



Media

Literacy & Education

Conference, Oman 2021

المؤتمر العلمي الدولي الثالث لقسم الإعلام
كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس

الاتصال الجماهيري في البيئة الرقمية: بين ضرورات
التربية الإعلامية ومتطلبات التعليم الإعلامي

23 - 25 مارس 2021
مسقط، سلطنة عُمان

مؤتمر إفتراضي

ملخصات أبحاث المؤتمر



حضره صاحب الجلالة السلطان هيثم بن طارق آل سعيد

حفظه الله ورعاه

المحتويات

6	المؤتمر العلمي الدولي الثالث لقسم الإعلام
10	The Third International Scientific Conference of the Department of Mass Communication
15	اللجان المنظمة للمؤتمر
17	الجلسة الافتتاحية للمؤتمر
20	الجلسة الرئيسية الأولى «مقاربات فلسفية للعلاقة بين التربية والإعلام»
27	Second Main Session «Media Educations in a Changing Environment»
33	الجلسة الأولى «التربية الإعلامية من منظور وظيفي فلسي»
39	الجلسة الثانية «العلاقة الجدلية بين التربية والتعليم»
45	الجلسة الرئيسية الثالثة «واقع التعليم الإعلامي في العصر الرقمي»
51	الجلسة الرئيسية الرابعة «التربية الإعلامية والتعليم الإعلامي في العالم العربي»
57	الجلسة الثالثة «التربية الإعلامية في ظل البيئة الرقمية»
63	الجلسة الرابعة «التربية الإعلامية في ظل البيئة الرقمية»
69	الجلسة الخامسة «التعليم الإعلامي: البرامج والمؤسسات الفاعلة»
75	الجلسة السادسة «برامج التعليم والتدريب الإعلامي عربياً وعالمياً»
81	الجلسة الرئيسية الخامسة «التأهيل والتدريب الإعلامي في المدارس الأكاديمية العربية»
87	الجلسة السابعة «السياسات والاتجاهات العامة في التربية والتعليم الإعلامي»
93	Eighth's Session «Sharing Experiences, Promoting Ideas: Media Literacy Projects in the Arab world»
99	الجلسة التاسعة «البحث العلمي في مجال التربية الإعلامية»
105	الجلسة العاشرة «بحوث ودراسات التعليم الإعلامي في العالم العربي»
111	الجلسة الحادية عشر «التدريب الإعلامي بين المتطلبات الأكاديمية وبين متطلبات سوق العمل»
117	الجلسة الثانية عشر «تقييم الممارسات التربوية والتعليمية في مجال الإعلام»

المؤتمر العلمي الدولي الثالث لقسم الإعلام - كلية الآداب والعلوم الاجتماعية
جامعة السلطان قابوس

الاتصال الجماهيري في البيئة الرقمية: بين ضرورات التربية الإعلامية
ومتطلبات التعليم الإعلامي

Mass Communication in the Digital Environment: Between Necessities of Media Literacy and Requirements of Media Education

23 - 25 مارس 2021، مسقط، سلطنة عمان

مؤتمر إفتراضي

تمهيد

تركز معظم البحوث والأدبيات العلمية المترادفة في مجال التربية الإعلامية والتعليم الإعلامي على الدور التربوي-التعليمي الذي يمكن أن تؤديه وسائل الإعلام في المجتمع. وقد ارتبطت البحوث العلمية في هذا المجال -في بدايتها- بكيفية تسخير منظومة وسائل الإعلام لخدمة مناهج التربية والتعليم ودعمها. غير أن جملة من المعوقات المنهجية والتطبيقية ما زالت تطرح نفسها حول كيفية استخدام وسائل الإعلام في العملية التربوية، وحول ضرورة إعادة النظر في حدود الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في عملية التربية والتعليم، وذلك نظراً للتغيرات والتطورات التكنولوجية التي يشهدها الاتصال الجماهيري بوجه عام منذ بداية هذه الألفية.

وقد شهدت السنوات الأخيرة تحولاً في التفكير من التربية بوسائل الإعلام والاتصال، إلى التربية على وسائل الإعلام والاتصال، وذلك في ظل إعلام أحكم سيطرته على العالم، مسلياً ومربياً وموجهاً. وأصبحت التربية على حسن استغلال وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، تشكل محور اهتمام عديد المؤسسات البحثية والإعلامية والتربوية والمنظمات المجتمعية الوطنية والإقليمية والدولية، في محاولة لفهم وتحليل الأثر العميق لوسائل الإعلام والاتصال في عصر الرقمنة والشبكات المتعددة. وعلى الرغم من تعدد التعريفات نتيجة تنوّع المقاريبات الفكرية، إلا أن أغلبها يتفق على أن التربية الإعلامية تعني تعزيز قدرات الجمهور ومهاراته في فهم المادة الإعلامية وانتقادها وتعامل معها بصورة فعالة.

في نفس المستوى من الأهمية، وفي ظل بيئة إعلامية تتسم بالتحول والتجدد المستمر، وإيماناً منها بأهمية التعليم وأدواره في تطوير مستوى المضامين الإعلامية، تولي المؤسسات الأكademية اهتماماً كبيراً لقضايا التعليم والتدريب الإعلامي ومستجداته، ومراجعة منظومة التكوين الإعلامي بشقيها الأكاديمي والمهني. ويمثل موضوع التعليم والتأهيل الإعلامي قضية محورية على جانب كبير من الأهمية لدى مدارس التعليم الإعلامي في العالم. حيث اتخذت هذه المدارس، وبشكل تقليدي، مسارين أساسيين لها: تمثل الأول في الاتجاه ناحية التعليم الإعلامي العام الذي يتناول الأطروحية النظرية والفلسفية المنظمة للعمل الإعلامي، والمهارات الأساسية اللازمة للمشتغلين في هذا المجال، ويمكن القول إن مدارس التعليم الإعلامي في العالم العربي تمثل هذا الاتجاه بشكل كبير؛ بينما ذهب الاتجاه الثاني إلى تأهيل نوعي يأخذ بعين الاعتبار المهارات المطلوبة لكل مجال من مجالات العمل الإعلامي، مع ربطها بمعارف وعلوم عامة متعددة، وممثلة مدارس التعليم الإعلامي في الكثير من الدول الغربية وخاصة الولايات المتحدة الأمريكية المثال الأبرز على هذا الاتجاه.

وبعد انطلاق الثورة التكنولوجية والاتصالية في منتصف القرن العشرين، بدأت مدارس التعليم الإعلامي تعيد النظر في هذه التوجهات مرة أخرى. حيث أفرزت هذه الثورة وسائل وممارسات وأنشطة وتأثيرات اتصالية مختلفة ومتنوعة. ومن هذا المنطلق، لا يمكن لمؤسسات التعليم والتأهيل الإعلامي تجاهل كل هذه التغيرات ومواصلة مناهجها الدراسية بذات الاتجاهات والقواعد التي كانت عليها قبل انطلاق الثورة التكنولوجية والاتصالية. واليوم تُطرح، في هذا المجال، أسئلة جوهريّة تتعلق بمناهج التعليم الإعلامي، ونظرياته، وطبيعة المشتغلين والمهتمين به، وكذلك شكل المؤسسات الإعلامية مستقبلاً، ونوع ومحظى الرسالة الإعلامية المقدمة للجمهور، وغيرها من الأسئلة المهمة. أما السؤال الذي يبقى أكثر أهمية فهو: هل تستوعب مؤسسات ومدارس التعليم الإعلامي في العالم اليوم كل هذه التغيرات؟ وما هي مبادراتها العلمية والعملية في سبيل استيعاب هذه التغيرات؟

مبررات تنظيم المؤتمر

نظراً لأهمية التربية الإعلامية للجمهور والتعليم والتأهيل الإعلامي الخاص بطلاب الإعلام وبممارسي المهنة في عصر رقمي متاحول، يجمع هذا المؤتمر بين التربية الإعلامية والتعليم والتأهيل الإعلامي، وذلك للمبررات التالية:

1. تسليط الضوء على مفهوم التربية الإعلامية الذي يتجاوز فكرة إعداد المتلقي للتعامل النبدي مع رسائل الإعلام وتفسيرها وفرزها، إلى مفهوم أشمل وأعمق يتناول كل ما يتعلق بإنتاج المواد الإعلامية والتفاعل معها.
2. تطور الفضاءات الإعلامية عموماً وال الرقمية خصوصاً، وما يفرضه ذلك من ضرورة استدعاة مقاربات تأخذ بعين الاعتبار السياقات الفكرية والثقافية والسياسية المؤثرة في إنتاج وتلقي المضامين الإعلامية.
3. ضرورة الدمج بين مجال التربية الإعلامية وتعليم الإعلاميين، لأن إنتاج الرسائل الإعلامية لا يتم بمعزل عن المتلقي أو بدون تصور للطرق المختلفة التي يتفاعل بها الجمهور مع الرسالة الإعلامية.
4. تجاوز الرؤية التجزئية والوصفيّة للظاهرة الإعلامية والاتصالية مع أهمية التركيز على تفسير وتحليل عملية التلقي التي تحتوي على تعقيدات عديدة لاستيعاب المضامين والوسائل الإعلامية الجديدة. فعلى الرغم من ثراء النماذج الاتصالية الكلاسيكية والتوجه المتطرّم للمرجعيات العلمية لعلوم الإعلام والاتصال، كبروز نظريات التأثير والجمهور والرأي العام، وكذلك إضافة إشكاليات نوعية للفكر الاتصالي، فإن "المُرسل إليه" مازال يمثل الحالة الضعيفة في عديد البحوث والدراسات، خاصة في الجامعات العربية.
5. لم تعد معظم نماذج الاتصال التي طورها باحثو الاتصال منذ أربعينيات القرن الماضي كافية لشرح ديناميّات الاتصال في العصر الرقمي، حيث تداخلت الأدوار وتبدلت الواقع وأصبح المتلقي مرسلًا، والفرد مؤسسة والحيز الجغرافي لا محدوداً، ومن ثم فإن الفصل بين المُرسل والمُتلقي صار جدلياً أكثر منه واقعياً، وصار الأقرب للواقع أن نقول إن كل مُتلقي هو مُرسل محتمل، وكل مُرسل يحتاج أن يكون مُتلقياً كي يواصل العمل.
6. تشخيص علاقة الحقل التربوي والتعليمي بالمضامين الإعلامية، وبالوسائل التكنولوجية واستخداماتها، وذلك بالتركيز على مسارات البيئة التعليمية المتعلقة بتأهيل وتدريب كوادر إعلامية مسؤولة في ظل بيئه إعلامية معقدة ومستحدثات تكنولوجية جديدة.

رؤية المؤتمر

استشراف مستقبل التربية والتعليم الإعلامي.

رسالة المؤتمر

تسليط الضوء على تحولات العصر الرقمي وتأثيراتها على التربية والتعليم الإعلامي من زوايا فلسفية ومنهجية وتطبيقية عملية.

أهداف المؤتمر

1. تحليل ومناقشة الأطر الفلسفية والنظرية ذات الصلة بالتربية والتعليم الإعلامي في العصر الرقمي.
2. استعراض وتحليل المناهج المعاصرة في التربية والتعليم الإعلامي عربياً وعالمياً.
3. التعرف على الاتجاهات والسياسات العامة المتعلقة بالتربية والتعليم الإعلامي عربياً وعالمياً.
4. استشراف مستقبل التربية والتعليم الإعلامي وأليات تطويرهما.

محاور المؤتمر

1. الأطر الفلسفية والنظرية في علاقة الإعلام بال التربية وإشكاليات العلاقة بينهما
 - أ. تطور مفهوم التربية الإعلامية.
 - ب. فلسفة التربية الإعلامية والعلاقة الجدلية بين التربية والإعلام.
 - ت. التربية والتعليم الإعلامي في عصر اندماج وسائل الاتصال الجماهيري.
2. التربية والتعليم الإعلامي في ظل البيئة الرقمية
 - أ. أنماط التربية والتعليم الإعلامي الجديدة من حيث الاستخدام والتلقى.
 - ب. المنصات الرقمية المتعددة ودورها في التربية الإعلامية.
 - ت. تأهيل المتقني على التفاعل مع محتويات وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.
 - ث. تأهيل المتقني على المشاركة الإبداعية في صناعة مضمون إعلامية.
3. السياسات والاتجاهات العامة في التربية والتعليم الإعلامي عربياً وعالمياً
 - أ. تحليل وتقييم السياسات والاتجاهات العامة عربية وعالمية في مجال التربية الإعلامية.
 - ب. تحليل وتقييم السياسات والاتجاهات العامة عربية وعالمية في مجال التعليم الإعلامي.
 - ت. تحليل سياسات واتجاهات المنظمات الدولية في مجال التربية الإعلامية والتعليم الإعلامي.
4. مناهج التعليم والتدريب الإعلامي في العصر الرقمي عربياً وعالمياً
 - أ. تطور مؤسسات التعليم والتدريب الإعلامي واتجاهاتها المعاصرة عربية وعالمية.
 - ب. واقع مناهج التعليم الإعلامي عربياً وعالمياً.
 - ت. واقع برامج التدريب الإعلامي عربياً وعالمياً.

5. التربية والتعليم الإعلامي: سيناريوهات مستقبلية
 - أ. مستقبل التربية الإعلامية في ضوء تغيرات البيئة الرقمية.
 - ب. مستقبل التعليم الإعلامي في ضوء تغيرات البيئة الرقمية.

ضوابط المشاركة

1. أن يتعلّق البحث بأحد محاور المؤتمر.
2. أن يُقدّم المشارك ملخصاً عن البحث لا يزيد عن 300 كلمة.
3. أن يُرسَل الملخص إلى اللجنة التنظيمية للمؤتمر، في موعد أقصاه 31 يناير 2021.
4. تقوم اللجنة العلمية للمؤتمر بتحكيم ملخصات البحوث المقُدّمة، وإبلاغ الباحثين بقرارها بعد 31 يناير 2021.
5. يتراوح الحجم التقريري للورقة البحثية الكاملة بين 4000 - 5000 كلمة (بما في ذلك قائمة المراجع).
6. آخر موعد لاستقبال البحث كاملاً في 15 مارس 2021.
7. يجري تحكيم الأوراق البحثية الكاملة، لإصدارها في كتاب المؤتمر المحكم.
8. تم جمعي المراسلات الخاصة بالمؤتمر عبر البريد الإلكتروني التالي:

masscomm@squ.edu.om

masscommconference2021@gmail.com

**The Third International Scientific Conference of the Department
of Mass Communication - College of Arts and Social Sciences
Sultan Qaboos University**

**Mass Communication in the Digital Environment: Between
Necessities of Media Literacy and Requirements of Media Education**

**23-25 March 2021, Muscat, OMAN
Virtual Conference**

Preface

Most of the research and accumulated literature in the field of media literacy and media education focus on the educational role that can be played by media in society. At its inception, scientific research in this field was linked with how to utilize media to serve and support educational curricula. However, a number of methodological and practical obstacles still arise concerning how to use media in literacy and educational processes, and about the need to reconsider the limitations of media's functional role in this regard in view of the changes and technological developments in the mass communication environment since the beginning of the current millennium.

In recent years, there has been a shift in thinking about literacy through media and communication to literacy in the field of media and communication. This shift was driven by media that tightened their control on the world, serving now as both entertainers and educators. Education about how to use both traditional and new media has become the focus of much research and several media and educational institutions as well as regional, national and international civil society organizations in an attempt to understand and analyze the deep impact of media and communication in the era of digitization and multiple networks. Despite multiple definitions as a result of the diversity of intellectual approaches, most agree that media literacy means to strengthen the capacities of publics and their skills to understand media content, how to select such content and deal with it effectively.

At a similar level of importance and in light of a media environment characterized by transformation, continuous regeneration and a belief in the importance of education and its roles in developing media content, media academic institutions pay great attention to the issues of education, media training and innovation, as well as reviewing both the academic and vocational programs. The issue of media education is central and of great importance for media education institutions around the world. Media schools worldwide have followed two main tracks: the first is

general media education that deals with theoretical and philosophical ideas related to media activities, functions and the basic skills necessary for media professionals. It can be said that schools of media education in the Arab world represent this track. The second one, more qualitative in its approach, concentrates on different media aspects and specializations with a special focus on the skills required in each. Media education schools in many Western countries, especially the United States, comprise the most prominent examples of this track.

After the launch of the technology and communication revolution in the mid-twentieth century, media education schools began to reconsider those tracks as this revolution produced different and varied means of communication, practices, activities and influences. From this perspective, education and media training institutions could not ignore all these changes and continue their curricula with the same practices as before. Today, fundamental questions are raised related to methods of media education, theories, the nature of professionals working in media outlets and those interested in them, as well as the shape of media institutions in the future, their types and contents, thus some other questions are raised. The question of primary importance is: Will media education schools absorb all of these changes? What are their scientific and practical initiatives to accommodate these changes?

Conference Rationales

1. Highlighting the concept of media literacy that goes beyond the idea of preparing the audience to deal critically with media content, interpret and sort them out, to a broader and deeper concept dealing with everything related to the production of media materials and interacting with them.
2. Considering intellectual, cultural and political contexts influencing media production and consumption in the evolution of digital media.
3. Merging the two research fields; media literacy and media education, since media content is not produced in isolation from the audience or without visualizing the different ways in which audience interact with media content.
4. Overcoming the partial and descriptive approach towards media and communication phenomena, thereby interpreting and analyzing how the audience receive media content. Despite the richness of classic communication models and regular expansion of media and communication in references and theories, especially theories of influence, audience, and public opinion in addition to other critical issues, the communicator remains the weakest link in varied media studies, especially in the Arab World academia.
5. Most of the communication models developed by researchers since the

forties of the last century are no longer sufficient to explain the dynamics of communication in the digital age, where roles overlap and locations are subjected to change: the recipient becomes a communicator and the individual is an institution; the geographical space is not limited and thus the separation between communicators and recipients became more controversial than realistic. Every recipient is thus a potential communicator, and every communicator needs to be a recipient in order to continue to function.

6. Analyzing the relationship between the educational field, media content, technological tools and their uses, by focusing on the educational environment tracks related to qualifying and training responsible media specialists in light of a complex media environment and new technological innovations.

Conference Vision

Foreseeing the future of media literacy and media education.

Conference Mission

Shedding light on the transformations of the digital age and their effects on media literacy and media education from philosophical, methodological and practical perspectives.

Conference Objectives

1. Analyzing and discussing the philosophical and theoretical frameworks related to media literacy and media education in the digital age.
2. Reviewing and analyzing the contemporary methods in media literacy and education both in the Arab world and internationally.
3. Identifying the trends and general policies related to media literacy and education both in the Arab world and internationally.
4. Exploring the future of media literacy and media education and their development mechanisms.

Conference Themes & Sub-Themes

First. Philosophical and Theoretical Frameworks Concerning the Relationship Between Media and Literacy and Problematic Issues Governing Them:

1. The development of the concept media literacy.
2. The philosophy of media literacy and the controversial relationship between literacy and media.

3. Media literacy and media education in the era of mass media convergence.

Second. Media Literacy and Media Education in the Digital Environment:

1. Media literacy and media education new patterns in light of usage and reception.
2. Multi-digital platforms and their role in media literacy.
3. Qualifying the recipient to interact with traditional and new media content.
4. Qualifying the recipient to participate creatively in producing media content.

Third. Policies and General Trends in Media Literacy and Media Education in the Arab World and Internationally:

1. Analyzing and evaluating policies and general trends in the Arab world and internationally in the field of media literacy.
2. Analyzing and evaluating policies and general trends in the Arab world and internationally in the field of media education.
3. Analyzing policies and trends of international organizations in the fields of media literacy and media education.

Fourth. Media Education and Training Curricula in the Digital Age in the Arab World and Internationally:

1. The development of media education and training institutions and their contemporary trends in the Arab World and internationally.
2. Media education curricula in the Arab World and internationally.
3. Media training programs in the Arab World and internationally.

Fifth. Media Literacy and Media Education: Future Scenarios

1. The future of media literacy in light of the changes in the digital environment.
2. The future of media education in light of the changes in the digital environment.

Submission Guidelines

1. The submitted research must be related to one of the conference themes.
2. The participant must submit an abstract of no more than 300 words.
3. The abstract should be sent to the conference organizing committee no later than January 2021 ,31.
4. The conference's scientific committee will review the submitted abstracts and contact researchers after January 2021 ,31.

5. Full research papers must range between 5000-4000 words including bibliography.
6. Deadline to receive full research papers is March 2021 ,15.
7. Full research papers will be referred for future publication in the refereed conference proceeding.
8. All correspondence related to the conference will take place via the following email:
masscomm@squ.edu.om
masscommconference2021@gmail.com

لجان المؤتمر

اللجنة التحضيرية

أ.د. عبد الله الكندي

أ.د. حسني نصر

د. فاتن بن لاغة

د. عبد الوهاب بو خنوفة

د. محمد مختار ساطور

اللجنة العلمية

أ.د. عبد الله الكندي

د. حسني نصر

د. فاتن بن لاغة

د. عبد الوهاب بو خنوفة

لجنة الدعم اللوجستي

د. محمد مختار ساطور

د. إيمان محمد زهرة

أ. عبير المعمري

أ. يعقوب الصبحي

أ. هلال الرشيدی (إدارة الكلية)

اللجنة التغطية الإعلامية

د. الأرقم الجيلاني

د. سونيا نيلسون

د. سيف الدين العوض

د. شريف نافع

أ. نورة السيابي



الجلسة الافتتاحية للمؤتمر

الثلاثاء 23 مارس 2021

20:20 - 19:00



Understanding Journalisms: From Information to Entertainment by Persuasion and Promotion



Prof. Marc-François Bernier

University f Ottawa, Canada

mbernier@uottawa.ca

Abstract

There is no one journalism. There are many journalisms. This is the conclusion to which comes anyone who analyses methodically and systematically the plurality of practices in real life, often at odds with the normative and self-promotional discourses of the media and their journalists. There are several journalisms with different aims and functions. They could be positioned on a continuum from the highest democratic functions to the deepest needs for entertainment, a continuum from reason to emotion, from democracy to illusion. Adopting this bold, iconoclastic approach as some might say, helps to alleviate some confusion. Thus, we will no longer ask whether journalism is threatened or not, but which journalisms are at risk and which ones are emerging or growing. This allows us to better take in account the transformations and reconfigurations of a social institution subjected to forces exerted by social, cultural, technological and economic factors.

We will also stop asking who is or is not a journalist. We will be more interested in those who are involved, professionally or not, in various forms of journalisms.

Speaking about the plurality of journalisms means to recognize the diversity of the practices of millions of men and women from all continents, facing different socio-economic backgrounds and political regimes, with the whole spectrum of living conditions, rights and human freedoms. The exercise to which we are invited thus requires decentration and reconsider preconceived ideas, especially with regard to the ideal typical representation of journalism. Dr Bernier will introduce a Typology of journalisms.



الجلسة الرئيسية الأولى

«مقاربات فلسفية للعلاقة بين التربية والإعلام»

الثلاثاء 23 مارس 2021

13:35 - 12:00



التربية الإعلامية من منظور أكاديمي عربي، التجربة التونسية نموذجاً



أ.د. عبد الكري姆 الحيزاوي

معهد الصحافة وعلوم الإخبار، تونس

hizaoui@yahoo.com

الملخص البحث

تدرج هذه الورقة في المحور الأول للمؤتمر المتعلق بتطور مفهوم التربية الإعلامية. سنسعى من خلالها إلى استعراض بعض التجارب العربية التي حاولت أن ترثي التربية الإعلامية ضمن سيافات التفكير الإصلاحي في المجالين التربوي والإعلامي.

بداية سنقوم باستحضار ومساءلة مفهوم «التربية الإعلامية» ومختلف المصطلحات التي اعتمدت للتعبير عنه منذ نشأته التي تعود إلى مؤتمر Grünwald الذي نظمته اليونسكو عام 1982 بألمانيا الاتحادية. ومعلوم أن هذا التطور عرف عدة منعرجات تزامنا مع مختلف مراحل الثورة الاتصالية وما أسفرت عنه من إفرازات غير معهودة على مستوى العولمة Globalization والتمازج الرقمي Digital Convergence والواب التفاعلي ومنصات التواصل الاجتماعي Social Media Platforms.

بعدها يهمنا أن نستعرض نماذج من التجارب العربية في مقاربة التربية الإعلامية اعتمادا على مجريات بعض المؤتمرات التي شاركتنا في فعالياتها على غرار الملتقى الدولي حول التربية على وسائل الإعلام المنعقد بتونس عام 2004 والمؤتمر الدولي حول التربية الإعلامية الذي انتظم بالرياض عام ٢٠٠٧، إضافة إلى بعض الملتقيات الدولية الأخرى التي نظمتها اليونسكو.

كما سيكون من المفيد استعراض أهم مخرجات التجربة التونسية من خلال برامج التربية الإعلامية التي أسهمنا في إعدادها وفي تفعيلها بالشراكة مع المنظمات الدولية المعنية المؤسسات التربوية والشبابية الوطنية. ونعتزم إثر ذلك تقديم بسطة محيّنة حول المفهوم الجديد للتربية الإعلامية وحول مجالات تطبيقها وهوية الفاعلين الجدد بما يسمح باعتبارها دون مبالغة البوابة التي تحكم استكمال مقومات المواطنة الفاعلة والمدخل الجديد لصحافة الجودة في زمن إندماج الاتصال الرقمي وعولته. ويتعيّن في نهاية العرض تقديم بعض الاستنتاجات حول واقع التربية الإعلامية وأهم التحديات التي تحول دون إدراج التربية الإعلامية في محور الممارسات التربوية والإعلامية العربية.

التربية الإعلامية .. الفريضة الغائبة في العالم العربي



أ.د. سامي طايع

كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر

stayie@link.net

ملخص البحث

في البداية نحن بحاجة إلى توضيح بعض المفاهيم عندما نتحدث عن التربية الإعلامية: أهمها التربية الإعلامية والثقافة الإعلامية والمعلوماتية، فعندما نتحدث عن التربية الإعلامية نتحدث عن آلية تؤدي إلى نتيجة هي الثقافة الإعلامية والمعلوماتية.

