

عنوان المداخلة : التخصص والتنمية المهنية للكوادر الإعلامية في الجزائر: رهان التكوين
الإعلامي

أ.د ليلي فيلاي جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية_ قسنطينة

د.سلي حميدان جامعة البشير الإبراهيمي - برج بوعريش

الملتقى الدولي "إشكالية تحيين التكوين في علوم الإعلام والاتصال في عصر الوسائط
الجديدة"، جامعة الجزائر3، 20 فيفري 2024

ملخص:

نعمل في هذا البحث على إبراز التخصص الإعلامي كفاعل أساسي في التنمية المهنية للكوادر الإعلامية وكرهان يحدد مستقبل التكوين الإعلامي في الجزائر، حيث يتم السعي إلى الخوض في واقع هذه التنمية كأحد أهم الرهانات التي تحاول الجامعة الجزائرية والمؤسسات الإعلامية ومراكز التدريب النهوض بها بغية تطوير التكوين الإعلامي عبر مجموعة من الأساليب والبرامج الخاصة بالتنمية المهنية وربطها بمتطلبات الأداء الإعلامي في محاولة لعرض نماذج عربية عن برامج التنمية المهنية في الإعلام لتأهيل الطلبة الجامعيين لسوق العمل.

الكلمات المفتاحية: الإعلام المتخصص، التنمية المهنية، الكوادر الإعلامية، التكوين الإعلامي.

Abstract

In this research, we aim to highlight the media specialization as a key player in the professional development of the media cadres and as a determining factor for the future of media training in Algeria. The aim of this development is to explore the reality of this development as one of the most important challenges that the Algerian University, media institutions and training centers are trying to promote. A set of methods and programs for professional development and linking them to the requirements of media performance in an attempt to present Arab models of professional development programs in the media to qualify university students for the labor market.

Keywords: specialized media, professional development, media cadres, media training.

مقدمة :

صار التخصص في مجال ما أمرا لا غنى عنه بعد أن كثرت مجالات الحياة وتشعبت ميادينها وتطورت حقولها، سعيا نحو الإبداع في هذا المجال والإلمام بكل ما يرتبط به، وتطوير آفاقه، والتركيز على جميع تفاصيله وجزئياته. وانطلاقا من ذلك نشأت الحاجة إلى وجود أنواع من الإعلام المتخصص في

ميادين تطلبت ذلك الأمر، وبات أمراً حيويًا لها، وضرورياً لفهم مكوناتها وأقسامها وموضوعاتها فهما عميقاً شاملاً، كالإعلام الاقتصادي والرياضي والأمني والعسكري والبيئي.

وقد دفع عصر الإعلام المتخصص الوسائل الإعلامية إلى التخصص سواء على مستوى المضمون، من خلال تقديم كميات وفيرة في مجال محدد يلبي احتياجات الجمهور العام منه والخاص، أو من خلال الاهتمام بقطاع وفئات محددة كالقراء والمستمعين والمشاهدين والمستخدمين، وأصبحت وسائل الإعلام التي تقدم مضموناً عاماً تلجأ هي الأخرى إلى تقديم مضمون محدد لجمهور عام أو خاص.

تشكل هذه المتغيرات العالمية البيئة المحيطة بنظام التكوين الإعلامي، وتفرض آثاراً ومضامين عميقة وعديدة ذات صلة ببرامج التكوين الجامعي ومكوناته وعناصره التي من أبرزها البحث والتطوير، والتخصص والمعلوماتية، في وقت يشترك فيه القطاع الإعلامي في الجزائر من تراجع مستوى الأداء المهني للإعلاميين والراجع إلى طغيان البرامج النظرية على البرامج التطبيقية وافتقارها للتخصص والتنمية المهنية وتقنيات العمل الحديثة.

تعالج هذه الإشكالية في ثلاثة محاور: يبين المحور الأول أبعاد التكوين المتخصص في الإعلام ثم محور ثاني يعنى بالتنمية المهنية للكوادر الإعلامية كرهان مستقبلي للتكوين الإعلامي في الجزائر، ثم محور ثالث يقدم نماذج عربية عن برامج التنمية المهنية في الإعلام لتأهيل الطلبة لسوق العمل.

