الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي

Ministère de l'Enseignement Supérieur
Et de la Recherche Scientifique
Université Chahid Hamma l'akhdar El Oued

ورقة بحثية بعنوان:

التكوين الإعلامي لطلبة الدعوة والإعلام
بين النظرية والتطبيق - دراسة ميدانية -

إعداد الدكتور: هشام ميسه

أستاذ محاضر ب

كلية العلوم الإسلامية – جامعة الوادي – الجزائر

meissa-hicham@univ-eloued.dz

مقدمة للملتقى الدولي حول: الجودة في أقسام وكليات الإعلام .. الواقع والتطلعات

11–12 نوفمبر 2025

كلية الإعلام جامعة الزيتونة – ليبيا

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم جودة التكوين الإعلامي لطلبة قسم الدعوة والإعلام في جامعة الشهيد حمه لخضر – الوادي، من خلال تحليل أبعاد التكوين النظري، فاعلية العملية التعليمية، الجانب التطبيقي، التحول الرقمي، والبعد الدعوي، مع ربط النتائج بالمتغيرات الديموغرافية مثل النوع والمستوى الدراسي.

وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، ومن خلال الاعتماد على المنهج المسحي، بأسلوب المسح بالعينة، وأداة الاستبيان المكونة من ستة محاور، طُبقت على عينة قوامها (40) طالبا وطالبة.

وقد أظهرت النتائج أن التكوين النظري والبعد الدعوي حصلا على أعلى متوسطات تقييم، في حين جاء الجانب التطبيقي والرقمي في المراتب الأخيرة، مما يشير إلى الحاجة لتعزيز التدريب العملي وتحديث المقررات بما يتواكب مع المستجدات الرقمية. كما بينت اختبارات الفرضيات (T-test) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم التكوين الإعلامي تبعا لمتغيري النوع والمستوى الدراسي. توصي الدراسة بضرورة زيادة الورشات التطبيقية، عقد شراكات مهنية، وتطوير البنية التكنولوجية بما يدعم مخرجات التكوين الإعلامي.

الكلمات المفتاحية: التكوين الإعلامي، الدعوة والإعلام

مقدمة:

أصبح الإعلام في العصر الرقمي أداة محورية في تشكيل الوعي الجماعي وتوجيه الرأي العام، كما بات من أبرز الوسائط المؤثرة في نقل الرسائل والقيم والمواقف، خصوصا في المجتمعات المتغيرة والمتأثرة بالتحولات الاتصالية والتكنولوجية المتسارعة. وفي هذا السياق، تزايدت الحاجة إلى كفاءات إعلامية متمكنة تجمع بين التكوين الأكاديمي الرصين والمهارات المهنية التطبيقية، خاصة في مجالات ذات حساسية ثقافية ودعوية كالإعلام الإسلامي.

ويعد تخصص "الدعوة والإعلام" أحد التخصصات التي تقع عند تقاطع الحقول المعرفية، حيث يجمع بين البعد الشرعي الدعوي والبعد الإعلامي التقني. ومن هذا المنطلق، يطرح التساؤل حول طبيعة التكوين الذي يتلقاه طلبة هذا التخصص، ومدى قدرته على التوفيق بين الجانبين النظري والتطبيقي، بما يُمكّن الخريج من أداء دوره بكفاءة في البيئة الإعلامية المعاصرة.

لقد أظهرت بَعض الدراسات الحديثة فجوة بين المقررات النظرية والتدريب العملي في برامج التكوين الإعلامي، خاصة في التخصصات البينية مثل "الدعوة والإعلام"، مما يؤثر سلبا على قابلية الطلبة للاندماج المهني بسلاسة. كما أن الانفجار المعلوماتي وانتشار الوسائط الرقمية الجديدة فرض تحديات إضافية، تستدعي إعادة النظر في البرامج والمناهج التعليمية لجعلها أكثر توافقًا مع التحولات الإعلامية المعاصرة.

وانطلاقًا من هذه الإشكالات، تسعى هذه الدراسة إلى رصد واقع التكوين الإعلامي الذي يتلقاه طلبة الدعوة والإعلام، وتحليل مدى توازن المقررات بين النظرية والتطبيق، من خلال دراسة وصفية ميدانية تعتمد على المنهج المسحي، بهدف الخروج بمقترحات عملية تسهم في تطوير هذا التكوين ليتماشى مع متطلبات الحقل المهني، ويلبي احتياجات المجتمع الدعوي والإعلامي على حد سواء.

<u>أولا: إشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية</u>:

1-إشكالية الدراسة:

يشهد العالم اليوم تغيُّرات متسارعة في البنية الاتصالية والإعلامية، فرضت تحدّيات جديدة أمام مؤسسات التكوين والتعليم العالي، خصوصا في التخصصات التي تتقاطع مع َالحقول الدعوية والثقافية. وفي هذا السياق، يطرح واقع التكوين الإعلامي لطلبة تخصص الدعوة والإعلام عدة تساؤلات حول مدى فاعلية المناهج الدراسية المعتمدة، وكفاءتها في إكساب الطلبة المعارف النظرية والمهارات التطبيقية الضرورية لممارسة العمل الإعلامي الدعوي بكفاءة واحترافية.

