



جامعة السلطان قابوس
Sultan Qaboos University

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 افتراضي

ملخصات أبحاث المؤتمر





حضرة 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 فلسفي»
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 عربيا وعالميا»
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 «تقويم 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 عُمان
مؤتمر افتراضي

تمهيد

تركز معظم البحوث والأدبيات العلمية المتراكمة في مجالي 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 عمليتي التربية والتعليم، وذلك نظرا للتغيرات والتطورات التكنولوجية التي يشهدها الاتصال الجماهيري بوجه عام منذ بداية هذه الألفية.

وقد شهدت السنوات الأخيرة تحولا في التفكير من التربية بوسائل الاعلام والاتصال، إلى التربية على وسائل الاعلام والاتصال، وذلك في ظل إعلام أحكم سيطرته على العالم، مسلحاً ومريباً 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 الاعلام والاتصال في عصر الرقمنة والشبكات المتعددة. وعلى الرغم من تعدد التعريفات نتيجة تنوع المقاربات الفكرية، إلا أن أغلبها يتفق على أن التربية الإعلامية تعني تعزيز قدرات الجمهور ومهاراته في فهم المادة الإعلامية وانتقائها والتعامل معها بصورة فعالة.

في نفس المستوى من الأهمية، وفي ظل بيئة إعلامية تتسم بالتحول والتجدد المستمر، وإيماننا منها بأهمية التعليم وأدواره في تطوير مستوى المضامين الإعلامية، تولي المؤسسات الأكاديمية اهتماما كبيرا 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 الأطر النظرية والفلسفية المنظمة للعمل الإعلامي، والمهارات الأساسية اللازمة للمشغلين 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 ومتعددة، ومثلت 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 جوهرية تتعلق بمنهج التعليم الإعلامي، ونظرياته، وطبيعة المشتغلين والمهتمين به، وكذلك شكل المؤسسات الإعلامية مستقبلاً، ونوع ومحتوى 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 الاعلام وبممارسي المهنة في عصر رقمي متحول، 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 النقدي مع رسائل الإعلام وتفسيرها وفرزها، إلى مفهوم أشمل وأعمق يتناول كل ما يتعلق بإنتاج المواد الإعلامية والتفاعل معها.
2. تطور الفضاءات الإعلامية عموماً والرقمية خصوصاً، وما يفرضه ذلك من ضرورة استدعاء مقاربات تأخذ بعين الاعتبار السياقات الفكرية والثقافية والسياسية المؤثرة في إنتاج وتلقي المضامين الإعلامية.
3. ضرورة الدمج بين مجالي التربية الإعلامية والتعليم الإعلامي، لأن إنتاج الرسائل الإعلامية لا يتم بمعزل عن المتلقي أو بدون تصور للطرق المختلفة التي يتفاعل بها الجمهور مع الرسالة الإعلامية.
4. تجاوز الرؤية التجزيئية والوصفية للظاهرة الإعلامية والاتصالية مع أهمية التركيز على تفسير وتحليل عملية التلقي التي تحتوي على تعقيدات عديدة لاستيعاب المضامين والوسائط الإعلامية الجديدة. فعلى الرغم من ثراء النماذج الاتصالية الكلاسيكية والتوسع المنتظم للمرجعيات العلمية لعلوم الاعلام والاتصال، كبروز نظريات التأثير والجمهور والرأي العام، وكذلك إضافة إشكاليات نوعية للفكر الاتصالي، فإن "المرسل إليه" مازال يمثل الحلقة 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 ديناميات الاتصال في العصر الرقمي، حيث تداخلت الأدوار وتبدلت المواقع وأصبح المتلقي مرسلًا، والفرد مؤسسة والحيز الجغرافي لا محدوداً، ومن ثم فإن الفصل بين المرسل والمتلقي صار جديلاً أكثر منه واقعياً، وصار الأقرب للواقع أن نقول إن كل متلقٍ هو مرسل محتمل، وكل مرسل يحتاج أن يكون متلقياً كي يواصل العمل.
6. تشخيص علاقة الحقل التربوي والتعليمي بالمضامين الإعلامية، وبالوسائط التكنولوجية واستخداماتها، وذلك بالتركيز على مسارات البيئة التعليمية المتعلقة بتأهيل وتدريب كوادر إعلامية مسؤولة في ظل بيئة 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 عربيا وعالميا.
3. التعرف على الاتجاهات والسياسات العامة المتعلقة بالتربية والتعليم الإعلامي عربيا وعالميا.
4. استشراف مستقبل التربية والتعليم الإعلامي وآليات تطويرهما.

محاور المؤتمر

1. الأطر الفلسفية والنظرية في علاقة الإعلام بالتربية 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 والتلقي.
ب. المنصات الرقمية المتعددة ودورها في التربية الإعلامية.
ت. تأهيل المتلقي على التفاعل مع محتويات وسائل الاعلام التقليدية والجديدة.
ث. تأهيل المتلقي على المشاركة الإبداعية في صناعة مضامين إعلامية.
3. السياسات والاتجاهات العامة في التربية والتعليم الإعلامي عربيا وعالميا
أ. تحليل وتقويم السياسات والاتجاهات العامة عربيا وعالميا في مجال التربية الإعلامية.
ب. تحليل وتقويم السياسات والاتجاهات العامة عربيا وعالميا في مجال التعليم الإعلامي.
ت. تحليل سياسات واتجاهات المنظمات الدولية في مجالي التربية الإعلامية والتعليم الإعلامي.
4. مناهج التعليم والتدريب الإعلامي في العصر الرقمي عربيا وعالميا
أ. تطور مؤسسات التعليم والتدريب الإعلامي واتجاهاتها المعاصرة عربيا وعالميا.
ب. واقع مناهج التعليم الإعلامي عربيا وعالميا.
ت. واقع برامج التدريب الإعلامي عربيا وعالميا.

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 ملخّصاً عن البحث لا يزيد عن 300 كلمة.
3. أن يُرسل الملخّص إلى اللجنة التنظيمية للمؤتمر، في موعد أقصاه 31 يناير 2021.
4. تقوم اللجنة العلمية للمؤتمر بتحكيم ملخصات البحوث المقدّمة، وإبلاغ الباحثين بقرارها بعد 31 يناير 2021.
5. يتراوح الحجم التقريبي 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. تتم جميع 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 المعمرى

أ. يعقوب الصبحي

أ. هلال الرشيدى (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 of 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 الكريم الحيزاوي

معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس

hizaoui@yahoo.com

الملخص البحث

تتدرج هذه الورقة في المحور الأول للمؤتمر المتعلق بتطور مفهوم التربية الإعلامية. سنسعى من خلالها إلى استعراض بعض التجارب العربية التي حاولت أن تتزّل التربية الإعلامية ضمن سياقات 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 إفرزات غير معهودة على مستوى العولمة Globalization والتمزج الرقمي Digital Convergence والواب التفاعلي ومنصات التواصل الاجتماعي Social Media Platforms.

بعدها يهمننا أن نستعرض نماذج من التجارب العربية في مقاربة التربية الإعلامية اعتمادا على مجريات بعض المؤتمرات التي شاركنا في فعاليتها 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. ونعتمد في ذلك تقديم بسطة محيئة 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 وعولمته. 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 طايح

كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر

stayie@link.net

ملخص البحث

فى 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 آليه تؤدي إلى نتيجة هى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية.

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

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

لا يمكن لنا إنكار الأهمية الكبرى للتربية الإعلامية فى الوقت الحالى لاسيما بعد الإنتشار الكبير لوسائل التواصل الاجتماعى التى أصبحت منصات للأخبار الزائفة والشائعات وخطاب الكراهية، وهنا يأتى الدور الحيوى للتربية الإعلامية فى مواجهة مثل هذه الأمور.

العلاقة الجدلية بين الإعلام والتربية: مقارنة 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 (ومنشأها فرنسا) وعلوم الاتصال والتربية، إذ يتم التعامل مع المتعلم في العلوم الحديثة على أنه موضوع واسع المعرفة ومستقل، وقادر على المشاركة بنشاط في تعلمه. وفي هذا الصدد، يرتبط المجال بمفاهيم وقضايا 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 قضايا مثل العنصرية والتمييز الجنسي ورهاب المثلية والعنف والمادية، إلى الأبوة والأمومة. تسلط ورقتنا الضوء على أن التربية الإعلامية تمر حالياً بفترة انتقالية تفرض علينا كباحثين مراجعة الأدبيات التي تهتم بها، ورصد تطور المقاربات النظرية التي تركز عليها. فمفهوم التربية الإعلامية مثير للجدل لأنه يعرض في انعكاساته النظرية والعملية النقاشات الحالية حول الإعلام والمجتمع والتعليم. ومن الواضح أن تحديد الأهداف الاجتماعية والسياسية المنسوبة للثقافة الإعلامية يوجه كلاً من المحتوى والمقاربات التربوية التي يجب أن تميزه. وبالتالي، فإن تنوع المقاربات الموجودة في التعليم الإعلامي ينبع جزئياً من مجموعة واسعة من الأغراض المنسوبة إليه، والتي تتراوح من وعي المستهلك إلى قضايا الإعلان، بما في ذلك النقد الثقافي للإعلام.. والثقافة الإعلامية 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 فالتربية الإعلامية تضع نفسها في إطار علاقة ثلاثية 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

إنَّ الجدل القائم حول العلاقة بين الإعلام والتربية جدل قديم - جديد والدراسات المتعلقة بهذا المبحث العلمي عديدة ومتنوعة 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 استنطاق 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 اكتساح التكنولوجيا لكل مناحي الحياة. فمخاطر الغزو الثقافي التي أصبحت تواجهها الثقافات المحلية أصبحت تصدر 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 تتحكم فيما يروج من مادة إعلامية داخل حدودها ولم تعد قادرة على مواجهة الاكتساح الثقافي بجميع أنواعه. هذه التحولات، جعلت المتلقي أكثر عرضة للمادة الإعلامية والثقافية المبطنة بخلفيات مذهبية وسياسية لمتجها، ضمن فضاءات إعلامية تغلب عليها الفوضى. وعادة ما يغفل 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 تساعد على التعامل مع وسائل الإعلام الجديدة استخداما وفهما وتقييما وكذلك حول كيفية المشاركة الإبداعية في صناعة مضامين إعلامية تناسب 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 تفكيراً ونقداً وأصبح لزاماً على المنظومتين الإعلامية والتربوية أن تتحملا مسؤولية تطوير معرفة علمية - نقدية لهذه العلاقة وتجاوز الرؤية الوصفية لجذلية 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 Hanusch

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 of 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 Ecosystem



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 reach 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 الانسانية، فهناك أكثر من منظور فلسفي لدور وطبيعة وموضوع فلسفة العلوم؛ فهي تتكامل ولا تتعارض فيما بينها، فهناك المنظور التاريخي والمنظور التحليلي والمنظور النقدي لفلسفة العلوم أبستمولوجياً.

ولفهم ظاهرة ما بشكل أكثر عمقاً لأبد 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 وتقويم المضامين الإعلامية بإشكالها المختلفة، بالإضافة إلى تطوير ومشاركة إنتاج مضامين إعلامية مسؤولة.