وعندما نتحدث عن التربية الإعلامية لابد من الإشارة إلى الدور الحيوي الذي تقوم به منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) في مجال التربية الإعلامية، فمنذ ما يزيد على أربعين عاماً ظلت منظمة اليونسكو هي المنظمة الرائدة على الساحة الدولية في هذا الصدد.

توجد في كل دساتير العالم بنود ومواد تتعلق بحرية الرأي والتعبير وحق الوصول للمعلومات، وقد نصت المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على هذه الحقوق، وخلال العقود القليلة الماضية كانت هناك العديد من المبادرات التي كانت تهدف لتدريب الإعلاميين لحثهم على الالتزام بأخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف المهنية، ولكن للأسف لم تكن هذه الجهود مثمرة بالقدر الكافى مما دفعنا للتوجه للطرف الآخر في عملية الاتصال وهو الجمهور المتلقى عبر التربية الإعلامية التي تعتبر مفهوماً حديثاً وقديماً في نفس الوقت، حيث ظهر مفهوم التربية الإعلامية خلال السنوات الأولى من القرن العشرين مع ظهور السينما وصناعة الفيلم. ففي هذا الوقت حرص علماء الاجتماع على توضيح الفارق للجماهير بين ما هو حقيقي وما هو خيالي في الأفلام السينمائية، أما مفهوم التربية الإعلامية كما ندركها اليوم قد ظهر بوضوح مع بداية الثمانينيات من القرن الماضي من خلال منظمة اليونسكو التي أصبحت المنظمة الرائدة في التربية الإعلامية في العالم.

لا يمكن لنا إنكار الأهمية الكبرى للتربية الإعلامية في الوقت الحالى لاسيما بعد الإنتشار الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت منصات للأخبار الزائفة والشائعات وخطاب الكراهية، وهنا يأتي الدور الحيوي للتربية الإعلامية في مواجهة مثل هذه الأمور.

العلاقة الجدلية بين الإعلام والتربية: مقاربة فلسفية



أ.د. مي كامل العبد الله

كلية الإعلام، الجامعة اللبنانية، لبنان

mayabdallah@hotmail.com

ملخص البحث

يرتبط مفهوم التربية الإعلامية في المجتمعات الرقمية الحديثة ارتباطاً وثيقاً بمفهوم التفكير النقدي. وتقع التربية الإعلامية على مفترق طرق بين تخصصين أكاديميين: علوم الإعلام والاتصال (ومن شأنها فرنسا) وعلوم الاتصال والتربية. إذ يتم التعامل مع المتعلم في العلوم الحديثة على أنه موضوع واسع المعرفة ومستقل، وقدر على المشاركة بنشاط في تعلمها. وفي هذا الصدد، يرتبط المجال بمفاهيم قضائياً أخرى أساسية كمحو الأمية الرقمية، وثقافة المستهلك، والنقد الثقافي الذي يدرس التفاعل بين الإعلام والاتصال والثقافة، من أجل شرح كيفية تأثير وسائل الإعلام على المجتمع، ولا سيما حول قضائياً مثل العنصرية والتمييز الجنسي ورهاب المثلية والعنف والمادية، إلى الأبوة والأمومة. تسلط ورقتنا الضوء على أن التربية الإعلامية تمر حالياً بفترة انقلالية تفرض علينا كباحثين مراجعة الأدبيات التي تهم بها، ورصد تطور المقارب النظرية والعملية النقاشات ترتكز عليها. فمفهوم التربية الإعلامية مثير للجدل لأنه يعرض في انعكاساته النظرية والعملية المنشورة للتحقيق الإعلامي يوجه كلاماً من المحتوى والمقارب التربوية التي يجب أن تميزه. وبالتالي، فإن تنوع المقارب الموجودة في التعليم الإعلامي ينبع جزئياً من مجموعة واسعة من الأغراض المنسوبة إليه، والتي تتراوح منوعي المستهلك إلى قضائياً الإعلان، بما في ذلك النقد الثقافي للإعلام.. والتحقيق الإعلامي هو مشروع تربوي يهدف إلى تحقيق الفرد وتنمية العلاقات الاجتماعية والنقد الاجتماعي وتحرير الجماعات والمجتمعات. ويلتقي مع التربية الإعلامية التي هي جزء من عملية التكامل أو التحول الاجتماعي. ومن ثم فالتجربة الإعلامية تضع نفسها في إطار علاقة ثلاثة بين المدرسة والإعلام والديمقراطية.

إشكالية العلاقة بين الإعلام والتربية: بين تجاذبات التنافس وضرورات التكامل



د. فاتن بن لاغة

قسم الإعلام، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عُمان

yolmech@squ.edu.om

ملخص البحث

إن الجدل القائم حول العلاقة بين الإعلام والتربية جدل قديم - جديد والدراسات المتعلقة بهذا المبحث العلمي عديدة ومتعددة وقد اتجه الكثير منها نحو إيجاد تفسيرات للدور التربوي - التعليمي الذي يمكن أن تؤديه وسائل الإعلام والاتصال المختلفة في الحقل التربوي ومدى فاعليتها في العملية التربوية، في محاولة لفهم وتحليل مظاهر التنافس بين المؤسسة التربوية والمؤسسات الإعلامية من ناحية ومظاهر التوافق والتكامل بينهما من ناحية أخرى. وصدرت عديد البحوث النقدية في هذه المسألة هدفها إعادة النظر في الدور الوظيفي لوسائل وتكنولوجيات الإعلام والاتصال في عملية التربية والتعليم.

إن استطاق العلاقة القائمة والمفترضة بين حقل الإعلام وحقل التربية والتعليم يدفع بنا إلى النظر في طبيعة الدور الذي يمكن أن تلعبه التربية الإعلامية في عملية تلقي وإنتاج المحتوى الإعلامي خاصة مع اتساع التكنولوجيا لكل مناحي الحياة. فمخاطر الغزو الثقافي التي أصبحت تواجهها الثقافات المحلية أصبحت تتصدر مواضيع الندوات والمنابر والمؤتمرات العلمية وكذلك الجمعيات والهيئات المحلية منها والدولية.

فالإنترنت تجاوز الحدود الإقليمية وفرض تدفقا دوليا للمعلومات يصعب التصدي له، ودول العالم لم تعد تحكم فيما يردد من مادة إعلامية داخل حدودها ولم تعد قادرة على مواجهة الاتساع الثقافي بجميع أنواعه. هذه التحولات، جعلت المتلقي أكثر عرضة للمادة الإعلامية والثقافية المبطنة بخلفيات مذهبية وسياسية لمنتجيها، ضمن فضاءات إعلامية تغلب عليها الفوضى. وعادة ما يفضل هذا المتلقي عن ظروف إنتاج هذه المضامين الإعلامية وكذلك عن خلفياتها الإيديولوجية وعن أهدافها الدعائية أو التجارية. لذلك اتجه التفكير نحو إشكالية كيفية تحصين المتلقي وإكسابه المهارات التي تساعده على التعامل مع وسائل الإعلام الجديدة استخداما وفهمها وتقييمها وكذلك حول كيفية المشاركة الإبداعية في صناعة مضمون إعلامية تاسب المناخ الاجتماعي - الثقافي للمجتمع الذي يعيش فيه. فالمؤسسة التربوية بمختلف أصنافها ومستوياتها تبدو مؤهلة أكثر من غيرها لتمكين هذا المتلقي من ثقافة إعلامية تجعل استهلاكه للمادة الإعلامية أكثر عقلانية وتعامله مع محتوياتها أكثر تفكيرا ونقدا وأصبح لزاما على المنظومتين الإعلامية والتربوية أن تتحملما مسؤولية تطوير معرفة علمية - نقدية لهذه العلاقة وتجاوز الرؤية الوصفية لجدلية العلاقة بينهما وهو ما نسعى لتناوله بالبحث في هذه الدراسة.



Second Main Session

«Media Education in a Changing Environment»

Tuesday, 23 March 2021

14:00 - 15:35



De Westernizing Journalism Research, Education and Profession in Islamic Context



Prof. Basyouni Hamada

Department of Mass Communication, Qatar University

bhamada@qu.edu.qa

Abstract

Journalism research, education and practice across Muslim countries adopt the Western paradigm, which is based on different ontological, epistemological and methodological underpinnings. Despite the serious attempts to de-Westernize journalism, the Western hegemony remains the sole determinant of journalism research, education and practice. Education is supposed to be influenced and shaped by research, and both should determine how the profession is practiced and this is why they have to be examined from a holistic perspective. De-Westernization in this context does not mean exclusion of Western legacy because of its affiliation to the West. The aim, rather, is to localize, reorient and more importantly, to reinvent the ways of generating models of journalism that adequately explains the reality in Muslim world and that responds to domestic needs of Muslim and Arab scholars, learners, journalists and publics. This intervention seeks to develop a hybrid scientific worldview that merges Western and Islamic paradigms to widen and enrich the universal base of journalism as interdisciplinary science and art.

Comparative insights on journalism students' views from across the globe



Prof. Folker Hanush

University of Vienna, Austria

folker.hanusch@univie.ac.at

Abstract

As a result of the growth of journalism education at universities, scholarship has increasingly concerned itself with the ways in which students are socialized into journalism through their education. While many single-nation studies exist, however, few have examined these from a global perspective. This presentation draws on the study Journalism Students Across the Globe, which surveyed nearly 19,000 journalism students across 31 different countries, spanning all inhabited continents. It explores students' motivations for studying journalism, how they view their future role, their ethical beliefs and what they see as major threats to journalism in their respective countries. This presentation will provide a snapshot of some these key findings and give an insight into how journalists of the future think about journalism and their role in it. The implications for journalism education are also discussed.

The shifts in journalism in the digital age: Between competition, responsibility and accountability



Prof. Beate Josephi

University of Sydney, Australia

b.josephi@ecu.edu.au

Abstract

Journalism, for a long time, was seen as the provision of news, written by people in media houses, also described as large-scale institutional settings. The media outlets' control over the news flow was a pivotal element in the way journalism was perceived. But this view no longer holds. In the digital age, news comes to the reader and listener through many avenues. It can be journalistic news, but it also can be news on social media through family and friends, public relations news, advertisements or professional news from colleagues and professional associations. In the digital age, many messages reach the reader and the last few years have shown that these messages can contain misleading information or, as it is commonly known, can be 'fake news'. In the digital age, it is the task of media literacy to teach readers and listeners how to discern between the many voices available to them and how to distinguish between trustworthy and untrustworthy sources. For journalists, the job in the digital age has become harder. Journalists are no longer the sole purveyors of news, but they are still the people who, by virtue of their craft and knowledge, can promote themselves as the trusted source of information. This talk will first of all outline in some detail the changes journalism is undergoing in the digital age before briefly turning to media education and lastly, in greater detail, looking at journalism education and journalists' difficult task to be heard and seen as a responsible information provider.

Converged Media Curriculum for a Converged Media Landscape and a Complex Ecosystème



Dr. Mohamed Elsayed Mukhtar

American University of Bahrain

osmondo2020@gmail.com

Abstract

The current media landscape presents a complex picture. But it seems that news of imminent and early death of legacy/traditional media turned out to be «greatly exaggerated», to use Mark Twain's response to reports and rumors of his alleged death while in fact still very much alive.

The advance and wide-spread use of digital and new media technology over the last decade has led many to believe that the future of mass media is settled, predicting that, the clear victor in the battle between old and new is evident with the total dominance of digital and new media on one hand, and the demise and decline of legacy and traditional media on the other. Though the current media landscape remains complex and multi-faceted, it seems that the common predictions of imminent and inevitable death for legacy and traditional media have turned out to be somewhat less clear than expected, and perhaps a bit of an overstatement. Rapid and recent developments in the media landscape are telling an unexpected story, rendering these previously thought of as obvious predictions, at least in part, inaccurate.

A survey of the current media landscape reveals important new trends. First, several internationally recognized digital media outlets such as Buzzfeed, The Huff Post, Vice, Mashable and Vox Media in recent years are unexpectedly losing readership and revenue. Some of them are closing their doors altogether, and others are losing their most experienced traditional journalists to legacy media outlets such as the New York Times. Secondly, The New York Times, and other similar outlets such as the Washington Post and National Public Radio (NPR), and big legacy media conglomerates, such as AT&T, Time Warner, Disney and 21st Century Fox have seen unprecedented levels of growth, increased subscriptions and revenue. By the end of 2020, the New York Times had reached seven million subscribers, the highest in its history.



الجلسة الأولى

«التربية الإعلامية من منظور وظيفي فلسفي»

الثلاثاء 23 مارس 2021

17:30 - 16:00

المداخل الفلسفية لدراسة التربية الإعلامية



أ.د. محمد القعاري

جامعة الإمام، المملكة العربية السعودية

maalquaary@imamu.edu.sa

ملخص البحث

تتعدد المداخل الفلسفية في دراسة الظواهر العلمية في نطاق العلوم الإنسانية، فهناك أكثر من منظور فلسفى لدور وطبيعة موضوع فلسفة العلوم؛ فهي تتكامل ولا تتعارض فيما بينها، فهناك المنظور التاريجي والمنظور التحليلي والمنظور النقدي لفلسفة العلوم أبسط ملوجياً.

ولفهم ظاهرة ما بشكل أكثر عمقاً لابد من طرح العديد من المداخل والرؤى لمعرفة مختلف جوانب الظاهرة حتى يتسنى فهمها بشكل أكثر دقة ووضوح.

وعند النظر إلى التربية الإعلامية ومراحل تطورها التي أصبحت تفهم بأنها قدرة الفرد على الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام من فهم وتحليل ونقد وتقدير المضامين الإعلامية بإشكالها المختلفة، بالإضافة إلى تطوير ومشاركة إنتاج مضمون إعلامية مسؤولة.

قامت فلسفة التربية الإعلامية على العديد من المداخل الفلسفية والنظرية منها مدخلين فلسفيين: الأول يسمى بمدخل التحسين (السلبي)، والثاني بمدخل النخبة (الإيجابي)، يميل الأول إلى الرؤية السلبية لكل ما تقدمه وسائل الإعلام تجاه الأطفال والشباب، وبالتالي لابد من مشروع دفاع يحمي الأطفال من المخاطر التي تستخدمها وسائل الإعلام عبر الرسائل المزيفة والقيم الأخلاقية غير الملائمة التي تعمل وسائل الإعلام على نشرها. فيما يميل الثاني إلى الرؤية الإيجابية للأدوار التي تؤديها وسائل الإعلام، فالنظرية إلى رسائل الإعلام لم تعد مشروع دفاع، بل أصبح مشروع تمكين يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الإنقاء والتعامل معها، والمشاركة فيها بصورة فعالة ومؤثرة، كالتفكير الناقد والواعي الذي يمكن المتلقى من بناء أحکام مستقلة على المضمون الإعلامية ونتائجها.

وظهر اتجاه ثالث يحاول الدمج والمزاوجة بين المدخلين السابقين تحت مسمى المدخل الشامل لفهم أبعاد فلسفة التربية الإعلامية من خلال الفهم والتحليل والنقد والتقويم لمضمون وسائل الإعلام.

تحاول هذه الورقة العلمية الربط بين الظاهرة الاتصالية كأحد تجليات الفعل الإنساني الذي يندرج ضمن ظواهر العلوم الإنسانية، وبين التربية الإعلامية بكل ما يتطلبه ذلك من عمق وشمول على اعتبار أن هذا المدخل هو البوابة الرئيسية لفهم طبيعة البحث ومتطلباته في مجال التربية الإعلامية.

فلسفة التربية الإعلامية بين حتمية التطور وضرورة التأصيل



د. حملاوي أحسن مهتور

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر

mehtour.hamlaoui@yahoo.fr

ملخص البحث

لقد سعى الإنسان منذ القدم إلى اكتساب المعرفة بطرق ووسائل شتى، وقد كانت المدرسة، وإلى غاية بدايات القرن العشرين مصدره الأساسي في المعرفة، وقد كانت التربية، وإلى حد ما ممثلاً في المدرسة؛ هذه الأخيرة التي كانت المنافسة غالباً ما تشتت بينها وبين البيت، وعندما برع الإعلام أضحت منافساً خطيراً لكتلهم؛ لأنّه استطاع أن يصبح عنصراً بارزاً ومؤثراً، ونشطاً، وفعلاً في التربية والتعليم؛ نظراً لما يمتلكه من وسائل وإمكانيات التأثير على الطفل، ووالديه، والمجتمع بل والإنسانية بأسرها، فقد أصبح الإعلام عالمياً؛ بفضل العولمة التي حولت العالم إلى قرية صغيرة.

ويكتسي الحديث عن الإعلام وعلاقته بالتربية في عالمنا العربي الإسلامي أهمية بالغة، لأن الإعلام بمح兜ياته أصبح يشكل خطراً على القيم الاجتماعية التي عملت التربية على غرسها وترسيخها، بهدف الحفاظ على هوية الأمة وأصالتها؛ خاصة وأن الإعلام قد أصبحت له القدرة على الظهور في كل يوم بمظهره ووجهه وأسلوب جديد ومبتكر، غير مكترث بالحدود الزمنية والمكانية وضمن هذا السياق تأتي مداخلتنا هذه، والتي نسعى من خلالها إلى محاولة رسم ملامح وحدود العلاقة القائمة بين التربية والإعلام، وبيان وجه الأثر الذي يحدثه الإعلام في التربية، وهذا عبر إثارة جملة من التساؤلات الهامة والمحورية، وعلى رأسها: ما مفهوم التربية؟ ما مفهوم الإعلام؟ ما مفهوم فلسفة التربية؟ ما مفهوم التربية الإعلامية؟ ما مفهوم فلسفة التربية الإعلامية؟ وإذا كان الإعلام قد أصبح يمتلك التأثير الأكبر في مجال التربية والتوجيه والتتشئة الاجتماعية، فهل يشكل هذا خطراً على التربية؛ نظراً لمحودية وسائلها، وتطورها التدريجي؟ وكيف يمكن التأصيل لتربية إعلامية تحرص على التمسك بقيم الثقافة العربية الإسلامية، وتقاوم، وتواجه، وتصدى لمحاولات التغيير؟

والنتيجة التي تنتهي إليها، ونحرض على عرضها في الختام؛ هي التأكيد على الدور المحوري الذي تلعبه التربية الإعلامية في مواجهة خطر الإعلام، والمحافظة على قيمنا، وتقاليدينا، وهويتنا، ولذلك فقد وجّب التنبّه إلى ضرورة التسلح بالوعي الإعلامي، وفحص محتوى الإعلام بقراءة فلسفية إسلامية نقدية أصيلة، لمواجهة التيار الإعلامي العالمي الجارف الذي يكتسح من دون شك كل من يتجاهله أو يواجهه مغمض العينين.

التربية الإعلامية وال الرقمية كتجهيز لتكريس التفكير الناقد وفق مقاربة المدرسة النقدية



أ.د. يامين بودهان

قسم الإعلام، جامعة سطيف 2، الجزائر

yamineboudhane@yahoo.fr

ملخص البحث

تركز التوجهات الحديثة في مجال التربية الإعلامية والرقمية على تكريس التفكير الناقد التحليلي، الذي يسمح بتكوين الروح النقدية لدى متلقي الإعلام والمصامن الرقمية، خاصة فئات: الأطفال، المراهقين، والشباب، ليتمكنوا من استخدام مصامن الإعلام ومنصات الإعلام الرقمي استخداماً عقلانياً، ولا يدعهم عرضة للمصامن غير السوية، أو ينغمسموا في موقع تشر العنف والكراء أو الإباحية.

فالفضاءات الافتراضية ليست مساحات عامة مثالية بالمعنى المعياري، بل فضاءات تعيد إنتاج بعض صور النمطية الاجتماعية الموجودة في الواقع، وفي الغالب تكون مجالاً لإعادة تكريس السلوكيات الاجتماعية غير السوية: كالعنصرية، العنف، التمييز على أساس الجنس، الكراء ... إلخ.

تستهدف المداخلة التالية تحليل آليات تكريس التفكير الناقد أثاء تلقي المصامن الإعلامية والرقمية، وذلك وفق توجهات المدرسة النقدية، وسنستعرض مقاربة هابرماس للفعل الجماعي، وحديثه عن الفضاء الحواري الذي يسمح بتكوين الروح النقدية، وسنستعرض أيضاً مقاربة باولو فرييري الذي فسر العلاقة الارتباطية بين التربية الإعلامية والرقمية وتكون الضمير الاجتماعي الناقد لمتلقي هذه المصامن الإعلامية.

الفضاء الافتراضي الرقمي ليس مساحة عامة بالمعنى المعياري، لأنه من خلال إنتاج صناعة الترفية أو سلوك المستخدمين، يتم إعادة إنتاج الصور النمطية الاجتماعية هناك: التمييز على أساس الجنس، والعنصرية، إلخ. بالإضافة إلى ذلك، تعكس سلوكيات المستخدمين، التي لا تنفصل عن هويتهم الاجتماعية، سلوكيات متمايزة اجتماعياً وفقاً للطبقة الاجتماعية ورأس المال الثقافي والجنس وما إلى ذلك.

تدريب التفكير الناقد: عملية حوارية: إذا اتبعنا نظرية هابرماس للفعل الجماعي، فإن التفكير الناقد يتكون في إطار فضاء عام يجب أن يحترم شروطاً معينة تسمح بالتواصل الجيد بين الذات.

يمكننا وبالتالي اعتبار أن المعلم هو الضامن لتكوين هذا الفضاء الحواري داخل الفصل والذي سيسمح بتكوين الروح النقدية.

إن الأطروحة التي بموجبها يكون الصراع الاجتماعي المعرفي الذي نشأ داخل الفصل والذي يمكن أن يسمح بإدراك إطار ملائم لتشكيل العقل الناقد هي أطروحة يجدها المرء أيضاً في باولو فرييري في أصول التدريس الحرج.

التربية الإعلامية: تغيير الوظائف بتغيير الأهداف والسياقات الحضارية



د. نور العابدين قوجيل
جامعة أم البواقي، الجزائر
norelabidine@gmail.com

د. جمال الدين عمار مدفونى
جامعة الجزائر 3، الجزائر
djimyhome@hotmail.com

ملخص البحث

عاني مفهوم التربية الإعلامية؛ ولا يزال، من الخلط بينه وبين مفهومي الإعلام التربوي والتربية بوسائل الإعلام، وغيرها من المفاهيم ذات الصلة كـ: محو الأمية الإعلامية وال الرقمية، وهذا راجع لارتباط المفهوم بالسياقات التاريخية، التكنولوجية والحضارية، التي حددت أدوار وسائل الإعلام ووظائفها بالنسبة للفرد والمجتمع وعلاقة الإعلام بالتربية، وفي ظل ما يُطرح حول علاقة وسائل الإعلام والاتصال بالمجتمع من إشكاليات وجدليات حول الوظائف والتأثيرات المحتملة على الأفراد والجماعات؛ خاصة في ظل الظروف والمعطيات الجيوسياسية، والتحولات السوسيوثقافية الراهنة، التي جعلت من مؤسسات الإعلام بمختلف أشكالها؛ تقليدية/جماهيرية وجديدة، أدواتا لغرس الأنماط السلوكية، والترويج للمنظومات القيمية من جهة، وأداة لإدارة الصراع السياسي والاقتصادي، والتلاعب بالرأي العام خدمةً للمصالح من جهة أخرى.

وفي ظل راهن التحديات التي فرضتها ظروف العصر ورهاناته، تعددت المقاربات النظرية والتطبيقية، التي اهتمت بموضوع التربية الإعلامية، التي تمثل حقا لكل فرد لضمان القدرة والحرية للوصول للمعلومات وتقييم المحتوى الاتصالي ورفع الوعي النقدي، خاصة إذا تعلق الأمر بأكثر المراحل العمرية هشاشة، فلم يعد مقبولاً مواجهة الأطفال والراهقين لمضمون وسائل الإعلام وتكنولوجيات الاتصال الحديثة منفردين دونوعي أو توجيهه، وغير محسنين كفاية بمتطلبات الدفع والتمكين التي يميز من خلالها الأفراد بين ما هو إيجابي أو سلبي نافع أم ضار.

فال التربية الإعلامية هي الآلية التي تمكّن المجتمع من خلال مؤسساته الاجتماعية من تزويد الأفراد بالمهارات الضرورية لفهم البيئة السياسية، الاقتصادية والاجتماعية التي تحدد شكل المادة الإعلامية ومضمونها، لتقييم محتوياتها، في ظل المكانة التي يحظى بها الإعلام بمختلف وسائله وتكنولوجياته اليوم، لذا وجب على الجهات المعنية تربية الأبناء وتعليمهم كيفية تحليل وتفكيك الرسائل الإعلامية، اللغة، الرموز، الأساليب، وطرح الأسئلة حول المحتوى، خاصة ما تعلق بموضوعية ومصداقية مصادر المعلومات.

وسنحاول من خلال هذه الورقة البحثية تتبع المسار التاريخي لتطور مفهوم التربية الإعلامية وإبراز توظيفاتها ك وسيط تعليمي إلى آلية حمائية وانتهاءً كمشروع للتمكين، وذلك من خلال النقاط التالية: البحث في ماهية التربية الإعلامية: التطور التاريخي للتربية الإعلامية من وسيط تعليمي إلى آلية حمائية وانتهاءً كمشروع للتمكين؛ نماذج من التربية الإعلامية على المستوى العالمي (في دول أوروبا، دول شرق آسيا والدول العربية).

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، الوظائف، الأهداف، السياقات الحضارية، نماذج.



الجلسة الثانية «العلاقة الجدلية بين التربية والتعليم»

الثلاثاء 23 مارس 2021

17:30 - 16:00



التربية الإعلامية ودورها في ترقية المنظومة التربوية وحمايتها من خطر سحر ما بعد الحداثة أو الاستهلاك الإعلامي



أ. محمد حمو طahir

طالب دكتوراه، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر

tahirmohamed995@gmail.com

mohamed.tahir@univ-msila.dz

ملخص البحث

لا شك أن الثورة التكنولوجية والمعلوماتية التي ظهرت في منتصف القرن العشرين، وما أفرزته من وسائل اتصالية جديدة، قد ساعدت بشكل كبير وسريع في صناعة الفكر الإنساني وسلوكه، وفي تحصيله المعرفي، وفي ترقية النظام التربوي داخل المؤسسات التعليمية على وجه الخصوص. غير أن هذه التكنولوجيا قد أخذت بعدها آخر استغلاله بعض الدول الكبرى مع بداية التسعينيات لتصبح نوع من السيطرة والهيمنة العالمية (العولمة التكنولوجية) في طابعها السلبي، فهي نوع من السحر الجديد أو سحر ما بعد الحداثة كما يسميه البعض وما يترب عنها من مشكلات بالخصوص الاستهلاك الإعلامي وأثره السلبي على المتمدرسين في المؤسسات التربوية.