فعلى الرغم من الجهود المبذولة في بعض المؤسسات الجامعية لدمج الجوانب العملية في التكوين، إلا أن هناك مؤشرات على وجود فجوة بين الإطار النظري الذي يتلقاه الطلبة من خلال المحاضرات والمقررات، وبين التطبيق العملي الميداني الذي يتطلب أدوات وتقنيات حديثة واستجابة للواقع الإعلامي الرقمي.

ومن هنا، تبرز الإشكالية المركزية لهذه الدراسة في التساؤل التالي:

إلى أي مدى يحقق التكوين الإعلامي لطلبة تخصص الدعوة والإعلام التوازن بين الجانبين النظري والتطبيقي بما يستجيب لمتطلبات العمل الإعلامي المعاصر؟

2-تساؤلات الدراسة:

- ما هو واقع التكوين النظري في برامج الدعوة والإعلام؟
- إلى أي مدى توفر المناهج فرصا للتدريب الميداني والتكوين التطبيقي؟
- ما مدى ملاءمة المقررات الحالية لمتطلبات سوق العمل الإعلامي؟
- ما هي أهم التحديات التي يواجهها طلبة الدعوة والإعلام أثناء تكوينهم؟
- ما مدى رضا الطلبة عن التكوين الإعلامي الذي يتلقونه؟
- ما المقترحات التي يمكن أن تساهم في تحسين وتطوير هذا التكوين؟

3-فرضيات الدراسة:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ في تقييم جوانب التكوين الإعلامي تعزى إلى متغير النوع.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ في تقييم جوانب التكوين الإعلامي تعزى إلى متغير المستوى الدراسي.

4-أهمية الدراسة

- **أهمية علمية:** تتيح هذه الدراسة سد فراغ بحثي متعلق بدمج التكوين الإعلامي والدعوي في ضوء التحديات المهنية والتحولات الرقمية.
- **أهمية تطبيقية:** توفّر معطيات كمية ونوعية يمكن أن تفيد أقسام الإعلام والدعوة في تطوير مناهجهم ومقارباتهم البيداغوجية والتقنية.
- **أهمية مؤسساتية:** تمكّن الهيئات الأكاديمية والإدارية من تقييم مدى ملاءمة التكوين لسوق العمل الإعلامي والدعوي.

❖ أهمية للطلبة: تعكس تصورات الطلبة حول التكوين، وتبرز نقاط القوة والضعف في تجربتهم التكوينية.

5-أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في معرفة واقع التكوين الإعلامي لطلبة الدعوة والإعلام في جانبه النظري والتطبيقي، ويتفرع عن ذلك جملة الأهداف الآتية:

- تقييم جودة التكوين النظري في تخصص الدعوة والإعلام من وجهة نظر الطلبة.
- قياس فعالية الأداء البيداغوجي للأساتذة ومدى تحديث المحتوى الأكاديمي.
- التعرف على مدى تفعيل الجانب العملي والمهني داخل مسار التكوين.
- تحليل مستوى إدماج تقنيات الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي ضمن المقررات.
- الكشف عن حضور البعد الدعوي في التكوين الإعلامي ومدى تهيئة الطلبة لإنتاج محتوى دعوي رقمي.

6-نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية الكمية، والتي تستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها.[1]

وضمن البحوث الوصفية تم الاعتماد على منهج المسح، وهو الطريقة العلمية التي تمكّن الباحث من التعرُّف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك.[2] وقد تم الاعتماد على أسلوب بالمسح لعينة من طلبة الدعوة والإعلام بكلية العلوم الإسلامية جامعة الوادي، لمعرفة آرائهم اتجاه التكوين الإعلامي النظري والتطبيقي.

7-مجتمع الدراسة والعينة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع طلبة الدعوة والإعلام بكلية العلوم الإسلامية بجامعة الوادي، وقد تم الاعتماد على الأسلوب غير العشوائي عن طريق العينة القصدية، وقد وصل حجم العينة 40 طالبا وطالبة.

8-أدوات جمع البيانات:

تم الاعتماد على الاستبيان في جمع البيانات، وهو عبارة عن عدد من الأسئلة أو العبارات المكتوبة والمزوَّدة بإجابات محتملة معدَّة بشكل منهجي يطلب فيها من المبحوثين الإشارة إلى ما يعتقدون أنه يمثل رأيهم حول الموضوع أو الظاهرة المدروسة، وقد تمثلت محاور الاستبيان في ما يلي:

- المتغيرات الشخصية: (النوع، السنة الدراسية)
- المحور الأول: جودة التكوين النظري (05 عبارات)
- المحور الثاني: فاعلية العملية التعليمية وجودة المحتوى الأكاديمي (06 عبارات)
- المحور الثالث: المحور الثالث: تقييم الجانب التطبيقي والمهني (06 عبارات)
- المحور الرابع: الجانب الرقمي والتحول التكنولوجي (04 عبارات)
- المحور الخامس: البعد الدعوي في التكوين الإعلامي (05 عبارات)

9-اختبار الصدق والثبات:

تم عرض الاستبيان على أساتذة محكمين متخصصين في علوم الإعلام والاتصال ومناهج البحث العلمي لمعرفة مدى قدرة الاستبيان على قياس ما تهدف إليه الدراسة، أما الثبات فكان بنسبة 92%، بالاعتماد على معامل ألفا كرونباخ، وكذا اختبار صدق الاتساق الداخلي.

10- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم تفريغ الاستبيان، ومعالجة البيانات عن طريق برنامج spss، وقد تم استخدام المعاملات الإحصائية: النسب المئوية، مقياس ليكرت الخماسي، المتوسط الحسابي، واختبار تحليل التباين الأحادي (one way anova).

ثانيا: الإطار النظري:

1- مفهوم التكوين الإعلامي:

يقصد بالتكوين الإعلامي العملية التعليمية التي تهدف إلى إعداد الأفراد لممارسة العمل الإعلامي بكفاءة واحتراف، من خلال إكسابهم المعارف النظرية والمهارات العملية والأخلاقيات المهنية اللازمة. وقد تطور هذا المفهوم في ظل التحولات التكنولوجية المتسارعة، ليشمل تكوينا رقميا وتفاعليا يتماشى مع مقتضيات العصر الإعلامي الحديث.

وقد عرف السرحان (2022) التكوين الإعلامي بأنه: "عملية تعليمية تراكمية تهدف إلى إعداد الإعلامي القادر على التعامل مع الرسالة الإعلامية من حيث الإنتاج، والتحرير، والإخراج، والنشر، والتفاعل، وفق القيم المهنية."

ويؤكد Pavlik (2001) أن التكوين الإعلامي لا يمكن أن يفصل عن البيئة الرقمية، حيث يتطلب من المتكون فهم أدوات الوسائط الجديدة، والإعلام التفاعلي، وإدارة المعلومات عبر المنصات الرقمية.[3]

2- أهداف التكوين الإعلامي:

يهدف التكوين الإعلامي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الحيوية، منها:

- تمكين المتعلم من الأسس النظرية المرتبطة بالإعلام والاتصال.
- تنمية المهارات التقنية والميدانية، مثل الكتابة الصحفية، والتصوير، والإخراج، والتقديم.
- غرس القيم المهنية كالموضوعية، والدقة، والاستقلالية.
- تحقيق التكيف مع التحولات الرقمية في الإنتاج الإعلامي.

وفي هذا السياق، يرى Reese & Cohen (2000) أن فعالية التكوين الصحفي تتوقف على مدى دمجه بين التكوين النظري المتين والكفاءة التطبيقية، دون إغفال البعد الأخلاقي للممارسة الإعلامية.[4]

إن التكوين الإعلامي الجاد هو البوابة الحقيقية لإعلام محترف ومسؤول، يسهم في البناء الديمقراطي وتعزيز الوعي المجتمعي.[5]

3- أنواع التكوين الإعلامي:

يتنوع التكوين الإعلامي حسب الأهداف والمستفيدين:

- **التكوين الجامعي الأكاديمي:** يتم في مؤسسات التعليم العالي (كليات ومعاهد الإعلام).
- **التكوين المهني والتقني:** يركّز على الجوانب التطبيقية.
- **التكوين المستمر:** يستهدف الإعلاميين المحترفين لتحديث معارفهم في ظل التحولات الرقمية.
- **التكوين عن بعد:** بات ضروريا في العصر الرقمي، خاصة للصحفيين العاملين في مناطق نائية.

إنه لا يمكن فصل التكوين الإعلامي الجيد عن التحولات التكنولوجية المتسارعة، وهو ما يستوجب مواكبة رقمية دائمة للمكون والمتكون على حد سواء[6].

ويرى Deuze أن التكوين الإعلامي في العصر الحديث ينبغي أن يبنى حول فكرة "العيش الإعلاميmedia life "، أي جعل المتعلم في تفاعل دائم مع البيئة الرقمية التي يشتغل فيها الإعلام.[7]

4- التكوين الإعلامي في البيئة العربية:

تعاني العديد من الدول العربية من فجوة واضحة بين التكوين الإعلامي ومتطلبات الممارسة المهنية. فغالبا ما يُركّز التكوين على الجوانب النظرية، دون تمكين الطلبة من مهارات عملية متقدمة. كما يلاحظ ضعف التنسيق بين الجامعة والمؤسسات الإعلامية، إضافة إلى محدودية التكوين في أخلاقيات المهنة والتغطية الحساسة اجتماعيا. وما تزال بعض أنظمة التكوين الإعلامي في الوطن العربي بعيدة عن واقع الممارسة الإعلامية المتطورة، مما يؤدي إلى تخريج أجيال غير مهيأة لسوق العمل.[8]

وفي الجزائر، رغم تعدد كليات ومعاهد الإعلام، إلا أن التحديات قائمة، لا سيما في ضعف التكوين العملي، ونقص المختبرات والتجهيزات، وعدم توفر شراكات قوية مع القنوات والمؤسسات الإعلامية. فالصحفي الجزائري الجديد غالبا ما يجد نفسه غير مؤهل لمتطلبات العمل الميداني، بسبب ثغرات في التكوين الجامعي الذي يتسم بالتنظير أكثر من التطبيق.[9]

تقارن Mensing بين نماذج تكوين الصحفيين في الغرب والعالم العربي، وتؤكد أن الاعتماد على التدريس النظري دون دعم تقني أو ميداني يؤثر على فاعلية التكوين وقدرة الخريجين على التكيف مع بيئة العمل.[10]

5- أهمية التكوين الإعلامي في تحقيق الجودة الإعلامية

ترتبط جودة الأداء الإعلامي مباشرة بنوعية التكوين الذي يتلقاه الإعلامي. فإعلام بلا تكوين هو إعلام هش، قد يهدد الأمن المجتمعي من حيث لا يدري. ومن هنا تظهر أهمية التكوين في إعداد جيل من الإعلاميين القادرين على معالجة القضايا بوعي ومسؤولية.

