي تتسرب من الشاشة إلى الجمهور تسرباً غير مباشر". (فهم، 2011)

كما أن التربية الإعلامية تهدف إلى التأثير الإيجابي على مهارات وقدرات الطلاب ، من خلال إكسابهم مجموعة من المهارات والقدرات عند التعامل مع وسائل الإعلام تتمثل في القدرة على:

- 1- فهم الوسائل الإعلامية وتفسيرها واكتشاف ما تحمله مضامينها من قيم.
- 2- تقديم آراء نقدية للمضامين الإعلامية سلبيًا أو إيجابيًا.
- 3- الاختيار الواعي لمضامين الإعلام والوسائل الإعلامية.
- 4- التعبير عن الرأي بكل حرية وموضوعية.
- 5- إنتاج مضامين إعلامية وإيصالها إلى الجمهور المستهدف.
- 6- توجيه الأسرة للاستفادة المثلى من وسائل الترفيه والتقنية الحديثة. (الشميمري، 2016)

وهي ذات صلة وثيقة بمهارات التفكير العليا المطلوبة عند خريجي الجامعات وتتمثل في:

1. مهارة التفكير الناقد: وهي مهارة أساسية.
2. مهارة التفكير الإبداعي: أي إنتاج مضامين إعلامية.
3. مهارة اتخاذ القرار: وهي ترتبط بأحد مخرجات التربية الإعلامية وهو قرار التعرض الانتقائي وحسن الاختيار.

4. **مهاراة حل المشكلات:** ترتبط بصناعة الإعلام بشكل عام لأنها تعاني مشكلات عديدة ومنهج التربية الإعلامية يوفر واقعية لتكون ميدان لاستخدام مهارة حل المشكلات. (الشميمري، 2016)

6 التربية الإعلامية و شبكات التواصل الاجتماعي-موقع الفايسبوك- باعتبارها وسائل مروجاة :

- 1- تساعد شبكات التواصل الاجتماعي مستخدميها على إيجاد الأصدقاء، لاسيما الذين يشاركونهم الاهتمامات العلمية والأكاديمية والمهنية.
- 2- يعدّ الفايسبوك أهم هذه الشبكات وهو يسمح للمستخدمين بالانضمام إلى مختلف الشبكات والمجموعات التي تستخدم للمحادثة وعرض الأحداث، من أجل مشاركة المعلومات ومناقشة مواضيع متعددة.
- 3- إنّ استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أدّى إلى تجاوز الحدود السياسية والجغرافية وحتى الضوابط الأخلاقية و الاجتماعية ، وعليه فالتفاعل مع هذه الشبكات يتطلب الوعي الذي يفرض على المستخدم إدراك سلبياتها وانعكاساتها.
- 4- يمكن بروز الوعي بالمضامين في التربية الإعلامية التي تتيح للفرد سبل التعامل مع المضمون الإعلامي لاسيما الذي ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي .
- 5- نظرا للخصائص التي تتميز بها شبكات التواصل الاجتماعي لاسيما الفايسبوك منها، فإنها لاقت رواجاً كبيراً بين الأفراد، وصل البعض منهم إلى حد الإدمان ، كل هذا يخلف العديد من الآثار السلبية على المستوى الصحي والنفسي و الاجتماعي. (قنديلجي، 2015)

تفرض كل هذه التأثيرات أهمية التربية الإعلامية بعدّها أحد أهم الآليات التي تضبط استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي. خاصة في ظل التحولات التي تشهدها عملية تداول الرسائل الاتصالية و الإعلامية، فكلما كان الفرد واعيا بأسس وقواعد التعامل مع الوسائل كلما ساهم ذلك في الحد من انعكاساتها النفسية والاجتماعية، خاصة وان التربية الإعلامية تتطلب الحاجة إلى التعلم لمرآب ونلاحظ ونستمع بحرص وحذر. (الشريف حاتم بن عارف العوني، فيس بوكيات: القسم الأول)

8 الجانب التطبيقي:

لتحليل موضوع بحثنا هذا و المشار إليه سابقا، تم الاعتماد بالأساس على طريقتين منهجيتين و هذا طيلة ثلاثة أشهر من جانفي وإلى غاية مارس 2018 :