هذا الاستهلاك الإعلامي كثقافة جديدة انتشرت بشكل رهيب في المجتمع العربي بالخصوص انعكاساته السلبية على عقول التلاميذ المتمدرسين، أين أصبح التحصيل التربوي عند هذه الفئة ضعيف، وهو ما يقتضي على القطاع المسؤول بالتفكير في تفعيل آلية واستراتيجية تحمي المنظومة التربوية من خطر هذه الثقافة - الاستهلاك الإعلامي - باللجوء إلى التربية الإعلامية.

إن الحديث اليوم عن التربية الإعلامية كاستراتيجية وكمنظومة قيمية ودورها في المجتمع العربي لكل والمؤسسات التربوية بشكل خاص، لا سيما حماية أبنائنا من خطر الاستهلاك الإعلامي بشكل سلبي، يقودنا إلى الحديث عن العلاقة التكاملية بين التربية والإعلام ليس من حيث الأثر الذي يخلفه وسائل الإعلام على التلاميذ المتمدرسين، بقدر ما يتعلق الأمر بالحديث عن كيفية التصدي، ومواجهة خطر الاستهلاك الإعلامي وذلك عن طريق تفعيل دور التربية الإعلامية على مستوى المناهج التعليمية، حتى يمكن التلاميذ من اكتساب المهارة النقدية، والإدراك المنطقي في التعامل مع وسائل الإعلام.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، المؤسسة التربوية، التلاميذ، الاستهلاك الإعلامي.

دور التربية الإعلامية في إنتاج خطاب التعايش وسط الشباب في البيئة الرقمية



د. حيدر عبد الحفيظ محمد عبد الحفيظ

كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة البحر الأحمر، السودان

hydermammd@yahoo.com

ملخص البحث

جاء احساس الباحث بمشكلة البحث: في أن الإعلام الجديد أفرز واقعاً جديداً فرضه المحتوى الذي يؤسس للعنف والتطرف؛ مما يحتم ضرورة إعادة إنتاج خطاب إعلام جديد معتدل يسهم في إيجاد محتوى في منصات الإعلام الجديد يتسم بالتسامح والعقلانية وقبول الآخر مع عدم الجنوح للتطرف الفكري أو الاجتماعي أو الديني لدى الشباب. ويقع على عاتق التربية الإعلامية التصدي للمهمة وخلق واقع أكثر وسطوية وتسامح وسط الشباب الذين يرتكبون في هذه الأيام في التفاعل مع بيئة الإعلام الجديد.

ويستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي كمنهج كلٍ؛ وهو الذي يعتمد على تجميع الحقائق والمعلومات ثم مقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات مقبولة.

يتناول الباحث في الجانب النظري للبحث المفاهيم المتعلقة بالإعلام الجديد بما يستوجب معرفته في ما يتعلق بالتربية الإعلامية التي تساعد الشباب في الاستخدام الرشيد والواعي لوسائل الإعلام بعامة والإعلام الجديد بخاصة؛ لإيجاد خطاب ومحنتي متسامح ومتعايش مع الآخرين، مع إلى جانب ضرورة التحليل بالقيم الأخلاقية التي تحتم لقبول الآخر والتعايش معه وقبوله بما لا يؤثر بالتنازل عن ثوابت العقدية والدينية. إلى جانب تناول التربية الإعلامية: أهميتها ودورها ووظائفها لتحقيق الغرض من الدراسة وهو الدور المتوقع للتربية الإعلامية في بيئة التواصل في الإعلام الجديد.

ويتوقع الباحث أن يصل البحث لنتائج أهمها أن محتوى موقع الإعلام الجديد بالنسبة للشباب يجاهه بتحديات إنتاج خطاب متسامح ومتعايش مع الآخرين؛ نظراً لغزو الفكر والثقافات الكثيف الذي يتعرض له الشباب في الإعلام الجديد مع غياب الثقافة المعرفية والتحصينية الناتجة عن غياب التربية الإعلامية؛ والتي تجعلهم في منأى عن التأثير بمحتوى الإعلام الجديد الذي يؤسس في الغالب للتطرف وصعوبة التعايش مع الآخر.

ومن المنتظر أن يسهم البحث في توصياته في خلق واقع أفضل للشباب في استخدامهم لموقع الإعلام الجديد بالقدر الذي يشيري بصورة متعمقة في التعايش المجتمعي والتسامح وقبول الآخر من غير أن يتازل الشباب عن ثوابتهم الأخلاقية والدينية.

التربية الإعلامية في مناهج التدريس الابتدائي الجزائري بين الجيلين الأول والثاني



د. أسماء عبد الوهاب زهري

جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة 3، الجزائر

asma.zahri@univ-constantine3.dz

ملخص البحث

نسعى من خلال هذه الدراسة أساساً إلى عقد مقارنة بين مناهج التدريس الابتدائي الجزائرية لكل من الجيلين الأول والثاني وهذا من خلال تحليل مضامين الكتب المدرسية لمادة التربية المدنية بجميع أطوارها والوقوف على تضمنها ل التربية إعلامية من عدمها إستناداً على أهمية المادة المدرسة إلى جانب أن مناهج التدريس للجيل الثاني تدخل ضمن الإصلاحات التي شهدتها المنظومة التربوية الجزائرية.

فاعلية مناهج التربية الإعلامية لدى طلبة المرحلة الجامعية



د. خولة مرتضوي

قسم الإعلام والنشر، جامعة قطر، قطر

khawla.mortazawi@qu.edu.qa

ملخص البحث

بدأت التربية الإعلامية في مطلع القرن العشرين، وذلك عندما اقترح Levi Thomson تعليم الشباب بكيفية تمييز الثقافتين العليا والشعبية خلال خمسينيات القرن الماضي في بريطانيا، وفي الولايات المتحدة الأمريكية ظهر مفهوم التربية الإعلامية ليُصاحب التأثير الكبير والمترامي لوسائل الإعلام حينئذٍ مثل: الراديو والتلفاز. وقد أُطْرَف مفهوم التربية الإعلامية في شكل نظريات ومناقشات علمية في ستينيات القرن الماضي وهدفت هذه المناقشات العلمية الجادة إلى تعميم الوعي والثقافة الإعلامية. تلت تلك المرحلة انتقال هذه المناقشات المحلية إلى طور عالمي، فأصبحت التربية الإعلامية ضمن مناهج التدريس في العديد من جامعات العالم وقد ناقشت تلك المقررات التساؤل العريض: (ما الذي يتعلم الجماهير المختلفة من وسائل الإعلام؟).

لقد هدفت التربية الإعلامية منذ بدايتها إلى نقض التبعية العميقه والاستبعاد والإدمان المرضي الذي يسيطر على الجماهير عند متابعتهم لمضمون وسائل الإعلام المختلفة، وانطلقت التربية الإعلامية من هدف حماية الجماهير من الآثار السلبية لهذه الوسائل ولبعض المضمونين السامة التي تقدمها، وقد تطور هذا الهدف عندما أصبحت وسائل الإعلام جزءاً أساسياً ومحورياً من حياة الفرد اليومية، فتطورت الأهداف لتشمل توعية الجماهير بأشكال الاستهلاك الإيجابي لهذه الوسائل الجماهيرية وفهم دورها ووظائفها في هذا الزمن. إنَّ أهداف التربية الإعلامية متعددة نظرًا لتنوع النظريات والمعايير المختلفة في هذا المجال وارتباطها بمفاهيم أخرى مثل: الثقافة الإعلامية، الوعي الإعلامي، المضمون الإعلامية، ورغم هذه الأهداف المختلفة إلا أنها تتفق في ضرورة إكساب الجماهير مهارات التحليل والنقد - (نموذج المتلقي النشط: أي يتحكم الفرد في تفسير المضمون الإعلامي الذي يتعرض له) - والوعي والاستنتاج وانتقاء المضمون الهدف بما يتحقق مع المبادئ والمعايير الأخلاقية.

إنَّنا نعيش اليوم في قرية عالمية تسودُها بيئهٌ مشبعةٌ بالوسائل الإعلامية المختلفة التي تُبث مضموناً مأدجحة ومبشِّرة تحقق من خلالها أهداف واستراتيجيات ورؤى ومصالح القائم على الاتصال في هذه الوسائل، ومن هنا تبرز أهمية الوعي بالثقافة والثقافة ومحو الأممية الإعلامية، فهي أنجع سبيلاً لتفكيك الرسالة الإعلامية والتعرف على هدف تصنيعها وبثها وفهم المنتج الإعلامي بشكل متخصص وبالتالي فهم كيفية وأالية استخدامها بالشكل الصحيح النافع.

وعليه، ترى الباحثة أنَّ العناية بمقررات التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية ستعالج الكثير من الأمراض الثقافية والاجتماعية والنفسية التي يعاني منها جيل الشباب، مثل مشكلة الأممية الحضارية والتعصب المحلي، التخلف الإعلامي التكنولوجي، الأممية السياسية، مشاكل الحوار مع الآخرين.

التربية الإعلامية وصناعة المحتويات التعليمية الهدافة في ظل التطورات التكنولوجية لوسائل الاتصال الرقمية

د. حسان موسى حاج

قسم الإعلام، جامعة قسنطينة 3، الجزائر

hacene.hadjadj@univ-constantine3.dz

ملخص البحث

يعتبر مجال الإعلام من بين القطاعات الإستراتيجية الأكثر تأثيراً في العالم، بل تعتمد عليه بعض الدول كأحد أهم الأدوات لتطبيق سياساتها واستراتيجياتها المختلفة، الاقتصادية، الثقافية، السياسية والتربوية الاجتماعية، خاصة بعد الثورة التكنولوجية وانتشار المفهوم الرقمي للوسائل الإعلامية واقتصاد المعرفة، ومن بين أكبر الرهانات الحالية في ظل شمولية الثقافات وتعدد وسائل الإعلام سواء التقليدية عبر القنوات الفضائية، أو التي تبث محتوياتها عبر مختلف الوسائل الرقمية، من مدونات، قنوات على اليوتوب، منصات أخبار محلية ودولية وصحف ومجلات إلكترونية.

في ظل هذا الزخم الهائل من صناع المحتويات، التي تهدف أكثرها إلى محاولة منافسة الوسائل التقليدية، والتميز عنها من خلال محتوى يسعى إلى إشباع حاجات مختلف شرائح المجتمع، خاصة التي لم يستطع الإعلام التقليدي تلبيتها، نظراً لظروف مهنية وأخرى لها علاقة بالسياسات العامة لوسائل الإعلام والهيئات الوصية عليها. نظراً لكم الهائل من وسائل الاتصال والتواصل وتزايد مستعملي ومستهلكي المحتوى الإلكتروني، ظهرت العديد من القنوات والصحف الإلكترونية بأسلوب جديد ومحفوظ مغاير من حيث سياسة اللغة الخطاب، من أجل تحقيق غايات وأهداف وبرامج معينة، كلها تصب في رواق صناعة رواق خاص لبعض الفئات التي تبحث عن معالمها الحضارية والمجتمعية، بصورة أدق محتوى تعليمي يهدف إلى إعادة بناء قيم ومعالم المجتمع المثقف والواعي والمتحضر.

يسعى من خلال هذه الورقة البحثية إلى التطرق بأسلوب تحليلي إلى بعض المنصات والقنوات الرقمية المتخصصة التي تهدف إلى تلقين معارف خاصة وهادفة في مجال الإعلام والاتصال والتي تسعى إلى رفع وترقية مستوى الفاعلين في قطاع الإعلام، من خلال وضع محتويات تعليمية متخصصة لتعزيز المعرفة وخلق مسار تربوي سليم للأجيال القادمة وفق قيم المجتمعات السليمة حضارياً.



الجلسة الرئيسية الثالثة

«واقع التعليم الإعلامي في العصر الرقمي»

الأربعاء 24 مارس 2021

13:35 - 12:00



السياسات والاتجاهات العامة في التعليم الإعلامي عربياً



معالٰي د. عبد المنعم بن منصور الحسني

وزير الإعلام العماني السابق

ahasan909@gmail.com

ملخص البحث

تاقش هذه المداخلة السياسات والاتجاهات العامة في التعليم الإعلامي في الوطن العربي من خلال مسح عدد من البرامج والخطط الدراسية في عدد من المؤسسات الأكاديمية التي تدرس التعليم الإعلامي Professional Media Education كما تسعى إلى معرفة نوعية التخصصات العلمية لبرامج التعليم الإعلامي في الوطن العربي في ظل النقلة النوعية لمستقبل العمل الإعلامي في العالم. تأتي أهمية المداخلة في تقديم مؤشرات عامة عن السياسات والتوجهات العامة للعمل الإعلامي في هذه المنطقة من العالم. وسوف تسعى الدراسة إلى تحقيق هدفها الرئيس من خلال تقديم قراءة نقدية لتلك الاتجاهات، وتحديد نقاط قوتها وضعفها، ورسم بعض التصورات والتوصيات المستقبلية الجديدة لها.

الاتجاهات الحديثة لتعليم الإعلام في القرن الحادى والعشرين



أ.د. سهام نصار

قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان، مصر

seham_nassar@arts.helwan.edu.eg

ملخص البحث

يمثل التطور التكنولوجي تحدياً كبيراً لتعليم الإعلام خلال القرن الحادى والعشرين، فعلى مر القرنين التاسع عشر والعشرين احتكر الاتصال الجماهيري (ممثلاً في الصحافة والإذاعة والتليفزيون) وظيفة الإخبار - الوظيفة الأولى للإعلام - وساد الاستقرار إلى حد ما مجال تعليم الإعلام، الذي ركز على فنون الكتابة الإعلامية، وعلى رأسها فن كتابة الخبر بالإضافة إلى بعض الفنون الأخرى، ولكن مع ظهور الانترنت في القرن الماضي، واستخدام الكمبيوتر في الاتصال فيما أطلق عليه Computer Assisting Reporting أو Instant Communication (CMC) (Computer Mediated Communication) والاتصال اللحظي (Information Explosion) وهذا بدأ التفكير في تطوير تعليم الإعلام، فظهرت دعوات إلى التركيز على تعليم الطلاب مهارات التفكير النقدي والتفكير التحليلي حتى يمكنهم الفرز والتعامل مع الكم الهائل من المعلومات التي تتدفق كل لحظة، ولذلك دعا البعض إلى عدم الاهتمام بمقررات الإعلام، والتركيز على المقررات الحرة Liberal Arts، التي تبني مهارات التفكير النقدي والتحليلي، وطالب البعض في أمريكا AEJMC بأن تمثل مقررات الإعلام 25% فقط من برامج الإعلام، بل أن ظهور الإنترنت التي دمجت وسائل الإعلام الجماهيرية ووسائل الاتصال الشخصي في وسيلة واحدة أدى إلى الدعوة إلى التعميم في دراسة الإعلام وليس التخصص.

تأثير الانترنت والسوشيال ميديا: من ناحية أخرى أدى ظهور وسائل التواصل الاجتماعي Social Media إلى جانب الإنترنت إلى تراجع وسائل الاتصال الجماهيري، بسبب انصراف الجمهور عنها للأسباب التالية:

1. فقدت وسائل الاتصال الجماهيري وظيفتها الأولى كمحترر للأخبار، فقد نافستها صحفة المواطن Citizen ووسائل التواصل الاجتماعي، أو مسمى بالإعلام الجديد Journalism.

2. لم يعد السبق الصحفي حكراً على وسائل الاتصال الجماهيرية، واستأثرت به وسائل الإعلام الجديدة المتحررة من قيد الرقابة، ومن قيود الموعد النهائي.

3. فيما يتعلق بالتليفزيون تحول الجمهور إلى اليوتيوب والقنوات الخاصة على الإنترنت لمشاهدة الأفلام والمسلسلات، التي تمكنت من تجاوز سيل الإعلانات التي يذيعها التليفزيون، علاوة على إمكانية المشاهدة دون الارتباط بموعد محدد.

4. نتيجة لذلك تحول المعلنون إلى السوشيال ميديا، مما أفقد وسائل الاتصال الجماهيري أهم مصادر تمويلها، وبدأ الاتصال الجماهيري يحقق خسائر كبيرة أدت إلى إغلاق الصحف الورقية، وتحولها إلى إلكترونية، ومع ذلك استمرت تعانى عدم إقبال الجمهور عليها.

منهاج اليونسكو النموذجي لتدريس الصحافة وتحديات البيئة الإعلامية واندماج وسائل الاتصال الجماهيري



أ.د. أحمد حيداس

المعهد العالي للإعلام والاتصال، جامعة محمد الخامس، الرباط، المغرب

ahidass@yahoo.com

ملخص البحث

دأبت اليونسكو منذ نشأتها على دراسة مجال الإعلام وإطلاق مشاريع في مجال التربية والتعليم الإعلامي. في سنة 2005، وبطلب من الدول النامية، عقدت بسنغافورة مؤتمراً عالمياً مدرسيّاً للصحافة وتکفلت بوضع منهاج نموذجي لتدريس الصحافة.

أصدرت المنظمة منهاج النموذجي سنة 2007 بأربع لغات لتدريس الصحافة بالجامعات في مرحلة البكالوريوس (3 أو 4 سنوات) وفي مرحلة الماجستير. نصّ المنهج بتدریس المواد التكميلية كالإشهار ونظريات الاتصال والعلاقات العامة بكيفية منفصلة ووزع تدريس الصحافة على ثلاثة محاور رئيسية:

- الأجناس الصحفية وأليات الإنتاج والتمارين المهنية
- البيئة الاجتماعية والاقتصادية والقانونية والسياسية والأخلاقية لمهنة الصحافة
- التعرف على العالم والتحديات الفكرية للصحافة

ينتمي مؤلفو المنهج إلى المدرسة الأنكلوسكسونية وعلى خلفيتها أسسوا لقدرات الطلبة الصحفية نظرياً وتقنياً. تدرس الصحافة بكيفية متباينة عبر العالم وبأنظمة وأهداف وتقنيات وتمويلات وبيداوجية مختلفة. لذلك نظمت اليونسكو، ندوات محلية ملائمة مع خصوصيات الجهات الكبرى في العالم. والآن، بعدما عملت به جامعات في الدول النامية وجب تقييم التجربة وملايئتها التعليم الإعلامي مع البيئة الرقمية والتدريس عن بعد (جائحة كوفيد 19). التحولات الرقمية الحالية مصرية وتستوجب استشراف مستقبل التعليم الإعلامي وتجوييد المقررات لمواكبة التكنولوجيا العابرة للحدود وتحديات الصحافة المواطن وشروع المضامين المولدة تلقائياً بفضل الذكاء الاصطناعي وخلفيات التحكيم الذاتي للمحتويات من طرف GAFAM وتدخل أدوار الفاعلين في الإعلام وواجب حماية الخصوصية واندماج الوسائل وحلول إعلام الجوال.

مرت 15 سنة على وضع منهاج النموذجي. لم يحصل على الاعتماد الأكاديمي من طرف ACEJMC الأمريكية أو شبكة Theophraste الفرنكوفونية.. وجب إذن على اليونسكو مراجعة هذا المنهج وملايئته مع بيئة الإعلام المستجدة والتحولات الرقمية. ويعتبر الكثير أعمال المؤتمر العالمي للتعليم الإعلامي (WJEC: 2016 وفرنسا 2019) أرضية عملية لتقديم أفكار في هذا الاتجاه. كما يشكل المؤتمر العلمي الثالث لقسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس فرصة لتفكير في ملائمة منهاج التعليم والتدريب الإعلامي في جامعات العالم العربي.

المناهج الدراسية لأقسام الإعلام في الجامعات العربية في عصر الاندماج الإعلامي: الواقع والتحديات



د. عبد الوهاب بوخنوفة

قسم الإعلام، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عُمان

abdelouahab@squ.edu.om

ملخص البحث

شهدت صناعة الأخبار نقلة نوعية أساسية منذ نهاية القرن الماضي حيث اتّخذ عدد متزايد من المؤسسات الإعلامية في جميع أنحاء العالم، خطوات قوية لدمج وسائل الإعلام المختلفة مثل الصحف، محطّات التلفزيون والمحطّات الإذاعية والمؤسسات الصحفية عبر الإنترنّت لنشر محتوى إخباري على منصات وسائط متعددة، أطلق على هذه العملية «مفهوم الاندماج الإعلامي»، وعلى الرغم من أن المفهوم يعني أكثر من مجرد إندماج وسائل الإعلام. إلا أن هذا الإنداجم أدى إلى طمس الخطوط الفاصلة بين الصحافة الإذاعية والتلفزيونية والصحافة المطبوعة والصحافة عبر الإنترنّت. أثار الاندماج الإعلامي، كاتجاه يعمل تدريجياً على تشكيل المشهد العام لصناعة الإعلام في القرن الجديد، التساؤل حول الممارسات التقليدية لمدارس الإعلام والصحافة المتمثلة في وجود مسارات منفصلة، صحافة مطبوعة، وصحافة إذاعية وتلفزيونية، إلخ.

تواجه مدارس الصحافة اليوم، خصوصاً في البلدان المتقدمة، هذه التغييرات في وسائل الإعلام وفي الخدمات الصحفية، وتسعى للتكييف مع هذا النموذج الجديد من خلال إعادة صياغة هيكل المناهج والخطط الدراسية لتعليم المهنيين القادرين على تلبية المتطلبات الجديدة لسوق العمل، ويشار جدل كبير اليوم داخل المؤسسات الجامعية حول أفضل السبل لإعداد طلاب الصحافة لبيئة العمل الجديدة. غير أنه على الرغم من هذه التحديات التي تفرضها ظاهرة الإنداجم الإعلامي إلا أن الدراسات والبحوث العربية التي اهتمت بتحليل العلاقة بين الإنداجم الإعلامي وتكوين طلبة الإعلام في الجامعات العربية قليلة ونادرة، انطلاقاً من ذلك، تحاول هذه الدراسة طرح إشكالية مدى ملائمة مناهج تدريس الإعلام في الجامعات العربية لإعداد الطلاب وتهيئتهم لمواجهة التحديات الجديدة التي تفرضها ظاهرة الإنداجم الإعلامي على المناهج الدراسية القائمة، والبحث في مهارات الإنداجم المحددة التي تبحث عنها الصناعة الإعلامية، وما إذا كانت مناهج برامج الإعلام العربية تعدّ الطلاب بهذه المهارات الضرورية للعمل في البيئة الرقمية الجديدة.

ستعتمد هذه الدراسة على منهجية تحليل محتوى المناهج الدراسية لتعليم الإعلام في الجامعات العربية الحكومية والخاصة مع التركيز على المهارات والمعرفة التي يتم تدريسها في مقررات الصحافة القائمة على المهارات. تتكأ هذه الدراسة على نظرية التحديد التكنولوجي التي ترى بأن تقنيات الوسائط الاتصالية تشكل كيف نفك ونشعر ونصرف كأفراد في المجتمع وكيف يعمل المجتمع عندما ينتقل من عصر تكنولوجي إلى آخر. الكلمات المفتاحية: المناهج الدراسية، التعليم الإعلامي، الإنداجم الإعلامي، المهارات المتعددة، منصات الوسائط المتعددة، البيئة الرقمية.



الجلسة الرئيسية الرابعة

«التربية الإعلامية والتعليم الإعلامي في العالم العربي»

الأربعاء 24 مارس 2021

15:35 - 14:00



توطين التربية الإعلامية في البيئة العربية.. من أين نبدأ؟



أ.د. سامي الشريف

كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، مصر

drsamy_elsherif@yahoo.com

ملخص البحث

في ظل التطورات الرهيبة في مجال ثوري الاتصال والمعلومات زادت قوة وسائل الإعلام واتسع مجال تأثيرها، وتحقق مفاهيم ديمقراطية الاتصال في أبهى صورها، فحتى سنوات قليلة كنا نصف العالم، في ظل التطورات التكنولوجية، بقرينة صغيرة يتأثر كل جزء فيها بما يحدث في الأجزاء الأخرى ويؤثر فيها، إلا أنه ومع انتشار استخدامات الإنترنت والوسائل المتعددة أصبح العالم أقرب ما يكون بشاشة إلكترونية صغيرة.

ورغم هذا الكم الرهيب من الأخبار والمعلومات التي تطالعنا بها وسائل الإعلام فقد أصبح الإنسان المعاصر أكثر حيرة وإضطراباً، فقد أصبحت الأخبار سلعة تباع وتشترى ولا تعبر عن الحقيقة بالضرورة، وأننا لا نرى الأحداث، دوماً، بأعيننا بل نعرف ما تقول عنه وسائل الإعلام أنه «الأحداث»، فقد ضاعت الحقائق وزيفت الأفكار والمفاهيم لصالح قوى كبرى تملك صناعة الإعلام وتسيطر، من خلالها، على عقول الشعوب ومقدراتهم.

ومع مزيد من الإنفتاح على الثقافات الأخرى زاد تدفق المواد الإعلامية الوافدة التي يحمل بعضها أفكاراً وقيمًا وسلوكيات ربما لا تتفق مع ثقافاتنا وعقائidنا وقيمنا وثوابتنا مما أضحي يمثل تهديداً حاداً للهوية الوطنية لكل شعوب الأرض.