ويتوقف نجاح العمل الإعلامي على نوعية التكوين، خاصة في ظل تنامي ظواهر مثل: الأخبار الزائفة، وخطاب الكراهية، والتضليل الإعلامي. وهنا تبرز أهمية إدراج مهارات التفكير النقدي، وأخلاقيات المهنة، والتربية الإعلامية في برامج التكوين.

تؤكد Zelizer على أن ربط الجانب الأكاديمي للمهنة الصحفية بالمجتمع هو الضمان الرئيسي لتكوين إعلاميين قادرين على اتخاذ قرارات أخلاقية ومهنية داخل غرف التحرير.[11] إن وجود تكوين

إعلامي متوازن ومتكامل هو خط الدفاع الأول ضد الممارسات الإعلامية السلبية التي تهدد الاستقرار الاجتماعي.[12]

ثالثا: عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية:

بيانات المتغيرات الشخصية:

الجدول 01: توزيع عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية

المتغير	النوع	التكرار (ك)	النسبة %
النوع	ذكر	07	17.5
	أنثى	33	82.5
المستوى الدراسي	أولى ماستر	21	52.5
	ثانية ماستر	19	47.5

يبين الجدول (01) أن غالبية أفراد العينة من الإناث بنسبة (82.5%) مقابل (17.5%) من الذكور، وهو ما يعكس ميلاً ملحوظاً لتخصص الدعوة والإعلام في جامعة الوادي نحو استقطاب الطالبات أكثر من الطلاب. كما أن التوزيع حسب المستوى الدراسي أظهر تقارباً نسبياً، حيث بلغت نسبة طلبة السنة الأولى ماستر (52.5%) مقابل (47.5%) للسنة الثانية ماستر، مما يوفر تمثيلاً متوازناً نسبياً للخبرات الدراسية المختلفة داخل العينة.

المحور الأول: جودة التكوين النظري

الجدول 02: توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاههم نحو جودة التكوين النظري

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	المقررات الدراسية تغطي جميع المفاهيم الأساسية في تخصص الدعوة والإعلام.	3.68	0.52
02	الأهداف التعليمية للمقررات واضحة ومحددة بدقة.	3.55	0.57
03	المراجع والمصادر المعتمدة حديثة وموثوقة.	3.50	0.60
04	محتوى المقررات متوافق مع متطلبات سوق العمل الإعلامي.	3.42	0.63
05	المقررات تتضمن أمثلة وتطبيقات واقعية مرتبطة بالمجال الدعوي والإعلامي.	3.47	0.58
	المتوسط المرجح	**3.52**	**0.58**

تشير بيانات الجدول (02) إلى أن المتوسطات الحسابية لعبارات هذا المحور تراوحت بين (3.42) و(3.68)، بمتوسط مرجح بلغ (3.52) وانحراف معياري (0.58)، وهو ما يعكس تقييماً إيجابياً معتدلاً .

أعلى تقييم جاء للعبارة المتعلقة بتغطية المقررات لجميع المفاهيم الأساسية في التخصص (3.68)، تلتها وضوح الأهداف التعليمية (3.55). أما أقل متوسط فكان لمواءمة المحتوى مع متطلبات سوق العمل (3.42)، وهو ما يشير إلى وجود فجوة بين المحتوى النظري والمستجدات المهنية.

هذه النتائج تدل على أن الجانب النظري يحظى بقدر معقول من الرضا، لكن هناك تحفظات بشأن حداثة المقررات وارتباطها بالمجال التطبيقي، خاصة مع ملاحظة أن بعض المقررات تفتقر للجانب العملي وتواكب محدود للتطورات التقنية الحديثة.

المحور الثاني: فاعلية العملية التعليمية وكفاءة التدريس:

الجدول 03: توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاههم نحو فاعلية العملية التعليمية وكفاءة التدريس

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	يشرح الأساتذة المحتوى بطريقة واضحة وسهلة الفهم.	3.50	0.58
02	الأساتذة يستخدمون وسائل تعليمية وتقنيات حديثة في الشرح	2.80	0.72
03	هناك تفاعل ونقاشات مثمرة بين الطلبة والأساتذة خلال المحاضرات	3.20	0.64
04	الأساتذة يشجعون على المشاركة وطرح الأسئلة	3.10	0.66
05	طرق التقييم المعتمدة (امتحانات، واجبات، عروض) عادلة وتعكس مستوى الفهم	3.00	0.70
06	الأساتذة يقدمون تغذية راجعة بناءة حول أداء الطلبة	3.05	0.68
	المتوسط المرجح	**3.11**	**0.66**

وفق الجدول (03)، بلغ المتوسط المرجح (3.11) بانحراف معياري عام يراوح حول (0.66)، وهو تقييم متوسط يميل إلى الإيجابية.