- حيث قمنا عبر الطريقة المنهجية الأولى بإجراء دراسة تحليلية لمجموعة من المنشورات الالكترونية عبر موقع " الفيسبوك " الأكثر متابعة من طرف الجزائريين و تناول أكثر المضامين المروجة لثقافة التربية الإعلامية من خلال صفحة " وزارة التعليم العالي والبحث العلمي " الجزائرية الأكثر استقطابا والأكثر متابعة بـ 38 956 مشتركاً، من خلال تحليل لتكرارات مختلف التعليقات (commentaires) وإعادة النشر (partages) والإعجاب (émotions) وبالتالي محاولة معرفة حجم التأثير الذي يلعبه نشر الرسائل عبر وسائط تكنولوجية في زيادة الاطلاع على الخطاب المتضمن استمالات عاطفية وعقلية لتكريس دور الجامعة الفعّال عبر المجتمع والذي يمكن له الترويج لـ"التربية الإعلامية" عبر المجمع الجزائري المتواجد عبر الفضاء الافتراضي المستهدف بالدراسة والتي تدخل ضمن إطار صناعة الرأي العام و بالأخص منه شكله " الجمهور المؤيّد "، منتهجين بذلك اختيارنا السالف الذكر لتلك الصفحة "وزارة التعليم العالي والبحث العلمي" الجزائرية كعيّنة

بحث " قصدية " كمحاولة لرصد الرسائل المدرجة من طرف الفاعلين بها لتحقيق استجابة وتحقيق أقصى أثر ممكن من خلالها.

- في حين عبر الطريقة المنهجية الثانية قمنا بقياس أبرز ردود أفعال المتلقين (مختصين، طلبة، جمهور عام) من خلال وضع نموذج لسر الآراء وقياسه عبر أبرز صفحات الفيسبوك والتي اخترناها هي الأخرى " كعينة قصدية " على غرار صفحة " enseignants et chercheurs " التي تضم ما يزيد عن 14345 عضوا ؛ حيث تم تسليط الضوء أكثر من خلالها على فئة الأساتذة و الباحثين الناشطين في حقل البحوث العلمية والأكاديمية وصفحة " طلبة علوم الإعلام و الاتصال جامعة قسنطينة " والتي تضم ما يقارب 3664 مشتركا عبرها و وجّهناها، لقياس آراء فئة طلبة علوم الإعلام والاتصال لموقعهم داخل المنظومة الجامعية ومالهم من دور في تفعيل " ثقافة التربية الإعلامية " في الأوساط المجتمعية وفي الأخير سبر لآراء من خلال الحساب الخاص على "الجدار الافتراضي" موجّه للجمهور العام " اعتمدنا فيه صفة " العشوائية " كعينة بحث، حيث يتضمن الطرف الأول من البحث على حوالي 180 صديق والثاني على 5223 صديق .

1.8 أدوات الدراسة:

- **الملاحظة:** وتعني المعاينة المباشرة لأشكال السلوك الذي ندرسه وتمثل الوسيلة التي تفتح مجال واسع أمام الباحثين لجمع المعلومات والبيانات وذلك من خلال ملاحظة جميع الظروف والملابسات المتعلقة بالظاهرة، ثم يتجه الباحث إلى حصر وتنسيق نطاق ملاحظته، إذ يحصرها على المواقف والعوامل المتعلقة بالظاهرة فقط. (الوهاب، 1985)، التي وصفناها بهذه

الدراسة في شق متابعة المبحوثين لتفاعلاتهم عبر صفحات موقع الفايسبوك المعنية بالدراسة، انطلاقاً من طبيعة المنشورات ومحتوياتها وكيفية تفاعل المبحوثين من خلال التقنيات المتوفرة سواء إعجاب أو تعليق أو مشاركة بالمنشور.

- **أداة تحليل المضمون:** يعد أداة من أدوات جمع البيانات وهو " أسلوب بحث لوضع وصف كمي، منتظم، ظاهر للمضمون أو المحتوى". (بدر، 1982)، تم توظيفه لتحليل منشورات صفحة وزارة التعليم العالي، بغية معرفة نوع المنشورات على الصفحة والمضامين التي تهدف إليها وحجم التفاعل عبرها طيلة مدة الدراسة.