أولاً: أبعاد التكوين المتخصص في الإعلام:

قبل الحديث عن أبعاد التكوين المتخصص في الإعلام تجدر بنا الإشارة أولاً إلى ذكر أهمية هذا

الإعلام.

1- أهمية التكوين المتخصص في الإعلام:

و التي تتجلى من خلال مجموعة من العوامل نجملها فيما يلي: (جبر، 2011)

- الاهتمام بالمزاج الشخصي و الهويات و أنماط التعرض لوسائل الإعلام، حيث أنه كلما ارتفع مستوى الحياة زادت المطالب، و أصبحت عناصر الإتاحة و الكم و الجودة ضرورية في ساحة المنافسة الإعلامية التي تسود في عصر الاتصال عن بعد.
- تحمل وسائل الإعلام على كاهلها مهمة نشر كافة أنواع المعارف، و لا يقتصر دورها على نشر نوعية محددة من المعارف، ولكن على كل وسيلة أن تتخصص في نوع محدد من هذه الثقافة.
- ترجع أهمية التخصص إلى وسائل الإعلام، حيث أن كل وسيلة إعلامية من الوسائل التقليدية تمتلك إمكانية أكبر للانتشار و الوصول إلى قطاعات كبيرة من الجمهور على اختلاف شرائحه.
- التخصص جعل على وسائل الإعلام مسؤولية أكبر خاصة على مستوى الإعلام الرسمي.
- البحث عن جمهور أكثر تحديدا يسعى إلى مضمون معين يرضي اهتماماته و يشبع بعض حاجياته في ظل التخصص المعرفي الثقافي.
- تعدد مجالات المعرفة الإنسانية جعل التخصص ضرورة للتقدم العلمي و التكنولوجي.
- يمثل اتجاه التخصص وعيا و اتفاقا مع نظريات الاتصال الحديثة التي لم تعد تنظر إلى الجمهور ككتلة و إنما مجموعات نوعية محددة لكل مجموعة احتياجاتها الاتصالية و إشباعاتها التي تتحقق من انتقائها لما تستخدمه من وسائل الإعلام.

2- التخصص على مستوى الوسائل:

إن مفهوم وسائل الإعلام المتخصصة يرد بعدة تسميات، كالقناة المتشذرة على حد تعبير دومينيك وولتون Wolton Dominique، أو القناة اللاجامعة أو البرنامج الثاني مثلما يشاع في الإذاعة البريطانية التي تطلق هذه التسمية على القناة الموجهة إلى جمهور الترفيه أو الموسيقى أو الشباب. (قنديل، 1998)

و تنقسم الوسائل الإعلامية المتخصصة إلى عدة أقسام حسب خصوصية كل وسيلة كما يلي:

*القنوات الفضائية المتخصصة: و يمكن تصنيفها كما يلي: (الكافي، 2006)

- قنوات تتوجه إلى جمهور حسب مراحل العمر المختلفة مثل قنوات الأطفال.
- قنوات تتوجه إلى جمهور حسب الجنس، مثل قنوات المرأة.
- قنوات تتوجه إلى جمهور حسب انتماءاته الدينية و الإيديولوجية، و هي القنوات التي تكون برامجها ومحتوياتها وفقا للمعتقد.
- قنوات تتخصص في الاهتمام بهويات الفرد أو أنشطته الفردية مثل قنوات الموسيقى، الصيد..
- قنوات ذات اتجاهات ثقافية و فنية، وتهتم بالمجالين الثقافي و الفني بمفهومه الواسع.
- قنوات إخبارية وظيفتها الإخبار وإعلام الجمهور بمختلف المستجدات المحلية، الوطنية و الدولية الجارية.

*الإذاعات المتخصصة: و هي قنوات البث الإذاعي الخاصة في مجال معين كالمجال الديني أو الثقافي أو الفني...، و هي أيضا تلك التي تخاطب جمهورا محدد السمات من المستمعين.