قامت فلسفة التربية الإعلامية على العديد من المداخل الفلسفية والنظرية منها مدخلين فلسفيين: الأول يسمى بمدخل التحصين (السلبى)، والثاني بمدخل النخبة (الإيجابى)، يميل الأول إلى الرؤية السلبية لكل ما تقدمه وسائل الإعلام تجاه الأطفال والشباب، وبالتالي لأبد 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، فالنظرة إلى رسائل الإعلام لم تعد مشروع دفاع، بل أصبح مشروع تمكين يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الإنتقاء والتعامل معها، والمشاركة فيها بصورة فعالة ومؤثرة، كالتفكير الناقد والوعي الذي يمكن المتلقي من بناء أحكام مستقلة على المضامين 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 لمضامين 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 يطلبه 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 ممثلة في المدرسة؛ هذه الأخيرة التي كانت المنافسة غالبا ما تشتد بينها وبين البيت، وعندما برز الإعلام أضحت منافسا خطيرا لكليهما؛ لأنه استطاع أن يصبح عنصرا بارزا ومؤثرا، ونشطا، وفعالا في التربية والتعليم؛ نظرا لما يمتلكه من وسائل وإمكانيات التأثير على الطفل، ووالديه، والمجتمع بل والإنسانية بأسرها، فقد أصبح الإعلام عالميا؛ بفضل العولمة التي حولت العالم إلى قرية صغيرة.

ويكتسي الحديث عن الإعلام وعلاقته بالتربية في عالمنا العربي الإسلامي أهمية بالغة، لأن الإعلام بمحتوياته أصبح يشكل خطرا 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 بمظهر ووجه وأسلوب جديد ومبتكر، غير مكترث بالحدود الزمانية 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 والتنشئة الاجتماعية، فهل يشكل هذا خطرا على التربية؛ نظرا لمحدودية وسائلها، وتطورها التدريجي؟ وكيف يمكن التأصيل لتربية إعلامية تحرص على التمسك بقيم الثقافة العربية الإسلامية، وتقاوم، وتواجه، وتتصدى لمحاولات التغريب؟

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

التربية الإعلامية والرقمية كتوجه لتكريس التفكير النقدي 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 النقدي التحليلي، الذي يسمح بتكوين الروح النقدية لدى متلقي الإعلام والمضامين الرقمية، خاصة فئات: الأطفال، المراهقين، والشباب، ليتمكنوا من استخدام مضامين الإعلام ومنصات الإعلام الرقمي استخداما عقلانيا، ولا يدهم عرضة للمضامين غير السوية، أو ينغمسوا في مواقع تنشر العنف والكراهية أو الإباحية.

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

تستهدف المداخلة التالية تحليل آليات تكريس التفكير النقدي أثناء تلقي المضامين الإعلامية والرقمية، وذلك وفق توجهات المدرسة النقدية، وسنستعرض مقاربة هابرماس للفعل الجماعي، وحديثه عن الفضاء الحوارية الذي يسمح بتكوين الروح النقدية، وسنستعرض أيضا مقاربة باولو فرييري الذي فسر العلاقة الارتباطية بين التربية الإعلامية والرقمية وتكوين الضمير الاجتماعي النقدي لمتلقي هذه المضامين الإعلامية.

الفضاء الافتراضي الرقمي ليس مساحة عامة بالمعنى المعياري، لأنه من خلال إنتاج صناعة الترفيه 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 متميزة اجتماعياً وفقاً للطبقة الاجتماعية ورأس المال الثقافي والجنس وما إلى ذلك.

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

يمكننا بالتالي اعتبار أن المعلم هو الضامن لتكوين هذا الفضاء الحوارية 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 النقدي هي أطروحة يجدها المرء أيضاً في باولو فرييري في أصول التدريس الحرجة.

التربية الإعلامية: تغيير الوظائف بتغيير الأهداف والسياقات الحضارية



د. نور العابدين قوجيل

جامعة أم البواقي، الجزائر

norelabidine@gmail.com

د. جمال الدين عمار مدفوني

جامعة الجزائر 3، الجزائر

djimyhome@hotmail.com

ملخص البحث

عانى مفهوم التربية الإعلامية؛ ولا يزال، من الخلط بينه وبين مفهومي الإعلام التربوي والتربية بوسائل الإعلام، وغيرها من المفاهيم ذات الصلة ك: محو الأمية الإعلامية والرقمية، 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، والتحول السوسيوثقافية الراهنة، التي جعلت من مؤسسات الإعلام بمختلف أشكالها؛ تقليدية/ جماهيرية وجديدة، أدوات لغرس الأنماط السلوكية، والترويج للمنظومات القيمية من جهة، وأداة لإدارة الصراع السياسي والاقتصادي، والتلاعب بالرأي العام خدمة للمصالح من جهة أخرى.

وفي ظل رهن 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 مقبولا مواجهة الأطفال والمراهقين لمضامين وسائل الإعلام وتكنولوجيات الاتصال الحديثة منفردين دون وعي أو توجيه، وغير محصنين كفاية بميكانيزمات الدفاع والتمكين التي يميز من خلالها الأفراد بين ما هو إيجابي أو سلبي نافع أم ضار.

فالتربية الإعلامية هي الآلية التي تمكن المجتمع من خلال مؤسساته الاجتماعية من تزويد الأفراد بالمهارات الضرورية لفهم البيئة السياسية، الاقتصادية والاجتماعية التي تحدد شكل المادة الإعلامية ومضامينها، 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 كوسيط 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 طاهير
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 بعدا آخر استغلته بعض الدول الكبرى مع بداية التسعينات 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 يترتب عنها من مشكلات بالخصوص الاستهلاك الإعلامي وأثره السلبي على المتدربين في المؤسسات التربوية.

هذا الاستهلاك الإعلامي كثافة جديدة انتشرت بشكل رهيب في المجتمع العربي بالخصوص انعكاساته السلبية على عقول التلاميذ المتدربين، 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 - الإستهلاك الإعلامي - باللجوء إلى التربية الإعلامية.

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

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، المؤسسة التربوية، التلاميذ، الإستهلاك 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 يساهم في إيجاد محتوى في منصات الإعلام الجديد يتسم بالتسامح والعقلانية وقبول الآخر مع عدم الجروح للتطرف الفكري أو الاجتماعي أو الديني لدى الشباب. ويقع على عاتق التربية الإعلامية التصدي للمهمة وخلق واقع أكثر وسطية وتسامح وسط الشباب الذين يركزون في هذه الأيام في التفاعل مع بيئة الإعلام الجديد.

ويستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي كمنهج كلي؛ 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 والوعي لوسائل الإعلام بعامة والإعلام الجديد بخاصة؛ لإيجاد خطاب ومحتوى متسامح ومتعايش مع الآخرين، مع إلى جانب ضرورة التحلي بالقيم الأخلاقية التي تحتم لقبول الآخر والتعايش معه وقبوله بما لا يؤثر بالتنازل عن الثوابت 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 مواقع الإعلام الجديد بالنسبة للشباب يجابه بتحديات إنتاج خطاب متسامح ومتعايش مع الآخرين؛ نظراً للغزو الفكري والثقافي الكثيف الذي يتعرض له الشباب في الإعلام الجديد مع غياب الثقافة المعرفية والتحصيلية 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 يساهم البحث في توصياته في خلق واقع أفضل للشباب في استخدامهم لمواقع الإعلام الجديد بالقدر الذي يثري بصورة متعمقة في التعايش المجتمعي والتسامح وقبول الآخر من غير أن يتنازل الشباب عن ثوابتهم الأخلاقية والدينية.

التربية الإعلامية في مناهج التدريس الإبتدائي الجزائرية 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 أساسا إلى عقد مقارنة بين مناهج التدريس الإبتدائي الجزائرية لكل من الجيلين الأول والثاني وهذا من خلال تحليل مضامين الكتب المدرسية لمادة التربية المدنية بجميع أطوارها والوقوف على تضمنها لتربية إعلامية من عدمها إستنادا 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 خمسينات القرن الماضي في بريطانيا، وفي الولايات المتحدة الأمريكية ظهر مفهوم التربية الإعلامية ليُصاحب التأثير الكبير والمتنامي لوسائل الإعلام حينئذٍ مثل: الراديو والتلفاز. وقد أُطر مفهوم التربية الإعلامية في شكل نظريات ومناقشات علمية في ستينات القرن الماضي وهدفت هذه المناقشات العلمية الجادة إلى تنمية 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 يتعلمه الجماهير المختلفة من وسائل الإعلام؟).

لقد هدفت التربية الإعلامية منذ بدايتها إلى نفض التبعية العمياء والاستعباد والإدمان المرضي الذي يسيطر على الجماهير عند متابعتهم لمضامين وسائل الإعلام المختلفة، وانطلقت التربية الإعلامية من هدف حماية الجماهير من الآثار السلبية لهذه الوسائل ولبعض المضامين السامة التي تقدمها، وقد تطوّر هذا الهدف عندما أصبحت وسائل الإعلام جزءاً أساسياً ومحورياً من حياة الفرد اليومية، فتطوّرت الأهداف لتشمل توعية الجماهير بأشكال الاستهلاك الإيجابي لهذه الوسائل الجماهيرية وفهم دورها ووظائفها في هذا الزمن. إنّ أهداف التربية الإعلامية متنوعة ومتعددة نظراً لتنوّع النظريات والمعايير المختلفة في هذا المجال وارتباطها بمفاهيم أخرى مثل: الثقافة الإعلامية، الوعي الإعلامي، المضامين 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 يتعرّض له) - والوعي والاستنتاج وانتقاء المضمون الهادف بما يتفق مع المبادئ والمعايير الأخلاقية.

إنّنا نعيش اليوم في قرية عالمية تسودها بيئة مُشبعة بالوسائل الإعلامية المختلفة التي تبث مضاميناً مآدلة ومُسيسة تحقّق من خلالها أهداف واستراتيجيات ورؤى ومصالح القائم على الاتصال في هذه الوسائل، ومن هنا تبرز أهمية الوعي بالتربية والثقافة ومحو الأمية الإعلامية، فهي أنجع سبيل لتفكيك الرسالة الإعلامية والتعرّف على هدف تصنيعها وبثها وفهم المنتج الإعلامي بشكل متبصّر وبالتالي فهم كيفية وآلية استخدامها بالشكل الصحيح النافع.

وعليه، ترى الباحثة أنّ العناية بمقررات التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية ستُعالج الكثير من الأمراض الثقافية والاجتماعية والنفسية التي يُعاني منها جيل الشباب، مثل مشكلة الأمية الحضارية والتعصّب المحلي، التخلف الإعلامي التكنولوجي، الأمية السياسية، مشاكل الحوار مع الآخرين.

التربية الاعلامية وصناعة المحتويات التعليمية الهادفة في ظل التطورات التكنولوجية لوسائل الاتصال الرقمية

د. حسان موسى حجاج

قسم الإعلام، جامعة قسنطينة 3، الجزائر

hacene.hadjadj@univ-constantine3.dz

ملخص البحث

يعتبر مجال الإعلام من بين القطاعات الإستراتيجية الأكثر تأثيرا في العالم، بل تعتمد عليه بعض الدول كأحد أهم الأدوات لتطبيق سياساتها واستراتيجياتها المختلفة، الإقتصادية، الثقافية، السياسية والتربوية الإجتماعية، 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 الوسائط الرقمية، من مدونات، قنوات على اليوتيوب، 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، نظرا لظروف مهنية وأخرى لها علاقة بالسياسات العامة لوسائل الإعلام والهيئات الوصية عليها. نظرا للكم الهائل من وسائل الإتصال والتواصل وتزايد مستعملي ومستهلكي المحتوى الإلكتروني، ظهرت العديد من القنوات والصحف الإلكترونية بأسلوب جديد ومحتوى مغاير من حيث سياسة ولغة 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 ومعاليم المجتمع المثقف والواعي والمتحضر.

سنسعى 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 لتعميم المعرفة وخلق مسار تربوي سليم للأجيال القادمة وفق قيم المجتمعات السليمة حضاريا.