أعلى متوسط تحقق في وضوح الشرح (3.50)، مما يدل على قدرة الأساتذة على تبسيط المحتوى. في المقابل، جاءت العبارة المتعلقة باستخدام الوسائل التعليمية الحديثة في المرتبة الأخيرة (2.80)، ما يعكس ضعف توظيف التقنيات التربوية المعاصرة مثل أجهزة العرض أو المواد التفاعلية.

كما أن مستوى التفاعل والنقاشات (3.20) والمشاركة (3.10) يعكس نشاطاً محدوداً داخل قاعات التدريس، مما قد يؤثر على تنمية مهارات التفكير النقدي لدى الطلبة. ويبدو أن غياب الأدوات التكنولوجية ساهم في الحد من فعالية العملية التعليمية.

المحور الثالث: الجانب التطبيقي والمهني:

الجدول 04: توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاههم نحو الجانب التطبيقي والمهني

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	يشمل التكوين الإعلامي أنشطة وتجارب عملية كافية (إذاعة، تلفزيون، صحافة...)	2.50	0.70
02	توفر الجامعة فرصا فعلية ومنظمة للتدريب الميداني في مؤسسات إعلامية.	2.30	0.75
03	تتوفر في الجامعة تجهيزات كافية للتطبيق العملي (استوديو، كاميرات، حواسيب....)	2.20	0.80
04	توجد شراكات حقيقية بين القسم ومؤسسات إعلامية خارجية لدعم الجانب التطبيقي.	2.10	0.77
05	توفر البيئة الجامعية مناخا محفزا على الإبداع والممارسة الإعلامية المهنية.	3.00	0.65
06	يؤهلني التكوين الإعلامي لخوض تجربة العمل الإعلامي بكفاءة.	2.25	0.78
	المتوسط المرجح	**2.39**	

أظهرت النتائج في الجدول (04) ضعفاً واضحاً في هذا المحور، حيث لم يتجاوز المتوسط المرجح (2.39)، وهو تقييم سلبي نسبيا مقارنة بالمحاور الأخرى.

أقل القيم سجلت في وجود شراكات مع مؤسسات إعلامية (2.10) وتوفر التجهيزات العملية (2.20)، مما يشير إلى قصور مؤسسي في البنية التحتية وفرص الانفتاح على بيئة العمل الإعلامي .كما أن التكوين الإعلامي لا يشمل أنشطة عملية كافية (2.50)، ولا يوفر التدريب الميداني بالشكل المطلوب (2.30).

ورغم أن البيئة الجامعية وصفت بأنها محفزة للإبداع بدرجة (3.00)، إلا أن ذلك لا يكفي لتعويض النقص في الخبرات التطبيقية، الأمر الذي يحد من جاهزية الطلبة لمواجهة متطلبات سوق العمل.

المحور الرابع: الجانب الرقمي والتحول التكنولوجي

الجدول رقم 05: توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاههم نحو الجانب الرقمي والتحول التكنولوجي

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	يشمل التكوين الإعلامي محاور مخصصة لتقنيات الإعلام الرقمي.	2.10	0.70
02	تم تأهيلي لاستخدام أدوات إدارة المحتوى الرقمي مثل منصات التواصل الإلكترونية.	2.15	0.65
03	أمتلك مهارات إنتاج محتوى دعوي يتناسب مع المنصات الرقمية.	3.10	0.60
04	يتضمن التكوين تدريبات في أدوات الإعلام الحديثة كالذكاء الاصطناعي وتقنيات الإنتاج الرقمي	2.00	0.75
05	يشمل التكوين الإعلامي تدريبا على استخدام المنصات الرقمية في تصميم وبث الرسائل الدعوية	2.05	0.70
	المتوسط المرجح	**2.08**	

يبين الجدول (05) أن هذا المحور سجل أدنى تقييم بين جميع المحاور بمتوسط مرجح (2.08)، وهو مؤشر على ضعف واضح في دمج التقنيات الرقمية داخل التكوين.

أقل متوسط تحقق في التدريب على أدوات الإعلام الحديثة (2.00) واستخدام المنصات الرقمية في العمل الدعوي (2.05)، مما يبرز فجوة كبيرة بين الواقع التعليمي والتحولات التكنولوجية في الحقل الإعلامي.

ورغم أن الطلبة قيموا امتلاكهم لمهارات إنتاج محتوى رقمي دعوي بدرجة (3.10)، إلا أن هذا قد يعود إلى مبادرات شخصية أو تعلم ذاتي أكثر منه نتيجة للتكوين الأكاديمي.