- **تقنية سبر الآراء:** تعد تقنيات سبر الآراء من الأساليب المستخدمة اليوم بكثرة في مجالات عديدة كالإعلام والدراسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، فقد استخدمت لقياس أبرز ردود أفعال المتلقين (مختصين، طلبة إعلام واتصال، جمهور عام) من خلال قيامنا بوضع نموذج لسبر الآراء وقياسها عبر أبرز صفحات الفايسبوك والتي اخترناها هي الأخرى " كعينة قصدية". يعتبر المبدأ الرئيسي لسبر الآراء بسيطاً، فالهدف من هذه التقنية هو وصف الكل انطلاقاً من معرفتنا بالجزء، ويشكل "الكل" المجتمع الأصلي Population mère أي مجموع الأشخاص الذي نرغب في معرفة آرائهم، وبالطبع الهدف من التحقيق هو الذي يحدّد هذا المجتمع، فعندما يكون موضوع التحقيق هو الانتخابات يصبح كل المجتمع المقصود هو كل الكتلة الانتخابية Corps électoral .

2.8 الدراسة التحليلية لتفاعلات الجمهور عبر موقع الفايسبوك للصفحة الرسمية

لوزارة " التعليم العالي والبحث العلمي " مع نماذج لمنشورات الكترونية، مروّجة لدور

الجامعة في إرساء ثقافة التربية الإعلامية وتأطير نشرها وتفاعلها من خلال توظيف الرسائل عبر الفضاءات الافتراضية والوسائط الالكترونية.

بحيث رصدنا من خلال الصفحة الرسمية لوزارة " التعليم العالي والبحث العلمي " عبر موقع الفاييسبوك مجموعة من تفاعلات الجمهور وكافة مشاركاتهم وآرائهم في المنشورات المدرجة عبر الصفحة و التي جاءت نتائجها من خلال المشاركة بتعليقات أو إعادة نشر المحتوى الإلكتروني أو إبداء الإعجاب كآلاتي:

(/www.web.facebook.com/mers.dz) :

جدول رقم (1): تفاعلات الجمهور من خلال الصفحة الرسمية لوزارة " التعليم العالي والبحث العلمي " عبر موقع الفيسبوك.

اليوم	تكرار وحدة الكلمة و المفردة و المضمون			فئة اتجاه المضمون (الموضوع)
	الإعجاب Émotion	إعادة نشر Partage	(تعليق) commentaire	
منشور 2018.08.03	104	05	15	اتجاه ايجابي (موافق)
منشور 2018.03.07	29	02	/	اتجاه ايجابي (موافق)
منشور 2018.03.06	52	08	03	اتجاه ايجابي (موافق)
منشور 2018. 03 .04	182	12	37	اتجاه ايجابي (موافق)
منشور 2018 .03 .01	84	10	14	اتجاه ايجابي (موافق)
منشور 2018 .02 .26	45	65	/	اتجاه ايجابي (موافق)
منشور 2018 .02 .24	192	14	26	اتجاه ايجابي (موافق)
منشور 2018 .02 .23	56	/	07	اتجاه ايجابي (موافق)
منشور 2018 .02 .18	112	10	13	اتجاه ايجابي (موافق)
منشور 2018 .02 .03	83	01	09	اتجاه ايجابي (موافق)
منشور 2018 .02 01	128	20	21	اتجاه ايجابي (موافق)
منشور 2018 .01 .29	42	10	05	اتجاه ايجابي (موافق)
منشور 2018 .01 .27	53	04	03	اتجاه ايجابي (موافق)
منشور 2018 .01 .22	210	39	46	اتجاه ايجابي (موافق)
منشور 2018 .01 .14	40	11	03	اتجاه ايجابي (موافق)
منشور 2018 .01 .13	19	12	01	اتجاه ايجابي (موافق)
منشور 2018 .01 .09	07	/	/	اتجاه ايجابي (موافق)

المصدر: هذه الدراسة

1.2.8 تحليل البيانات:

من خلال البيانات المستقاة من الجدول رقم (1)، نلاحظ أنه لم يخلو تقريبا أي منشور من أي تفاعل تقريبا ولو حتى بإبداء الإعجاب، ما يدل على وعي واقتناع ومتابعة المنضوين بالصفحة الرسمية لوزارة " التعليم العالي والبحث العلمي " عبر موقع الفيسبوك، لكافة الأنشطة المنشورة من طرف إدارة الصفحة محل الدراسة، ولمساهمة