الجلسة الرئيسية الثالثة

«واقع التعليم الإعلامي في العصر الرقمي»

الأربعاء 24 مارس 2021
13:35 - 12:00



السياسات والاتجاهات العامة في التعليم الإعلامي عربيا



معالي د. عبد المنعم بن منصور الحسني

وزير الإعلام العُماني السابق

ahasani909@gmail.com

ملخص البحث

تناقش هذه المداخلات 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 الى معرفة نوعية التخصصات العلمية لبرامج التعليم الإعلامي في الوطن العربي في ظل النقلة النوعية لمستقبل العمل الإعلامي في العالم. تأتي أهمية المداخلات 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 الحادي والعشرين



أ.د. سهام نصار

قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان، مصر

seham_nassar@arts.helwan.edu.eg

ملخص البحث

يمثل التطور التكنولوجي تحديا كبيرا لتعليم الإعلام خلال القرن الحادي والعشرين، فعلى مر القرنين التاسع عشر والعشرين احتكر الاتصال الجماهيري (ممثلا في الصحافة وإذاعة والتلفزيون) 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 ماسمى (Computer Mediated Communication (CMC والاتصال اللحظي Instant Communication أدى إلى حدوث ثورة في المعلومات، أو ما أطلق عليه البعض انفجار المعلومات Information Explosion وهنا 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 تبنى 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 كمحتكر للأخبار، فقد نافستها صحافة المواطن Citizen Journalism ووسائل التواصل الاجتماعي، أو ماسمى بالإعلام الجديد New Media.

2. لم يعد سبق الصحف حكرا على وسائل الاتصال الجماهيرية، واستأثرت به وسائل الإعلام الجديدة المتحررة من قيد الرقابة، ومن قيود الموعد النهائي.

3. فيما يتعلق بالتلفزيون تحول الجمهور إلى اليوتيوب والقنوات الخاصة على الإنترنت لمشاهدة الأفلام والمسلسلات، التي تمكنهم من تجاوز سيل الإعلانات التي يذيعها التلفزيون، 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 تعاني 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 مؤتمرا عالميا لمدرسي الصحافة وتكفلت بوضع منهاج نموذجي لتدريس الصحافة.

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

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

ينتمي مؤلفو المنهاج إلى المدرسة الأنكلوسكسونية وعلى خلفيتها أسسوا لقدرات الطلبة الصحفية نظريا وتقنيا. تدرس الصحافة بكيفية متباينة عبر العالم وبأنظمة وأهداف وتكنولوجيا وتمويلات وبيداغوجية مختلفة. لذلك نظمت اليونسكو، ندوات محلية لملائمة مع خصوصيات الجهات الكبرى في العالم. والآن، بعدما عملت به جامعات في الدول النامية وجب تقييم التجربة وملائمة التعليم الإعلامي مع البيئة الرقمية والتدريس عن بعد (جائحة كوفيد 19). التحولات الرقمية الحالية مصيرية وتستوجب استشراف مستقبل التعليم الإعلامي وتجويد المقررات لمواكبة التكنولوجيا العابرة للحدود وتحديات الصحافة المواطنة وشيوع المضامين المولدة تلقائيا بفضل الذكاء الاصطناعي وخلفيات التحكيم الذاتي للمحتويات من طرف GAFAM وتداخل أدوار الفاعلين في الإعلام وواجب حماية الخصوصية واندماج الوسائط وحلول إعلام الجوال.

مرت 15 سنة على وضع المنهاج النموذجي. لم يحصل على الاعتماد الأكاديمي من طرف ACEJMC الأمريكية أو شبكة Theophraste الفرنكوفونية.. وجب إذن على اليونسكو مراجعة هذا المنهاج وملائمته مع بيئة الإعلام المستجدة والتحولات الرقمية. ويعتبر الكثير أعمال المؤتمر العالمي للتعليم الإعلامي (WJEC: نيوزيلندا 2016 وفرنسا 2019) أرضية عملية لتقديم أفكار في هذا الاتجاه. كما يشكل المؤتمر العلمي الثالث لقسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس فرصة للتفكير 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 بوخروفة

قسم الإعلام، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عُمان

abdelouahab@squ.edu.om

ملخص البحث

شهدت صناعة الأخبار نقلة نوعية أساسية منذ نهاية القرن الماضي حيث اتخذ عدد متزايد من المؤسسات الإعلامية في جميع أنحاء العالم، خطوات قوية لدمج وسائل الإعلام المختلفة مثل الصحف، محطات التلفزيون والمحطات الإذاعية والمؤسسات الصحفية عبر الإنترنت لنشر محتوى إخباري على منصات وسائط متعددة، أطلق على هذه العملية «مفهوم الاندماج الإعلامي»، وعلى الرغم من أن المفهوم يعني أكثر من مجرد اندماج وسائل الإعلام، إلا أن هذا الاندماج أدى إلى طمس الخطوط الفاصلة بين الصحافة الإذاعية والتلفزيونية والصحافة المطبوعة والصحافة عبر الإنترنت. 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 للتكيف مع هذا النموذج الجديد من خلال إعادة صياغة هياكل المناهج والخطط الدراسية لتعليم المهنيين القادرين على تلبية المتطلبات الجديدة لسوق العمل، ويثار 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 الاندماج الإعلامي إلا أن الدراسات والبحوث العربية التي اهتمت بتحليل العلاقة بين الاندماج 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 وتجهيئهم لمواجهة التحديات الجديدة التي تفرضها ظاهرة الاندماج الإعلامي على المناهج الدراسية القائمة، والبحث في مهارات الاندماج المحددة التي تبحث عنها الصناعة الإعلامية، وما إذا كانت مناهج برامج الإعلام العربية تعد 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 نفكر ونشعر ونتصرف كأفراد في المجتمع وكيف يعمل المجتمع عندما ينتقل من عصر تكنولوجي إلى آخر. الكلمات المفتاحية: المناهج الدراسية، التعليم الإعلامي، الاندماج 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 ثورتي الاتصال والمعلومات زادت قوة وسائل الإعلام واتسع مجال تأثيرها، وتحققت مفاهيم ديموقراطية الاتصال في أبهى صورها، فحتى سنوات قليلة كنا نصف العالم، في ظل التطورات التكنولوجية، بقرية صغيرة يتأثر كل جزء فيها بما يحدث في الأجزاء الأخرى ويؤثر فيها، إلا أنه ومع انتشار استخدامات الإنترنت والوسائط المتعددة أصبح العالم أقرب ما يكون بشاشة إلكترونية صغيرة.

ورغم هذا الكم الرهيب من الأخبار والمعلومات التي تطالنا بها وسائل الإعلام فقد أصبح الإنسان المعاصر أكثر حيرة وإضطراباً، فقد أصبحت الأخبار سلعة تباع وتشتري ولا تعبر عن الحقيقة بالضرورة، ولأننا 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 الانفتاح على الثقافات الأخرى زاد تدفق المواد الإعلامية الوافدة التي يحمل بعضها أفكاراً وقيماً وسلوكيات ربما لا تتفق مع ثقافتنا وعقائدنا وقيمنا وثوابتنا مما أضحى يمثل تهديداً حاداً للهوية الوطنية لكل شعوب الأرض.

ومن هنا فقد أصبح الجميع بحاجة ماسة إلى إجراءات حمائية تضمن الانفتاح على كل الثقافات وإستقبال كل الأخبار والمعلومات بوعي وموضوعية لتحقيق أكبر قدر من الفائدة التي توفرها وسائل الإعلام الوطنية والدولية تلك ببساطة المعادلة الصعبة 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 إلي وسائل الإعلام، والتدريب علي التفكير النقدي والتحليلي 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 وسائط الإعلام الجديدة أصبح التحول الرقمي في الإعلام وما أحدثته 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 وإبتكار 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 الأميركية، 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 المفاوض على المجتمعات يمثل تهديدا خطيرا يهدده منجزاتها الاقتصادية، وأمنها الاجتماعي، وتماسكها الإنساني ستظل آثاره السلبية جاثمة 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 واحتوائها، فإنها أيضا تعمل على جهة أخرى لمواجهة جائحة المعلومات التي أضحت قوة مساندة تعزيز استدامة المرض وتضعف يبيل 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 تتمثل في الفجوة الرقمية، وتدني مستوى السيطرة على دخول الفضاء الافتراضي وبناء المعلومة ونشرها، والقابلية لمقاومة الأفكار الجديدة. وتطرح هذه المداخلة نموذجا جديدا للثقافة الإعلامية مستندا لمفهوم 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)

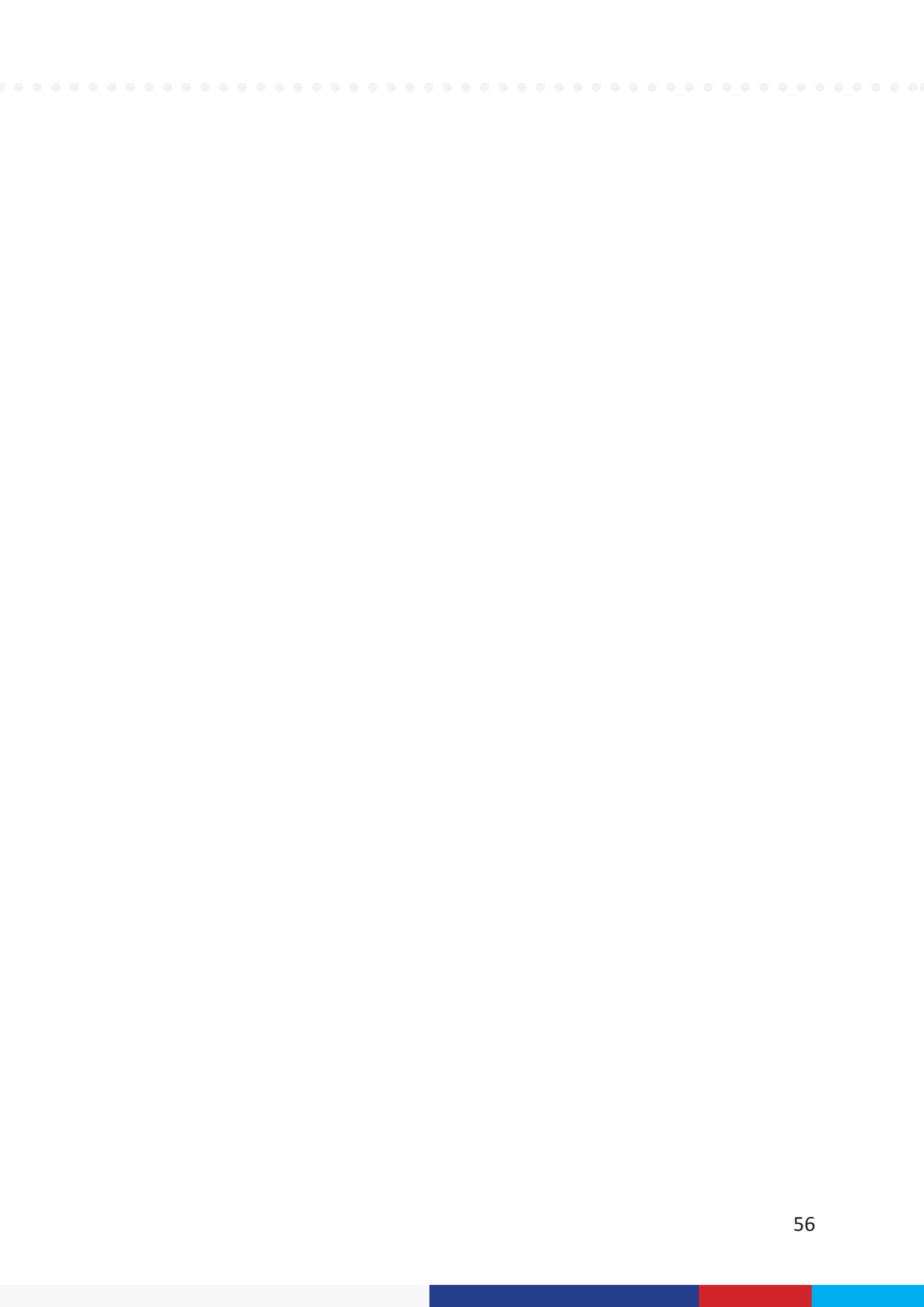
skamhawy@unesco.org

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، وتستوعب ما طرأ من مستجدات ووسائل وأدوات تكنولوجية حديثة. فقد خرجت صناعة الإعلام من المؤسسات الإعلامية، وأصبحت مشاعا، وصار لكل شخص القدرة على صنع محتوى إعلامي، دون التقيد بأية معايير، وبثه 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)، وتعليم أجيالنا الجديدة كيفية تلقي المحتوى الإعلامي، ونقده، 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 للمناهج الدراسية تحدث مناهج التربية الإعلامية.