المحور الخامس: البعد الدعوي:

الجدول رقم 06: توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاههم نحو البعد الدعوي

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	يربط التكوين الإعلامي بين المعارف الشرعية والتطبيقات الإعلامية	3.20	0.60
02	يقدم الإعلام الدعوي بأساليب حديثة تراعي متطلبات العصر	3.10	0.65
03	تم تأهيلي لإعداد محتوى دعوي يتناسب مع خصوصيات الجمهور الرقمي والمنصات.	2.70	0.70
04	يقدم التكوين الإعلامي نماذج واقعية للإعلام الدعوي الناجح لتحليلها والاستفادة منها	3.05	0.62
05	يشجع التكوين الإعلامي الطلبة على إنتاج محتوى دعوي ملائم لمتطلبات العصر واحتياجات الجمهور الرقمي.	2.65	0.68
	المتوسط المرجح	**2.94**	

يبين الجدول (06) متوسطاً مرجحاً (2.94)، وهو تقييم متوسط يميل إلى الانخفاض. أعلى القيم تحققت في ربط المعارف الشرعية بالتطبيقات الإعلامية (3.20)، يليه تقديم الإعلام الدعوي بأساليب حديثة (3.10). في المقابل، جاء أدنى متوسط في تشجيع الطلبة على إنتاج محتوى دعوي ملائم للجمهور الرقمي (2.65)، وهو ما يعكس قصوراً في تفعيل البعد الدعوي في السياقات الرقمية.

وهذا يشير إلى أن البعد الشرعي حاضر في المحتوى، لكن توظيفه بوسائط وتقنيات حديثة ما يزال محدوداً.

المحور السادس: أهم المقترحات التي تساعد في تحسين جودة التكوين الإعلامي

الجدول رقم 06: توزيع عينة الدراسة وفقا لمقترحات تحسين جودة التكوين الإعلامي

المقترحات	ك	%
زيادة عدد الورشات التطبيقية داخل الجامعة	30	75
عقد شراكات مع مؤسسات إعلامية للتدريب الميداني	28	70
تحديث المقررات النظرية بما يواكب التطورات الإعلامية	25	62
توفير تجهيزات تقنية متطورة (استوديو، كاميرات، برمجيات تحرير)	32	80
إدراج مقررات متخصصة في الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي	27	67.5
تعزيز التدريب على إنتاج محتوى دعوي رقمي	22	55
أخرى (مثل رحلات علمية وزيارات ميدانية)	08	20
مجموع من سئلوا	**40***	

* سمح للمبحوث باختيار أكثر من إجابة

تشير نتائج الجدول إلى أن غالبية المبحوثين يؤكدون على ضرورة تعزيز البنية التطبيقية للتكوين الإعلامي، حيث جاء مقترح توفير تجهيزات تقنية متطورة في المرتبة الأولى بنسبة 80% (32 من أصل 40 طالبا)، وهو مؤشر على شعور الطلبة بنقص حاد في الإمكانيات المادية المخصصة للتدريب العملي (مثل الاستوديوهات، الكاميرات، وبرمجيات التحرير).

وجاء في المرتبة الثانية مقترح زيادة عدد الورشات التطبيقية داخل الجامعة بنسبة 75%، مما يعكس الحاجة إلى تكثيف الأنشطة العملية المرافقة للمقررات النظرية لتعزيز مهارات الطلبة.

كما حظي مقترح عقد شراكات مع مؤسسات إعلامية للتدريب الميداني بنسبة 70%، وهو ما يبرز إدراك الطلبة لأهمية الانفتاح على سوق العمل والإفادة من الخبرة الميدانية. أما مقترح إدراج مقررات متخصصة في الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي فقد حصل على 67.5%، ما يعكس وعيا متزايدا بضرورة إدماج التقنيات الحديثة في العملية التعليمية.

من جهة أخرى، أشار 62% من الطلبة إلى ضرورة تحديث المقررات النظرية لتواكب التطورات الإعلامية، بينما حصل مقترح تعزيز التدريب على إنتاج محتوى دعوي رقمي على نسبة 55%، وهو

ما يعكس إدراكاً لحاجة البعد الدعوي إلى التطوير بما يتناسب مع المنصات الرقمية والجمهور المستهدف.

أما المقترحات الأخرى مثل الرحلات العلمية والزيارات الميدانية فقد جاءت بنسبة 20%، وهو ما يدل على أهميتها الثانوية مقارنة بالمقترحات الأساسية التي تركز على البنية التحتية والمقررات والشراكات المهنية.

ومن هنا يتضح أن الأولويات الميدانية للطلبة تتمحور حول توفير التجهيزات التقنية، وتكثيف الورشات العملية، وتوسيع الشراكات الميدانية، يليها إدماج الإعلام الرقمي وتحديث المناهج، مع حضور أقل للمقترحات التكميلية مثل الرحلات والزيارات.

مناقشة النتائج:

- أظهرت نتائج الدراسة أن متوسط محور جودة التكوين النظري بلغ (3.52) وهو تقييم إيجابي معتدل، يعكس رضا الطلبة عن وضوح الأهداف التعليمية وشمولية المفاهيم الأساسية في المقررات، مع ملاحظة بعض القصور في تحديث المراجع ومواءمة المحتوى لمتطلبات سوق العمل. هذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسة *عبد الحميد* (2020) التي أكدت أن المناهج النظرية في التكوين الإعلامي بالجامعات العربية غالبا ما تتميز بالأساس العلمي، لكنها تحتاج إلى تحديث مستمر لمواكبة التطورات التقنية والمهنية.
- أما محور فاعلية العملية التعليمية وكفاءة التدريس، فقد حقق متوسطًا (3.11)، وهو مؤشر على وجود مستوى متوسط من التفاعل والتواصل داخل القاعة الدراسية. وقد أظهرت البيانات أن استخدام التقنيات التعليمية الحديثة كان الأقل تقييما، وهو ما ينسجم مع ما أشار إليه *الصالح* (2021) من أن ضعف إدماج الوسائط التفاعلية في التعليم يقلل من دافعية الطلبة ويحد من اكتسابهم للمهارات التطبيقية.
- فيما يخص محور الجانب التطبيقي والمهني، فقد سجل أدنى تقييم (2.39)، ما يعكس ضعفاً واضحا في التدريب العملي وقلة فرص الاحتكاك بالمؤسسات الإعلامية. وهذا يتوافق مع دراسة *الهاشمي* (2019) التي بينت أن ضعف الشراكات المؤسسية وعدم توفر البنية التحتية المناسبة يمثلان من أكبر معوقات تطوير الكفاءات الإعلامية لدى الطلبة.
- كما أظهرت نتائج الجانب الرقمي والتحول التكنولوجي متوسطًا منخفضا (2.08)، مما يشير إلى قصور حاد في إدماج المحاور الرقمية ضمن البرنامج الدراسي، وغياب التدريب على أدوات