هؤلاء المتابعين لها في تحقيق صدى وامتداد واسع للرسائل من خلال إعادة نشر المضامين مرّة أخرى و التي تجسدت في منشور يوم 22 جانفي 2018 مثلا و الخاص بالاتفاق الموقع بين الجزائر و الاتحاد الأوروبي في مجال الابتكار والبحث حيث تمّ أعيد نشر هذا المحتوى الخاص بها ل210 مرة من طرف المنضوين بالصفحة وبالتالي المساهمة وتحقيق التفاعل بطريقة أو بأخرى لتكريس العمل على صناعة ثقافة معرفية مشتركة على أكبر امتداد الكتروني ناهيك عن المشاركة بتعليقات مستمرة لا يكاد كذلك يخلو أي منشور منها والتي وصلت إلى 46 تعليقا عبر منشور يوم 22 جانفي 2018 بالاتفاق الموقع بين الجزائر و الاتحاد الأوروبي في مجال الابتكار و البحث والداعم لإرساء " الثقافة الإعلامية " وانتشار الوسائل عبر نافذة الجامعة التي سبق ذكرها ؛ حيث كانت عموما أغلب التفاعلات مؤيدة لنشاطات الجامعة ومختلف فعاليتها الداعمة للعلم و الرقي بالمجتمع و التفاعل مع محتوياتها بحضور مختلف تلك التظاهرات العلمية و الفكرية، كما سجلنا بيانات تحليلية تتعلّق بآراء أفراد راغبين في الانضواء كفاعلين ضمن مختلف الفضاءات التابعة للجامعة ومهامها الداعمة لصناعة فكر واعي متمكن من الوسيلة الرقمية ويدري كيف يوظف محتواها بما يخدم مجال اختصاصه التي نصنّفها علميا وحسب أسلوب تحليل المحتوى في إطار مقياس " فئة اتجاه المضمون " ضمن خانة الايجابي المؤيد أو الموافق.

3.8 تحليل لسبر آراء المتلقين (مختصين، طلبة، جمهور عام) عبر موقع الفايسبوك لدور الجامعة في إرساء ثقافة التربية الإعلامية وتأطير نشرها وتفاعلها عبر الفضاءات الافتراضية والوسائط الالكترونية

كما سبق وأشرنا سابقا فقد قمنا إلى جانب الدراسة التحليلية السالفة الذكر، بقياس سبر لأراء المتلقين سواء كانوا مختصين، طلبة أو جمهور عام وهذا عبر الفترة الممتدة من جانفي إلى غاية مارس 2018 من خلال وضعنا الأسئلة الثلاثة التالية والتي حرصنا فيها التوافق المنهجي والتي جاءت متسلسلة كالآتي:

- 1- حسب رأيك هل تساهم الجامعة في دعم التربية الإعلامية؟
 - 2- هل الجامعة توظف التكنولوجيات الحديثة لخدمة التربية الإعلامية عبر الفضاءات الافتراضية والوسائط الالكترونية؟
 - 3- في رأيك هل الدور الذي تقوم به الجامعة من خلال تفاعلاتها عبر الفضاء الرقمي يساهم في تحسين مهارات التربية الإعلامية للمنضوين معها إلكترونيا؟
- وتكملة للدراسة قمنا بعرض أسئلة سبر الآراء على فئة الباحثين والمختصين بالجزائر من خلال صفحة " doctorants et chercheurs " والتي تضم 14345 عضوا بها عبر موقع الفايسبوك.
- بالإضافة إلى عرض سبر الآراء على فئة الطلبة الجامعيين من خلال صفحة " طلبة علوم الإعلام و الاتصال جامعة قسنطينة 03 " عبر موقع الفايسبوك والتي تضم 3664 عضوا بها.
- و في الأخير أدرجنا ذات سبر الآراء على " الجمهور العام " وهذا من خلال الحساب الخاص عبر "الجدار الافتراضي" لصفحة الفايسبوك اعتمدنا فيه صفة " العشوائية " كعينة بحث.