وفي الوقت نفسه تواجه الإيسيسكو المحتويات الرقمية المزيفة، من خلال دعم إنتاج محتويات متميزة، تساهم في إعادة الإعلام إلى أدواره في التوعية والتثقيف، 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 بقارة 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 أنموذجا – 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. ماهي التربية الاعلامية ؟
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 للسلبات المؤثرة على القيم الوطنية والاجتماعية والثقافية ؟
٥. ما مدى قدرة التربية الإعلامية في تحسين 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 للسلبات المؤثرة على القيم.
 ٥. الإلقاء من قيم الوطنية على لدى فئات المجتمع .
- الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، الشباب، الدور، الإعلام الوطني، الشائعات، المعلومات المضللة، كورونا.

التربية الإعلامية ومواقع 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 نظرا للتطورات المتسارعة التي يشهدها هذا العصر في شتى المجالات وبالأخص الإعلامية منها، وكذا كثافة الاستخدام لوسائل الاتصال المختلفة وانعكاساته على الفرد والمجتمع والعلاقات الاجتماعية، فالتربية الإعلامية لها دور كبير في مواجهة تأثيرات الإعلام والإخراق الإعلامي العالمي خاصة في ظل هذا الانفتاح الإعلامي، والفضاءات الحرة التي توفرها الشبكة العنكبوتية كمواقع 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 كالتنمر على القواعد الأخلاقية والضوابط القانونية والمبادئ الأساسية التي تنظم شؤون الحياة الإنسانية تستدعي غرس قيم وثقافات داخل العالم الرقمي تضمن المشاركة الإيجابية والفعالة للمستخدمين.

وهذا يحتم علينا أيضا ضرورة التفطن إلى وضع قواعد وأسس لأساليب تعامل المستخدمين لمحتويات الإعلام الرقمي قصد المحافظة على البناء القيمي والأخلاقي للمجتمعات وتجنب التأثيرات السلبية لهذه الوسائل.

ومن هنا جاءت أهمية التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الوعي بطبيعة 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 مواقع 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 مهاره 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 الارتباطي لملائمته لهدف الدراسة. تكون مجتمع الدراسة من 176 طالبا من المسجلين في مساق التربية الإعلامية والمعلوماتية شعبة (1/2) للفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 2019-2020، وتكونت عينة الدراسة من (171) طالبا. اعتمدت الباحثة أداة لتحليل وتقييم المحتوى الإعلامي لمقاطع مصورة من إعداد وتنفيذ أفراد عينة الدراسة، تقوم على فكرة تدوين يوميات طالب جامعي خلال جائحة كورونا COVID 19. تكونت الأداة من سبعة معايير هي (المؤثرات الصوتية، والتعليق الصوتي، والمؤثرات المرئية، وسلامة اللغة، ووضوح المحتوى، وتنفيذ الفكرة، والإبداع)، وأعطى كل معيار وزنا 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 ارتباطية موجبة دالة إحصائياً 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 المفيد أحمد على

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

raa04@fayoum.edu.eg

ملخص البحث

تعدُّ المنصات الرقمية من أهم أدوات العالم الجديد، والذي بدأ منذ بداية هذه الألفية، فبالأمس القريب كان إذا ظهر شيء غريباً على مجتمعنا كنا نعهده 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 مَنْ يحمله هو من عليّة القوم كما كانوا يطلقون، وكان كل شيء يخص الهاتف هو محل اندهاش سواء في إرسال الرسائل أو في المكالمات، بالإضافة الى الإعلانات الكثيرة التي كانت يقوم بها المنتجون لتلك الضجة، وكان من قبلها الحاسوب أو كما يطلقون عليه (الكمبيوتر) كان له أثر؛ ولأنَّ سعره ليس كان في متناول الجميع فبالتالي كانت فئة معينة هي من تقنيته.

أمَّا الآن وليس بعد فترة ليست بالطويلة تجاوز الثلاثين عاماً مرت دون شعور منَّا 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 بضغطه زر بين يدي الصغير والكبير، ومع تطور تلك التكنولوجيا والوسائل الموصلة لها أصبح هناك منصات وأماكن تجمع الأفراد عليها مثل (الفيسبوك، تويتر، انستجرام...) وغيرها من المواقع، ومع تطور الأحداث وظهور الكثير من العلوم، وصعوبة سفر البعض لتلقي العلوم 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 حديثنا 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، ونتطرق للحديث عن الدول الرائدة 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 أجندة 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 فصل الحديث عن دور المنصات الرقمية في التربية الإعلامية.

دور منصات التواصل الاجتماعي في دعم التربية الإعلامية الفيسبوك أنموذجا



د. الحسين العمري لرقط

جامعة محمد بوضياف، الجزائر

hocine.larguet@univ-msila.dz

د. عبد الحميد 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 تمس بعباداته 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 لمسه في الفيسبوك كونه الأكثر شعبية بين الشباب، ما شجعنا على عمل هذه الدراسة محاولين من خلالها إبراز دور الفيسبوك في عرض وتقديم المنشورات التربوية والتعليمية وفتح مجال من خلال التقنيات التي تتوفر عليها للشباب، حتى يتسنى لهم التفاعل والتواصل وإبراز مدى استخدامهم لمهارات التربية الإعلامية من قراءة وتعقيب وغيرها لما لها من أهمية في تشكيل وعي معرفي وثقافي بحسن الاستخدام والتعامل مع تقنيات الوسائط الرقمية والتي كما أشرنا سابقا اخترنا منها شبكة الفيسبوك.



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، وإثراء الحياة الثقافية وتنمية الوعي المعرفي 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 الاستفادة من المنصات الرقمية في إتاحة بعض من كنوزها على الإنترنت وإثراء تجربة التعلم لدى فئات عريضة من الجمهور. ولتعزيز أهمية المؤسسات الأرشيفية كأحد مرافق 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 والتعليمية، الأرشيفات الوطنية

استخدام مواقع 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
ibrahimmasri3@gmail.com

ملخص البحث

مقدمة

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي شيء أساسي في حياة الأفراد بالمجتمعات، ولا يمكن تصور وجود مجتمع لا يتعامل أفراد مع مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، ودورها في التوجيه والإرشاد والتثقيف وتشكيل الاتجاهات والآراء وتغييرها، وهذا ما يفرض على المؤسسات والجهات الإعلامية المختلفة السعي لتوعية المجتمع بكيفية التعامل مع تلك المواقع الإعلامية من نقد وتقييم ومشاركة وصناعة للمحتوى الإعلامي الموجود في تلك المواقع المختلفة، خاصة في ظل وجود صحافة المواطن وإمكانيات الإعلام الجديد، ولذلك تأتي هذه الدراسة للتعرف على مدى استخدام طلبة الإعلام بالجامعات الفلسطينية لمواقع 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 كليات الإعلام بالجامعات الفلسطينية لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التربية الإعلامية في المجتمع الفلسطيني.

مجتمع الدراسة:

سيتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة من طلاب المستوى الثالث والرابع في أقسام 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 masasaheed@yahoo.com

ملخص البحث

ازداد خطر 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 يُمكن 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 مقترحات 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، وحقوقهم 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 نسبيا 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 والمراهقين 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 أيضا بمواقع التواصل الاجتماعي أكثر الدعائم إبهارا ومتابعة، بحيث يقضي معظم الأفراد وقتهم في تصفح صفحاتهم على هذه المواقع ويتابعون كل صغيرة وكبيرة حتى وصلت هذه المتابعة 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 الاعلام والاتصال في مختلف الجامعات الجزائرية.

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



أ. أمينة رجب زيارة
جامعة مولاي إسماعيل، المغرب
journalist_1980@hotmail.com

أ. مها رمضان الطواشي
الجامعة الإسلامية، فلسطين
maha.ramadan.8887@gmail.com

ملخص البحث

يُعد التدريب الإعلامي العامل المساند للدراسة النظرية التي خاضها طالب الإعلام في الجامعة، وأهم قواعد مرتكزات الاحترافية في العمل الصحفي، فهو بمثابة حقل خصب لتأهيل وصقل ومواهب الإعلامي الناجح، وتسعى الدول العربية عامة وفلسطين على وجه التحديد إلى جعل التدريب في مجال الإعلام سمة عصرية ومتطورة لأي مؤسسة إعلامية، وقد عمدت فلسطين على إيلاء التدريب الإعلامي الاهتمام الكبير من أجل تطوير واحترافية العمل الإعلامي الفلسطيني لينافس نظرائه 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، وتقييم جودة برامجه 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 وبرامجه؟
- 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، وظلت القطيعة سمة العلاقة بين تلك المؤسسات الأكاديمية والمؤسسات الإعلامية المهنية. ولسنواتٍ خرجت المؤسسات التعليمية طوابير من دارسي الإعلام المحشوة رؤوسهم بكثير من النظريات والتطبيقات، وقليل من التدريب والمهارات العملية التي لا تُلبّي متطلبات سوق العمل، ولا تُؤهل الخريج للمنافسة. لم يتغير الحال كثيراً، على الرغم من الثورة الرابعة التي شهدتها العالم خلال ربع القرن الأخير، وهمّت، 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 تُقربهم من واقع المهنة، وتُقدّم لهم المهارات العملية مع جرعاتٍ خفيفةٍ من المبادئ النظرية. ثم ما لبث هذا التوجه أن تطوّر إلى مبادرات عربية أوسع، عبر وطنية، وأكثر احترافية. سوف تسلط الورقة الضوء على نماذج من هذه المبادرات.

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



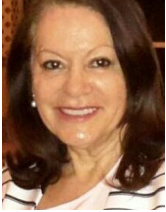
أ. حمد بن محمد بن سالم العزري
المكتبة الرئيسية، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عُمان
hms@squ.edu.om

ملخص البحث

هدفت الدراسة إلى تحليل الناتج الفكري لتعليم الإعلام المكشف في قاعدة بيانات سكوبس Scopus للعشر السنوات الفائتة. استخدمت الدراسة القياسات الببيومترية، 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 نشرًا بواقع 1,050 مصدر معلومات، بينما حلت جامعة هويلفا University of Huelva الأسبانية أكثر المؤسسات نشرًا لموضوع تعليم الإعلام بواقع 41 مصدر معلومات. فيما حلت الدوريات في مقدمة أنواع مصادر المعلومات نشرًا للموضوع بواقع 2,215 مقالة، وتصدرت دورية محو أمية المراهقين والبالغين Journal of Adolescent and Adult Literacy أكثر الدوريات نشرًا عن الموضوع بواقع 203 مقال. كما أوضحت النتائج تساوي المفوضية الأوروبية ومعاهد الصحة الوطنية الأمريكية الجهات الأكثر تمويلًا لبحوث تعليم الإعلام، واحتلت الباحثة الأمريكية ريني هوبز Renee Hobbs قائمة المؤلفين الأكثر نشرًا في موضوع تعليم الإعلام بواقع 18 مصدر معلومات، كذلك أوضحت النتائج بأن المقالة التي حملت عنوان الأطفال والمراهقين ووسائل 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 الببيومترية، 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.