الإعلام الحديث كالذكاء الاصطناعي ومنصات إدارة المحتوى. وهذه النتيجة متطابقة تقريبا مع ما جاء في دراسة *خالد* (2020) التي أكدت أن التحول الرقمي في المناهج الإعلامية العربية ما يزال محدودا ولا يتناسب مع متطلبات سوق العمل.

- أما البعد الدعوي فقد جاء متوسطه (2.94)، وهو تقييم متوسط يميل إلى الانخفاض، حيث تبين أن الربط بين المعارف الشرعية والتطبيقات الإعلامية موجود لكنه لا يستثمر بشكل كاف في إنتاج محتوى دعوي رقمي موجه. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة *الكبيسي* (2018) التي شددت على ضرورة تطوير أساليب الإعلام الدعوي لملاءمة الجمهور الرقمي وتوسيع أثر الرسالة الدعوية.
- وعند تحليل المقترحات المقدمة من المبحوثين، تبين أن الأولويات تتركز في ثلاثة محاور رئيسية: توفير التجهيزات التقنية (80%)، زيادة الورشات التطبيقية (75%)، وعقد شراكات للتدريب الميداني (70%)، وهي مطالب تعكس بدقة أوجه القصور التي أبرزتها النتائج الكمية.

بناء على ذلك، يمكن القول إن الدراسة تكشف عن فجوة واضحة بين المعرفة النظرية والمهارات التطبيقية والرقمية، ما يستلزم تدخلاً منهجيا لإعادة هيكلة البرنامج التعليمي، بما يضمن التكامل بين الأبعاد النظرية، العملية، والتكنولوجية، مع الحفاظ على الهوية الدعوية.

نتائج اختبار الفرضيات:

- أظهرت نتائج التحليل الإحصائي لاختبار الفروق تبعا لمتغير النوع (ذكر/أنثى) أن جميع قيم Sig كانت أكبر من مستوى الدلالة الإحصائية (0.05) في مختلف محاور التكوين الإعلامي (جودة التكوين النظري، فاعلية العملية التعليمية، الجانب التطبيقي والمهني، الجانب الرقمي والتحول التكنولوجي، البعد الدعوي). وهذا يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في تقييمهم لجوانب التكوين الإعلامي. يمكن تفسير ذلك بأن الطلبة من كلا الجنسين يخضعون لنفس ظروف التعليم والتكوين داخل الكلية، ويواجهون نفس نقاط القوة والضعف في المناهج، والإمكانيات، وطرق التدريس، وبالتالي فإن تجاربهم التعليمية متقاربة نسبيا.
- كما أظهرت نتائج اختبار الفروق تبعا لمتغير المستوى الدراسي (أولى ماستر/ ثانية ماستر) النتيجة ذاتها؛ حيث جاءت جميع قيم Sig أكبر من (0.05)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين في مختلف محاور التكوين الإعلامي. ويعزى ذلك إلى أن

كلا المستويين يتلقيان مقررات ذات مضمون مشابه ويعملان في بيئة تعليمية واحدة، مع تباين طفيف في الخبرة الزمنية لا ينعكس بشكل ملموس على تقييم جودة التكوين.

بناء على ما سبق، يمكن القول إن متغيري النوع والمستوى الدراسي لا يشكلان عاملاً حاسما في تحديد تقييمات الطلبة لجودة التكوين الإعلامي، مما يوجه الانتباه إلى أن تحسين التكوين يتطلب تدخلات شاملة تشمل البنية التحتية والمناهج وطرق التدريس، بغض النظر عن هذه المتغيرات الديموغرافية.

الخاتمة:

خلصت هذه الدراسة الميدانية إلى أن واقع التكوين الإعلامي لطلبة الدعوة والإعلام في جامعة الشهيد حمه لخضر – الوادي يتسم بوجود قاعدة نظرية مقبولة نسبيا من حيث شمولية الأهداف والمفاهيم الأساسية، إلا أن هذه القاعدة لا تترجم بشكل كاف إلى مهارات تطبيقية أو رقمية مواكبة لمتطلبات سوق العمل الإعلامي الحديث.