1.3.8 تحليل البيانات:

و كتحصيل من البيانات عبر ما سبق وضعه من سبر لآراء المبحوثين فقد جاءت إجاباتهم على النحو التالي:

● فئة المختصين:

جدول رقم 2 : مدى مساهمة الجامعة في دعم التربية الإعلامية.	
نعم 80 %	لا 20 %

المصدر: هذه الدراسة

جدول رقم 3 :مدى توظيف الجامعة للتكنولوجيات الحديثة لخدمة التربية الإعلامية عبر الفضاءات الافتراضية والوسائط الالكترونية.	
نعم 79 %	لا 21 %

المصدر: هذه الدراسة

جدول رقم 4: الدور الذي تقوم به الجامعة من خلال تفاعلاتها عبر الفضاء الرقمي في تحسين مهارات التربية الإعلامية للمنضوين بها إلكترونيا.	
نعم 96 %	لا 04 %

● فئة الطلبة:

جدول رقم 5: مدى مساهمة الجامعة في دعم التربية الإعلامية.	
نعم 98 %	لا 02 %

المصدر: هذه الدراسة

جدول رقم 6: مدى توظيف الجامعة للتكنولوجيات الحديثة لخدمة التربية الإعلامية عبر الفضاءات الافتراضية والوسائط الالكترونية.	
نعم 66 %	لا 34 %

المصدر: هذه الدراسة

جدول رقم 7: الدور الذي تقوم به الجامعة من خلال تفاعلاتها عبر الفضاء الرقمي في تحسين مهارات التربية الإعلامية للمنضوين بها إلكترونيا.	
نعم 97 %	لا 03 %

المصدر: هذه الدراسة

● فئة الجمهور العام :

جدول رقم 8: مدى مساهمة الجامعة في دعم التربية الإعلامية.	
نعم 96 %	لا 4 %

المصدر: هذه الدراسة

جدول رقم 9: مدى توظيف الجامعة للتكنولوجيات الحديثة لخدمة التربية الإعلامية عبر الفضاءات الافتراضية والوسائط الالكترونية.	
نعم 55 %	لا 45 %

المصدر: هذه الدراسة

جدول رقم 10: الدور الذي تقوم به الجامعة من خلال تفاعلاتها عبر الفضاء الرقمي في تحسين مهارات التربية الإعلامية للمنضوين بها إلكترونياً.	
نعم 94 %	لا 6 %

المصدر: هذه الدراسة

من خلال ملاحظتنا التحليلية للبيانات المجمعة من سبر الآراء الموجه لثلاث فئات الدراسة، جاء في مجمله متقارباً في تبيان دور الجامعة في تمكين الطلبة من توظيف مهارات التربية الإعلامية عبر الفضاء الرقمي سواء بالقراءة والمشاركة أو التعليق والتفاعل مع المنشورات المعروضة عبر منصاتها الرقمية، فبالنسبة لمدى مساهمة الجامعة في دعم التربية الإعلامية جاءت إجابات المختصين نوعاً أقل نسبة مقارنة برأي فئتي الطلبة والجمهور العام الذي يرى وبقوة أهمية الجامعة في دعم التربية الإعلامية ومرد هذا يمكن أن يكون لكون المختصين على دراية بالآليات التي يجب أن تحضر لها على مستوى إعداد البرامج وتأهيل وتدريب مختصين بالتربية الإعلامية أولاً ولتأتي بعدها طرق توظيفها وكيفية توجيه الطلبة لاستخدامها عن طريق الفضاء الرقمي، فالمختصين بهذا يشجعون على عمل قاعدة متينة من خلال إعداد استراتيجيات علمية أكاديمية للتربية الإعلامية وبعدها تطبق عبر الميدان، وفيما يتعلق بمدى توظيف التكنولوجيات الحديثة لخدمة التربية الإعلامية عبر الفضاءات الافتراضية والوسائط الالكترونية

فكانت إجابات المبحوثين من الفئات الثلاث مؤيدة ومشجعة للدور المنتظر من الوسائط الرقمية التي تعتمد عليها الجامعة الجزائرية في تقريب التواصل وتحسين الاستخدام الواعي من جهة لهذه المضامين وكذا جعل الطالب على دراية ومواكبة للمستجدات الحاصلة بالمحيط الجامعي، خاصة وأن جيل اليوم هو رقمي وجل تعاملاته أصبحت مقرونة بالهاتف الذكي واللوح الرقمي وغيرها من التقنيات المتطورة التي تلقى إقبالا من قبل الطلبة ولهذا فعلى الجامعة هي الأخرى إعادة ضبط برمجياتها وأساليب توالها نع طلبتها من باب فتح جسور التواصل معم وجعلهم قريبين منها وان الكترونيما ما يحسن من مستوى أداء الطلبة في التعاطي مع الجامعة أو أي هيئة مؤسسية مستقبلا مع توظيف التقنية من جهة والتعامل بوعي ومعرفة مع المضامين التي يتعرضون لها. وفيما يتعلق بالدور الذي تقوم به الجامعة من خلال تفاعلاتها عبر الفضاء الرقمي في تحسين مهارات التربية الإعلامية للمنضوين معها إلكترونيما فقد كانت إجابات المبحوثين عالية جدا ومحفزة على دمج التربية الإعلامية ومهارات توظيفها بالعالم الرقمي وكل هذا يصب في خانة جعل التكنولوجيا رفيق ومعاون للطالب الجامعي بدل من الحذر منها وتوجيهها في اتجاهات سلبية لا يحمد عقباها فالرقابة والاستعمال من قبل الجامعة لهذه التكنولوجيات في تمريري رسائلها المتنوعة يشجع على دفع الطالب نحو الأحسن ويستخدم هذه التكنولوجيا بالوجه الذي يساعد على دعم مواهبه ومهاراته التواصلية والمعرفية.