ومن هنا فقد أصبح الجميع بحاجة ماسة إلى إجراءات حماية تضمن الإنفتاح على كل الثقافات وإستقبال كل الأخبار والمعلومات بوعي وموضوعية لتحقيق أكبر قدر من الفائدة التي توفرها وسائل الإعلام الوطنية والدولية تلك ببساطة المعادلة الصعبية التي نريد تحقيقها والتي أفرزت واقعاً جديداً يجب علينا التعامل معه بحرفية ومسؤولية وذلك من خلال تزويد أفراد المجتمع بالمهارات الإعلامية وتمكينهم من الوصول بسهولة ويسر إلى وسائل الإعلام، والتدريب على التفكير الناقد والتحليل في التعامل مع المنتجات الإعلامية وفهمها الفهم الصحيح سعياً لحفظ حقوق الأفراد وحماية حرياتهم وأمنهم وسلامتهم، وهذا هو جوهر مفهوم التربية الإعلامية «Media Education»

ومع سيطرة وسائل الإعلام الجديدة أصبح التحول الرقمي في الإعلام وما أحدهته من تغيرات حاسمة لم يعد مصطلح التربية الإعلامية كافياً للتعبير عن المراد منه، فإتجه المتخصصون إلى استخدام مصطلح آخر وهو «التربية الإعلامية والرقمية»، والذي لا يقصر الأمر عند حد كيفية التعامل مع وسائل الإعلام، بل يتعدى ذلك إلى إكساب الأفراد مهارات استخدام وتوظيف تقنيات المعلومات وأسس تصفح الشبكات الرقمية، والمشاركة الفاعلة في صنع وإتكار المحتوى الإعلامي، وتحقيق التفاعلية الكونية.

الثقافة الإعلامية Media Literacy في زمن الكورونا: نحو نموذج جديد في مواجهة الجائحة المعلوماتية Infodemic



أ.د. محمد عايش

الجامعة الأمريكية، الشارقة، الإمارات

mayish@aus.edu

ملخص البحث

شكلت جائحة كورونا، بما حملته من نتائج مدمرة على القطاعات الاقتصادية والاجتماعية للدول، وعلى الصحة العقلية والنفسية للأفراد والجماعات، أبرز التحديات التي تواجهها البشرية في القرن الحادي والعشرين. فعدا عن الخسائر البشرية الهائلة التي لا تزال تلحق بالمجتمعات حول العالم والمتمثلة بوفاة أكثر من مليون شخص وإصابة أكثر من 100 مليون آخرين، بات الإغلاق المفروض على المجتمعات يمثل تهديدا خطيرا يهدده منجزاتها الاقتصادية، وأمنها الاجتماعي، وتماسكها الإنساني ستظل آثاره السلبية جائمة لعقود قادمة. ولم يكن تأثير الجائحة مرتبطا فقط بالإصابة بالمرض ونقل العدوى للآخرين، بل تمثل أيضا في جانب آخر على درجة عالية من الأهمية وهو الجانب المعلوماتي بحيث بتنا نتحدث أيضا عن جائحة معلوماتية ربما تعد أشد فتكا بالبشرية من المرض ذاته. فقد ترافق انتشار مرض كوفيد-19 بموجات متتالية من انتشار المعلومات المضللة والمزورة في الفضاء الافتراضي حول طبيعة الفيروس ونشأته وأعراضه والأهداف الخفية التي صمم لتحقيقها في إطار سلسلة من نظريات المؤامرة التي ترى في الجائحة وهما يراد منه تحقيق مآرب شريرة لأفراد وشركات ودول. وفي حين تعمل الدول بكل طاقاتها لمواجهة الجائحة المرضية واحتواها، فإنها أيضا تعمل على جهة أخرى لمواجهة جائحة المعلومات التي أصبحت قوة مساندة تعزيز استدامة المرض وتضعف بيل مواجهته والقضاء عليه.

وفي ضوء ما سبق، تسعى هذه المداخلة إلى توصيف وتحليل التأثيرات التي فرضها كوفيد-19 على مفهوم وممارسة الثقافة الإعلامية باعتبارها خط الدفاع الثاني في مواجهة الجائحة لمساندة الجهود الطبية في التعامل المباشر معها. وقد بينت الدراسات المحدودة والتجارب العملية خلال العام الأول من عمر الجائحة أن جهود التربية الإعلامية باتت أكثر استباقية في التعامل مع الجائحة، وأكثر شمولية، وأكثر تفاعلية، وأكثر عبورا للحدود وأكثر رقمية وافتراضية وأكثر تعقيدا وأكثر نقدية. ومن ناحية أخرى، فقد باتت التربية الإعلامية في عصر الكورونا تواجه تحديات صعبة تمثل في الفجوة الرقمية، وتدني مستوى السيطرة على دخول الفضاء الافتراضي وبناء المعلومة ونشرها، والقابلية لمقاومة الأفكار الجديدة. وتطرح هذه المداخلة نموذجا جديدا للثقافة الإعلامية مستمدًا من مفهوم شامل للمسؤولية الاجتماعية، وثقافة مبنية على الثقة بالعلم والعلماء، ومهارات تقنية رقمية، ومقاربة استباقية للأزمات، وبنية تحتية اتصالية متكاملة.

The “Invisible” Existence of Media Literacy in Arabic Media Education and Digital Media Practices



Dr. Hesham Mosbah

Rollins Collège, USA

h.mesbah@squ.edu.om

Abstract

The lack of media literacy curricula might have been remarked by some researchers and lamented by other media critics and practitioners in the Arab region. The rising concern over the circulation and consumption of fake news has been also blamed on the lack of media literacy skills on the part of social media users, media practitioners, and even media educators. However, such concerns and criticisms need to rest on research-based evidence to be validated and, eventually, addressed. This short paper examines the media literacy-related curricula and investigates whether media education in the Arab World is oriented either towards or away from media literacy. This work also identifies several social media practices/initiatives in this region that epitomizes the multi-faceted concept of media literacy.

Key words: Media Literacy, Social Media, Media Education, Digital activism, Arab World.

جهود الإيسيسكو في مجال التربية الإعلامية



د. سامي القمحاوي

منظمة العالم الإسلامي للتربية والعلوم والثقافة (إيسيسكو)

skamhawy@icesco.org

ملخص البحث

المؤتمر يناقش قضية باتت في غاية الأهمية، حيث يفرض الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي، وتأثيرها الكبير، خصوصا على الأجيال الجديدة من الأطفال والشباب، أن تخرج مناهج التربية الإعلامية من شكلها التقليدي، وتسوّل ما طرأ من مستجدات ووسائل وأدوات تكنولوجية حديثة. فقد خرّجت صناعة الإعلام من المؤسسات الإعلامية، وأصبحت مشاعرا، وصار لكل شخص القدرة على صنع محتوى إعلامي، دون التقييد بأية معايير، وبشه أو نشره عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وأحيانا تصل هذه المحتويات إلى أعداد كبيرة تفوق عدد متابعي أي وسيلة إعلامية تقليدية. لذلك لم تعد التربية الإعلامية مهمة فقط لإنتاج محتوى الخطاب الإعلامي، لكنها باتت ربما أكثر أهمية لنشر ما يمكن أن نطلق عليه (الثقافة الإعلامية)، ولتعليم أجيالنا الجديدة كيفية تلقي المحتوى الإعلامي، ونقدّه، والتمييز بين الغث والسمين، واكتشاف الزيف بين سيل الأخبار التي تصل إلى كل منهم يوميا عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة.

وفي إطار رؤيتها واستراتيجية عملها الجديدة أولت منظمة العالم الإسلامي للتربية والعلوم والثقافة (إيسيسكو)، أهمية كبيرة للإعلام، خصوصا الإعلام الجديد والإعلام الرقمي، لما للإعلام من دور فعال في الحفاظ على هوية مجتمعاتنا، وفي هذا السياق تعمل المنظمة على عدة محاور، منها ما يتصل بمناهج التعليم في الدول الأعضاء، حيث تدعم المنظمة جهود دول العالم الإسلامي لتطوير مناهجها الدراسية، ضمن تطوير شامل لمنظوماتها التعليمية، يتوافق مع التطورات التي يشهدها العالم في التكنولوجيا وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، ويحقق الاستفادة القصوى من هذه الوسائل الحديثة، وفي القلب من هذا التطوير المنشود لمناهج الدراسية تحدث مناهج التربية الإعلامية.

وفي الوقت نفسه تواجه الإيسيسكو المحتويات الرقمية المزيفة، من خلال دعم إنتاج محتويات متميزة، تساهُم في إعادة الإعلام إلى أدواره في التوعية والتحفيز، وذلك من خلال عقد الشراكات مع وسائل الإعلام المرموقة في الدول الأعضاء بالمنظمة، والتعاون مع عدد من المنظمات والهيئات الدولية في ذلك، فعلى سبيل المثال لا الحصر: وقعت الإيسيسكو اتفاقية شراكة مع وكالة المغرب العربي للأنباء، للتعاون في تدريب وتأهيل وبناء قدرات الصحفيين والإعلاميين من دول العالم الإسلامي، خصوصا بقاراء إفريقيا، في مجالات الإعلام المختلفة. مع بداية ظهور جائحة كوفيد 19 وما صاحبها من تقارير مغلوطة، منها ما يشكك في وجود المرض، أنتجت الإيسيسكو عددا من مقاطع الفيديو للتوعية بخطورة فيروس كورونا، وتوضيح كيفية الوقاية منه، وتم تقديم هذه المقاطع بعدة لغات، منها لغات إفريقية محلية.



الجلسة الثالثة

«التربية الإعلامية في ظل البيئة الرقمية»

الأربعاء 24 مارس 2021

17:00 - 15:30



دور التربية الإعلامية في تمكين الشباب الأردني لمكافحة التضليل والمعلومات الخاطئة - جائحة كورونا أنموذجًا - دراسة تحليلية وميدانية



د. محمد كامل القرعان

قسم الإعلام الرقمي الإلكتروني، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن

quranm12@yahoo.com

ملخص البحث

هدف الدراسة: تهدف الدراسة بالتعرف على الأثر الذي أحدثته التربية الإعلامية في تطوير معرفة ومهارات الشباب الأردني، وتحسين قدراتهم في التعامل مع مصادر المعلومات ومواجهة الرسائل الإعلامية المضللة والشائعات لا سيما في أزمة كورونا.

منهجية الدراسة: سوف تعتمد الدراسة المنهج الوصفي التحليلي القائم على أسلوب المسح باستخدام أداة (الإستبانة)، وسوف يتم توزيعها على عينة من طلبة الجامعة الأردنية يتم اختيارها وفق أسلوب الحصر الشامل.

تساؤلات البحث :

١. ما هي التربية الإعلامية؟
٢. ما مدى معالجة التربية الإعلامية لقضايا التضليل والشائعات؟
٣. كيف يمكن للجامعات والإعلام الوطني أن يعزز مفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب؟
٤. كيف يمكن رفع الوعي الناقد للسلبيات المؤثرة على القيم الوطنية والاجتماعية والثقافية؟
٥. ما مدى قدرة التربية الإعلامية في وتحسين قدرات الشباب في التعامل مع مصادر المعلومات ومواجهة الرسائل الإعلامية المضللة والشائعات.

أهداف البحث:

١. التعرف على واقع الإعلام الأردني في تناول قضايا التربية الوطنية.
٢. معرفة مدى تأثير التربية الإعلامية على السلوك الإنساني في التعامل مع الأفكار السلبية ودعوات التطرف وجماعات الإرهاب.
٣. التعرف على العلاقة بين التربية الإعلامية والشباب ومكوناتها من خلال وسائل الإعلام.
٤. معرفة مدى قيام وسائل الإعلام بتنمية الوعي الناقد لدى أفراد المجتمع للسلبيات المؤثرة على القيم.
٥. الإعلاء من قيم الوطنية على لدى فئات المجتمع .

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، الشباب، الدور، الإعلام الوطني، الشائعات، المعلومات المضللة، كورونا.

التربية الإعلامية وموقع التواصل الاجتماعي .. أي دور؟



د. الزهرة بوجفجوف

قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر

zahraboudjefdjouf@yahoo.com

ملخص البحث

أصبحت التربية الإعلامية ضرورة ملحة في عصر ثورة الاتصالات الرقمية نظراً للتطورات المتسارعة التي يشهدها هذا العصر في شتى المجالات وبالأخص الإعلامية منها، وكذا كثافة الاستخدام لوسائل الاتصال المختلفة وانعكاساته على الفرد والمجتمع وال العلاقات الاجتماعية، فال التربية الإعلامية لها دور كبير في مواجهة تأثيرات الإعلام والإختراق الإعلامي العالمي خاصة في ظل هذا الانفتاح الإعلامي، والفضاءات الحرة التي توفرها الشبكة العنكبوتية كموقع التواصل الاجتماعي.

وما تتميز به من سهولة الاستخدام والتفاعلية مع المستخدمين من مختلف فئات المجتمع بغض النظر عن مستوياتهم وانتماءاتهم الفكرية والثقافية. كما أن الآثار السلبية التي تبرز كالتمرد على القواعد الأخلاقية والضوابط القانونية والمبادئ الأساسية التي تتظم شؤون الحياة الإنسانية تستدعي غرس قيم وثقافات داخل العالم الرقمي تضمن المشاركة الإيجابية والفعالة للمستخدمين.

وهذا يحتم علينا أيضاً ضرورة التفطن إلى وضع قواعد وأسس لأساليب تعامل المستخدمين لمحويات الإعلام الرقمي قصد المحافظة على البناء القيمي والأخلاقي للمجتمعات وتجنب التأثيرات السلبية لهذه الوسائل. ومن هنا جاءت أهمية التربية الإعلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي في الوعي بطبعية وأخطار هذه المضامين والقدرة على فهمها وتحليلها، والمشاركة فيها بصورة إيجابية من خلال صناعة المحتوى الإعلامي أو ما يسمى اليوم بمصطلح إعلام المواطن.

فأي دور تقوم به موقع التواصل الاجتماعي في مجال التربية الإعلامية؟

وكيف نغرس التربية الإعلامية في سلوكيات المستخدمين لهذه الشبكات؟

ما هي أهم التحديات والعقبات التي تقف أمام غرس قيم التربية الإعلامية عبر هذه الشبكات؟

دور التربية الإعلامية في إكساب طلبة كلية العلوم التربوية مهارة صناعة المحتوى الإعلامي وعلاقتها بتنمية الإبداع لديهم



د. ريم صايل الزعبي

كلية العلوم التربوية، جامعة آل البيت، الأردن

rzoubi@aabu.edu.jo

ملخص البحث

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور التربية الإعلامية في إكساب طلبة كلية العلوم التربوية بجامعة آل البيت مهارة صناعة المحتوى الإعلامي، وتعرف العلاقة بين دراستهم للتربية الإعلامية والقدرة على صناعة محتوى إعلامي إبداعي. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي الإرتباطي لملائمة لهدف الدراسة. تكون مجتمع الدراسة من 176 طالباً من المسجلين في مساق التربية الإعلامية والمعلوماتية شعبة (1/2) للفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 2019-2020، وتكونت عينة الدراسة من (171) طالباً. اعتمدت الباحثة أداة لتحليل وتقدير المحتوى الإعلامي لمقاطع مصورة من إعداد وتنفيذ أفراد عينة الدراسة، تقوم على فكرة تدوين يوميات طالب جامعي خلالجائحة كورونا 19 COVID. تكونت الأداة من سبعة معايير هي (المؤشرات الصوتية، والتعليق الصوتي، والمؤشرات المرئية، وسلامة اللغة، ووضوح المحتوى، وتنفيذ الفكرة، والإبداع)، وأعطي كل معيار وزناً مناسباً حسب أهميته. بعد التأكد من صدق وثبات أداة التحليل، بدأت الباحثة بتحليل محتوى المقاطع المرئية وعددها (171) مقطعاً مرئياً، أرسلها الطلبة إلى بريد الباحثة الإلكتروني. بعد المعالجة الإحصائية للبيانات، أظهرت نتائج الدراسة أن للتربية الإعلامية دوراً في إكساب الطلبة مهارة صناعة المحتوى الإعلامي بنسبة (86%) كما كشفت عن وجود علاقة إرتباطية موجبة دالة إحصائية بين دراسة التربية الإعلامية والقدرة على إنتاج محتوى إعلامي إبداعي. وفي ضوء هذه النتائج أوصت الباحثة بعدد من التوصيات التي تهم الباحثين المهتمين بمجال التربية الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، المحتوى الإعلامي، الإبداع.

المنصات الرقمية المتعددة ودورها في التربية الإعلامية



د. رمضان عبد المفيض أحمد على

قسم الشريعة الإسلامية، كلية دار العلوم، جامعة الفيوم، مصر

raa04@fayoum.edu.eg

ملخص البحث

تعد المنصات الرقمية من أهم أدوات العالم الجديد، والذي بدأ منذ بداية هذه الألفية، فبالأمس القريب كان إذا ظهر شيء غريباً على مجتمعنا كنا نعده اختراعاً، ويصبح حديث العامة طوال فترة زمنية، ولا يزول أثره إلا في حالة اختراع شيء آخر، أتذكر عند ظهور الهاتف المحمول كان شيئاً غريباً، وكان له ضجة وأنَّ من يحمله هو من عِلْيَةِ القوم كما كانوا يطلقون، وكان كل شيء يخص الهاتف هو محل اندهاش سواء في إرسال الرسائل أو في المكالمات، بالإضافة إلى الإعلانات الكثيرة التي كانت يقوم بها المنتجون لتلك الضجة، وكان من قبلها الحاسوب أو كما يطلقون عليه (الكمبيوتر) كان له أثر؛ ولأن سعره ليس كان في متناول الجميع وبالتالي كانت فئة معينة هي من تقتنيه.

أما الآن وليس بعد فترة ليست بالطويلة تجاوز الثلاثين عاماً مرت دون شعور منا بتلك السنوات، أصبح كل شيء متاحاً للحصول عليه، وأصبحت تلك الهواتف النقالة والأجهزة الحاسوبية بكل منزل، ولا يوجد شخص لا يحمل هاتفه الشخصي، بل وأصبح هناك من يملك جوالين وثلاثة، وأصبح العالم بضغطة زر بين يدي الصغير والكبير، ومع تطور تلك التكنولوجيا والوسائل الموصولة لها أصبح هناك منصات وأماكن تجمع الأفراد عليها مثل (الفيسابوك، تويتر، انستجرام ...) وغيرها من الواقع، ومع تطور الأحداث وظهور الكثير من العلوم، وصعوبة سفر البعض للتلاقي العلمي ظهرت المنصات الرقمية، التي يمكنك الاشتراك في البرنامج الخاص بها، وأخذ المادة العلمية وأنت تجلس في مكانك وتختبر أيضاً وأنت في مكانك، وتأخذ شهادتك وأنت في مكانك، والأمر لم يتوقف على تعلم العلوم بل أيضاً المنصات الخاصة بالأمور المالية وتضارب البورصة، والمنصات الاجتماعية والتي يجتمع عليها الأفراد.

ومن هنا جاءت فكرة هذا البحث والذي سيكون حديثاً فيه عن: (المنصات الرقمية المتعددة ودورها في التربية الإعلامية)، متناولاً أهم المنصات التعليمية في الشرق الأوسط؛ نحو (منصة نفهم)، و(منصة إدراك)، وغيرهما من المنصات التعليمية، ونطرق للحديث عن الدول الرائد في مجال التربية الإعلامية؛ فتعتبر (بريطانيا) من الدول الرائدة في مجال تعليم التربية الإعلامية؛ حيث شاركت العديد من المؤسسات في هذا التطور مثل معهد الأفلام البريطاني، ومركز الإعلام الانجليزي، وفي (هولندا) قامت الحكومة الهولندية بإضافة التربية الإعلامية على أجenda عام 2006م، وقامت استراليا بإضافة التربية الإعلامية ضمن المنهج الدراسي الإلزامي، وفي العالم العربي كانت الأردن أول دولة عربية تدرج التربية الإعلامية في المناهج المدرسية حيث قامت الحكومة الأردنية بتشكيل فريق لمتابعة المشروع بالتعاون بين وزارة التربية والتعليم ومعهد الإعلام الأردني، ثم نفصل الحديث عن دور المنصات الرقمية في التربية الإعلامية.

دور منصات التواصل الاجتماعي في دعم التربية الإعلامية الفيس بوك أنموذجاً



د.الحسين العمرى لرقط

جامعة محمد بوضياف، الجزائر

hocine.larguet@univ-msila.dz

د.عبدالحميد محمد بلعباس

جامعة محمد بوضياف، الجزائر

abdelhamid.belabas@univ-msila.dz

ملخص البحث

إن استعمال التقنيات المتطورة يعد الوجه التكنولوجي الإعلامي البارز في الوقت الحالي عند التعاطي مع المعلومات بنشرها أو تداولها عبر مختلف المنصات الرقمية والإفتراضية، فالاستخدام الواسع لوسائل الإعلام والاتصال الجديدة دفع بالفرد أن يعيش بين عالمين موازيين "افتراضي" و"واقعي"، ما يجعله يتعرض لمضامين متعددة منها ما يستفاد منه ومنها ما لا يدركه من ثقافات مختلفة يمكن أن تمثل بعاداته وقيمه ومعتقداته الدينية بالشكل الذي يسئ إليها، إلا أن هذا لا ينفي أن البيئة الافتراضية وما حملته في خضمها من تطورات أعادت التربية الإعلامية للواجهة وبوجه إلكتروني جديد خالص وأكثر فاعلية عن ما كان عليه من قبل ليتجاوز بذلك وسائل الإعلام التقليدية، بل يتعدى كل ذلك إلى مواجهة العولمة الثقافية ونشر السلوكيات والقيم والفضائل عبر نشاطات مستمرة لمنشورات هادفة، حيث يتفاعل من خلالها الأفراد ويتحولون في نفس الوقت إلى فاعلين رئيسيين مساهمين في تعزيز التربية الإعلامية ونشر مبادئها وأسسها هذا الفضاء لمسناه في الفيس بوك كونه الأكثر شعبية بين الشباب، ما شجعنا على عمل هذه الدراسة محاولين من خلالها إبراز دور الفيس بوك في عرض وتقديم المنشورات التربوية والتعليمية وفتح مجال من خلال التقنيات التي يتتوفر عليها للشباب، حتى يتسعى لهم التفاعل والتواصل وإبراز مدى استخدامهم لمهارات التربية الإعلامية من قراءة وتعليق وغيرها لما لها من أهمية في تشكيل وعي معرفي وثقافي في بحسن الاستخدام والتعامل مع تقنيات الوسائط الرقمية والتي كما أشرنا سابقاً اخترنا منها شبكة الفيس بوك.



الجلسة الرابعة

«التربية الإعلامية في ظل البيئة الرقمية»

الأربعاء 24 مارس 2021

17:00 - 15:30



المنصات الرقمية وأهميتها في تعزيز الدور التربوي والتعليم الإعلامي لهيئة الوثائق والمحفوظات الوطنية في سلطنة عمان

د. السيد صلاح الصاوي

قسم دراسات المعلومات، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عُمان

elsawy@squ.edu.om

ملخص البحث

تقوم الأرشيفات بنشاطات وفعاليات كثيرة لدفع عملية البحث العلمي ودعم التعليم في المدارس والجامعات، وإشارة الحياة الثقافية وتنمية الوعي العربي لدى الجمهور. وتستفيد الأرشيفات من المنصات الرقمية في دعم الخدمات الثقافية والإعلامية المقدمة للجمهور للتدليل على ثراء مصادر معلوماتها الوثائقية، وتشكيل المواقف الاجتماعية، وخلق واستدامة الشعور بهوية المجتمعات وتعزيز قيم الانتماء والهوية الوطنية. وتمتلك الأرشيفات مجموعات قوية من الوثائق في التاريخ والأدب والموسيقى وغيرها؛ مما يسمح لها الإستفادة من المنصات الرقمية في إتاحة بعض من كنوزها على الإنترن特 وإشارة تجربة التعلم لدى فئات عريضة من الجمهور. ولتعزيز أهمية المؤسسات الأرشيفية كأحد مراافق المعلومات المعنية بالتراث الثقافي، فإنها تحرص على توطيد ودعم كل وسائل التواصل مع الجمهور، ومواكبة التطور التقني، وتوجيه خدماتها بما يحقق متطلبات جمهور المستفيدين كالمؤرخين وعلماء الأنساب والإعلاميين. تستعين الدراسة بالمنهج الوصفي التحليلي في تقييم واقع استخدام المنصات الرقمية في تعزيز الدور التربوي والتعليم الإعلامي لهيئة الوثائق والمحفوظات الوطنية في سلطنة عمان.

كلمات مفتاحية: المنصات الرقمية، هيئة الوثائق والمحفوظات الوطنية، تطبيقات الأجهزة الذكية، الخدمات التربوية والعلمية، الأرشيفات الوطنية

استخدام م الواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التربية الإعلامية لدى الجمهور

دراسة ميدانية على طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية

د. غسان إبراهيم حرب

كلية الإعلام، جامعة الأقصى، فلسطين

gi.harb@alaqsa.edu.ps

د. إبراهيم محمود المصري

كلية العلوم الإنسانية، جامعة الإسراء، فلسطين

ibrahimmmasri3@gmail.com

ملخص البحث

مقدمة

أصبحت م الواقع التواصل الاجتماعي شيءً أساسياً في حياة الأفراد بالمجتمعات، ولا يمكن تصور وجود مجتمع لا يتعامل أفراده مع م الواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، ودورها في التوجيه والإرشاد والتثقيف وتشكيل الاتجاهات والآراء وتغييرها، وهذا ما يفرض على المؤسسات والجهات الإعلامية المختلفة السعي لتوسيع المجتمع بكيفية التعامل مع تلك الواقع الإعلامية من نقد وتقدير ومشاركة وصناعة للمحتوى الإعلامي الموجود في تلك الواقع المختلفة، خاصة في ظل وجود صحفة المواطن وإمكانيات الإعلام الجديد، ولذلك تأتي هذه الدراسة للتعرف على مدى استخدام طلبة الإعلام بالجامعات الفلسطينية لواقع التواصل الاجتماعي لتوعية الجمهور بمهارات التعامل مع تلك الوسائل لما يقع على عاتقهم جزء من تحمل مسؤولية نشر ثقافة التربية الإعلامية في المجتمع الفلسطيني.

هدف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لتسليط الضوء على مدى وكيفية استخدام طلبة الإعلام بالجامعات الفلسطينية لواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التربية الإعلامية في المجتمع الفلسطيني.