Key words: media literacy, media education, media convergence, Information Superhighway





الجلسة السادسة

«برامج التعليم والتدريب الإعلامي عربيا وعالميا»

الأربعاء 24 مارس 2021

18:45 - 17:30



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



د. نoha نبييل الأسدودي

جامعة فاروس، مصر

noha.elasdoudy@pua.edu.eg

د. بندر بن عويض الجعيد

جامعة الملك عبد العزيز، السعودية

bafaljaed@kau.edu.sa

ملخص البحث

في مطلع عام 2020م كان العالم على موعد مع أزمة صحية بدأت تشكل معالمها 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 والصحية والإقليمية في إصدار البيانات الصحية التحذيرية من أخطار المرض الصحية والفئات الأكثر عرضة للخطر وطرق الوقاية والعلاج. تفاوت الدول في التعامل مع الأزمة ولكن الأجراء الوقائي المشترك بين معظم البلدان ركز على تقليل التجمعات البشرية قدر الإمكان في المرافق السياحية والترفيهية والتعليمية خصوصا المدارس والمعاهد والكليات والجامعات، والبديل التعليمي لعملية الحضور للمقرات 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 والمواقع الإلكترونية. وبحكم تنابع أزمة انتشار فايروس كورونا وانعكاساتها على مستوى العالم والمنطقة العربية تجلت فجوة علمية تحتاج للدراسة والتحقيق. 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 عربية تعتبر الأكبر من ناحية الإمكانيات 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 تساهم 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 أنموذجا)



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 تتوسع كميا لكنها من الناحية النوعية لا تلبي حاجيات الممارسة والمنافسة الحقيقية التي تجعلها تتخبط في مسار التطور التكنولوجي والمهني وتندمج بقوة في بيئة العمل الجديدة التي تعرف تحولات جذرية في العملية الاتصالية والإعلامية وتتجه أكثر إلى الاتصال الأفقي الذي يلعب فيه المواطن دورا رئيسيا.

فحتى الآن لازالت معظم الجامعات العربية تكوّن "مشاريع صحفيين" يجدون أنفسهم أثناء الممارسة في حاجة إلى رسكلة وإعادة تكوين في بعض الجوانب التي أغفلتها مناهج التعليم أو لم تعطيها 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 سلبا على المتخرجين ويجعلهم غير قادرين على المنافسة والتأثير، كما أن بعض الجامعات وبسبب عدم استقرار مناهج التدريس والاعتماد على تجارب مستوردة أو معدلة فقدت خصوصية مناهجها ولم تعد تملك ناصيتها في التوجيه والتأطير. وكلها معطيات وملامح تطرح تساؤلات كثيرة حول أهمية وفعالية وجدوى مناهج التدريس المعتمدة وتشكل محور الإشكالية التي سنحاول أن نبرزها ونحللها 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 معممة على كل الكليات وأقسام الإعلام لم يحقق الأهداف المرسومة له وهو الآن يشكل محور انتقادات من الطلبة والأساتذة وحتى مسؤولي قطاع التعليم العالي يقرون بأن هذا النموذج أثبت محدوديته وهي التجربة التي تهدف هذه الدراسة من ورائها إلى معرفة مواطن العجز والخلل في مناهج التدريس وتقديم ما أمكن من اقتراحات لمعالجة ومراجعة ملامح نظم تعليم الصحافة في الجامعة الجزائرية وجامعات عربية أخرى.

تعليمية الإعلام والاتصال بالجامعات العربية

دراسة تحليلية مقارنة للخطط التدريسية لبعض كليات وأقسام الإعلام والاتصال



د. رحيمة عيساني د. مختار العريشي د. رياض جلجلي

كلية الاتصال والإعلام، جامعة العين، الإمارات

rahima.aissani@aau.ac.ae

mokhtar.elareschi@aau.ac.ae

riadh.jeljeli@aau.ac.ae

ملخص البحث

نتيجة التغييرات المعلوماتية والتكنولوجية في العالم والقناعة الثّامة بأن الممارسات الإعلامية هي التي تعتمد على الممارسات التطبيقية للمهارات والخبرات المهنية، يتجة التفكير 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 (شكلاً ومضموناً)، وطرحنا إشكالياتها في التساؤل 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 بتسع جامعات عربية حكومية كعينة تغطي الأقاليم الثلاثة للوطن العربي: دول الشام والعراق (كلية الإعلام بجامعة بغداد، كلية الإعلام بجامعة اليرموك، أقسام الإعلام بجامعة النجاح الوطنية بفلسطين)، دول مجلس التعاون الخليجي (قسم الإعلام بجامعة الملك سعود، قسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس، كلية الاتصال بجامعة الشارقة)، دول المغرب العربي وشمال إفريقيا (كلية الإعلام بجامعة القاهرة، كلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر، كلية الإعلام بجامعة بنغازي الليبية).

وتوصلت إلى عدد من النتائج:

1. معظم البرامج المطروحة تخصص أكثر في مجالات الإعلام (الصحافة والنشر الإلكتروني، الإذاعة والتلفزيون، الوسائط المتعددة) وتكاد تنحصر 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 رئيسية.
 3. من حيث المقارنة بين عدد المساقات التخصصية والعامة في الخطط الدراسية، تبين أن جميع الخطط تجمع بين مزيج من المساقات التخصصية والعامة ولكن بنسب مختلفة.
- الكلمات المفتاحية: التعليم الجامعي في الدول العربية، تعليمية العلوم، التعليم الإعلامي، علوم الإعلام والاتصال، الخطط الدراسية.

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



د. عبد الله محمد أطيقة أ. أحمد عبدالسلام السني

قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة سرت، دولة ليبيا

dr.amatbiga@su.edu.ly

ملخص البحث

تسعى هذه الدراسة لإعداد تصور مقترح لاستحداث قسم الإعلام الرقمي بالجامعات الليبية من وجهة نظر المتخصصين (أساتذة، رؤساء الأقسام، عمداء الكليات، منسقي الجودة)، وذلك بإعادة النظر في تطوير العملية التعليمية في كليات وأقسام الإعلام الليبية لمواكبة التطورات المتسارعة، تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالعينة، حيث سنعتمد في هذه الدراسة على أدواتي الاستبيان والمقابلة المقننة لعدد من المتخصصين في الإعلام .

تسعى هذه الدراسة للإجابة على مجموعة من التساؤلات أهمها :

1. هل تتناسب المقررات الدراسية الحالية في كليات وأقسام الإعلام بالجامعات الليبية مع احتياجات سوق العمل ؟
 2. هل الأهداف والرؤية الحالية لكليات وأقسام الإعلام بالجامعات الليبية تواكب 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 خريجها لمتطلبات سوق العمل الحالية ؟
 5. ما أهم العوامل المؤثرة سلبا في وضع مقترح لاستحداث قسم الإعلام الرقمي بالجامعات الليبية ؟
 6. ما أهم المقترحات التي من الممكن وضعها لاستحداث قسم الإعلام الرقمي بالجامعات الليبية ؟
- الكلمات المفتاحية: تصور مقترح، 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



تقويم البرامج الأكاديمية العربية في الإعلام: رؤية مستقبلية



أ.د. سامي عبد العزيز

كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر

s.abdelaziz@tbwaegypt.com

ملخص البحث

مع التطورات المتلاحقة في صناعة الإعلام وتنامى 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 لتغطي مختلف أقاليم مصر الرئيسية وكذلك الدول العربية، وبدأت بعض الجامعات في تقديم برامج متخصصة في مرحلتى الماجستير والدكتوراة.

وعلى الرغم من أن التوسع في أقسام ومعاهد وكليات الإعلام لقي إقبالا شديدا من الطلاب، إلا أن هذا التوسع لم يصاحبه اهتمام بتوفير كواد مؤهلة تأهيلا جيدا وحديثا من أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة نظرا 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 اللازمة لتنمية وصقل مهارات الطلاب الإعلامية اهتماما كافيا مما أدى في النهاية إلى تراجع مستويات التأهيل العلمى والمهارى وعدم القدرة على توفير خريجين بالمستوى المعرفى والمهنى المطلوب خاصة وأن صناعة الإعلام أصبحت أكثر انفتاحا على محيطها الإقليمى والعالمى إضافة إلى ثورة الاتصالات التى أصابت صناعة الإعلام فى العالم العربى فى معظم عناصرها وتغيرت البيئة الإعلامية تغيرا هائلا.

ومع التغيرات الهائلة التى شهدتها صناعة الإعلام محليا وإقليميا، فإن دراسات الإعلام أصابها شيء من الركود أقعدها عن أن تلاحق التطورات فى هذه الصناعة وأن تسعى إلى تطوير برامجها الدراسية لتستوعب الجديد فى الصناعة إنتاجا وإدارة. فالكثير من اللوائح الدراسية تنتمى 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. وفى الوقت نفسه تراجعت كثيرا، إن لم يكن قد توقفت - أعداد المبعوثين للدراسة فى الخارج.

ولم تكن أوضاع فى الدراسات العليا أفضل حالا حيث تراجع الاهتمام بالبحث العلمى وتخففت الكليات والأقسام من الشروط العلمية للدراسة بمرحلتى الماجستير والدكتوراة 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 were 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 استنفذت أغراضها في العصر الرقمي؟



أ.د. بركات 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 تنمية معارف وقدرات ومهارات المتدربين لتمكينهم من إنجاز المهام والإبداع فيها وفق المعايير العصرية. ويقدم التدريب الإعلامي حسماً لإشكالية 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: ماهو وضع التدريب الإعلامي المتوفر؟ وماهي أشكاله وأنواعه؟ وما هي التحديات التي تطرحها التكنولوجيا الجديدة ووسائل التواصل الاجتماعي؟ وماهي معايير تقييم التدريب الإعلامي في العصر الرقمي؟ وكيف يكون التدريب الإعلامي ناجحاً؟ من هم الأشخاص المؤهلون كمدرسين في مجال الإعلام؟ هذه التساؤلات أشبعت درساً وتمحيصاً وتنوعت فيها الآراء والأفكار، لكنها أجمعت 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 وسلوكهم المهني بما يتناسب مع الواقع المعاصر، وهذا يتجاوب مع مبدأ مهم أرسته منظمة اليونسكو، وهو أن (كفاءة أي نظام System تتوقف على كفاءة الذين يتلون تشغيله)، ومن هنا يأتي التدريب Training باعتباره أساساً جوهرياً في إرساء الكفاءة المهنية للقائمين بالاتصال الحاليين والمحتملين.