9 نتائج الدراسة :

من خلال دراستنا لسبر الآراء وتحليل بيانات صفحة الفايسبوك لمجموعة تفاعلات الجمهور المستقبل للمنشورات الالكترونية المقترنة بدور الجامعة ونشاطاتها عبر المنظومة المجتمعية بالجزائر والنابع من التحولات الاجتماعية التي أفرزتها تأثيرات استخدام التكنولوجيات الجديدة، وكذا معرفة ما للجامعة من دور في دعم التربية الإعلامية وتمكين الطلبة منها عبر البيئة الافتراضية، الذي تمارسه من خلال تكنولوجيات الاتصال الحديثة المكرسة لتقوية التماسك الاجتماعي و ترسيخ قيم العلم في المجتمع، من خلال نشر " ثقافة التربية الإعلامية " كموضوع الساعة، بالرغم من كل الشوائب الدخيلة التي من شأنها أن تؤثر على ذلك داخل المنظومة المجتمعية الراهنة ومدى انتشارها بالمجتمع الجزائري من خلال دعم تلك المضامين المستقاة عبر الصفحة الرئيسية لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي الجزائرية عبر الفايسبوك ومنه فقد جاءت الفرضية الأولى " تساهم الجامعة في دعم التربية الإعلامية " فهي جاءت مؤكدة بفعل المنشورات المكرسة للتواصل بالرغم مما تخلل الموقع من مضامين متنوعة الكترونياً مكرسة لاستخدام التكنولوجيات وإشاعة الابتكار خدمة للتعليم و التدريب بشكل عام وليس ما تدعو إليه التربية الإعلامية بحد ذاتها وهذا راجع لطبيعة عمل الجامعة الرامي لنشر العلم والمعرفة، وذات الشيء التمسناه كذلك كنتيجة في ضوء الفرضية الثانية و التي جاءت بأنّ " الجامعة توظف التكنولوجيات الحديثة لخدمة التربية الإعلامية عبر الفضاءات الافتراضية والوسائط الالكترونية "، حيث جاءت النتائج المحصل عليها كسابقتها مؤكدة ؛ حيث أن معظم الجامعات حالياً تمتلك مواقع وفضاءات الكترونياً عبر شبكة الفايسبوك، إلّا أنّ ما تمّ استيفاءه من بيانات يبقى نوعاً ما غير كافياً لتسويق الجامعة لدورها الفعلي من خلال توظيف الوسائط الالكترونية لنشر رسائلها بشكل احترافي وأكثر فعالية، من قبل أشخاص مؤهلين

ومدركين جيداً بمدى أهميتها في صنع الفارق و تحقيق الالتفاف اللازم، حول الجامعة و موقعها الجوهرى في تنوير العقول والأفكار.

و كنتائج مكتملة لدراستنا الأكاديمية هذه فقد جاءت نتائج سير الآراء، عبر صفحات الفاييسوك الخاصة بالثلاث فئات المستهدفة بالبحث " فئة المختصين " و " فئة الطلبة الجامعيين " وأخيرا " فئة الجمهور العام " و كتعقيب على تحليلنا للبيانات المجمعة سالفاً، فقد جاءت نتائجها دالة على مدى وعي وإدراك المختصين من أساتذة وباحثين بأهمية دور الجامعة بالمجتمع بشكل عام وفي دعم المنظومة الجامعية بالجزائر وما يجب أن تكون عليه على غرار موقع الجامعة عبر مختلف دول العالم، سواء بتأطيرها التنويري لمختلف مناهجها الفعالة بالمجتمع كنشر ثقافة " التربية الإعلامية " ومواكبة النقلة الكبيرة للمجتمعات الحالية والتي أصبحت مجتمعات الكترونية من خلال تفعيل تواجد الجامعة عبر الفضاءات الالكترونية واستخدامها للوسائط الالكترونية لتحقيق أقصى تقارب ممكن و الجمهور المعان في تحقيق انسيابية حاملة في نقل ثقافة التربية الإعلامية للمتلقى والتي تقود في الأخير إلى التفاعل مع ما تنتجه الجامعة من أطر فكرية وأكاديمية.