مجتمع الدراسة:

سيتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة من طلاب المستوى الثالث والرابع في اقسام وكليات الإعلام في المحافظات الجنوبية لدولة فلسطين.

نوع ومنهج الدراسة: تقع هذه الدراسة في إطار البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة، وتعتمد على منهج المسح، الذي يعتبر من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية.

أدوات جمع البيانات: تعتمد هذه الدراسة في جمع بياناتها العلمية على صحيفة الاستقصاء وذلك للحصول على معلومات من الجمهور المستهدف حيث سيتم تصميمها للإجابة على تساؤلات الدراسة.

التربية الإعلامية والأخبار الزائفة: مقاربة فكرية في إطار العصر الرقمي



د. شريف نافع إبراهيم فرج

كلية الإعلام، جامعة القاهرة، استشاري زائر، جامعة السلطان قابوس

s.farag@squ.edu.om masasaeed@yahoo.com

ملخص البحث

ازداد خطير الأخبار الزائفة على الأفراد والمجتمعات في السنوات الأخيرة، خاصة مع تصاعد دور وسائل الإعلام الجديدة وزيادة أعداد مستخدميها، وفي ظل مع التدفق المعلوماتي المستمر الذي ساهم في صعوبة التحقق من صحة المضامين الإخبارية.

وأشارت دراسات عديدة إلى أنه في ظل إشكالية المخاطر السلبية للأخبار الزائفة، أصبح لزاماً التفكير في الأسلوب المناسب للتعامل، وذلك من خلال مصطلح "التربية الإعلامية"، والتي يمكن من خلالها وضع معايير لتعامل الجمهور مع الرسائل الإعلامية، وإكسابه مهارات التحليل والتفكير النقدي لحمايته من التأثيرات السلبية للمضامين الزائفة.

وفي ضوء ما سبق، تستهدف هذه الورقة البحثية مراجعة التراث العلمي والقيام بمقاربة فكرية بين مفهومي (التربية الإعلامية والأخبار الزائفة) في مجتمعات وثقافات مختلفة، لبيان دور التربية الإعلامية في توعية الجمهور وتوجيهه لحسن التعامل مع المضامين الإخبارية المختلفة، وتقديم مقتراحات فاعلة وعملية تساعد على نمو الوعي النقدي لدى الجمهور للتعامل مع الأخبار الزائفة، والتفرقة بينها وبين الأخبار الصحيحة، سعياً لممارسة إعلامية رشيدة توازن بين التدفق الإخباري وحق الأفراد في المعرفة من جانب، وحقهم أيضاً في عدم التضليل أو التلاعب من جانب آخر.

الشبكات الاجتماعية والتربية الإعلامية في الجزائر

دراسة إستطلاعية على عينة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال

د. نصر الدين سحنون

جامعة عبد الرحمن ميرة، الجزائر

nasreddine.sahnoun@univ-bejaia.dz

د. سميرة حسن بلعربي

جامعة البويرة، الجزائر

s.belarbi@univ-bouira.dz

ملخص البحث

يعد مفهوم التربية الإعلامية من المفاهيم الحديثة نسبياً في بحوث الإعلام والاتصال إذا ما تم مقارنته مع ظهور وتطور وسائل الإعلام نفسها، وحاول الباحثون من خلال هذا المصطلح الربط ما بين التربية والإعلام على اعتبار أن التربية والتعليم والتثقيف في الأصل تعد من أهم وظائف وسائل الإعلام، ولا يمكن بأي حال من الأحوال التركيز فقط على الترفيه والتسلية ضمن المضامين والطروحات الإعلامية، ويمكن الذهاب أبعد من ذلك من خلال التأسيس لبرامج ترفيهية تعليمية هادفة في نفس الوقت، لاسيما لما يكون الجمهور المستهدف هو من فئة الأطفال والراهقين الذين يشكلون قيمهم وسلوكياتهم بالاعتماد على مختلف وسائل الإعلام.

وقد ساهم ظهور وتطور البيئة الإعلامية الجديدة في طرح مفهوم التربية الإعلامية بقوة أكبر سيما مع الهوس الكبير الذي تحظى به هذه البيئة من قبل مختلف الشرائح، ولعل الشبكات الاجتماعية أو ما يعرف أيضاً بموقع التواصل الاجتماعي أكثر الدعائم إبهاراً ومتابعة، بحيث يقضى معظم الأفراد وقتهم في تصفح صفحاتهم على هذه الواقع ويتابعون كل صغيرة وكبيرة حتى وصلت هذه المتتابعة حد الإدمان لدى كثيرين، وما يزيد من قوة تأثير هذه الشبكات هو سهولة استخدامها والتفاعل الكبير من خلالها، وعليه نحاول من خلال هذه الورقة البحثية معرفة مساهمة الشبكات الاجتماعية في الجزائر في تحقيق التربية الإعلامية وتعزيزها، وهذا من خلال دراسة استطلاعية لآراء الأساتذة الجامعيين في علوم الإعلام والاتصال في مختلف الجامعات الجزائرية.

واقع وجودة برامج التدريب الإعلامي في فلسطين دراسة تقييمية من وجهة نظر الإعلاميين في قطاع غزة



أ. مها رمضان الطواشى

جامعة مولاي إسماعيل، المغرب

الجامعة الإسلامية، فلسطين

maha.ramadan.8887@gmail.com

journalist_1980@hotmail.com

ملخص البحث

يُعد التدريب الإعلامي العامل المساند للدراسة النظرية التي خاضها طالب الإعلام في الجامعة، وأهم قواعد مركبات الاحترافية في العمل الصحفي، فهو بمثابة حقل خصب لتأهيل وصقل ومواهب الإعلامي الناجح، وتسعي الدول العربية عامة وفلسطين على وجه التحديد إلى جعل التدريب في مجال الإعلام سمة عصرية ومتقدمة لأي مؤسسة إعلامية، وقد عمّدت فلسطين على إيلاء التدريب الإعلامي الاهتمام الكبير من أجل تطوير واحترافية العمل الإعلامي الفلسطيني لينافس نظائره في الدول العربية، ولمعرفة واقع التدريب الإعلامي في فلسطين جاءت هذه الدراسة لتجيب على هذا التساؤل الرئيس.

مشكلة الدراسة: تتمحور مشكلة الدراسة في التعرف على واقع التدريب الإعلامي في فلسطين، وتقدير جودة برامجها من وجهة نظر الإعلاميين الفلسطينيين في قطاع غزة، والكشف عن معايير جودته ومدى نجاحه في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، ورصد معوقاته، وتحديد آليات تحسين جودته.

أهمية الدراسة: تتبع أهمية الدراسة من:

1. دور التدريب الإعلامي في تطور الأداء المهني للإعلاميين ومواكبة المنافسة الإعلامية المعاصرة محلياً وعربياً وعالمياً.

2. مراجعة واقع التدريب الإعلامي في المؤسسات الإعلامية العربية والفلسطينية بما يتناسب مع التقنية والتكنولوجيا الحديثة.

3. تطوير الكادر الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وتأهيله من أجل منافسة المؤسسات الإعلامية العربية والحصول على جوائز دولية في المجال الإعلامي.

تساؤلات الدراسة:

أ. ما واقع التدريب الإعلامي في فلسطين؟ ما أبرز آلياته وبرامجها؟

ب. ما أهم التدريبات المهنية التي تلبي اهتمام الإعلاميين الفلسطينيين في قطاع غزة؟ وما تقييمهم لجودة برامج التدريب في المؤسسات الإعلامية في فلسطين؟

ج. ما معايير جودة التدريب؟ وما مدى نجاح أفق التدريب الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية؟

د. ما معوقات التدريب الإعلامي؟ وما آليات تحسين جودته في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية؟



الجلسة الخامسة

«التعليم الإعلامي: البرامج والمؤسسات الفاعلة»

الأربعاء 24 مارس 2021

18:45 - 17:30

تطور مؤسسات التعليم والتدريب الإعلامي العربية - نماذج عربية (معهد الجزيرة - شبكة أريج - معهد الإعلام الأردني)



د. نواف يوسف عبد الحي التميمي

معهد الدوحة للدراسات العليا، برنامج الصحافة، قطر

nawaf.altamimi@dohainstitute.edu.qa

ملخص البحث

سنين طويلة، ظل تعليم الإعلام في الوطن العربي حبيس كليات ومعاهد جامعية معزولة عن الواقع المهني، وظللت القطيعة سمة العلاقة بين تلك المؤسسات الأكاديمية والمؤسسات الإعلامية المهنية. ولسنواتٍ، خرجت المؤسسات التعليمية طوايير من دارسي الإعلام المنشورة رؤوسهم بكثيرٍ من النظريات والتنظير، وقليلٍ من التدريب والمهارات العملية التي لا تُلبي متطلبات سوق العمل، ولا تُنهي الخريج للمنافسة. لم يتغير الحال كثيراً، على الرغم من الثورة الرابعة التي شهدتها العالم خلال ربع القرن الأخير، وهُمّت، على وجه الخصوص، صناعات الإعلام والاتصال.

يختلف الحال خارج أسوار المؤسسات الأكاديمية، إذ شهدنا، خلال العقدين الأخيرين، مبادرات وطنية محدودة من مؤسسات إعلامية لتدريب الصحفيين الجدد في مختبرات حقيقية تُقربُهم من واقع المهنة، وتقدّم لهم المهارات العملية مع جرعاتٍ خفيفةٍ من المبادئ النظرية. ثم ما لبث هذا التوجه أن تطور إلى مبادرات عربية أوسع، عبر وطنية، وأكثر إحترافية. سوف تسلط الورقة الضوء على نماذج من هذه المبادرات.

تحليل الناتج الفكري الخاص بتعليم الإعلام والمكتشف في قاعدة بيانات Scopus للفترة ما بين عام ٢٠١١ إلى ٢٠٢٠ م: دراسة ببليومترية



أ. حمد بن محمد بن سالم العزري

المكتبة الرئيسية، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عمان

hms@squ.edu.om

ملخص البحث

هدفت الدراسة إلى تحليل الناتج الفكري لتعليم الإعلام المكتشف في قاعدة بيانات Scopus للعشر سنوات الفائتة. استخدمت الدراسة القياسات الببليومترية، وتوصلت إلى العديد من النتائج أهمها: أن 3,117 مصدر معلومات تناولت موضوع تعليم الإعلام في الفترة الزمنية من 2011 إلى 2020، وكانت ذروة الناتج الفكري عام 2020 الذي وصل إلى 495 مصدر معلومات، وتصدرت الولايات المتحدة الأمريكية البلدان الأكثر نشراً بواقع 1,050 مصدر معلومات، بينما حلت جامعة هويلا University of Huelva الأسبانية أكثر المؤسسات نشراً لموضوع تعليم الإعلام بواقع 41 مصدر معلومات. فيما حلت الدوريات في مقدمة أنواع مصادر المعلومات نشراً للموضوع بواقع 2,215 مقالة، وتصدرت دورية محو أمية المراهقين والبالغين Journal of Adolescent and Adult Literacy أكثر الدوريات نشراً عن الموضوع بواقع 203 مقال. كما أوضحت النتائج تساوي المفهومية الأمريكية ومعاهد الصحة الوطنية الأمريكية الجهات الأكثر تمويلاً لبحوث تعليم الإعلام، واحتلت الباحثة الأمريكية ريني هوبز Renee Hobbs قائمة المؤلفين الأكثر نشراً في موضوع تعليم الإعلام بواقع 18 مصدر معلومات، كذلك أوضحت النتائج بأن المقالة التي حملت عنوان الأطفال والمراهقين وسائل الإعلام Children, adolescents, and the media حازت على أكثر عدد للاستشهادات المرجعية بواقع 382 استشهاد، ويشير التحليل عن وجود 26 مصدر معلومات فقط ذات علاقة بالوطن العربي من أصل 3,117 وهي نسبة متواضعة، وتوصي الدراسة بضرورة إتاحة الناتج الفكري العربي في قواعد البيانات العالمية ليسهل الوصول إليه بنطاق أوسع، كذلك ضرورة تعريف الباحثين العرب على قواعد البيانات الخاصة بتحليل الناتج الفكري.

الكلمات المفتاحية: الناتج الفكري، تعليم الإعلام، الدراسات الببليومترية، النشر العلمي العربي.

Media education in a foreign language: a holistic approach in Oman



Dr. Sonia Ambrosio

Mass Communication Dept., Sultan Qaboos University, Oman

snelson@squ.edu.om

Abstract

Teaching media and journalism in a cultural landscape in which critical thinking in a foreign language is missing requires a holistic approach. Due to a complex and strong cultural influence on society, it needed levels of awareness to detect cultural differences among students coming from various regions within the country. Thus, teaching journalism, online publishing, and social media as reporting tools, proved to be first to understand students' attitudes towards studying and learning and then, to understand the regions and social-cultural fabric they bring with them.

The use of the English language in course material deliverance, media production assignments, critical analysis, including evaluation of professional English media has upscaled students' skills for the workforce. The other important element was to understand the media landscape in the country: both the Arabic language media and the English language media.

The Internet has brought influence and challenges to the way communication is now performed. And that is not different in Oman. There is a consciousness towards the need to preserve traditions, while at the same time, to adjust to a new wired world.

In this paper, I argue for media education in Oman to emphasise that students achieve English language competency and be trained to work in an international environment. Positive steps have already proved beneficial but more needs to be done.

This paper intends to inform and spark discussion while at the same time reflecting on media and journalism educational challenges.

Living in The Age Information Superhighway: An Insight Into The Media Literacy Levels of The Audiences in Oman

Dr. Ravideep Kaur Madaan Ms. Muna Al Shahri

College of Applied Sciences, Salalah, University of Technology and Applied Sciences

ravideep.sal@cas.edu.om muna-alshahri.sal@cas.edu.om

Abstract

In the wake of globalization, and technology offering newer platforms and applications, media convergence is the reality of the times. Individuals of all age groups are left with no other option than to consume the content offered to them through different forms of media yet offered on the same platform, be it a mobile device or a desktop. This content may be the one initiated by other individuals as themselves or media houses. Though this content has opened the borders of information for individuals who otherwise may not have access to, it also comes with its vices. Where at one place, the authenticity and trustworthiness of the content is fading away with the surge of content generators across different media platforms, the common man is sometimes left with no alternative then to believe what he sees unless he is guided enough to differentiate truth from falsehood. This is where the role of media education comes to play. Like other forms of education, which are necessary for survival, media literacy is also a necessity for survival in this world, which is overcrowded by media content. This research study aims to get an insight as to how well do individuals keep abreast of these changes in the Sultanate of Oman amidst technological changes in media. The basis of this study is to measure the extent of media literacy among individuals and to understand the relationship between media literacy and media education.

To achieve the research objectives, in-depth interviews and questionnaire methods have been applied. SPSS has been used for data analysis. The results illustrate a serious lack of media education amongst the different strata of audiences in Oman and emphasizes an urgent need of media education for all to prepare a media literate society that is ready to embrace media convergence without any harmful impact.

Keywords: media literacy, media education, media convergence, Information Superhighway



الجلسة السادسة

«برامج التعليم والتدريب الإعلامي عربياً وعالمياً»

الأربعاء 24 مارس 2021

18:45 - 17:30

استثمار تقنيات الاتصال في تدريس مواد الإعلام وال العلاقات العامة للطلبة وتأثيرها على مستوى الأداء خلال جائحة فايروس كورونا: دراسة مقارنة بين الجامعات السعودية والمصرية



د. نهاد بن نبيل الأسدودي

جامعة فاروس، مصر

noha.elasdoudy@pua.edu.eg

د. بندور بن عويض الجعيد

جامعة الملك عبد العزيز، السعودية

bafaljaid@kau.edu.sa

ملخص البحث

في مطلع عام 2020م كان العالم على موعد مع أزمة صحية بدأت تتشكل معالها في مدينة ووهان الصينية من خلال انتشار فايروس كورونا المستجد المسبب لمرض كوفيد-19. وبنهاية الربع الأول من عام 2020م، بدأ الفايروس في الانتشار في عدة دول وقارات. وبدأت المنظمات الدولية الصحية والإقليمية في إصدار البيانات الصحية التحذيرية من خطورة المرض الصحية والفتات الأكثر عرضة للخطر وطرق الوقاية والعلاج. تفاوت الدول في التعامل مع الأزمة ولكن الأجراء الوقائي المشتركة بين معظم البلدان ركز على تقليل التجمعات البشرية قدر الإمكان في المرافق السياحية والترفيهية والتعليمية خصوصاً المدارس ومعاهد والكليات والجامعات، والبدائل التعليمية لعملية الحضور للمقررات التعليمية كان التعليم عن بعد بوسائله المتعددة والتعلم الإلكتروني.

المؤسسات التعليمية المتخصصة في الإعلام وفنون الاتصال لم تكن بمنأى عن هذه الجائحة وبدأت في اتخاذ الإجراءات الضرورية لاستمرار العملية التعليمية عبر المنصات والتطبيقات والواقع الإلكتروني. وبحكم تتبع أزمة انتشار فايروس كورونا وانعكاساتها على مستوى العالم والمنطقة العربية تجلت فجوة علمية تحتاج للدراسة والتحقق. كيف استثمرت كليات ومعاهد وأقسام الإعلام والعلاقات العامة تقنيات الاتصال لمواجهة جائحة كورونا؟ وسوف تركز الدراسة على المقارنة بين المملكة العربية السعودية وجمهورية مصر العربية كدولتين عربيتين تعتبران الأكبر من ناحية المؤسسات التعليمية وكذلك من حيث التقارب الثقافي والتاريخي. وتستخدم الدراسة المنهج الكمي كمنطلق لجمع البيانات وتحليلها وتفسيرها من خلال الاختبارات الإحصائية. في الختام سوف تضع الدراسة مجموعة من التوصيات العلمية التي تسهم في مساعدة الباحثين والمؤسسات العامة وصناع السياسات التعليمية العامة في السعودية ومصر في ظل استمرار جائحة كورونا وما بعدها.

تحديات تعليم الصحافة في الجامعات العربية وحتمية التغيير والاندماج (تجربة الجزائر أنموذجاً)



د. حميد بوشوشه

جامعة قسنطينة 3، الجزائر

bouchouchahamide@gmail.com

ملخص البحث

ترتبط أزمة الصحافة العربية وعدم قدرتها على خلق التأثير الملائم في المشهد الإعلامي العالمي في جانب كبير منها بالتكوين وبجمود مناهج التدريس في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات التي لا تزال تتسع كمياً لكنها من الناحية النوعية لا تلبي حاجيات الممارسة والمنافسة الحقيقية التي تجعلها تخرّط في مسار التطور التكنولوجي والمهني وتندمج بقوة في بيئه العمل الجديدة التي تعرف تحولات جذرية في العملية الاتصالية والإعلامية وتتجه أكثر إلى الاتصال الأفقي الذي يلعب فيه المواطن دوراً رئيسياً.

فحتى الآن لازالت معظم الجامعات العربية تكون "مشاريع صحفيين" يجدون أنفسهم أشقاء الممارسة في حاجة إلى رسكلة وإعادة تكوين في بعض الجوانب التي أغفلتها مناهج التعليم أو لم تعطها الأهمية اللازمة، ومعظم المساقات التي تدرس يغلب عليها الطابع النظري وتتصف بالعمومية ولا ترقى إلى مستوى ما يتطلبه التكوين في البيئة الرقمية الجديدة ما ينعكس سلباً على المتخرجين ويجعلهم غير قادرين على المنافسة والتأثير، كما أن بعض الجامعات وبسبب عدم استقرار منهج التدريس والاعتماد على تجارب مستوردة أو معدلة فقدت خصوصية منهجها ولم تعد تملك ناصيتها في التوجيه والتأطير. وكلها معطيات وملامح تطرح تساؤلات كثيرة حول أهمية وفعالية وجدو مناهج التدريس المعتمدة وتشكل محور الإشكالية التي سنحاول أن نبرزها ونحلّلها في هذه الورقة البحثية التي سنركز فيها على دراسة حالة التجربة الجزائرية التي مرت بنظامين تعليميين أحدهما كلاسيكي استمر العمل به أكثر من أربعة عقود، والثاني عصري ومستمد من تجارب أوروبية لكن بسبب اختلاف البيئة والظروف البيداغوجية والمساقات التي تم اختيارها للتدريس بصورة معتمدة على كل الكليات وأقسام الإعلام لم يحقق الأهداف المرسومة له وهو الآن يشكل محور انتقادات من الطلبة والأساتذة وحتى مسؤولي قطاع التعليم العالي يقررون بأن هذا النموذج أثبت محدوديته وهي التجربة التي تهدف هذه الدراسة من ورائها إلى معرفة مواطن العجز والخلل في مناهج التدريس وتقديم ما يمكن من اقتراحات لمعالجة ومراجعة ملامح نظم تعليم الصحافة في الجامعة الجزائرية وجامعات عربية أخرى.

تعليمية الإعلام والاتصال الجامعات العربية

دراسة تحليلية مقارنة للخطط التدريسية لبعض كليات وأقسام الإعلام والاتصال



د. رحيمة عيساني د. مختار العريشي د. رياض جلجي

كلية الاتصال والإعلام، جامعة العين، الإمارات

rahima.aissani@aau.ac.ae

mokhtar.elareshi@aau.ac.ae

riadh.jeljeli@aau.ac.ae

ملخص البحث

نتيجة التّغيرات المعرفية والتكنولوجية في العالم والقناعة التامة بأن الممارسات الإعلامية هي التي تعتمد على الممارسات التطبيقية للمهارات والخبرات المهنية، يتوجه التّفكير في العالم العربي الآن إلى محاولة النظر في مخرجات الإعلام والاتصال بما يتوافق مع هذه المتغيرات الحديثة. من هنا هدفت هذه الدراسة إلى إجراء دراسة تحليلية مقارنة للخطط الدراسية بكليات وأقسام الإعلام والاتصال ببعض الجامعات العربية، للكشف عن المحتويات التعليمية للبرامج المطروحة في هذه الأقسام والكليات (شكلًا ومضموناً)، وطرحت إشكالياتها في التّساؤل المحوري: ما المحتويات التعليمية التي تتضمنها الخطط الدراسية لكليات وأقسام الإعلام ببعض الجامعات العربية؟

واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المحتوى (الكمي والكيفي)، وشملت عينة الدراسة الخطط الدراسية بـ 15 جامعة عربية حكومية كعينة تغطي الأقاليم الثلاثة للوطن العربي: دول الشّام والعراق (كلية الإعلام بجامعة بغداد، كلية الإعلام بجامعة اليرموك، أقسام الإعلام بجامعة النّجاح الوطنية بفلسطين)، دول مجلس التعاون الخليجي (قسم الإعلام بجامعة الملك سعود، قسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس، كلية الاتصال بجامعة الشّارقة)، دول المغرب العربي وشمال إفريقيا (كلية الإعلام بجامعة القاهرة، كلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر، كلية الإعلام بجامعة بنغازي الليبية).

وتوصلت إلى عدد من النّتائج:

1. معظم البرامج المطروحة تخصص أكثر في مجالات الإعلام (الصحافة والنشر الإلكتروني، الإذاعة والتلفزيون، الوسائل المتعددة) وتکاد تحصر دراسات الاتصال في برامج العلاقات العامة والإعلان.
2. غالبية برامج الإعلام والاتصال التي تقدمها كليات وأقسام في الجامعات المذكورة تدرس باللغة العربية، وهذا قد يرجع إلى أنظمة التعليم في معظم الدول العربية والتي تعتمد على اللغة العربية كلغة رئيسة.
3. من حيث المقارنة بين عدد المساقات التخصصية وال العامة في الخطط الدراسية، تبين أن جميع الخطط تجمع بين مزيج من المساقات التخصصية وال العامة ولكن بنسبة مختلفة.

الكلمات المفتاحية: التعليم الجامعي في الدول العربية، تعليمية العلوم، التعليم الإعلامي، علوم الإعلام والاتصال، الخطط الدراسية.

تصور مقترن لاستحداث قسم الإعلام الرقمي بالجامعات الليبية من وجهة نظر المتخصصين «دراسة ميدانية على عينة من الجامعات الليبية»



د. عبد الله محمد أطبيقة أ. أحمد عبدالسلام السندي

قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة سرت، دولة ليبيا

dr.amatbiga@su.edu.ly

ملخص البحث

تسعى هذه الدراسة لإعداد تصوّر مقترن لاستحداث قسم الإعلام الرقمي بالجامعات الليبية من وجهة نظر المتخصصين (أساتذة، رؤساء الأقسام، عمداء الكليات، منسقو الجودة)، وذلك بإعادة النظر في تطوير العملية التعليمية في كليات وأقسام الإعلام الليبية مواكبة التطورات المتسارعة، تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالعينة، حيث سنعتمد في هذه الدراسة على أداتي الإستبيان والمقابلة المقمنة لعدد من المتخصصين في الإعلام.

تسعى هذه الدراسة للإجابة على مجموعة من التساؤلات أهمها :

1. هل تتناسب القرارات الدراسية الحالية في كليات وأقسام الإعلام بالجامعات الليبية مع احتياجات سوق العمل ؟
2. هل الأهداف والرؤية الحالية للكليات وأقسام الإعلام بالجامعات الليبية توافق التطور التكنولوجي ؟
3. هل توجد كفاءات ذات جودة عالية لتدريس مقررات الإعلام الرقمي بكليات وأقسام الإعلام بالجامعات الليبية ؟
4. هل مخرجات كليات وأقسام الإعلام بالجامعات الليبية في تخصصات الإعلام المختلفة تؤهل خريجيها لمتطلبات سوق العمل الحالية ؟
5. ما أهم العوامل المؤثرة سلباً في وضع مقترن لاستحداث قسم الإعلام الرقمي بالجامعات الليبية ؟
6. ما أهم المقترنات التي من الممكن وضعها لاستحداث قسم الإعلام الرقمي بالجامعات الليبية ؟

الكلمات المفتاحية: تصوّر مقترن، الإعلام الرقمي، الجامعات الليبية، المتخصصين في الإعلام



الجلسة الرئيسية الخامسة

«التأهيل والتدريب الإعلامي في المدارس الأكاديمية العربية»

الخميس 25 مارس 2021
12:35 - 11:00



تقدير البرامج الأكاديمية العربية في الإعلام: رؤية مستقبلية



أ.د. سامي عبد العزيز

كلية الاعلام، جامعة القاهرة، مصر

s.abdelaziz@tbwaegypt.com

ملخص البحث

مع التطورات المتلاحقة في صناعة الإعلام وتنامي الحاجة إلى متخصصين في كافة فنون الإعلام أنشئت أقسام جديدة للإعلام في العديد من الجامعات المصرية والعربية ثم ظهرت كليات أخرى تقدم برامج دراسية في مرحلة البكالوريوس. ومع ظهور الجامعات والمعاهد الخاصة انتشرت دراسات الإعلام لغطى مختلف أقاليم مصر الرئيسية وكذلك الدول العربية، وبدأت بعض الجامعات في تقديم برامج متخصصة في مرحلتي الماحستير والدكتوراة.