وفي وسائل الإعلام العربية هناك أقسام أو إدارات للتدريب، بل إنه في كثير من المؤسسات الإعلامية توجد معاهد متخصصة في التدريب، هذه الوسائل أتاحت ومازالت تتيح التدريب في موضوعات متنوعة ضمن مجالات الإعلام سواء قسم الصحافة المطبوعة والإلكترونية، أو الراديو والتلفزيون والوسائط الرقمية، والإعلان... ويستفيد منها الإعلاميون سواء كانوا من مواطني الدولة، أو من مواطني دول أخرى. وتهتم الكثير من مؤسسات الإعلام بعقد اتفاقيات مع جهات أجنبية لتنظيم برامج تدريبية للإعلاميين العاملين بتلك المؤسسات، ويتزايد الاهتمام بوسائل الإعلام الحديث (الرقمي)، والممارسات النوعية / المتخصصة ضمن ممارسات الإعلام التقليدي (كالتمية الجهوية، والإعلام البيئي، والإعلام النسوي ... الخ).

تجربة مركز تطوير الإعلام في إصدار ستة مسابقات 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 مسابقات لتدريس الإعلام في تجربة جديدة استمرت من 2016 - 2021، بالشراكة مع 16 جامعة محلية وبتنفيذ دولي وآخر محلي وثالث من جامعة بيرزيت نفسها.

تستعرض الورقة بناء المسابقات عبر ما يسمى «نموذج مساق» يتكون من أسابيع تعليمية، 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 أخير حول قراءات إضافية من المكتبات أو من محركات البحث واليوتيوب.

وتتطرق 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 يتلائم مع خطط الجامعات المختلفة.

تتحدث الورقة عن ست مسابقات هي: الإعلام والنوع الاجتماعي، الإعلام والقانون، أخلاقيات الإعلام، الصحافة الإقتصادية، الصحافة الثقافية، مساق التحقيقات 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 التعلم 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 اتجاهات التدريب والتعليم الإعلامي في العصر الرقمي: دراسة مقارنة بين التجربة الكندية وبعض التجارب العربية



د. فيصل فرحي د. رياض جلجلي

كلية الاتصال والإعلام، جامعة العين، الإمارات

faycal.farhi@aaau.ac.ae

riadh.jeljeli@aaau.ac.ae

ملخص البحث

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

وتعد كندا من بين الدول الرائدة التي تقدم برامج متنوعة 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 في ربط المؤسسات الإعلامية بالمؤسسات التعليمية وإشراك المختصين والخبراء في مجال التكوين والتدريب، وذلك بإستحداث آليات إدارية تسمح بذلك، بما يحقق مخرجات تعليمية نوعية وبيقيها في إتصال مباشر بالواقع العملي.

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

وللأسف الشديد يعاني 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 تفكيكها وتحليلها ومن ثم مقارنتها ببعض التجارب العربية.

تأهيل المتلقي على المشاركة الإبداعية في صناعة مضامين إعلامية



أ. منى ممالك طوق

إعلامية مستقلة وباحثة في التربية على الإعلام، لبنان

monatawkr@gmail.com

ملخص البحث

تهدف هذه الدراسة إلى كيفية تأهيل المتلقي للمشاركة الإبداعية في صناعة مضامين إعلامية بتحديد المؤسسات على الصعيد التربوي والإعلامي التي تتولى هذا التأهيل والبرامج المعدة لذلك. تعتمد الدراسة المنهج العملاني الذي يخالف المناهج القديمة في تبويب وتصنيف المعلومات واستخدام تقنية تحليل المضمون من المنهج الوصفي لتحليل المعلومات واستخراج الخصائص الدالة. وتطلق من مشاريع مبرمجة لمنظمات غير حكومية (اليونيسكو مثلاً) ومواد تعليمية في المناهج التربوية (لبنان نموذجاً) كأداة بحثية لشرح الإشكالية المطروحة: كيف يتم تأهيل المتلقي لصناعة مضامين إعلامية تتسم بالإبداع؟ وينبثق عن هذه الإشكالية الأسئلة البحثية الآتية: ما هي مقومات التربية الإعلامية في القرن الحادي والعشرين؟ ما هي المهارات المطلوبة لإنتاج مضامين إعلامية مبدعة؟ كيف يمكن التنسيق 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 المتلقي. واتخذت من نتائج وتوصيات الدراسات السابقة نقطة انطلاق في تحديد الأساسيات البحثية.

تتفرد هذه الدراسة بأنها تقدم الجدلية العلائقية المستقبلية بين التربية والإعلام التي تقوم على تأهيل المتلقي وإنتاج مادة إعلامية إبداعية تشاركية في المضامين الإعلامية بطريقة مسؤولة وواعية، لا سيما وأن المنصات الإعلامية باتت تشرع أبوابها أمام المواطن الصحفي، 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.

وتبين نتائج الدراسة أن المتلقي يستطيع التحكم بالمحتوى الاعلامي من خلال التربية التوجيهية التي تواكبه خلال سنوات الدراسة، فيصبح قادراً على التأثير والإنتاجية والتشاركية أكثر مما يكون متلقياً ومستهلكاً فقط.

الكلمات المفتاحية: تأهيل المتلقي، مشاركة إبداعية، صناعة مضامين إعلامية.

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



أ. وهيبة الغالي

باحثة دكتوراه، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس

ghali.wahiba@live.com

ملخص البحث

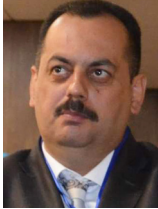
في حين مازالت البلدان العربية، ومن بينها تونس، تبحث عن موقع للتربية الإعلامية في سياساتها التعليمية، ظهرت مصطلحات جديدة في علاقة بالبيئة الرقمية، على غرار التربية الإعلامية الرقمية، وعليه يمكن القول إن الوقت قد حان لتعمّق البلدان العربية دراساتها ورؤاها حول التربية الإعلامية عموماً، والتربية الإعلامية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

إننا في جيل رقمي جديد يستوجب الوقوف على خصوصياته، حتى يتربّى على قيم ومبادئ يسميها البعض رقمية أو إفتراضية، لكن في واقع 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 وتبادلها، فيتجاوز بذلك نظرة الخوف أو كما يسميها الباحث في علوم والاتصال الأستاذ جمال الزرن الإعلاموفوبيا.

تعتبر التربية الإعلامية الرقمية مبحثاً جدياً، يحتاج إلى تأصيل المفاهيم ذات العلاقة به وسبر واقعه وتكثيف الدراسات حوله، وفي النموذج التونسي كنا 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 والمحامل الرقمية، كما تبين لنا أن أغلب المتعلمين يملكون هواتف ذكية ومتصلين بشبكة الإنترنت رغم انتمائهم إلى أوساط اجتماعية متفاوتة، وفي المقابل وزارة التربية لا تكرر أهمية التربية الإعلامية، لكن لا تدرجها في المناهج التعليمية.

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



د. صفد حسام الشمري

كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق

dr.safadalshimari@gmail.com

ملخص البحث

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

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 وميسر للمستخدمين على وفق معايير وأسس وقواعد محددة وبشرط إضافة عنصر المعرفة، وإرتبطت تلك الصناعة بحق الملكية الذي يتطلب توافر مقومات فنية وتقنية.

ويأتي بحثنا: «إلتزام صناع المحتوى الرقمي العراقي بمعايير الجودة العالمية»، المقدم إلى وقائع: (المؤتمر العلمي الدولي الثالث لقسم الإعلام - كلية الآداب والعلوم الاجتماعية بجامعة السلطان قابوس: الاتصال الجماهيري في البيئة الرقمية: بين ضرورات التربية الإعلامية ومتطلبات التعليم الإعلامي)، ليحاول 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.

وتمحور مشكلة البحث في التساؤل الرئيس: (ما مديات إلتزام صناع المحتوى 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 بالمعايير الدولية: (معايير المحتوى/ المعايير التكنولوجية/ المعايير الفنية/ المعايير الأخلاقية).

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

واقع برامج التدريب وتعليم التربية الإعلامية في المؤسسات الإعلامية الجزائرية



أ. آمال محرز حسين د. باية سيفون
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 للإعلاميين. ومن أجل ذلك ستعرض الدراسة بالتحليل مختلف التبرصات التكوينية والتأهيلية لممارسي الإعلام في الجزائر المرتبطة بمعيار التربية الإعلامية، وستسلط الضوء على مدى استفادة الصحفيين من هذه التكوينات في التعامل مع المضامين الإعلامية فرزا تفسيرا صياغة وإنتاجا. وتتبع 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 كالاتي:

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 آراءهم حول برامج التربية الإعلامية لتعليم وتكوين الإعلاميين الواجب توافرها في سياسات التكوين لدى المؤسسات الإعلامية.

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

وبناء عليه، ستعتمد الباحثة على المنهج المسحي لعينة عمدية من ممارسي الإعلام في المؤسسات الاعلامية، 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
15:00 - 16:15



التربية الإعلامية بالعالم العربي قراءة في البراديفغات النظرية والرهانات التربوية



د. مصطفى المريط

جامعة سيدي محمد بن عبد الله، فاس، المملكة المغربية

lamret_mostafa@yahoo.fr

ملخص البحث

ستحاول هذه الورقة البحثية تتبع أهم البراديفغات 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، يبحثها 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 حقلا نظريا وتطبيقيا من مجالات العلوم الإنسانية، وبعدا من أبعاد الظاهرة الإنسانية المعقدة والمركبة في العلوم الإنسانية، وباستحضار الإشكالات الأبستيمولوجية المتعلقة بموضوعة الظاهرة الإعلامية والحقيقة العلمية والموضوعية وتعدد المناهج الكمية والكيفية ونموذجية النظريات العلمية المتراكمة في هذا المجال.

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

بحوث التربية الإعلامية في البلدان العربية في عصر الرقمنة والوسائط المدمجة - مقارنة نقدية -



د. محمد شطاح

كلية الاتصال والإعلام، جامعة العين، أبو ظبي، الإمارات

mohamed.chettah@aaau.ac.ae

chettah_mohamed@yahoo.fr

ملخص البحث

بدأ الاهتمام بدراسة العلاقة بين الإعلام والتربية منذ عدة عقود، وزادته ثورة وسائل الاتصال، وبروز ما بات يطلق عليه بالمجتمع الإعلامي انتشارا وتوسعا. إنه المجتمع الذي يدين فيه أفراد به شكل كبير إلى وسائل الإعلام في إشباع حاجاتهم المختلفة للمعلومة والمعرفة. وقد اهتمت الدول والمنظمات بالموضوع، وكانت اليونسكو - لطبيعتها - في المقدمة، منذ الدورة السادسة والثلاثين للمؤتمر الدولي للتربية في عام 1977. وكانت الانطلاقة بالاهتمام بالإعلام التربوي (التربية بالإعلام) الذي يعني: «كل ما تتضمنه شبكات البرامج الإذاعية والتلفزيونية والمطبوعات من صحف ومجلات، من موضوعات ومحتويات تربوية، موجهة لجمهور عام أو خاص، بغرض إشباع حاجاته التربوية والتعليمية، وتطوير قدراته وخبراته وتنمية اتجاهاته وتقويم سلوكه وفق قيم ومعايير تعزز مشاركته ومساهمته في الجهد العام للمجتمع الذي ينتمي إليه». ثم اتجه الاهتمام لاحقا لمفهوم التربية الإعلامية أو «التربية على وسائل الإعلام» وقد حددته اليونسكو في: «كل أشكال دراسة وتعلم وتعليم في مختلف المستويات، ومختلف الظروف والوضعيّات، تاريخ وطرق استخدام وتقييم وسائل الإعلام، كأدوات فنية وتقنية، والتعرف على المكانة التي تحتلها في المجتمع، وتأثيراتها عليه». لقد أجريت في السنوات الأخيرة العديد من البحوث والدراسات والتجارب، تناولت في مجملها عدد من القضايا والمشكلات ذات العلاقة بالموضوع، وكذلك كان الحال في البلاد العربية. الدراسة محاولة علمية نقدية تتناول تجربة بحوث التربية الإعلامية في المنطقة في عصر الرقمنة والوسائط المدمجة من خلال مسح لعدد من الدراسات الحديثة، ومحاولة الإجابة على عدد من الأسئلة، أهمها:

- ما هي القضايا والموضوعات التي تناولتها بحوث التربية الإعلامية؟
- ما هي المقاربات التي تبنتها بحوث التربية الإعلامية؟
- ما هي أهم المناهج والأدوات التي وظفت في بحوث التربية الإعلامية؟
- ما هي الوسائل والعناصر الاتصالية التي اهتمت بها بحوث التربية الإعلامية؟
- ما هي آفاق البحث في التربية الإعلامية، في عصر الرقمنة والوسائط المدمجة بالمنطقة؟

« 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 لمصفوفة 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 وانتقائها والتعامل معها بصورة فعالة، وفي ظل بيئة إعلامية تتسم بالتحول والتجديد المستمر.
- أسلوب التحليل: سوف تعتمد الدراسة على أسلوب التحليل من المستوى الثاني Secondary Data Analysis الذي ابتكره Rogers في الثمانينات 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 معرفيا ونظريا ومنهجيا، ودراسة المتغيرات والعوامل المؤثرة في مسارات هذا التطور على المدى الزمني الممتد والمتسع.