*الصحف المتخصصة: و هي الصحافة التي تعنى بجانب واحد من اهتمامات القراء في التطلع نحو المعرفة و الاستزادة منها، و هي ليست صحافة للعامة أو المجتمع كله و إنما هي قاصرة على جمهور معين من القراء. (العاني، 1993)

3- التخصص على مستوى المضمون:

- يعتمد المضمون الإعلامي المتخصص على مواد تشبع رغبة كل فرد في أي مجال يشاء، عن طريق علوم و معارف كثيرة و متعددة، حيث استفاد الإعلام من العلوم الأخرى فظهرت عدة أنماط تمثلت في:
- الإعلام الديني: و هو الإعلام الذي يعتمد في مادته الإعلامية على الدين و العقيدة بغرض ترسيخ مبادئ الدين و القيم الأخلاقية، فتقوم بدور التوجيه و التثقيف و الإرشاد.
 - الإعلام الرياضي: و يعنى بتلبية رغبات المهتمين بمجالات الرياضة.

- الإعلام السياسي: و هو الإعلام الذي تكون له وجهة سياسية أو تابعة لحزب سياسي معين فيعمل على خدمته و الدفاع على مبادئه، أو يكون تابعا للحكومة.
- الإعلام الاقتصادي: و هو الإعلام الذي يهتم بشؤون الاقتصاد و التجارة.
- الإعلام الأمني: و هو الإعلام الذي يلم يعنى بالمعلومات الأمنية و الأمور القانونية.
- الإعلام المهني: و هو الإعلام الذي يتجه إلى أصحاب المهن و الوظائف (معلمين، عمال، فلاحين، أطباء...)، و غالبا ما يكون تابعا للنقابات المهنية التي تدافع عن حقوق العمال.
- الإعلام العلمي: و هو الإعلام الذي يهتم بالمجال العلمي في المجالات المختلفة (طب، كيمياء...)
- الإعلام الزراعي: و هو الإعلام الذي يهتم بالشؤون الزراعية و الفلاحية و التنمية البيئية.
- الإعلام الفني: و هو الإعلام الذي يتعلق بالإبداع الأدبي و الفني (شعر، مسرح، قصة، موسيقى...)
- هذا بالإضافة إلى مجالات عديدة اختص فيها الإعلام مثل السياحة، الإدارة، الصحة..... و غيرها، كما أن الإعلاميون صاروا يجمعون في دراساتهم بين فنون الإعلام المختلفة و التخصصات الأخرى، كما دخل المختصون في المجالات العلمية المختلفة ساحات الإعلام دارسين لفنونه و حرفياته ليجمعوا بين فنون الإعلام و تخصصاتهم، فظهر تبعا لذلك الصحفي السياسي، و الصحفي الرياضي، و الإعلامي الاقتصادي... (الجاف، 2013)

و يتطلب التكوين المتخصص في الإعلام على مستوى المضمون مراعاة عدة مجالات نلخصها فيما

يلي: (خضور، 2015)

1-المجال المتميز:

تشكّل الحياة المجتمعية مُركّباً واحداً، يتألف من مجالات متعدّدة ومختلفة. وتأخذ الحياة المجتمعية خصائصها المميّزة من مجمل الخصائص المميّزة لمجالاتها المختلفة، ويأخذ كل مجال من هذه المجالات خصوصيته من اعتبارات متعدّدة، بشكل ملموس يحدّد الطبيعة الخاصة بكل مجال من مجالات الحياة المجتمعية، وهذا يفرض ضرورة الدراسة الواعية والمنهجية للتعرّف على خصوصية كل مجال، وتحدد هذه الاعتبارات أسس المقاربة الإعلامية والتي تتضمن:

- تحديد الإستراتيجية الإعلامية المناسبة.
- تحديد السياسات و الخطط و البرامج الإعلامية المناسبة.
- تحديد حجم المنظومة الإعلامية المطلوبة و نوعها و مستواها.
- تحديد نوعية الكادر الإعلامي المطلوب و طبيعته.
- تحديد نوعية المادة الإعلامية، و طرق جمعها، و مستويات معالجتها، و أساليب عرضها وتقديمها.
- تحديد الجمهور المستهدف و المطلوب الوصول إليه والتأثير فيه.
- تحديد آليات الإقناع ونظريات التأثير المناسبة.