وعلى الرغم من أن التوسع في أقسام ومعاهد وكليات الإعلام لقى إقبالاً شديداً من الطلاب، إلا أن هذا التوسع لم يصاحبه اهتمام بتوفير كوادر مؤهلة تأهيلًا جيداً وحديثاً من أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة نظراً لقدم برامج الإعلام في الدراسات العليا وهجرة الكثير من أعضاء هيئة التدريس إلى العمل في البلدان العربية التي بدأت في التوسع في تقديم برامج لدراسات الإعلام. وكذلك لم تجد التجهيزات العملية الضرورية لتلبية وصقل مهارات الطلاب الإعلامية اهتماماً كافياً مما أدى في النهاية إلى تراجع مستويات التأهيل العلمي والمهاري وعدم القدرة على توفير خريجين بالمستوى المعرفى والمهنى المطلوب خاصة وأن صناعة الإعلام أصبحت أكثر افتتاحاً على محيطها الإقليمي والعالمي إضافة إلى ثورة الاتصالات التي أصابت صناعة الإعلام في العالم العربي في معظم عناصرها وتغيرت البيئة الإعلامية تغيراً هائلاً.

ومع التغيرات الهائلة التى شهدتها صناعة الإعلام محلياً وإقليمياً، فإن دراسات الإعلام أصحابها شيء من الركود أقعدها عن أن تلاحق التطورات فى هذه الصناعة وأن تسعى إلى تطوير برامجها الدراسية ل تستوعب الجديد فى الصناعة إنتاجاً وإدارة. فالكثير من اللوائح الدراسية تتبع إلى عصر لم يبق منه الكثير فى الواقع المعاش واكتفت بعض الأقسام والمعاهد والكليات بنسخ لوائح بعضها البعض ورضيت أن يستمر العمل باللوائح سنوات طويلة دون تحديث أو تغيير. وفي الوقت نفسه تراجعت كثيراً، إن لم يكن قد توقفت - أعداد المبعوثين للدراسة في الخارج.

ولم تكن أوضاع فى الدراسات العليا أفضل حالا حيث تراجع الاهتمام بالبحث العلمى وتحفظت الكليات والأقسام من الشروط العلمية للدراسة بمرحلتى الماجستير والدكتوراه وتقادم نظام الدراسة لهاتين الدرجتين **العلميتين** ..

Public Relations Education in the Arab World: A Critical Appraisal



Prof. Mohamed Kirat

Mass Communication Dept., Sultan Qaboos University, Oman

m.kirat1@squ.edu.om

Abstract

Public relations is one of the world's fastest growing professions and areas of study, yet great differences exist globally in its practice and teaching. Much has happened in public relations with the advent of Internet and social networks. For over seventy years universities and higher education institutions in the Arab World have been preparing their students for careers in public relations. This paper looks at the PR education and training in Arab universities in terms of courses taught, textbooks and profile of PR instructors. The study analyzes the PR study plans and courses syllabi of Arab universities offering PR degrees. One major issue to be raised is to what extent departments of Mass Communication and Public Relations have adjusted their curriculum according to the latest developments of online and virtual PR, integrated marketing communication, image building and reputation management. Are Arab universities PR graduates well prepared and qualified to perform the profession? Do they have the necessary knowledge and skills to face the escalating demands of a highly competitive and fast growing profession? In depth interviews were conducted with PR instructors. Online questionnaires were also sent to PR educators in Arab universities to look at study plans, curriculum, textbooks, Internships and training. Issues related to the latest technological developments in the profession ware also addressed. Interviewees were also asked about the drawbacks and shortages in the curriculum and their suggestions to improve PR education in the region. Findings of the study suggest that PR education in the Arab World lags behind in terms of major courses that cover digital and virtual PR. There is a big shortage in terms of textbooks covering major areas of public relations. PR educators in the Arab World suggest improvement of the present curriculum through the offering of more practical and new courses such as digital PR, Integrated Marketing Communication, social media and PR, strategic planning, image building and reputation management.

برامج التدريب والتأهيل الإعلامي الأكاديمية هل استنفدت أغراضها في العصر الرقمي؟



أ.د. برकات عبد العزيز

كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر

dr.barakat64@yahoo.com

ملخص البحث

كان التدريب الإعلامي ولم يزل ضرورة عصرية أيا كانت مرحلة التطور في وسائل الإعلام، فهو عملية ديناميكية مستمرة تهدف إلى تطوير معارف وقدرات ومهارات المتدربين لتمكينهم من إنجاز المهام والإبداع فيها وفق المعايير العصرية. ويقدم التدريب الإعلامي حسماً ل斯基لاي النظرية والتطبيق لأنه يتيح اكتساب المهارات والخبرات المستهدفة، ويحقق التوافق بين النظريات والممارسات العملية والتعلم المستمر. ووفقاً لخبراء الإعلام فإن التدريب الإعلامي في الدول العربية زاد الاهتمام به منذ سبعينيات القرن العشرين، لكنه صعد بشدة إلى واجهة الاهتمام منذ نهايات ذلك القرن وبدايات الألفية الثالثة، ولم يزل محور المناقشات في الكثير من المؤتمرات والندوات التي حاولت الإجابة على كثير من التساؤلات منها: ما هو وضع التدريب الإعلامي المتوفر؟ وما هي أشكاله وأنواعه؟ وما هي التحديات التي تطرحها التكنولوجيا الجديدة ووسائل التواصل الاجتماعي؟ وما هي معايير تقييم التدريب الإعلامي في العصر الرقمي؟ وكيف يكون التدريب الإعلامي ناجحاً من هم الأشخاص المؤهلون كمدربين في مجال الإعلام؟ هذه التساؤلات أشبعت درساً وتحقيقاً وتتنوعت فيها الآراء والأفكار، لكنها أجمعـت على حقيقة واحدة وهي أن التدريب الإعلامي حاجة ملحة وضرورية لا يمكن الاستغناء عنها وهذا يتطلب تعزيز الجهات التي تتيح التدريب الإعلامي والتي يقع عليها مسؤولية صقل مهارات الإعلاميين وتطوير معارفهم وسلوكـهم المهني بما يتـاسب مع الواقع المعاصر، وهذا يتـجاوب مع مبدأ مهم أرسـته منظمة اليونـسكو، وهو أن (كفاءـة أي نظام System تتـوقف على كفاءـة الذين يتـلون تشـفـيلـه)، ومن هنا يأتي التدريب Training باعتبارـه أساسـاً جوهـرياً في إرـسـاء الكفاءـة المهـنية للقائمـين بالاتـصال الحالـيين والمحـتمـلين.

وفي وسائل الإعلام العربية هناك أقسام أو إدارـات للتدريب، بل إنه في كثير من المؤسسـات الإعلامـية تـوجد معـاهـد متـخصـصة في التـدـريب، هذه الوسائل أـتـاحت ومازالـت تـتيـح التـدـريب في مـوـضـوعـات مـتـوـعـة ضمنـ مـجاـلاتـ الإـعلامـ سواءـ قـسـمـ الصـحـافـةـ المـطـبـوـعـةـ وـالـإـلـكـتـرـوـنيـةـ، أوـ الرـادـيوـ وـالـتـلـيـفـيـزـيـوـنـ وـالـوـسـائـطـ الرـقـمـيـةـ، وـالـإـلـانـ... وـيـسـتـفـيدـ منـهاـ إـلـاعـامـيـوـنـ سـوـاءـ كـانـواـ مـنـ مواـطـنـيـ الـدـوـلـةـ، أوـ مـنـ مواـطـنـيـ دـوـلـ آـخـرـيـ. وـتـهـمـ الـكـثـيرـ منـ مؤـسـسـاتـ إـلـاعـامـ بـعـقـدـ اـتـفـاقـيـاتـ معـ جـهـاتـ أـجـنبـيـةـ لـتـنـظـيمـ بـرـامـجـ تـدـريـبـيـةـ لـلـإـلـاعـامـيـوـنـ العـالـمـيـنـ بـتـلـكـ المؤـسـسـاتـ، وـيـتـزاـيدـ الـإـلـاعـامـ بـوسـائـطـ إـلـاعـامـ الـحـدـيـثـ (ـالـرـقـمـيـ)، وـالـمـارـسـاتـ النـوـعـيـةـ /ـ الـمـتـخـصـصـةـ ضـمـنـ مـارـسـاتـ إـلـاعـامـ التـقـليـديـ (ـكـالتـمـيـةـ الجـهـوـيـةـ، وـالـإـلـاعـامـ الـبـيـئـيـ، وـالـإـلـاعـامـ النـسـوـيـ...ـالـخـ).

تجربة مركز تطوير الإعلام في إصدار ستة مساقات جديدة وإطلاق دبلوم للإعلام الرقمي



د. صالح مشارقة

جامعة بيرزيت، فلسطين

smasharqeh@birzeit.edu

ملخص البحث

يقدم منسق الأبحاث والسياسات بمركز تطوير الإعلام في جامعة بيرزيت صالح مشارقة ورقة للمؤتمر حول تطوير ستة مساقات لتدريس الإعلام في تجربة جديدة استمرت من 2016 - 2021، بالشراكة مع 16 جامعة محلية وتمويل دولي وآخر محلي وثالث من جامعة بيرزيت نفسها.

تستعرض الورقة بناء المساقات عبر ما يسمى «نموذج مساق» يتكون من أسبوعين تعلميين، يتراوح عددها بين 12-14 أسبوعاً، تكون كافية لفصل دراسي من أربعة أشهر، وداخل كل أسبوع هناك خمسة محاور أساسية للتأليف تتعلق بأهداف الأسبوع ومنهج مقترح لتدريسه ومادة مفاهيمية موسعة حول عنوان الأسبوع، ومحور يقترح فيه المؤلفون أشكال من التدريب، ومحور آخر حول قراءات إضافية من المكتبات أو من محركات البحث واليوتيوب.

وتطرق الورقة إلى منهج التأليف التشاركي بين صحفيين وأساتذة جامعات، كبديل عن المؤلف الواحد لكتب الصحافة في العالم العربي، وإلى طرق تدريس مفتوحة تحتمل المد أو التقصير أو إضافة أبواب على المساق كي يتلاءم مع خطط الجامعات المختلفة.

تتحدث الورقة عن ست مساقات هي: الإعلام والنوع الاجتماعي، الإعلام والقانون، أخلاقيات الإعلام، الصحافة الاقتصادية، الصحافة الثقافية، مساق التحقيق الصحفية في قضايا الفساد.

وفي الجزء الأخير من الورقة يعرض مشارقة تجربة مركز تطوير الإعلام في تصميم دبلوم مهني متخصص للإعلام الرقمي بثمانى وحدات تدريبية يستهدف الصحفيين العاملين في الإعلام المحلي والدولي، من الذين فاتهم التعليم والتدريب على تقنيات رقمية حديثة دخلت غرف الأخبار ووسائل الإعلام.



الجلسة السابعة

«السياسات والاتجاهات العامة في التربية والتعليم الإعلامي»

الخميس 25 مارس 2021

14:30 - 13:00

واقع و إتجاهات التدريب والتعليم الإعلامي في العصر الرقمي: دراسة مقارنة بين التجربة الكندية وبعض التجارب العربية



د.فيصل فرحي د.رياض جلجي

كلية الاتصال والإعلام، جامعة العين، الإمارات

faycal.farhi@aau.ac.ae

riadh.jeljeli@aau.ac.ae

ملخص البحث

تولي مؤسسات التعليم والتدريب الإعلامي الغربية اهتماماً بالغاً بالعملية التعليمية في مجال الإعلام والاتصال سواءً في أبعادها المتعلقة بالمناهج أو فيما يرتبط بواقع التدريب الميداني ومحتويات البرامج التدريبية، خاصةً في مجالات الرقمنة والتكنولوجيات الحديثة، على اعتبار ما يقدمه هذا المجال تحديداً للمجتمع وللمنظمات والمؤسسات سواءً الرسمية وغير الرسمية، وبما ينعكس حتماً على آداء المؤسسات الإعلامية، ومساهمتها الفعالة في تطوير المجتمع بشكل عام.

وتعتبر كندا من بين الدول الرائدة التي تقدم برامج متعددة ومختلفة في هذا المجال، من خلال جامعات ومعاهد مرموقة تعرض تخصصات مواكبة للتغيرات التي يشهدها عالم الإعلام والاتصال، وتستجيب لمتطلبات سوق العمل وما يفرضه من مستجدات وتحديات.

بالإضافة إلى تنوع وغنى التجربة الكندية في مجال التخصصات الحديثة وإرتباطها بسوق العمل، فهي أيضاً تمثل نموذجاً رائعاً فيربط المؤسسات الإعلامية بمؤسسات التعليمية وإشراك المختصين والخبراء في مجال التكوين والتدريب، وذلك باستحداث آليات إدارية تسمح بذلك، بما يحقق مخرجات تعليمية نوعية وبيقيها في إتصال مباشر بالواقع العملي.

في المقابل يلاحظ وبشكل عام اعتماد مؤسسات التعليم والتدريب الإعلامي العربية على برامج وتخصصات تقليدية لا تخرج على رباعية علاقات عامة، صحفة، إعلان، إذاعة و تلفزيون، وإستثناءً يضاف إليها مصطلح الرقمي للدلالة على مواكبة التوجهات الحديثة، وهو ما ينعكس على المحظيات التعليمية التي مازالت في غالبيتها محصورة في هذه التخصصات التقليدية.

وللأسف الشديد يعني جراء ذلك خريجو هذه المؤسسات العربية من عدم مواكبة ما يتلقونه من معارف لسوق العمل، التي أصبحت تطرح متطلبات تعليمية تتجاوز هذه التخصصات التقليدية، بالإضافة إلى قلة الكادر التعليمي المواكب لهذه المستجدات التقنية.

من هذا المنطلق نحاول في هذه الورقة البحثية مناقشة واقع مناهج وبرامج التعليم العالي والتدريب الإعلامي في ضوء المتغيرات الحاصلة في البيئة الرقمية، إنطلاقاً من الغوص في التجربة الكندية ومحاولة تفكيرها وتحليلها ومن ثم مقارنتها ببعض التجارب العربية.

تأهيل المتلقي على المشاركة الإبداعية في صناعة مصامين إعلامية



أ. منى مالك طوق

إعلامية مستقلة وباحثة في التربية على الإعلام، لبنان

monataawkr@gmail.com

ملخص البحث

تهدف هذه الدراسة إلى كيفية تأهيل المتلقي للمشاركة الإبداعية في صناعة مصامين إعلامية بتحديد المؤسسات على الصعيد التربوي والإعلامي التي تتولى هذا التأهيل والبرامج المعدّة لذلك. تعتمد الدراسة المنهج العلاني الذي يخالف المناهج القديمة في تبويب وتصنيف المعلومات واستخدام تقنية تحليل المضمن من المنهج الوصفي لتحليل المعلومات واستخراج الخصائص الدالة. وتنطلق من مشاريع مبرمجة لمؤسسات غير حكومية (اليونيسكو مثلاً) ومواد تعليمية في المناهج التربوية (لبنان نموذجاً) كأداة بحثية لشرح الإشكالية المطروحة: كيف يتم تأهيل المتلقي لصناعة مصامين إعلامية تسمّ بالابداع؟ وينبع عن هذه الإشكالية الأسئلة البحثية الآتية: ما هي مقومات التربية الإعلامية في القرن الحادي والعشرين؟ ما هي المهارات المطلوبة لإنتاج مصامين إعلامية مبدعة؟ كيف يمكن التسبيق والتعاون بين التربية والإعلام لصناعة محتوى إعلامي يراعي الأخلاقيات؟ كيف تكون التربية ثقافة إعلامية واعية تتخطى خصوصية المجتمع؟

تستند الدراسة إلى المقاربة البنائية في بناء المعرفة لدى المترافق. واتخذت من نتائج وتصانيم الدراسات السابقة نقطة انطلاق في تحديد الأساسيات البحثية.

تفرد هذه الدراسة بأنها تقدم الجدلية العلائقية المستقبلية بين التربية والإعلام التي تقوم على تأهيل المترافق وإنتاج مادة إعلامية إبداعية تشاركية في المصامين الإعلامية بطريقة مسؤولة وواعية، لا سيما وأن المنصات الإعلامية باتت تشرع أبوابها أمام المواطن الصحافي، وهذه خطورة بحد ذاتها، لأن مهنة الإعلام لم تعد محصورة بأهل الاختصاص، إنما من يملك أية معلومة حصرية أو صورة، تحصل على أكبر عدد ممكن من التعليقات.

وتبيّن نتائج الدراسة أن المترافق يستطيع التحكّم بالمحظى الإعلامي من خلال التربية التوجيهية التي تواكبه خلال سنوات الدراسة، فيصبح قادرًا على التأثير والإنتاجية والتشاركية أكثر مما يكون متلقياً ومستهلكاً فقط.

الكلمات المفتاحية: تأهيل المترافق، مشاركة إبداعية، صناعة مصامين إعلامية.

التربية الإعلامية الرقمية في المؤسسة التعليمية التونسية، بين إكراهات التحصين وسياسات التجديد



أ. وهيبة الغالي

باحثة دكتوراه، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس

ghali.wahiba@live.com

ملخص البحث

في حين مازالت البلدان العربية، ومن بينها تونس، تبحث عن موقع للتربية الإعلامية في سياساتها التعليمية، ظهرت مصطلحات جديدة في علاقة بالبيئة الرقمية، على غرار التربية الإعلامية الرقمية، وعليه يمكن القول إن الوقت قد حان لتعزيز البلدان العربية دراساتها ورؤاها حول التربية الإعلامية عموماً، والتربية الإعلامية الرقمية خصوصاً في مؤسساتها التعليمية.

إن المشكل الحقيقي لا يكمن في التنوع الرقمي والطفرة الإعلامية، بل في الاستخدام غير الرشيد لهذه التكنولوجيات، حيث أصبحت تشكل خطراً على فئات الشباب والأطفال، إذ سادت مظاهر العنف والتطرف والإرهاب كما انتشرت المواقع الإباحية والتحليل الإلكتروني وغيرها، وباتت بذلك التربية الإعلامية الرقمية سبيل تحصينهم ضد مخاطر البيئة الرقمية الجديدة التي يزيد التصاقهم بها يوماً بعد يوم.

إننا في جيل رقمي جديد يستوجب الوقوف على خصوصياته، حتى يتربى على قيم ومبادئ يسميها البعض رقمية أو إفتراضية، لكن في الواقع الأمر لا تتناقض مع تلك «الواقعية» فمصطلح التربية الإعلامية الرقمية مصطلح يحمل في طياته مصطلحات أخرى كالمواطن الرقمي، السمعة الرقمية، الأثر الإلكتروني، فيكتسب مهارات الدفاع عن حقوقه ويتحمل مسؤولياته، ويتمكن من صناعة المحتويات الإعلامية الرقمية ونشرها وتداولها، فيتجاوز بذلك نظرة الخوف أو كما يسميها الباحث في علوم الاتصال الأستاذ جمال الزرن الإعلاموفييا.

تعتبر التربية الإعلامية الرقمية مبحثاً جدياً، يحتاج إلى تأصيل المفاهيم ذات العلاقة به وسبل واقعه وتنكيف الدراسات حوله، وفي النموذج التونسي كما قد أجرينا دراسة سابقة اعتمدت على تحقيق سوسيولوجي مصغر في وسط مدرسي (إعدادية)، تبين من خلاله أن المتعلم يتعامل مع وسائل الإعلام يومياً من خلال الوسائل التقليدية مثل التلفزيون والإذاعة والجرائد والمحاميل الرقمية، كما تبين لنا أن أغلب المتعلمين يملكون هواتف ذكية ومتصلين بشبكة الإنترنت رغم انتمائهم إلى أوساط اجتماعية متفاوتة، وفي المقابل وزارة التربية لا تنكر أهمية التربية الإعلامية، لكن لا تدرجها في المناهج التعليمية.

التزام صناع المحتوى الرقمي العراقي بمعايير الجودة العالمية دراسة مسحية لعينة من صانعي محتويات الأوعية الإلكترونية



د. صفاء حسام الشمري

كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق

dr.safadalshimary@gmail.com

ملخص البحث

تشكل صناعة المحتوى الرقمي عنصراً رئيساً في الحراك العالمي المتصرف بالرقمية على المستويات جميعها، بعد أن صارت نتائج قياس فاعليتها إحدى مؤشرات نجاح ووصول المنتجات المادية والفكرية إلى الأطراف المستهدفة بها عن طريق الإنترنيت، الذي صار مجالاً متاحاً لتقابل المضامين بين الأفراد والمجتمعات من دون قيود، لتؤثر بشكل كبير في أدائها وحتى بمسارات تمييتها.

لقد بدأ العالم يولي فائق عنايته بمقومات نجاح صناعة المحتوى الرقمي لما لها أهمية على الصعيد الاجتماعي المعاصر، بعدها عملية ترميز المضامين في الأوعية الرقمية بشكل مفهوم وميسّر للمستخدمين على وفق معايير وأسس وقواعد محددة وبشرط إضافة عنصر المعرفة، وإرتبطت تلك الصناعة بحق الملكية الذي يتطلب توافر مقومات فنية وتقنية.

ويأتي بحثنا: «التزام صناع المحتوى العراقي بمعايير الجودة العالمية»، المقدم إلى وقائع: (المؤتمر العلمي الدولي الثالث لقسم الإعلام في كلية الآداب والعلوم الاجتماعية بجامعة السلطان قابوس: الاتصال الجماهيري في البيئة الرقمية: بين ضرورات التربية الإعلامية ومتطلبات التعليم الإعلامي)، ليحاوّل أن يخوض في آليات تنظيم الصناعة غير المنهجية للمحتويات الرقمية في العراق، والتي أخذت تحدث تفاعلاً كبيراً، حتى وإن خالف الكثير منها القيم الاجتماعية والأخلاقية السائدة، بعد أن قوبلت بمتابعات وصلت إلى عشرات الملايين.

وتتمحور مشكلة البحث في التساؤل الرئيس: (ما مدیات إلتزام صناع الرقمي العراقي بمعايير الجودة العالمية في إنتاجهم للمحتويات عبر الأوعية الإلكترونية المختلفة؟)، بدراسة مسحية لعينة من صانعي المحتويات في الأوعية الإلكترونية في المجالات: (الشخصية/ الاجتماعية، والقطاع العام، والتجاري)، ممن تمت استبانتهم إلكترونياً، لقياس معرفتهم ومن ثم إلتزامهم بمعايير الدولية: (معايير المحتوى/ المعايير التكنولوجية/ المعايير الفنية/ المعايير الأخلاقية).

وإن كانت هناك مؤسسات تعليمية أو إعلامية تعمل على تطوير ممارساتهم الرقمية وتدرّيبها، في ظل الحاجة إلى مثل تلك الأدوات، مع تطور «أنماط التربية والتعليم الإعلامي من حيث الاستخدام والتلقى» التي يشدد عليها المحور الثاني من المؤتمر، إلى جانب توصيف الواقع الميداني للظاهرة الرقمية المحلية بشكل عام، ومعرفة منطلقات صناعة محتويات عبر وسائلها، سواء أكانت مقالية أم فيديوية أم صورية أم صوتية، وصولاً إلى النتائج التي ستخرج عنها توصيات الباحث ومقتراحاته.

واقع برامج التدريب وتعليم التربية الإعلامية في المؤسسات الإعلامية الجزائرية



أ. آمال محرز حسين د. بایة سیفون

جامعة محمد بوضياف، مسيلة، الجزائر

amel.mahrez@univ-msila.dz

ملخص البحث

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع برامج التدريب الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الجزائرية ومدى اهتمامها بدمج التربية الإعلامية في سياساتها التكوينية ل الإعلاميين.

ومن أجل ذلك ستعرض الدراسة بالتحليل مختلف التricsات التكوينية والتأهيلية لممارسي الإعلام في الجزائر والمترتبة بمعايير التربية الإعلامية، وستسلط الضوء على مدى استفادة الصحفيين من هذه التكوينات في التعامل مع المضمون الإعلامي فرزا تفسيرا صياغة وانتاجا.

وتبع أهمية هذه الدراسة من كونها تقف على واقع برامج التدريب الإعلامي في الجزائر في عصر التقنيات الحديثة وسبل تطويره مع إيضاح أهمية دمج التربية الإعلامية في البرامج التكوينية وإبراز دور المؤسسات الإعلامية وفقا لآراء ممارسي الإعلام، وعليه يأتي السؤال الجوهرى للدراسة كالتالي:

ما واقع دمج التربية الإعلامية في برامج تدريب الإعلاميين في ظل تحولات العصر الرقمي من وجهة نظر الإعلاميين الجزائريين؟ وللإجابة عن السؤال الجوهرى، ستحاول هذه الدراسة التعرف على ملامح مناهج التدريب الإعلامي للصحفيين ورصد آرائهم حول برامج التربية الإعلامية لتعليم وتكوين الإعلاميين الواجب توافرها في سياسات التكوين لدى المؤسسات الإعلامية.

ستخلص الدراسة الى تقديم مجموعة من المقترنات حول سبل تطوير مناهج التدريب الإعلامي في ظل البيئة الرقمية وستضع تصور مقترن لذلك وفقا لآراء عينة البحث.

وبناء عليه، ستعتمد الباحثة على المنهج المسحي لعينة عمدية من ممارسي الإعلام في المؤسسات الإعلامية، وأداتي الاستبيان والمقابلة.