الفلسفة الإثتمانية وثورة الإعلام والاتصال (طه عبد الرحمان 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 مابعد الحداثة، وكذلك انتشار الاقتصاد الخدماتي الذي أفرز الثقافة الإستهلاكية، وبالتداخل بين الاقتصاد الخدماتي والثقافة الإستهلاكية أصبح الإعلام أهم وسيلة لتكريس كلا من الثقافة الإستهلاكية واقتصاد الخدمات، وهنا المعضلة الأخلاقية التي واجهها الفلاسفة، حيث أن أخلاق الواجب إنهارت، وحلت محلها أخلاق اللذة المطلقة اللانهائية، وهنا تبرز فلسفات الإختلاف كتكريس لهيمنة أخلاق اللذة، مع خطورة هكذا أخلاق، وحيث أنها ستؤول إلى إنهيار المسؤولية وهو ما ناقشه جيل ليبوفتسكي، وإنهيار القيم والثوابت الأخلاقية وهو ما ناقشه زيغمونت باومان، ناهيك عن تفكيك إنسانية الإنسان كما عبر عن ذلك عبد الوهاب المسيري. وهنا يطرح السؤال التالي: إذا كانت وسائل الإعلام والاتصال ضرورية، وأخلاق الإلتزام والمسؤولية ضرورية، فهل يمكن إقامة تجاسر وترابط بينهما؟ وهل يمكن بناء نموذج تربوي إعلامي يحمل قيم الإلتزام والواجب؟ أمام هذا المأزق الأخلاقي للثورة المعلوماتية ظهرت فلسفة طه عبد الرحمان الإثتمانية، وهي فلسفة إسلامية أخلاقية، تنطلق من مبادئ ثلاثة وهي: مبدأ الأمانة الذي حدد من خلاله الوظيفة الوجودية للإنسان، ثم مبدأ الشاهدةية والذي من خلاله تحدد مفهوم الإنسان، وأخيرا مفهوم التزكية الذي هو رباط بين المبدأين السابقين، وله وظيفة تربوية، الأخيرة تنهض بالقيم الأخلاقية التي أساسها الحياء، وهنا تكمن فلسفة الاخلاق 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

أولا: تدامج الثقافة الإستهلاكية ووسائل الاتصال في هدم الأخلاق

ثانيا: الفلسفة الإثتمانية وأخلاق الحياء

ثالثا: الأخلاق الإثتمانية وبناء نموذج التربية الإعلامية

رابعا: نقد

خاتمة





الجلسة العاشرة

«بحوث ودراسات التعليم الإعلامي في العالم العربي»

الخميس 25 مارس 2021
15:00 - 16:15



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 بالمختصين 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 أضافته جامعة الملك سعود في الرياض خلال الفترة من 3 - 6 ديسمبر 2005م، بالإضافة لمبادرة منظمة اليونسكو بالتعاون مع جامعة القاهرة في العام 2011م، لتقييم أداء كليات الصحافة المصرية. أما السودان فقد عقد أول مؤتمر من نوعه لتقييم 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 التركيبي ليوّجه نظرة متسعة إلى موضوعه. وفي هذا البحث تم الاعتماد على نصوص منتقاة عن نشأة واقع التعليم الإعلامي في السودان، وتحليلات مضامينه، التي أبداهها عدد من علماء الإعلام، بالإضافة إلى استصواب حي للمناهج الحالية لكليات وأقسام الإعلام في السودان، والنظر بعين الاعتبار إلى معطيات علوم الاتصال والإعلام، وما اهتدى إليه أصحاب النظر الثاقب من المفكرين والعلماء. وهذا البحث تتشعب مساراته، وتتمدد 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 تتداخل بطبيعتها، ويؤثر بعضها في بعض بشكل دائم. ولاتساع مجال هذا البحث، وتنوع مناطات التركيز فيه فقد أتبع الباحث في دراسته المنهج الظاهراتي، والمنهج التاريخي.

واقع التعليم الإعلامي الجامعي في الوطن العربي دراسة تحليلية نقدية



أ. شمسة سالم البادية

وزارة الإعلام، سلطنة عُمان

sunmalak2013@gmail.com

أ. أماني سليمان العبرية

باحثة، سلطنة عُمان

amani1141@gmail.com

ملخص البحث

تهدف هذه الدراسة إلى تشخيص وتوصيف وتحليل واقع التعليم الإعلامي الجامعي في الوطن العربي، والبحث في التحديات التي تواجهه ووضع رؤية لتطوير التعليم الإعلامي الجامعي بما يتواءم 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 هنالك ما يقارب 200 برنامجاً جامعياً حكومياً وخاصاً لتدريس الإعلام في الوطن العربي، وأن اللغة العربية هي اللغة المسيطرة على تدريس الإعلام في أغلب الجامعات، كما غلب 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 هيئات 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 مقترحة لتطوير تعليم الإعلام في الجامعات العربية بما يتوافق مع المستجدات والتطورات في العصر الرقمي.

استخدامات مؤسسات التكوين الإعلامي لوسائل الإعلام: بين إشباع المتكوّن ومتطلبات التكوين دراسة حالة طلبة الإعلام في تونس



د. حنان المليتي

معهد الصحافة وعلوم الاخبار، جامعة منوبة، تونس

m.hanen.m@gmail.com

ملخص البحث

تذهب العديد من الدراسات إلى أنّ الإعلام بوسائله المختلفة يلعب دورا جوهريا في تشكيل وجدان الجماهير وفي تشكيل إدراكهم ووعيهم، وإدراكا من التربويين والأكاديميين لأهمية هذا الدور وعظم شأنه أصبح الإعلام وسيطا لا غنى عنه من وسائط التربية والتكوين الحديثة خصوصا مع ترافق انتشار وسائل الإعلام بطفرة اتصالية وتكنولوجية وانفجار معرفي هائل.

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

وعليه، سيكون بحثنا متمحورا حول الإشكالية التالية: ما مدى أهمية استخدامات مؤسسات التكوين الإعلامي الأكاديمي لوسائل الإعلام التقليدية وأي إشباعات ستتحقق لطلبة الإعلام (المتكوّنون) جرّاء ذلك وضمن أيّ رهانات؟

نظريّا سنستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات أمّا منهجيا فسنعتمد على منهج دراسة الحالة المتمثل في البرنامج الأسبوعي «ورشة الصحافة» محلّ اتفاقية الشراكة بين معهد الصحافة وعلوم الاخبار - المؤسسة الأكاديمية العمومية الوحيدة للإعلام بتونس - وإذاعة تونس الثقافية. يعدّ فقرات البرنامج طلبة المعهد بمختلف مستوياتهم للتدرّب على مختلف الأشكال الصحفية والتقديم الإذاعي مع تحديد مواضيع أسبوعية للغرض تبعا لاجتماعات التحرير وذلك بإشراف مزدوج: بيداغوجي أكاديمي من المعهد ومهني من الإذاعة. وسنعمد إلى استبيان يسمح الطلبة المشاركين في البرنامج وكذلك المشرفين عليه لتبيين متطلبات هذه الاستخدامات لوسائل الإعلام في عملية التكوين وإشباعاتها ورهاناتها.

دوافع دراسة الإعلام لدى طلاب جامعة السلطان قابوس: دراسة مقارنة بين عامي 2016م و 2021م



أ. نورة السيابي

قسم الإعلام، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عُمان

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.

وتناقش الدراسة عددا من العوامل التي تدفع الطلاب لدراسة الإعلام منها: فرص السفر المحتملة، الشهرة، المساعدة في بناء الوطن، متعة الكتابة، محاربة الظلم، مسائل 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 و 2021م اتفقتا 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 الأكاديمية 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 لمين 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) اكتسبها الإعلام بحكم التطور التكنولوجي والرقمي الرهيب الذي غير معالم السلطة ووجه السياسة، وقوض مفاهيم جامدة ومستقرة، وفكك منظومات ثابتة في تركيبها 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 وأمنا إلى وقت قريب من الألفية التي انقضت لتتهاوى معها منظومة من المفاهيم لصالح البحث عن رؤية مغايرة تصنع الاختلاف وتتشدد التميز. ومع تلاشي القيم المتعارف عليها وفشل القوانين المتوارثة تمخضت جملة من القضايا الشائكة التي تتخبط فيها المجتمعات المتأخرة على مستويات عدة لاسيما منها التعليم والتكوين الإعلاميين اللذان يتطلبان وعيا بالتغيرات 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 يؤكد الافتقار إلى الكثير من الأبجديات 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 بتخفيها تحت احترافية زائفة، بينما تجد بعض المراكز الخاصة نفسها عاجزة عن تحقيق الأفضلية تعليميا والاحترافية تكوينا بسبب العراقيل رغم أنها تحمل مشروعا ينبئ بالكثير. ونسأل 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 ستحاول 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 أفت قرط

باحث إعلامي، فلسطين

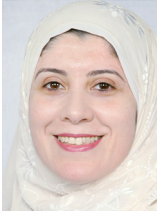
abubakerqurt@yahoo.com

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 الأربعة: ردة الفعل، التعلم، تغير السلوك، ونتائج التدريب. لجأت هذه الدراسة الوصفية إلى المنهج المسحي بتعبئة استبيان من عينة قصدية لـ 223 طالباً ممن تلقوا تدريباً إعلامياً. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها ظهور مستوى تعلم مرتفع للمبحوثين المتلقين للبرامج التدريبية الإعلامية. في المقابل كان مستوى التغير في سلوك المبحوثين متوسطاً بعد تلقيهم التدريب. كما أظهر الطلبة مستوى عالياً من الرضا عن بيئة التدريب وتوقيته وأداء المدرب. أما بالنسبة لفروض الدراسة، فقد وجدت 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، وجدت 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

يتردد 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 علي تقنيات إعلامية حديثة، والوقوع في أزمة ثقة مع الجمهور الذي أصبح يتجه لمصادر بديلة يرى أنها الأكثر تعبيراً عن واقعه واهتماماته الحقيقية، وعدم القدرة علي 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. ومما 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، فضلا عن مشاكل بيئة العمل التي يواجهونها وتحد أحيانا من قدراتهم على تفعيل ما استفادوه من التدريب المهني. ترصد الدراسة توجهات الصحفيين المصريين حول فعالية التدريب المهني والعوامل المؤثرة في كفاءته، وتحلل وتناقش تصوراتهم بشأن الآليات التي يمكن أن ترفع من هذه الفعالية، والمجالات 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 تتمثل في المحتوى الإعلامي، المستوى الفردي للصحفيين، الأجور والرواتب، التنظيم والإدارة وأخيرا العلاقة بالهيئات السياسية والاقتصادية في الدولة.