2- الموضوع المتميّز:

تفرض خصوصية المجال وتميّزه خصوصية الموضوع وتميّزه أيضاً، و المقصود بالموضوع المادة، أو القصة، أو المسألة، أو الأمر، أو الشأن، القائم والمتواجد في مجال معين، و يمكن تحديد أهم مقوّمات الموضوع المتميّز على النحو التالي:

- طبيعة الموضوع: مادية أو نفسية ومعنوية وروحية، ملموسة أو مجردة، ذاتية أو موضوعية، عامة أو خاصة، تهتم جمهوراً واسعاً أو جماعة ضيقة، جمهورها عادي أو نوعي ؟

- مادة الموضوع: هل هي الوقائع والمعلومات والحقائق أو الآراء والعواطف والانفعالات ووجهات النظر؟

- مصادر الموضوع: جهات رسمية أو أهلية، أفراد أو مؤسسات، داخلية أو خارجية؟

- المعايير المستخدمة لتحديد الموضوع المناسب: ذاتية أو موضوعية، درجة الأهمية، أو درجة النضوج، حجم الاهتمام، أو الضخامة والتأثير والنتائج المتوقعة؟

- الهدف الخاص المتوخى تحقيقه من جرّاء معالجة الموضوع.

- الجمهور المستهدف الوصول إليه والتأثير عليه من خلال معالجة هذا الموضوع ونشره. ومواقف هذا الجمهور واتجاهاته إزاء هذا الموضوع، ودرجة معرفته به.

- طرق المعالجة المستخدمة والمناسبة لطبيعة الموضوع والوسيلة والجمهور والهدف.

- أساليب التقديم المستخدمة والمناسبة.

- نوع الاتصال المستخدم لمعالجة الموضوع (شخصي، جمعي، مؤسسي، جماهيري).

- نوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة (صحيفة محلية، أم مركزية، مجلة، إذاعة، تلفزيون).

- النوع الصحفي المناسب لمعالجة هذا الموضوع (خبر، تقرير، تعليق، تحقيق، مقال، حديث).

3- الحدث المتميّز

يأخذ الحدث سماته من السياق العام الذي أنتجه، أي من المجال الخاص به، ومن الموضوع العام والعريض الذي يقع ضمن إطاره، و المعالجة الإعلامية المتخصّصة للحدث تفرض صفات الحدث المتميّز وخصائصه وعناصر مرجعية منهجية إعلامية معينة لدى مقارنته.

4- المصادر المتميزة:

تؤدي المصادر دوراً بالغ الأهمية في التغطية الإعلامية، وبالرغم من وحدة المصادر في المجالات المختلفة، فإن طبيعة المصادر ونوعيتها، وأساليب التعامل معها، تختلف من مجال إلى آخر، وترتبط نوعية المصادر التي تعتمد عليها التغطية الإعلامية بنوعية هذه التغطية، ومستواها، وأساليب المعالجة

الإعلامية التي تستخدمها في تغطية الأحداث والظواهر والتطورات، ومن أهم المصادر التي يعتمد عليها الإعلام المتخصص، والتي تميزه عن الإعلام العادي:

- يعتمد الإعلام المتخصص، في الأعم والأغلب، على مصادر نوعية، تتميز بمستويات عالية من الخبرة، أو الاختصاص، أو المسؤولية.
- كما تعد الهيئات والجهات العلمية والأكاديمية والبحثية مصادر أساسية للإعلام المتخصص.
- وتعد الشخصيات العلمية في المجالات الطبية المختلفة (البحوث، الاختراعات، النظريات، الممارسات...الخ)، مصدراً بالغ الأهمية للإعلام المتخصص.
- ويعتمد الإعلام المتخصص على الشخصيات التي تحتل مواقع رسمية مهمة في مختلف جوانب المجال.
- الدوريات، والمجلات المتخصصة، والنشرات والتقارير العلمية، مصادر أساسية يعتمد عليها الإعلام المتخصص.

5- الجمهور المتميز

يتميز الإعلام المتخصص بقدرته على تحديد جمهوره، والوصول إليه، والتأثير فيه، ولذلك غالباً ما يتميز جمهور الإعلام المتخصص بأنه جمهور محددٍ بقدرٍ كبيرٍ من الوضوح والدقة، وفق عدة معايير، كما يتميز غالباً بأنه محصور في إطار ضيق، وهو إطار موضوع التخصص، وبأنه جمهور معروف سلفاً، إذ غالباً ما تعرف الوسيلة الإعلامية المتخصصة جمهورها، وبالتالي، فإن مهمتها تقتصر على مخاطبته والوصول إليه، كما يتميز جمهور الإعلام التخصصي بأنه جمهور نوعي وليس جمهوراً عاماً، وأنه جمهور معنيٌ وجاد، يمتلك خبرة اتصالية غنية، وحاجات إعلامية متعددة ومتنوعة، وموقفاً نقدياً قوياً من الخطاب الإعلامي الذي يتعرض إليه.