Session Eight

«Sharing Experiences, Promoting Ideas: Media Literacy Projects in the Arab world»

Thursday 25 March 2021

13:00 - 14:15



Reading, Learning ... and Producing Their Own Media



Prof. Carola Richter

FU Berlin and AREACORE, Germany

carola.richter@fu-berlin.de

Abstract

One main element in media literacy is to not only learn about the media, but to produce media products on his or her own. Only then the logic of media production as well as ethical research skills and transparent dissemination can be acquired and internalized. We will present the an innovative eLearning platform on Arab Media including film material produced jointly by intercultural student teams. The backbone of this platform is intercultural exchange and teaching that creates a deeper understanding of media literacy across borders. This project has been facilitated by AREACORE which is the acronym of Arab-European Association of Media and Communication Researchers. It comprises 11 institutional partners, including major media and journalism institutes in the MENA region stretching from Morocco to Iraq.

Media Literacy ... Critical Minds for Critical Times



Ms. Bayan Tal

Jordan Media Institute, Jordan

bayantal@gmail.com

Abstract

Jordan Media Institute (JMI) has been actively introducing Media and Information Literacy (MIL) into Jordan since 2016. We worked with the Ministries of Education, Higher Education and Youth, training hundreds of academics, students and youth and engaged Civil Society Organizations. The initial pilot project involved training 24 teachers from eight public (boys and girls) schools who in turn set up MIL clubs at their schools. More than 120 students from grades 9-7, including Syrian refugees, joined clubs which convened once a week either before or after school hours. The impact on the young students and the enthusiasm and dedication of the teachers helped convince the government to integrate MIL into grades seven, eight and 10.

All these efforts made JMI the recipient of UNESCO's GAPMIL Award for 2018. To ensure further dissemination and sustainability, JMI drafted a strategic framework for introducing MIL on a national scale which was adopted by the government and JMI named the implementing partner. We will present this strategic framework in this panel.

Promoting Transparency and Freedom of Speech



Ms. Buthayna Al-Semeiri

Birzeit University, Media Development Center, Palestine

bsomeiri@birzeit.edu

Abstract

Birzeit University's Media Development Center has been involved in a number of MIL projects, including training more than 3000 participants of school students, fresh graduates, women, youth, municipalities' members, governmental and non-governmental entities, as well the development of a Media Literacy Manual to be used in educational contexts in Palestine. For us, promoting transparency and freedom of speech when addressing social, political, and cultural issues is important during the capacity building and training, as both a basis and symbol of a fair, participatory, inclusive and democratic society. Through media literacy we aim to empower people to realize their rights; and to assist those responsible for upholding such rights in ensuring that they are implemented. The presentation will give more insights into this approach as it also reflects the specific circumstances in Palestine.

Advancing Skills in Critically Reading Media



Dr. Jad Melki

Communication Arts Dept., Lebanese American University

jmelki@lau.edu.lb

Abstract

Aiming to advance young people's and journalists' skills in critically engaging with the media, we decided to institutionalize a Media and Digital Literacy Academy. MDLAB runs each year an intensive summer academy that bring together academics, students, journalists and activists to learn, train, network and socialize on all matters related to media and digital literacy. The result of these trainings is a curriculum in media and digital literacy which has been adopted by 40 Arab universities and schools in 12 Arab countries. We will present how the academy works on developing further an MDL curriculum that includes modules and training manuals including course plans, multimedia, and case studies.



الجلسة التاسعة «البحث العلمي في مجال التربية الإعلامية»

الخميس 25 مارس 2021

16:15 - 15:00

التربية الإعلامية بالعالم العربي قراءة في البراديغمات النظرية والرهانات التربوية



د. مصطفى المريط

جامعة سيدى محمد بن عبد الله، فاس، المملكة المغربية

lamret_mostafa@yahoo.fr

ملخص البحث

ستحاول هذه الورقة البحثية تبع أهم البراديغمات الموجهة للأطر النظرية للتربية الإعلامية عبر مسارها وتحولاتها وقطائعها الأبستيمولوجية، وما صاحب ذلك من تغير مواز للرؤية والمنظور بتطور وسائل الاتصال والإعلام والعلوم المتصلة بها، ببحثها عن مزيد من المشروعية والشرعية العلمية؛ موقنين أن بناء مشاريع للتربية والتعليم الإعلامي بالوطن العربي لا تستقيم إلا بفهم أولي للجذور الفلسفية المؤسسة للظاهرة الإعلامية باعتبارها حقولاً نظرياً وتطبيقياً من مجالات العلوم الإنسانية، وبعدها من أبعاد الظاهرة الإنسانية المعقدة والمركبة في العلوم الإنسانية، وباستحضار الإشكالات الأبستيمولوجية المتعلقة بموضعية الظاهرة الإعلامية والحقيقة العلمية والموضوعية وتعدد المناهج الكمية والكيفية ونمذجية النظريات العلمية المتراكمة في هذا المجال.

ولا شك أن هذا الوعي الجينيالوجي (الولادة والنشأة) والريزوماتيكي (الجدموري) المؤطر معرفياً ومنهجياً سيسمح في الاستفادة من هذا التراكم العلمي في هذا المجال بتجاوز هفوته، وسيسمح بالاطلاع النقدي على تطبيقاته الدولية الواعدة في هذا المجال، وسيسهل سيرورة تبيئة المشاريع والدلائل الموجهة ل التربية المترافق واستخداماته باستحضار السياقات والقيود السياسية والاقتصادية والثقافية، وإنتاج المضامين الإعلامية الثقافية الملائمة؛ والرهان المستقبلي على بناء نظريات ونماذج علمية عربية خاصة تتجاوز التقني الجاهز السلبي السائد لنظريات الاتصال والإعلام وتطبيقاتها عامة، وفي مجال التربية الإعلامية وتطبيقاتها خاصة.

بحث التربية الإعلامية في البلدان العربية في عصر الرقمنة والوسائط المدمجة - مقاربة نقدية -



د. محمد شطاح

كلية الاتصال والإعلام، جامعة العين، أبو ظبي، الإمارات

mohamed.chettah@aau.ac.ae

chettah_mohamed@yahoo.fr

ملخص البحث

بدأ الاهتمام بدراسة العلاقة بين الإعلام والتربية منذ عدة عقود، وزادت هذه ثورة وسائل الاتصال، وبروز ما بات يطلق عليه بالمجتمع الإعلامي انتشاراً وتوسعاً. إنه المجتمع الذي يدين فيه أفراده بشكل كبير إلى وسائل الإعلام في إشباع حاجاتهم المختلفة للمعلومة والمعرفة. وقد اهتمت الدول والمنظمات بالموضوع، وكانت اليونسكو - لطبعتها - في المقدمة، منذ الدورة السادسة والثلاثين للمؤتمر الدولي للتربية في عام 1977. وكانت الانطلاقـة بالاهتمام بالإعلام التربوي (التربية بالإعلام) الذي يعني: «كل ما تتضمنه شبكات البرامج الإذاعية والتليفزيونية والمطبوعات من صحف ومجلـات، من موضوعات ومحـويات تـربـوية، موجهـة لجمهـور عام أو خـاص، بغـرض إشبـاع حاجـاته التـربـوية والتـعلـيمـية، وتطـوـير قـدرـاته وخبرـاته وتنـمية اتجـاهـاته وتقـوـيم سـلـوكـه وفقـ قـيـم وـمعـايـير تعـزـز مـشـارـكتـه وـمسـاـهمـته فيـ الجـهـد العـام لـالمـجـتمـع الـذـي يـنـتمـي إـلـيـه». ثم اتـجـه الـاهـتمـام لـاحـقاً لـفـهـوم التـربـية الإـعلامـية أو «التـربـية عـلـى وـسـائـل الإـعلامـ» وقد حـددـته اليـونـسـكو فيـ: «ـكـل أـشـكـال درـاسـة وـتـعـلـيم فيـ مـخـتـلـف المـسـتـوـيات، وـمـخـتـلـف الـظـرـوف وـالـوـضـعـيـات، تـارـيخ وـطـرـق اـسـتـخـادـ وـتـقـيـيم وـسـائـل الإـعلامـ، كـأـدـوـات فـنـيـة وـتـقـنيـة، وـالتـعـرـف عـلـى المـكـانـة الـتـي تـحـتلـها فيـ المـجـتمـع، وـتـأـثـيرـاتـها عـلـيـه». لقد أـجـريـت فيـ السـنـوـات الـآخـرـة العـدـيد منـ الـبـحـوث وـالـدـرـاسـات وـالـتـجـارـب، تـقاـولـت فيـ مجـملـها عـدـد منـ القـضاـيا وـالـمـشـكـلات ذاتـ الـعـلـاقـة بـالـمـوـضـوـعـ، وـكـذـلـك كانـ الـحـال فيـ الـبـلـاد الـعـرـبـيـة. الـدـرـاسـة مـحاـوـلـة علمـيـة نقـديـة تـتـاـوـلـ تـجـرـيـة بـحـوث التـربـية الإـعلامـيـة فيـ الـمـنـطـقـة فيـ عـصـر الرـقـمـنـة وـالـوـسـائـل المـدـمـجـة منـ خـلـال مـسـح لـعـدـد منـ الـدـرـاسـات الـحـدـيثـة، وـمـحاـوـلـة الإـجـابـة عـلـى عـدـد منـ الـأـسـئـلـة، أـهمـها:

- ما هي القضايا والموضوعات التي تناولتها بحوث التربية الإعلامية؟
- ما هي المقاربـات التي تـبـنـتـها بـحـوث التـربـية الإـعلامـيـة؟
- ما هي أهم المناهج والأدوات التي وظفت في بـحـوث التـربـية الإـعلامـيـة؟
- ما هي الوسائل والعناصر الاتصالية التي اهتمت بها بـحـوث التـربـية الإـعلامـيـة؟
- ما هي آفاق البحث في التربية الإعلامية، في عـصـر الرـقـمـنـة وـالـوـسـائـل المـدـمـجـة بـالـمـنـطـقـة؟

«تطور دراسات التربية الإعلامية في المدرسة الأكاديمية المصرية، والعوامل المؤثرة فيها في العقدين الأول والثاني من القرن الحادي والعشرين، دراسة تقويمية»



أ.د. عماد الدين علي أحمد جابر

كلية الآداب، جامعة حلوان، مصر، جامعة الفجيرة، الإمارات

emadeldingaber@gmail.com

ملخص البحث

المشكلة البحثية: تدور المشكلة البحثية حول مراجعة وتحليل التراث العلمي الأكاديمي لبحوث تناولت التربية الإعلامية في المدرسة الأكاديمية المصرية، لأجل الرصد العلمي والموضوعي والمنظم لها، بهدف الوقوف على الإسهامات المصرية في مجال التربية الإعلامية، وقياس تطور اتجاهات ومسارات دراسات وأبحاث التربية الإعلامية بها من حيث القضايا والمناهج والأدوات البحثية، ومدى تقديمها لصيغة ومنظومة علمية يمكن الاسترشاد بها في باقي البلدان العربية في مجال التربية الإعلامية.

أهداف البحث والدراسة :

- المراجعة العلمية والمنهجية لبحوث ودراسات التربية الإعلامية في المدرسة الأكاديمية المصرية، بغية الوقوف على اتجاهات التطور في هذه الدراسات في نوعية القضايا المطروحة ونماذج الاتصال والزطر النظرية المستخدمة، والزطر المنهجية (المناهج والأدوات البحثية).
- تسليط الضوء على تأثيرات تحولات العصر الرقمي على دراسات التربية الإعلامية في المدرسة الأكاديمية المصرية من زوايا فلسفية ومنهجية وتطبيقية عملية.
- إجراء الدراسات المقارنة دراسات التربية الإعلامية على مستوى القضايا والأطر النظرية والمنهجية.
- تقديم رؤية نقدية حول مالات تطور دراسات التربية الإعلامية، ومدى مساهمتها في تعزيز قدرات الجمهور ومهاراته في فهم المادة الإعلامية وانتقادها والتعامل معها بصورة فعالة، وفي ظل بيئة إعلامية تتسم بالتحول والتجدد المستمر.
- أسلوب التحليل: سوف تعتمد الدراسة على أسلوب التحليل من المستوى الثاني Secondary Data Analysis الذي ابتكره Rogers في الثمانينيات من القرن العشرين، والتي تستخدم في تحليل عناصر ومؤشرات نتائج التراث العلمي في أي حقل من الحقول المعرفية، للتعرف على أنماط القوة والضعف في هذا التراث من خلال دراسة مسارات تطوره معرفياً ونظرياً ومنهجياً، ودراسة المتغيرات والعوامل المؤثرة في مسارات هذا التطور على المدى الزمني الممتد والمتسع.

الفلسفة الإيمانية وثورة الإعلام والاتصال (طه عبد الرحمن وتأسيس نموذج تربوي إعلامي)



د. الطاهر حسين محمد الشريف

جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، ولاية باتنة، الجزائر

taharfalsafa05@gmail.com

ملخص البحث

يندرج موضوع الورقة البحثية في خانة الفلسفة الاجتماعية وفلسفة الأخلاق وفلسفة التربية، والتي من بين قضاياها ثورة الإعلام والاتصال، هذه الثورة التي تزامنت مع ظهور فلسفات الاختلاف أو ما بعد الحداثة، وكذلك انتشار الاقتصاد الخدمي الذي أفرز الثقافة الإستهلاكية، وبالتدخل بين الاقتصاد الخدمي والثقافة الإستهلاكية أصبح الإعلام أهم وسيلة لتكريس كلا من الثقافة الإستهلاكية واقتصاد الخدمات، وهنا المعضلة الأخلاقية التي واجهها الفلاسفة، حيث أن أخلاقيات الواجب إنها رأت، وحلت محلها أخلاق اللذة المطلقة اللانهائية، وهنا تبرز فلسفات الاختلاف كتكريس لهيمنة أخلاق اللذة، مع خطورة هكذا أخلاق، وحيث أنها ستؤدي إلى إنهاصار المسؤولية وهو ما ناقشه جيل ليوبوفتسكي، وإنهاصار القيم والثوابت الأخلاقية وهو ما ناقشه زيفمونت باومان، ناهيك عن تفكيرك إنسانية الإنسان كما عبر عن ذلك عبد الوهاب المسيري. وهذا يطرح السؤال التالي: إذا كانت وسائل الإعلام والاتصال ضرورية، وأخلاق الالتزام والمسؤولية ضرورية، فهل يمكن إقامة تجاسر وترابط بينهما؟ وهل يمكن بناء نموذج تربوي إعلامي يحمل قيم الالتزام والواجب؟ أمام هذا المأزق الأخلاقي للثورة المعلوماتية ظهرت فلسفة طه عبد الرحمن الإيمانية، وهي فلسفة إسلامية إلحادية، تتطرق من مبادئ ثلاثة وهي: مبدأ الأمانة الذي حدد من خلاله الوظيفة الوجودية للإنسان، ثم مبدأ الشاهدية والذي من خلاله تحديد مفهوم الإنسان، وأخيراً مفهوم التزكية الذي هو ربط بين المبدئين السابقين، ولهم وظيفة تربوية، الأخيرة تهض بالقيم الأخلاقية التي أساسها الحياة، وهنا تكمن فلسفة الأخلاق والتربية الموجهة للثورة الإعلامية، نحو استعادة للأخلاق لا هدم لها.

وتأتي خطة الورقة على النحو التالي:

مقدمة: وفيها طرح المشكلة الأخلاقية التربوية للثورة الاتصال والمعلوماتية

أولاً: تدابع الثقافة الإستهلاكية ووسائل الاتصال في هدم الأخلاق

ثانياً: الفلسفة الإيمانية وأخلاق الحياة

ثالثاً: الأخلاق الإيمانية وبناء نموذج التربية الإعلامية

رابعاً: نقد

خاتمة



الجلسة العاشرة

«بحوث ودراسات التعليم الإعلامي في العالم العربي»

الخميس 25 مارس 2021

16:15 - 15:00

معالم التعليم الإعلامي في السودان: الواقع والتحديات وآفاق المستقبل



د. سيف الدين حسن العوض

جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، إستشاري زائر بجامعة السلطان قابوس

safeelawad@hotmail.com

ملخص البحث

شهد السودان في السنوات الأخيرة، كما شهدت كثير من الدول العربية والأفريقية ازدياد الاعتراف بالمتخصصين في علوم الاتصال والإعلام، وازدياد الاهتمام بإنشاء أقسام وكليات علوم الاتصال والإعلام في الجامعات، إلا أنه لم يصحب ذلك إلى اليوم نقاش جاد أو مبادرات تتناول واقع تعليم الإعلام، المبادرات القليلة، في حدود علم الباحث، أطلقتها كل من الجمعية السعودية للإعلام والاتصال من خلال إقامة المنتدى الإعلامي السنوي الثالث تحت عنوان: التعليم والتدريب الإعلامي في الوطن العربي، والذي أستضافته جامعة الملك سعود في الرياض خلال الفترة من 3 - 6 ديسمبر 2005م، بالإضافة لمبادرة منظمة اليونسكو بالتعاون مع جامعة القاهرة في العام 2011م، لتقدير أداء كليات الصحافة المصرية. أما السودان فقد عقد أول مؤتمر من نوعه لتقدير مناهج كليات وأقسام الإعلام بمبادرة من قطاع الإعلام بمجلس العلماء والخبراء السودانيين بالخارج، في يوليو من العام 2018م، وسط رفض من بعض الأكاديميين والخبراء في عدد من الجامعات السودانية.

ويأتي هذا البحث ليكشف عن جوهر معالم التعليم الإعلامي في السودان، وذلك بهدف معالجة مبادئه ومفاهيمه وتطبيقاته وآثاره، ولكشف المزيد من معالمه، وممارسته بصورة إيجابية ومعتدلة. وقد صمم هذا البحث الترسيبي ليوجه نظرة متسعة إلى موضوعه. وفي هذا البحث تم الاعتماد على نصوص منقحة عن نشأة وواقع التعليم الإعلامي في السودان، وتحليلات مضامينه، التي أبدتها عدد من علماء الإعلام، بالإضافة إلى استصحاب حي للمناهج الحالية للكليات وأقسام الإعلام في السودان، والنظر بعين الاعتبار إلى معطيات علوم الاتصال والإعلام، وما اهتدى إليه أصحاب النظر الثاقب من المفكرين والعلماء. وهذا البحث تشعب مساراته، وتمدد في اتجاهات مختلفة ومتباينة، فهو من قبيل الاشكاليات الإنسانية والاجتماعية الكبرى، ذات الامتدادات النظرية والموضوعية، والزمنية، والمكانية، التي يصعب القطع في أمر حدودها بشكل حاسم. لأن من شأن هذه الاشكاليات أن تتدخل بطبعتها، ويؤثر بعضها في بعض بشكل دائم. ولاتساع مجال هذا البحث، وتتنوع مناطق التركيز فيه فقد أتبى الباحث في دراسته المنهج الظاهراتي، والمنهج التاريخي.

واقع التعليم الإعلامي الجامعي في الوطن العربي

دراسة تحليلية نقدية



أ. شمسة سالم البدارية

وزارة الإعلام، سلطنة عُمان

sunmalak2013@gmail.com

أ. أmany سليمان العبرية

باحثة، سلطنة عُمان

amani1141@gmail.com

ملخص البحث

تهدف هذه الدراسة إلى تشخيص ووصف وتحليل واقع التعليم الإعلامي الجامعي في الوطن العربي، والبحث في التحديات التي تواجهه ووضع رؤية لتطوير التعليم الإعلامي الجامعي بما يتواكب مع تطورات العصر. وتعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي للمصادر والأدبيات العلمية المتوفرة في مجال الدراسة، ويشمل مجال الدراسة كليات وأقسام الإعلام في دول الوطن العربي.

وتوصلت الدراسة إلى أن التعليم الإعلامي الجامعي في الوطن العربي بدأ في عام 1939 في القاهرة، وأن هناك ما يقارب 200 برنامجاً جامعياً حكومياً وخاصةً لتدريس الإعلام في الوطن العربي، وأن اللغة العربية هي اللغة المسيطرة على تدريس الإعلام في أغلب الجامعات، كما غالب الجانب النظري على الجانب التطبيقي في التعليم الإعلامي الجامعي في الوطن العربي.

وأشارت النتائج إلى أن أبرز التحديات التي تواجه التعليم الإعلامي الجامعي في الوطن العربي تمثلت في وجود تفاوت في مؤهلات وخبرات أعضاء هيئة التدريس في كليات وأقسام الإعلام، وعدم وجود معايير وشروط لقبول الطلبة للالتحاق بدراسة الإعلام، وعدم توفر بيئة تعليمية إعلامية جيدة مناسبة للطلبة، وعدم وجود أماكن للتدريب في بعض المؤسسات التعليمية كاستوديوهات الإذاعة والتلفزيون ومعامل الصحافة، بالإضافة إلى عدم مواكبة المقررات والخطط الدراسية للتطورات التكنولوجية لوسائل الإعلام الحديثة والشبكات الإلكترونية.

كما قدمت الدراسة رؤية مستقبلية مقترنة بتطوير تعليم الإعلام في الجامعات العربية بما يتواافق مع المستجدات والتطورات في العصر الرقمي.

استخدامات مؤسسات التكوين الإعلامي لوسائل الإعلام: بين إشباعات المتكوين ومتطلبات التكوين دراسة حالة طلبة الإعلام في تونس



د. حنان المليطي

معهد الصحافة وعلوم الاخبار، جامعة منوبة، تونس

m.hanen.m@gmail.com

ملخص البحث

تذهب العديد من الدراسات إلى أن الإعلام بوسائله المختلفة يلعب دوراً جوهرياً في تشكيل وجدان الجماهير وفي تشكيل إدراكيهم ووعيهم، وإدراكاً من التربويين والأكاديميين لأهمية هذا الدور وعزم شأنه أصبح الإعلام وسيطاً لا غنى عنه من وسائل التّربية والتّكوين الحديثة خصوصاً مع ترافق انتشار وسائل الإعلام بوفرة اتصالية وتكنولوجية وانفجار معرفي في هائل.

ضمن هذا السياق نهدف في هذه الدراسة إلى إبراز متطلبات وضرورة استخدام واستغلال وسائل الإعلام - والتّقليدية منها بالأساس - في عملية التّكوين والتّعلم الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأكاديمية فقصد تحقيق التّكامل والانسجام بين مخرجات الفضاء الأكاديمي ومتطلبات الفضاء المهني وكذلك لتعزيز قدرات الجمهور في فهم المادة الإعلامية المقدمة ولم لا الذهاب إلى نقدها.

وعليه، سيكون بحثاً متمحوراً حول الإشكالية التالية: ما مدى أهمية استخدامات مؤسسات التّكوين الإعلامي الأكاديمي لوسائل الإعلام التقليدية وأي إشباعات ستتحقق لطلبة الإعلام (المتكوينون) جراء ذلك وضمن أي رهانات؟؟

نظريّاً سنستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات أمّا منهجياً فسنعتمد على منهج دراسة الحالة المتمثل في البرنامج الأسبوعي «ورشة الصحافة» محل اتفاقية الشّراكة بين معهد الصحافة وعلوم الاخبار - المؤسّسة الأكاديمية العموميّة الوحيدة للإعلام بتونس - وإذاعة تونس الثقافية. يعدّ فقرات البرنامج طلبة المعهد بمختلف مستوياتهم للتدريب على مختلف الأشكال الصحفية والتّقديم الإذاعي مع تحديد مواضع أسبوعية للفرض تبعاً لاجتماعات التحرير وذلك بإشراف مزدوج: بيداغوجي أكاديمي من المعهد ومهني من الإذاعة. وسنعتمد إلى استبيان يمسح الطلبة المشاركين في البرنامج وكذلك المشرفين عليه لتبيّن متطلبات هذه الاستخدامات لوسائل الإعلام في عملية التّكوين واسباعاتها ورهاناتها.

دواتع دراسة الإعلام لدى طلاب جامعة السلطان قابوس: دراسة مقارنة بين عامي 2016م و2021م



أ. نورة السيابي

قسم الإعلام، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عمان

n.alsiyabi1@squ.edu.om

ملخص البحث

تهدف الدراسة إلى كشف وتحليل العوامل التي تدفع الطلاب إلى الالتحاق بتخصص الإعلام في جامعة السلطان قابوس في عام 2021م، ومقارنة هذه النتائج بنتائج دراسة مسحية تم جمع بياناتها في عام 2016م، حيث تم اختيار عينة بلغ عددها 78 من طلاب قسم الإعلام في 2016م.

وتakash الدراسة عدداً من العوامل التي تدفع الطلاب لدراسة الإعلام منها: فرص السفر المحتملة، الشهرة، المساعدة في بناء الوطن، متعة الكتابة، محاربة الظلم، مسألة أصحاب السلطة، مساعدة الحكومة في تحقيق أهدافها، وغيرها من العوامل الأخرى.

تستند الدراسة إلى منهج المسح الإعلامي، وتستخدم الاستبيان الإلكتروني كأداة للدراسة. وتستهدف الدراسة طلاب قسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس، مع تحديد عينة عددها 78 طالب وطالبة من جميع المراحل الدراسية في القسم وذلك لضرورة توافق عدد العينة مع العينة التي تم دراستها في 2016م.

أشارت نتائج الدراسة إلى أن كلا المجموعتين في 2016م و2021م اتفقنا على أن دافع المساعدة في بناء الوطن هو الدافع الأكثر أهمية بالنسبة لها للالتحاق بتخصص الإعلام. يأتي بعد ذلك دافع القدرة على الإبداع، كما اتفقت المجموعتين على أن دافع الشهرة هو الدافع الأقل أهمية للالتحاق بتخصص الإعلام.