في إطار المستوي الفردي للتأثيرات ركزت الدراسة علي العوامل التي تؤثر على مواقف الصحفيين الوظيفية وإنتاجيتهم ودوافعهم لحضور التدريب الصحفي المتاح لهم، وانعكاس ذلك علي إنتاجيتهم الإعلامية والمجالات التدريبية التي يرغبون في الحصول عليها.

تجمع الدراسة بين أسلوبين التحليل الكمي والكيفي، وقد تم تطبيق أداتي الاستبيان الإلكتروني والمقابلة المتعمقة على عينة من الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية المصرية سواء الحكومية أو الخاصة وأيضا 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

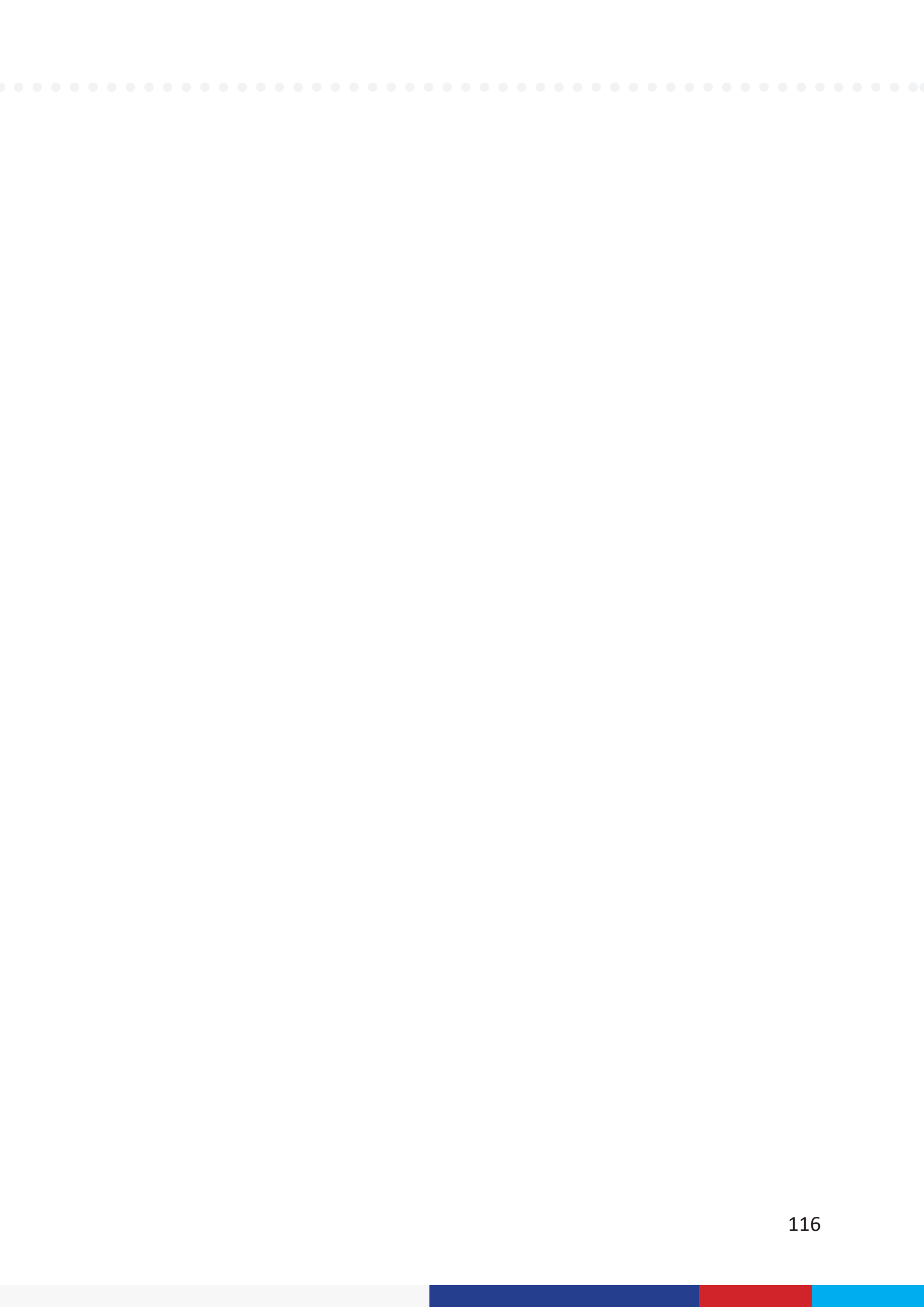
slamene.radouane@gmail.com

ملخص البحث

منذ بداية ستينات القرن العشرين شهدت المحافل الأكاديمية 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 والتعليمية 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، وتوجهاً عاماً نحو التحول الرقمي وخاصة المملكة العربية السعودية بعد إطلاقها لرؤية 2030 وطموحها نحو تحديث مناهج التعليم الإعلامي كرهاً لتطوير منظومتها التربوية والتعليمية.

وحتى يتمكن من تقييم برامج التعليم الإعلامي في المملكة العربية السعودية ينبغي النزول إلى الميدان من خلال هذه الدراسة الميدانية المسحية باستخدام أداة استمارة الاستبيان المبنية وفقاً لمقياس «ليكرت Likert» يتم توزيعها على عينة من الأكاديميين أعضاء هيئة التدريس بجامعة الملك عبد العزيز، بناءً على مؤشرات دقيقة تترجم اتجاهاتهم وآرائهم 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 تتبثق عن سؤال جوهري مرده:

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





الجلسة الثانية عشر

«تقويم 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 الجامهيري بالجامعات الإماراتية

د. بهاء الدين علي بشير

كلية الإعلام، جامعة أم القيوين، 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» تعدها 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 تغييرات 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 التشيئة، 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 على أخذ 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 الإنترنت أبرز مظاهرها، إذ ساعدت هذه الشبكة على تخطي حدود الزمان والمكان، وجعلت الفرد أمام كم هائل من الرسائل والمحتويات الإعلامية التي تحمل في طياتها في كثير من الأحيان قيما وأفكارا وثقافات تختلف مع القيم والثقافات الأصلية للشعوب والأفراد، وتروج لمضامين 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 المحتويات السلبية للميديا الجديدة من خطر على الأجيال القادمة، سارعت إلى إدراج التربية الإعلامية في المنهاج التربوي للمدرسة الابتدائية، ولكن ليس كمادة مستقلة وإنما متضمنة في كتب التربية المدنية للطور الابتدائي من أجل تعريف الطفل المتمدرس بسلبيات وإيجابيات الميديا الجديدة ومحتوياتها.

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

- ما مدى حضور التربية الإعلامية في المنهاج 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 المنهاج التربوي الجزائري للتحديات التي تفرضها الميديا الجديدة؟
- ما هي الاستراتيجيات الكفيلة بتفعيل مادة التربية الإعلامية في المؤسسات التربوية الجزائرية؟

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



د. سيف الدين عبان

المركز الجامعي سي الحواس، الجزائر

abbaneseify@gmail.com

أ.د. رضوان بلخيري

جامعة العربي التبسي، الجزائر

belkhiri.radouane@univ-tebessa.dz

ملخص البحث

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

في ظل هذا الخطر الذي تحدّثه المعلومات المضللة والتي وجدت في المنصات الرقمية بيئة خصبة للانتشار بعيدا عن مقص الرقيب، عادة-، وفي ظل تحول السلطة من الشارع كما يقر فيلسوف السرعة بول فيريليو Paul Virilio إلى جدران الفيسبوك وأغصان التويتر وحوادث الانستغرام وطاولات الواتساب والتيلغرام كما نعيشه اليوم، صارت الحاجة أكثر من ضرورية للتربية على الإعلام الرقمي، أي، مرافقة المستخدم لإكسابه نشاطا مع المحتوى المقدم على المنصات الرقمية التي تجمع المليارات من المستخدمين، وتسحب جماهير وسائل الإعلام الكلاسيكية بسرعة لم تحققها أية وسيلة قبلها، ولأجل هذا تنظم عديد الجهود وعلى كافة الأصعدة، انطلاقا من المبادرات الشخصية المنظمة وغير المنظمة للمستخدمين وصولا 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 والمتعلقة 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 اللابقيين 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 ؟ وتلج الحملة على أن المستخدم ينبغي عليه طرحها قبل أن يشارك المعلومة عموما والمعلومة المتعلقة بجائحة غيرت ملامح العالم بصفة خاصة.

إن هذه الحملة تعد نموذجا حديثا عن التربية على الاستخدام العقلاني لمضامين الإعلام الرقمي، ولهذا ارتأى 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	د. عائشة سالم الجارثية	أ. حليلة ناصر الذهلية
جامعة السلطان قابوس	جامعة السلطان قابوس	وزارة التربية والتعليم
wajeha@squ.edu.om	asa@squ.edu.om	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 للمساهمة 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 لإحداث نقلة نوعية في دور المدرسة التربوي والاجتماعي في ظل اقتصاد المعرفة، يبرز 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 لتنفيذ الشراكة بين المدرسة والمجتمع جاء بدرجة متوسطة، كما أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية 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 المقترحات التي من المؤمل أن تسهم في تفعيل إدارية إعلامية رقمية فاعلة بين المدرسة وأولياء الأمور في ظل الظروف الراهنة والمستقبلية.

تقويم كتب التربية الوطنية والمدنية للمرحلة الأساسية العليا بالأردن في ضوء مفاهيم التربية الاعلامية

د. هيفاء عبد الهادي الدلابيح د. بيان ظاهر ماضي

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

haifa@aabu.edu.jo

ملخص البحث

هدفت هذه الدراسة إلى تقويم كتب التربية الوطنية والمدنية للصفوف الثامن والتاسع والعاشر الأساسي في المرحلة الأساسية العليا في الأردن للتحقق من مدى تضمين مفاهيم التربية الاعلامية والموزعة على المجالات: (الأسري، الديني، التربوي، الصحي، الاجتماعي، الاقتصادي، البيئي)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي القائم على الاسلوب التحليلي، واعتمدت وحدة التحليل الكلمة وشبه الجملة، وتم التأكد من صدق أداة التحليل وثباتها بالطرق البحثية الملائمة، وخلصت النتائج الى أن كتب التربية الوطنية والمدنية تضمنت عددا من مفاهيم التربية الاعلامية وصل تكرارها (72) تكرارا توزعت على المجالات السبعة، وحصل المجال الاجتماعي على المركز الاول حيث تضمنت الكتب الثلاثة (14) تكرارا في المجال الاجتماعي، ثم المجال التربوي بواقع (13) تكرارا، ثم المجال الاقتصادي بواقع (12) تكرارا، ثم المجال الأسري بواقع (11) تكرارا، 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 للصف العاشر على المرتبة الاولى بواقع (29) تكرار، ثم جاء الصف الثامن بالمرتبة الثانية بواقع (26) تكرارا وحصل كتاب التربية الوطنية والمدنية للصف التاسع على المرتبة الاخيرة بواقع (19) تكرار. وبناء على نتائج الدراسة توصي الباحثين بضرورة تضمين مفاهيم التربية الاعلامية في كتب التربية الوطنية والمدنية لصفوف المرحلة الأساسية العليا بشكل متوازن.

الكلمات المفتاحية: التقويم، كتب التربية الوطنية والمدنية، مفاهيم التربية الاعلامية، المرحلة الأساسية العليا.