6- الكادر الإعلامي المتميز

إن الكادر الإعلامي هو القائم بالاتصال الفعلي الذي يقوم بإنتاج الرسائل الإعلامية في ضوء الإستراتيجية العامة التي حدّتها القوى المالكة والموجّهة، وبما يتناسب مع السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية التي يعمل بها، إن مبرّر وجود الكادر الإعلامي ومقياس مدى نجاحه أو فشله يتمثّل في قدرته على فهم هذه الاستراتيجية وتلك السياسة وتطبيقهما تطبيقاً خلاقاً ومبدّعاً في كل نتاج صحفي يقدمه، وذلك عبر فيّ إعلامي مناسب ومتطور.

و ثمة شرطان أساسيان يتعدّرن وجود الكادر الإعلامي المتخصّص بدوئهما: (خضور، 2015)

- التّاهيل الإعلامي: بعد أن تحوّل الإعلام إلى علم يسعى لاستكمال مقوّماته النظرية، التي تحكم ممارسته، بات متعدّراً وجود كادر إعلامي غير مؤهل إعلامياً، ونظراً للتطور الحاصل في مجال الإعلام بوصفه وسائل و مجالات وأنواع، باتت الحاجة ملّحة إلى ثلاثة مستويات من التّاهيل الإعلامي:

- التّاهيل الإعلامي العام: مهمة التّاهيل الإعلامي العام إعطاء الكادر أساسيات علم الإعلام العام (الأدبيات والنظريات والأنواع والوسائل والتقنيات...الخ).

- التّاهيل الإعلامي المتخصّص: تتمثل مهمة التّاهيل الإعلامي المتخصّص في تعميق تّاهيل الكادر بأحد المجالات الإعلامية الرئيسية، ويكون التخصّص في هذه المرحلة إما على أساس الوسيلة الإعلامية (صحافة، إذاعة، تلفزيون، وكالة أنباء) أو على أساس الموضوع (إعلام رياضي، إعلام اقتصادي، إعلام ثقافي...الخ).

- التّاهيل الإعلامي الضيق: حيث أن مرحلة التطور التي بلغها الإعلام المعاصر على الصعيدين النظر والعملية، وظهور المؤسسات الإعلامية العملاقة، وتزايد ظاهرة عدم تجانس الجمهور و ارتفاع مستواه التعليمي والثقافي وخبرته الاتصالية، بالإضافة إلى المنافسة المحتدمة حول تقديم نتاج نوعي متميّز، وتزايد أهمية الدور الذي أخذ يؤديه الإعلام المعاصر في حياة الفرد والمجتمع، فرضت ضرورة التّاهيل الإعلامي المتخصّص الضيق.

ب- التأهيل العلمي في مجال متخصص: حيث أن التخصص أصبح ظاهرة عادية في معظم وسائل الإعلام، وقد حصل بفعل أسباب متعدّدة، وأخذ أشكالاً مختلفة. ونعتقد أنه حقّق فوائد مهمة. ولكننا نرى أن مستوى التطور الحاصل في مختلف المجالات، ولدى شرائح الجمهور المختلفة، وفي وسائل الاتصال المختلفة، يفرض ضرورة التأهيل العلمي الأكاديمي للصحفي في الجانب أو المحور أو التخصص الضيق في المجال الذي يعمل فيه (اقتصاد، رياضة، بيئة، ثقافة... الخ)..

7- أسلوب المعالجة المتميّز: تفرض الطبيعة المتميّزة للموضوع والحدث والجمهور والكادر أساليب معالجة وتقديم متميّزة، إذ أن خصوصية الموضوع والحدث والجمهور والكادر هي التي تحدّد نوعية ومستوى المعالجة الإعلامية للموضوع والحدث، و يمكن تحديد سمات مميّزة لأساليب المعالجة في الإعلام المتخصص كما يلي:

ا- المعالجة الشاملة والعميقة: حيث أن الإعلام المتخصص النوعي عموماً يتميز باستخدام أساليب معالجة للأحداث والظواهر والتطورات أكثر شمولية وعمقاً من الإعلام العام.