10 مقترحات و توصيات:

عبر هذه الدراسة نوصي إدارة الجامعة، بمجموعة من النقاط المهمة من خلال:

1. الارتقاء بالمناهج العلمية و عصرها بإعادة النظر فيها و تكييفها مع المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية الحاصلة بالمجتمع ومواكبة أهم التطورات وهذا من خلال إدراج نماذج التربية الإعلامية.

2. ضرورة الاحتكاك بتجارب عمل الجامعات الأجنبية في العمل الإلكتروني بتفعيل منظوماتها التكوينية و الأكاديمية من خلال " الجامعة الإلكترونية " عبر الوسائط والفضاءات الإلكترونية.
3. تفعيل مكانة الماستر المهني و إضفاء أكثر فعالية لدوره في دعم نشر ثقافة " التربية الإعلامية " من خلال حسن التأطير و التكوين و التدريب المهني و العملي حيث الذي أثبت نجاحته في تمكين الطلبة المتخرجين من مسك زمام الأمور و المساهمة في تفعيل دور التربية الإعلامية عبر المنظومة المجتمعية الموجودة بها.

خاتمة:

تقع على الجامعات مسؤولية كبرى في إعداد الشباب والقوى العاملة والكوادر لقيادة أي مجتمع، وبناء الإنسان القادر على التعامل مع تحديات المستقبل والتوافق مع ديناميته. كما أن للجامعات أهمية خاصة، إذ أنها تمثل قمة الهرم التعليمي، ليس لمجرد كونها آخر مراحل النظام التعليمي، وإنما لكونها تحتل أخطر وأهم مرحلة من مراحلها، فهي تقوم بالدور القيادي في تطوير المجتمع وتحقيق أهدافه، كما يقع عليها مسؤولية تربية وإعداد الشباب إعداداً سليماً يمكنه من تحمل مسؤولياته ودعمه عن طريق تكوين أساتذة في التربية الإعلامية لتمكينه من الاستخدام الواعي للتكنولوجيات الحديثة والتعاطي السليم مع مضامينها. إذ تتمحور رسالة الجامعة التربوية بشكل أساسي في صياغة الشباب الخريجين فكراً ووجداناً وانتماءً، ومن هؤلاء الخريجين تتشكل قيادات المجتمع في مختلف المجالات العلمية والثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي من خلالها يتابع المجتمع مسيرته في التقدم والازدهار.

قائمة المراجع:

مراجع باللغة العربية:

- 1- فهد بن عبد الرحمان الشميمري، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام؟، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2016 ص 20، 25، 26، 28، 29
 - 2- ليندة ضيف، التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد، مجلة المعيار، عدد 42، الجزائر، 2017، ص 445، 453.
 - 3- فهيم فوزية، تأهيل الكوادر الإعلامية، مجلة جامع الأزهر، دار المنظومة، مصر، 2011، ص 441.
 - 4- ديراج ميثري، ترجمة: محمد عبد الحميد تويتر التواصل الاجتماعي في عصر التويتر، ط1 القاهرة، دار الفجر، 2014 ص 91.
 - 5- عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، طبعة 1، سنة 2015، 66.
 - 6- الشريف حاتم بن عارف العوني، فيس بوكيات: القسم الأول، ط1، الرياض، مطابع الشبانات الدولية 2013، ص 12.
 - 7- فتحي عبد الوهاب، البحث و مناهجه في علم المكتبات و المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى، 1985، ص 172.
 - 8- فضيل دليو وآخرون، المشاركة الديمقراطية في تسيير الجامعة، ط1، مخبر علم الاجتماع والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006، ص 79.
- مواقع الكترونية:
- 9- www.web.facebook.com/mers.dz/ , connecté le 30 mars 2018, à 19.33.