أظهرت النتائج أن المحور النظري حصل على تقييم إيجابي معتدل، بينما سجلت المحاور التطبيقية والرقمية أدنى المتوسطات، وهو ما يعكس فجوة واضحة بين الجانب الأكاديمي والجانب المهني. كما أن البعد الدعوي رغم حضوره، لم يوظف بالشكل الأمثل في إنتاج محتوى رقمي موجه، مما يحدُّ من فعاليته في التأثير على الجمهور المستهدف.

تؤكد هذه النتائج ما ذهبت إليه الدراسات السابقة من أن برامج التكوين الإعلامي في الجامعات العربية تعاني من ضعف الدمج بين المعرفة النظرية والممارسة العملية، ومن قصور في إدماج التحول الرقمي في المناهج، إضافة إلى محدودية الشراكات مع مؤسسات الإعلام.

التوصيات:

استنادا إلى النتائج والتحليل، توصي الدراسة بما يلي:

- تعزيز الجانب التطبيقي من خلال تنظيم ورشات عملية داخل الجامعة وتكثيف فرص التدريب الميداني في مؤسسات إعلامية محلية ووطنية.
- تحديث المقررات النظرية بما يواكب المستجدات التقنية والمهنية في قطاع الإعلام، مع مراعاة احتياجات سوق العمل.
- توفير تجهيزات تقنية متطورة (استوديوهات، كاميرات احترافية، برمجيات تحرير متقدمة) لتمكين الطلبة من ممارسة التطبيقات العملية بجودة عالية.

- إدراج مقررات متخصصة في الإعلام الرقمي، تشمل التدريب على أدوات إدارة المحتوى، تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام، ومنصات البث الرقمي.
- تفعيل الشراكات مع المؤسسات الإعلامية من خلال اتفاقيات تعاون للتدريب، وتنظيم مشاريع إعلامية مشتركة بين الطلبة والمهنية.
- تعزيز البعد الدعوي الرقمي عبر تصميم مقررات وبرامج تدريبية تُعنى بإنتاج محتوى دعوي ملائم للمنصات الرقمية، مع التركيز على التفاعل مع الجمهور الرقمي.
- إقامة أنشطة تكميلية مثل الرحلات العلمية، والزيارات الميدانية للمؤسسات الإعلامية، والمشاركة في المسابقات الإعلامية لتعزيز خبرة الطلبة الميدانية.

1 مصطفى السيد أحمد، (1994)، البحث الإعلامي: مفهومه وإجراءاته ومناهجه ، ليبيا، منشورات جامعة قاريونس بنغازي، ص210.

2 بن مرسلي أحمد (2010) ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ص286.

[3] Pavlik, John V. (2001). *Journalism and New Media*. Columbia University Press

[4] Reese, Stephen D., & Cohen, James. (2000). *Educating for journalism: The professionalism of scholarship*. *Journalism Studies*, 1(2), 213–227.

[5] عبد اللطيف، رامي. (2018). "تقييم برامج التكوين الإعلامي في الجامعات العربية"، *مجلة الإعلام المعاصر*، العدد 12، ص. 47.

[6] مسعودي، سامية. (2020). "التكوين الإعلامي في ظل التحول الرقمي"، *مجلة علوم الإعلام والاتصال*، العدد 18، ص...112

[7] Deuze, Mark. (2006). *Journalism, media life and the future*. *Journalism Studies*, 7(1), 4–18.

[8] الشامي، عبد الحميد. (2017). *إشكاليات التكوين الإعلامي في العالم العربي* .عمان: دار الفكر العربي ص61.

[9] بن معمر، زينب. (2021). "واقع التكوين الإعلامي في الجزائر"، *مجلة آفاق المعرفة*، العدد 9، ص. 88.

[10] Mensing, Donica. (2010). *Rethinking journalism education: A 35-year perspective*. *Journalism Studies*, 11(1), 3–20.

[11] Zelizer, Barbie. (2004). *Taking Journalism Seriously: News and the Academy*. Sage Publications.

[12] حمودي، ناصر. (2020). "التكوين الإعلامي ودوره في تعزيز القيم المهنية"، *المجلة الجزائرية لعلوم الإعلام*، العدد 11، ص. 95.

قائمة المراجع:

<u>باللغة العربية:</u>

- الشامي، عبد الحميد. (2017). إشكاليات التكوين الإعلامي في العالم العربي. عمان: دار الفكر العربي.
- بن مرسلي أحمد (2010) ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
- بن معمر، زينب. (2021). "واقع التكوين الإعلامي في الجزائر"، مجلة آفاق المعرفة، العدد 9.
- مصطفى السيد أحمد، (1994)، البحث الإعلامي: مفهومه وإجراءاته ومناهجه ، ليبيا، منشورات جامعة قاريونس بنغازي.
- مسعودي، سامية. (2020). "التكوين الإعلامي في ظل التحول الرقمي"، مجلة علوم الإعلام والاتصال، العدد 18.
- عبد اللطيف، رامي. (2018). "تقييم برامج التكوين الإعلامي في الجامعات العربية"، مجلة الإعلام المعاصر، العدد 12.

<u>باللغة الأجنبية:</u>

- Pavlik, John V. (2001). Journalism and New Media. Columbia University Press.
- Reese, Stephen D., & Cohen, James. (2000). Educating for journalism: The professionalism of scholarship. Journalism Studies, 1(2).
- Deuze, Mark. (2006). *Journalism, media life and the future*. *Journalism Studies*, 7(1).