الجلسة الحادية عشر

«التدريب الإعلامي بين المتطلبات الأكademية وبين متطلبات سوق العمل»

الخميس 25 مارس 2021

18:00 - 16:30

ميكانيزمات التعليم الإعلامي في الجزائر بين العشوائية المهنية ومحدودية التعليم «نحو البحث عن استراتيجية في التعليم والتكوين»

د. ليلى محمود بن عائشة

جامعة محمد لين دباغين، سطيف 2، الجزائر

leila_benaicha@yahoo.fr

ملخص البحث

يشكل التعليم الإعلامي في الجزائر مبتغى علميا ينشده الكثير من طلاب العلم وهواة الإعلام ومحبيه، فالثابت الذي لا جدال حوله أنه بات أكثر من ضرورة حتمية يقتضيها العصر في ظل سلطوية (أو ربما تسلط) اكتسبهما الإعلام بحكم التطور التكنولوجي والرقمي الرهيب الذي غير معالم السلطة ووجه السياسة، وقوض مفاهيم جامدة ومستقرة، وفكك منظومات ثابتة في تركيبتها ليعيد بناءها من جديد، ثم إن التغيرات الجذرية التي عرفها الإعلام في ظل العولمة سببت قلقا اجتماعيا وسياسيا واقتصاديا بل وحضاريا.. لا قبل للبشرية به .. قلق أحدث خلخلة زعزعت كيان ما كان مستقرا وآمنا إلى وقت قريب من الألفية التي انقضت لتهاوي معها منظومة من المفاهيم لصالح البحث عن رؤية مغايرة تصنع الاختلاف وتتشدّد التميز.

ومع تلاشي القيم المتعارف عليها وفشل القوانين المتوارثة تم خضت جملة من القضايا الشائكة التي تتخبط فيها المجتمعات المتأخرة على مستويات عدة لاسيما منها التعليم والتكوين الإعلاميين اللذان يتطلبان وعيًا بالمتغيرات واستعدادا كاملا وربما مثاليا لخوض حرب في بناء تكوين يستجيب للحظة الراهنة. ولا تشذ الجزائر، في الحقيقة - عن العديد من الدول التي تأخرت درجات عن اللحاق بركب التكنولوجيا وحداثة المناهج وقراءة راهن يتغير بريتم سريع؛ رغم المحاولات - فواقع التعليم الإعلامي بها يكشف عن قصور كبير يؤكده الافتقار إلى الكثير من الأبعديات والأساسيات؛ بل وينبئنا عن محدودية الرؤية بالنظر إلى السبل المتبعة، وسياسة التعليم المنتهجة في مؤسسات الدولة ممثلة في أقسام الإعلام ومعاهده على مستوى الجامعات الجزائرية التي ظلت تراوح مكانها، فيما تسعى مدارس / معاهد غير مؤهلة ماديا أو فكريا، في أن تسد الخلل بتخفيفها تحت احترافية زائفة، بينما تجد بعض المراكز الخاصة نفسها عاجزة عن تحقيق الأفضلية تعليما والإحترافية تكوينا بسبب العراقيل رغم أنها تحمل مشروعها ينبي بالكثير. ونتساءل ما الذي يقف عائقا خلف تطوير مناهج التعليم الإعلامي والارتقاء بحرفية التكوين؟ ثم ما الذي يحول دون الانفتاح في تطوير آليات التكوين والتدريب على حد سواء؟ ماهي السبل الكفيلة بوضع استراتيجية تقرأ واقع الحال وتسعى لإحداث الفرق؟ هذا ما ستتناول الورقة التالية الإجابة عنه.

تقييم فعالية التدريب الإعلامي في الجامعات الأردنية: دراسة مسحية على طلبة كلية الإعلام في جامعة اليرموك

د. ناهدة مخادمة

جامعة اليرموك، الأردن

naheda@yu.edu.jo

أ. أبو بكر رافت قرط

باحث إعلامي، فلسطين

abubakerqurt@yahoo.com

ملخص البحث

هدفت الدراسة إلى تقييم فعالية التدريب الإعلامي في الجامعات الأردنية من خلال إجراء مسح على طلبة كلية الإعلام في جامعة اليرموك من مختلف التخصصات، الصحافة، والإذاعة والتلفزيون، والعلاقات العامة والإعلان، واعتمدت الدراسة على أنموذج كيرك باتريك الذي يتناول عملية التقييم من خلال مستوياته الأربع: ردة الفعل، التعلم، تغير السلوك، ونتائج التدريب. لجأت هذه الدراسة الوصفية إلى المنهج المسحي بتبعة استبيان من عينة قصدية لـ 223 طالباً ممن تلقوا تدريبياً إعلامياً. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها ظهور مستوى تعلم مرتفع للمبحوثين المتلقين للبرامج التدريبية الإعلامية. في المقابل كان مستوى التغيير في سلوك المبحوثين متوضطاً بعد تلقיהם التدريب. كما أظهر الطلبة مستوىً عالياً من الرضا عن بيئه التدريب وتوقيته وأداء المدرب. أما بالنسبة لفرضيات الدراسة، فقد وُجدت علاقة بين ردود أفعال المبحوثين ومتغير السنة الدراسية لصالح طلبة السنة الثالثة، وعلاقة بين ردود أفعال المبحوثين ومتغير تخصصهم الدراسي لصالح طلبة الصحافة، من جانب آخر لم توجد علاقة بين مستوى تعلم المبحوثين ومتغير النوع الاجتماعي، أو السنة الدراسية، أو التخصص الدراسي. وأظهرت الدراسة وجود علاقة بين سلوك المبحوثين خلال التدريب الإعلامي ومتغير التخصص الدراسي لصالح طلبة الإذاعة والتلفزيون. وأخيراً، وُجدت علاقة بين نتائج التدريب الإعلامي لدى المبحوثين ومتغير التخصص الدراسي لصالح طلبة الإذاعة والتلفزيون.

الكلمات المفتاحية: تقييم، فعالية، التدريب الإعلامي، أنموذج كيرك باتريك.

توجهات الصحفيين المصريين نحو التدريب المهني ومدى فاعليته - دراسة للقائم بالاتصال -



د. مها عبد المجيد عطية

جامعة عجمان، الإمارات

m.attia@ajman.ac.ae

د. نجوى عبد السلام فهمي

جامعة زايد، الإمارات

nagwa.fahmy@zu.ac.ae

ملخص البحث

يتعدد الحديث بكثرة في الآونة الأخيرة عن التحديات التي تواجه الإعلام المصري، ومن بين هذه التحديات التأهيل المهني ورفع كفاءة العاملين في المجال الصحفي في مصر، خاصة فيما يتعلق بالتعامل مع مستحدثات العصر الرقمي وتأثيراتها في ممارسة الإعلام وفي علاقة الجمهور بالمنتج الإعلامي.

هذا التحدي يضاف إلى تحديات أخرى تشمل ضعف توزيع الصحف، والقصور في كفاءة الاعتماد على تقنيات إعلامية حديثة، والوقوع في أزمة ثقة مع الجمهور الذي أصبح يتوجه لمصادر بديلة يرى أنها الأكثر تعبيرًا عن واقعه واهتماماته الحقيقية، وعدم القدرة على جذب وإرضاء الأجيال الجديدة التي نشأت في ظل وجود شبكة الإنترنت.

تواجه مصر، مثلها مثل أي دولة نامية أخرى في الشرق الأوسط، العديد من التحديات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والسياسية. وما يجعل التدريب على الصحافة الرقمية في مصر قضية حيوية، هو سياق عمل الصحفيين المصريين، وما يواجهونه من مشكلات حتى في الوصول إلى بيانات دقيقة وحديثة وموثقة ، فضلاً عن مشاكل بيئه العمل التي يواجهونها وتحدد أحياناً من قدراتهم على تفعيل ما استفادوه من التدريب المهني.

ترصد الدراسة توجهات الصحفيين المصريين حول فعالية التدريب المهني والعوامل المؤثرة في كفاءته، وتحلل وتقاوش تصوراتهم بشأن الآليات التي يمكن أن ترفع من هذه الفعالية، وال المجالات التدريبية التي يطلبونها.

تستعين الدراسة بمدخل التسلسل الهرمي للتأثيرات The hierarchy of influences approach . هذا المدخل يدرس المهنية والاحترافية في الأداء الصحفي من خلال عدة مستويات تمثل في المحتوى الإعلامي، المستوى الفردي للصحفيين، الأجر والرواتب، التنظيم والإدارة وأخيراً العلاقة بالهيئات السياسية والاقتصادية في الدولة.

في إطار المستوى الفردي للتأثيرات ركزت الدراسة على العوامل التي تؤثر على مواقف الصحفيين الوظيفية وإنجاجتهم ودوافعهم لحضور التدريب الصحفي المتاح لهم، وانعكاس ذلك على إنتاجيّتهم الإعلامية وال مجالات التدريبية التي يرغبون في الحصول عليها.

تجمع الدراسة بين أسلوبين التحليل الكمي والكمي، وقد تم تطبيق أداتي الاستبيان الإلكتروني والمقابلة المعمقة على عينة من الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية المصرية سواء الحكومية أو الخاصة وأيضاً عدد من المدربين الصحفيين وذلك خلال الفترة من مارس 2019 وحتى يونيو 2020.

اتجاهات الأكاديميين السعوديين نحو برامج التعليم الإعلامي في ضوء التحول الرقمي:

دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة الملك عبد العزيز



د. رضوان دراجي سلامن

كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، السعودية

renemals@kau.edu.sa

slamene.radouane@gmail.com

ملخص البحث

منذ بداية ستينيات القرن العشرين شهدت المحافل الأكademie الغربية جدلاً واسعاً حول مفهوم جديد ظهر في حقول المعرفة الإنسانية وهو التربية والتعليم الإعلامي Media Education باشرت معها البلدان المتقدمة إعادة النظر في مناهج وبرامج التربية والتعليم الإعلامي وقدمت نماذج تتناسب مع مناخها الاجتماعي والثقافي. في حين لا تزال المنظومة التربوية والعلمية في المنطقة العربية متخلفة في هذا المجال، ومع ذلك يمكن رصد بعض المبادرات والإجراءات التي تقوم بها بعض بلدان مجلس التعاون الخليجي، هذه البلدان تشهد استقراراً سياسياً، ونمطاً معيشياً مرتفعاً، وتوجهها عاماً نحو التحول الرقمي وخاصة المملكة العربية السعودية بعد إطلاقها لرؤية 2030 وطموحها نحو تحديث مناهج التعليم الإعلامي كرهان لتطوير منظومتها التربوية والعلمية.

وحتى نتمكن من تقييم برامج التعليم الإعلامي في المملكة العربية السعودية ينبغي النزول إلى الميدان من خلال هذه الدراسة الميدانية المسحية باستخدام أداة استمار الاستبيان المبنية وفقاً لقياس Likert يتم توزيعها على عينة من الأكاديميين أعضاء هيئة التدريس بجامعة الملك عبد العزيز، بناءً على مؤشرات دقيقة تترجم اتجاهاتهم وأرائهم وتقودنا في النهاية إلى نتائج معبرة نستطيع من خلالها استقراء وتقييم برامج التعليم الإعلامي وفقاً لوجهات نظر الأساتذة كمختصين وباعتبارهم شركاء أساسيين سواء في العملية التعليمية أو عند صياغة هذه البرامج أو مراقبة جدواها ومدى فعاليتها. ومنه يمكننا الإجابة على حزمة من الفرضيات والتساؤلات التي تتبع عن سؤال جوهري مرده:

- ما هي أبرز اتجاهات أساتذة جامعة الملك عبد العزيز نحو برامج التعليم الإعلامي في ضوء التحول الرقمي؟



الجلسة الثانية عشر

«تقدير الممارسات التربوية والتعليمية في مجال الإعلام»

الخميس 25 مارس 2021

18:00 - 16:30

مستقبل التربية الإعلامية في منطقة الخليج على ضوء تغييرات البيئة الرقمية من وجهة نظر أساتذة الإعلام والاتصال الجماهيري بالجامعات الإماراتية

د. بهاء الدين علي بشير

كلية الإعلام، جامعة أم القرى، الإمارات

baha.basheer@yahoo.com

ملخص البحث

يمكن القول إن أول مؤشر على أهمية التربية الإعلامية أن منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم «اليونسكو-UNESCO» تعدّها جزءاً من الحقوق الأساسية لكل مواطن، في كل بلد من بلدان العالم، وتوصي بضرورة إدخال التربية الإعلامية حيثما أمكن، ضمن المناهج التربوية الوطنية، وكذلك إدخالها ضمن أنظمة التعليم غير الرسمية، والتعلم مدى الحياة.

ودعت منظمة (اليونسكو) لأهمية التربية الإعلامية بعبارة مهمة تمثلت في: «يجب أن نعد النشء للعيش في عالم سلطة الصورة والصوت والكلمة»، حيث ترى المنظمة أهمية التربية الإعلامية بسبب سلطة الإعلام المؤثرة في العالم المعاصر خاصة في ظل تغيرات البيئة الرقمية وعصر ما يعرف بالإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي أو التفاعلي.

لقد أحكم الإعلام سيطرته على العالم، مربياً معلماً موجهاً ومسلياً، يظهر كل يوم بوجه جديد، وأسلوب مبتكر، وتقنية مدهشة، متجاوزاً حدود الزمان والمكان، وأصبح بذلك يملك النصيب الأكبر في التنشئة، والتأثير والتوجيه، والتربية ، ولذا فإن الإنسان إذا لم واعياً إعلامياً فإن التيار الجارف سيجرفه، فهناك أشياء كثيرة لا يضر الجهل بها غير أن الوعي الإعلامي ليس واحداً منها. فالمقصود بالتربية الإعلامية، أو كما يشاء البعض تسميتها بمحو الأمية الإعلامية، هو امتلاك المهارات والفهم، والوعي الكامل للتعامل مع وسائل الإعلام المختلفة، بوعي وذكاء ومسؤولية.

وقد بدأت الكثير من دول العالم اهتماماً مبكراً بالتربية الإعلامية، حيث أصبحت هناك العديد من التجارب العملية في مجال تطبيق التربية الإعلامية على مستوى العالم، وفي العالم العربي، وفي منطقة الخليج العربي على وجه الخصوص بدأ الاهتمام واضحاً بموضوع التربية الإعلامية، فقد نظمت وزارة التربية والتعليم الإماراتية عدة مؤتمرات علمية خصصت لموضوع التربية الإعلامية بحضور نخبة من الخبراء والإعلاميين والتربويين من داخل وخارج الدولة. وذلك في سياق حرص الوزارة على نشر مفهوم التربية الإعلامية وفق أطر عملية ترسخ قيم ومبادئ الدولة، بجانب التعرف على مختلف التجارب الناجحة والرائدة في العالم في هذا المجال، ومن جانبها حرصت المملكة العربية السعودية ممثلة في وزارة التربية والتعليم علىأخذ زمام المبادرة في نشر مفهوم التربية الإعلامية على مستوى قارة آسيا والخليج العربي، وذلك باحتضانها المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، والذي أقيم في عام 2007م، وتجاوز عدد المشاركين 3000 شخصاً يمثلون قيادات تربوية وإعلامية وثقافية من مختلف دول العالم. وفي سلطنة عمان يأتي هذا المؤتمر إضافة إلى جهود السلطنة في ذات المجال.

التربية الإعلامية في المناهج التربوية الجزائرية الواقع والآفاق في ظل الميديا الجديدة

د. مصطفى البشير سحاري

جامعة المدية، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر

prseharimostapha@gmail.com

ملخص البحث

عرف العالم في الألفية الثالثة تطورات متسارعة في تكنولوجيا الاعلام والاتصال والتي شكلت شبكة الانترنت أبرز مظاهرها، إذ ساعدت هذه الشبكة على تخفي حدود الزمان والمكان، وجعلت الفرد أمام كم هائل من الرسائل والمحويات الإعلامية التي تحمل في طياتها في كثير من الأحيان قيمًا وأفكارًا وثقافات تختلف مع القيم والثقافات الأصلية للشعوب والأفراد، وتزوج مضامين تسهم في تدمير المنظومة القيمية والثقافية للأفراد وخاصة الأطفال منهم.

في ظل هذا الواقع الذي فرضته ما بات يعرف بالميديا الجديدة أصبح من الضروري وخاصة إذا تعلق الأمر بالعالم العربي، البحث عن الطرق والأساليب المناسبة لحماية الأجيال من الرسائل والمضامين السلبية في هذه الوسائل، وهنا تطرح التربية الإعلامية كضرورة ملحة في المناهج التربوية العربية للأطوار الابتدائية.

الجزائر، ومن منطلق ما تشكله المحويات السلبية للميديا الجديدة من خطر على الأجيال القادمة، سارعت إلى إدراج التربية الإعلامية في المناهج التربوي للمدرسة الابتدائية، ولكن ليس كمادة مستقلة وإنما متضمنة في كتب التربية المدنية للطور الابتدائي من أجل تعريف الطفل المتمدرس بسلبيات وإيجابيات الميديا الجديدة ومحوياتها.

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع مكانة التربية الإعلامية في المناهج التربوية الجزائرية والآفاق المستقبلية لتدرسي هذه المادة في ظل التحديات التي تفرضها الميديا الجديدة. وعليه ستجيب هذه المادة العلمية الإشكالية التالية:

- ما مدى حضور التربية الإعلامية في المناهج التربوي الجزائري؟
كما ستجيب هذه الورقة العلمية على التساؤلات التالية:
 - ما هو واقع تدريس التربية الإعلامية في المؤسسات التربوية الجزائرية؟
 - ما مدى ملائمة مضامين التربية الإعلامية في المناهج التربوي الجزائري للتحديات التي تفرضها الميديا الجديدة؟
 - ما هي الاستراتيجيات الكفيلة بتفعيل مادة التربية الإعلامية في المؤسسات التربوية الجزائرية؟

حملات التربية الإعلامية الرسمية زمن الأزمات الصحية قراءة تحليلية في حملة «تريث» لمنظمة الأمم المتحدة



د. سيف الدين عبان

أ.د. رضوان بخيري

المراكز الجامعي سي الحواس، الجزائر

abbaneseyfe@gmail.com

جامعة العربي التبسي، الجزائر

belkhiri.radouane@univ-tebessa.dz

ملخص البحث

في دراسة لجامعة East Anglia عن العلاقة بين المعلومات المضللة التي يجعل المرض أسوأ، وجد الخبير بول هانتر Paul Hunter والدكتور جولي برينارد Jelii Brainard أن احتمال انتشار النصائح السيئة المتعلقة بالأنفلونزا وجدرى القرود والنوروفيروس أكثر من احتمال انتشار نظيرتها العلمية والموثوقة، وأكد الباحثان أن نتائج دراستهما تتطابق على جائحة COVID-19 لأن تفشي المعلومات المضللة يستند أساساً على نظريات المؤامرة، والجائحة الأخيرة هي أكثر الموارد المحاطة بهذه النظريات في العقد الأخير على الأقل.

في ظل هذا الخطر الذي تحدثه المعلومات المضللة والتي وجدت في المنصات الرقمية بيئة خصبة للانتشار بعيداً عن مقص الرقيب، عادة - ، وفي ظل تحول السلطة من الشارع كما يقر فيلسوف السرعة بول فيريليو Paul Virilio إلى جدران الفايسبوك وأغصان التويتر و حدائق الانستغرام وطاولات الواتساب والتليغرام كما نعيشه اليوم، صارت الحاجة أكثر من ضرورة للتربية على الإعلام الرقمي، أي، مرافقة المستخدم لإكسابه نشاطاً مع المحتوى المقدم على المنصات الرقمية التي تجمع المليارات من المستخدمين، وتسحب جماهير وسائل الإعلام الكلاسيكية بسرعة لم تتحققها أية وسيلة قبلها، ولأجل هذا تتنظم عديد الجهود وعلى كافة الأصعدة، انطلاقاً من المبادرات الشخصية المنظمة وغير المنظمة للمستخدمين وصولاً إلى الحملات الرسمية للهيئات المعنية.

ومن ذلك تهدف هذه الورقة العلمية إلى تقديم قراءة تحليلية، عن إحدى حملات التربية الإعلامية التي تقدمها منظمة الأمم المتحدة المتعلقة بالمعلومات المضللة والتسرع في مشاركتها عبر منصات التواصل الاجتماعي، وهي الحملة التي يتضمنها مشروع Verified الذي تقدمه منظمة الأمم المتحدة، بهدف تشارك المعلومات الموثوقة حول الجائحة، التي بينت كم أن اللايقيين مرحلة وصلت إليه العلوم من الفلسفة إلى الطب.

إن هذه الحملة المتكاملة تحاول إثارة خمسة أسئلة لدى مستخدمي المنصات الرقمية، بغرض إيقاف سيل المعلومات المضللة وهذه الأسئلة هي : من قام بصناعة المحتوى ؟ من المصدر ؟ من أين يأتي هذا المحتوى ؟ لماذا ترغب في مشاركته ؟ متى تم نشره ؟ وتلح الحملة على أن المستخدم ينبغي عليه طرحها قبل أن يشارك المعلومة عموماً والمعلومة المتعلقة بجائحة غيرت ملامح العالم بصفة خاصة.

إن هذه الحملة تعد نموذجاً حديثاً عن التربية على الاستخدام العقلاني لضامين الإعلام الرقمي، ولهذا ارتدى الباحثان التعرض إليها بالقراءة التحليلية لأهميتها بالنسبة لميدان التربية الإعلامية، ولضرورتها في هذا الظرف العالمي الحرج على وجه الخصوص.

واقع توظيف الإدارة المدرسية للإعلام الرقمي في الشراكة المجتمعية بسلطنة عمان

أ.د. وجيهة ثابت العاني
جامعة السلطان قابوس
wajeha@squ.edu.om

د. عائشة سالم الحارثية
جامعة السلطان قابوس
asa@squ.edu.om

أ. حليمة ناصر الذهلي
وزارة التربية والتعليم
halima.althehli33@gmail.com

ملخص البحث

تعد الإدارة المدرسية هي حجر الزاوية في التوعية الإعلامية بأهمية دور الشراكة بين المدرسة والأسرة والمجتمع، مما يتطلب تدريب الكادر الإداري على مهارات إعلامية ضمن بيئة رقمية لمساهمة في جعل الشراكة المجتمعية فاعلة ومؤثرة، حيث لم تعد الممارسات الإدارية التقليدية كافية لاستقطاب أولياء الأمور وأعضاء ومؤسسات المجتمع المحلي لأنشطة الشراكة، خصوصاً، في ظل الوتيرة المتسارعة من المضامين المعرفية والإعلامية التي تسهم في تشكيل الاتجاهات وتوجيه الأهداف وبناء الثقافات، واستجابة لمتطلبات الثورة الصناعية الرابعة والتوجهات العالمية لحداث نقلة نوعية في دور المدرسة التربوي والاجتماعي في ظل اقتصاد المعرفة، ييرز دور التواصل الرقمي التربوي في إكساب ممارسات الإدارة المدرسية ميزة التفاعل والتواصل والاستمرارية في مجالات الشراكة المجتمعية، وتهدف هذه الورقة البحثية إلى الكشف عن واقع توظيف الإدارة المدرسية للإعلام الرقمي في الشراكة المجتمعية بسلطنة عمان، وتكون مجتمع الدراسة من أعضاء الهيئات الإدارية في المدارس الحكومية في (11) محافظة تعليمية، وتم تطبيق أداة الاستبانة على عينة تكونت من (382) إدارياً تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وأظهرت النتائج أن المتوسط العام لتقديرات أفراد العينة لتوظيف الإعلام الرقمي في ممارسات الإدارة المدرسية لتفعيل الشراكة بين المدرسة والمجتمع جاء بدرجة متوسطة، كما أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً في مستوى توظيف الإعلام الرقمي في الشراكة المجتمعية تعزى لمتغير الجنس والخبرة في الوظيفة، كما أظهرت النتائج أن نسبة توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في الشراكة المجتمعية في مدارس السلطنة عالية، وبناء عليه وضعت الدراسة عدداً من المقترنات التي من المؤمل أن تسهم في تفعيل إدارية إعلامية رقمية فاعلة بين المدرسة وأولياء الأمور في ظل الظروف الراهنة والمستقبلية.

تقدير كتب التربية الوطنية والمدنية للمرحلة الأساسية العليا بالأردن في ضوء مفاهيم التربية الإعلامية

د. هيفاء عبد الهادي الدلابيع د. بيان ظاهر ماضي

قسم المناهج والتدريس، كلية العلوم التربوية، جامعة آل البيت، الأردن

haifa@aabu.edu.jo

ملخص البحث

هدفت هذه الدراسة إلى تقدير كتب التربية الوطنية والمدنية لصفوف الثامن والتاسع والعشر الأساسية في المرحلة الأساسية العليا في الأردن للتحقق من مدى تضمين مفاهيم التربية الإعلامية الموزعة على المجالات: (الأسري، الديني، التربوي، الصحي، الاجتماعي، الاقتصادي، البيئي)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي القائم على الأسلوب التحليلي، واعتمدت وحدة التحليل الكلمة وشبكة الجملة، وتم التأكد من صدق أداة التحليل وثباتها بالطرق البحثية الملائمة، وخلصت النتائج إلى أن كتب التربية الوطنية والمدنية تضمنت عدداً من مفاهيم التربية الإعلامية وصل تكرارها (72) تكراراً توزعت على المجالات السبعة، وحصل المجال الاجتماعي على المركز الأول حيث تضمنت الكتب الثلاثة (14) تكراراً في المجال الاجتماعي، ثم المجال التربوي بواقع (13) تكراراً، ثم المجال الاقتصادي بواقع (12) تكراراً، ثم المجال الأسري بواقع (11) تكراراً، ثم المجال الصحي بواقع (10) تكرارات، ثم المجال البيئي بواقع (9) تكرارات، وحصل المجال الديني على المركز الأخير حيث تضمنت الكتب الثلاثة (5) تكرارات، كما دلت النتائج على حصول كتاب التربية الوطنية والمدنية لصف العاشر على المرتبة الأولى بواقع (29) تكراراً، ثم جاء الصف الثامن بالمرتبة الثانية بواقع (26) تكراراً وحصل كتاب التربية الوطنية والمدنية لصف التاسع على المرتبة الأخيرة بواقع (19) تكراراً.

وبناءً على نتائج الدراسة توصي الباحثين بضرورة تضمين مفاهيم التربية الإعلامية في كتب التربية الوطنية والمدنية لصفوف المرحلة الأساسية العليا بشكل متوازن.

الكلمات المفتاحية: التقدير، كتب التربية الوطنية والمدنية، مفاهيم التربية الإعلامية، المرحلة الأساسية العليا.