ب- هيمنة الطابع التحليلي: يعتمد الإعلام المتخصص النوعي منهج التحليل العلمي للأحداث والظواهر والتطورات.

ج- المعالجة المتوازنة: يسعى الإعلام المتخصص النوعي إلى تقديم رؤية متوازنة للحدث أو الموضوع أو التطور.

د- استخدام الاستمالات الذهنية: يهيمن في الإعلام المتخصص النوعي استخدام الاستمالات الذهنية التي تخاطب ذهن المتلقي وعقله.

ثانياً: التنمية المهنية للكوادر الإعلامية رهان مستقبلي

1- معنى التنمية المهنية:

تعرف التنمية المهنية على أنها " اكتساب وتعزيز للمهارات، أو محاولة منهجية للتوفيق بين اهتمامات الأفراد، وبين متطلبات التنظيم المتوقع أن يعمل به هؤلاء الأفراد. فهي نشاط مخطط يهدف إلى

إحداث تغيير في العاملين، من ناحية المعلومات والخبرات والمهارات ومعدلات الأداء وأساليب العمل، مما يجعلهم مؤهلين للقيام بأعمالهم بكفاءة." (الشافعي، 1994)

وتقوم التنمية المهنية على تصميم وتنفيذ البرامج المختلفة الهادفة إلى تطوير وتنمية الجوانب المهنية لدى الكوادر الإعلامية وبشكل أساسي في مجالات التحرير الصحفي والتغطية الإعلامية ومهارات استخدام التكنولوجيا الرقمية وإدارة الوقت والاتصال الفعال.

2- شروط التنمية المهنية:

يمكن إسقاط شروط التنمية المهنية كمفهوم عام على مجال التكوين الإعلامي، فلكي تؤتي التنمية المهنية ثمارها وتحقق أهدافها، لابد من مراعاة الشروط التالي ذكرها:

- نوعية البرنامج الجيد وحسن اختياره.
- المعرفة اللازمة لأداء العمل.
- اكتساب المهارات العملية، في تطبيق المعرفة النظرية.
- الاستمرارية.
- إمكانية قياس فعالية التدريب.
- تلبية الاحتياجات الفردية للدارسين.
- مراعاة احتياجات سوق العمل.
- الموازنة الدقيقة والحكيمة، بين النظري والعملي.
- الانتظام بالبرامج، وسهولة المواصلات. (هاشم، [د.ت.])

3- المؤسسات المسؤولة عن التنمية المهنية للإعلاميين في الجزائر:

إن التنمية المهنية هي مسؤولية مشتركة يتقاسمها الأفراد والمؤسسات، وكل فرد مسؤول في المقام الأول عن تعليم نفسه وتطويرها وتنميتها ذاتيا، وتشارك في ذلك بكل إمكاناتها معاهد وكليات الإعلام والاتصال، وأجهزة الإعلام وغيرها، ونتناول فيما يلي بشكل مفصل الحديث عن مسؤوليات كل شريك.

أ- مسؤولية أقسام وكليات الإعلام والاتصال:

يمكن القول أن التنمية المهنية تعد مسؤولية مشتركة، تتقاسمها كافة المؤسسات المهنية العاملة في حقل الإعلام، وإن كان العبء الأكبر يقع على أقسام وكليات الإعلام، بوصفها الممثلة للمهنة والمتحدثة باسمها، والمسؤولة عن التخطيط الفعال والعمل الدؤوب، لتوفير كافة الفرص في مجال التنمية المهنية للمكونين بقطاع الإعلام. " كما تتولى مراكز تدريب، تقديم الخدمة ذات الصلة ببرامج التعليم في الجامعة، بما في ذلك برامج التنمية المهنية والتعليم المستمر، هذا الأخير الذي يرتبط ارتباطا عضويا وحيويا بالإعداد المهني للعاملين في قطاع الإعلام، في مؤسسات إعلامية على اختلاف تخصصاتهم،

ففي هذا الإطار تتداخل وتتشابك عناصر الإعداد المهني للكوادر الإعلامية، لدرجة يصعب فيها الفصل بينها، حيث "يجمع الدارس في هذا البرنامج، بين الدراسة النظرية للموضوع والتطبيقات العملية والتغطيات الميدانية، وهو بهذا يجمع بين العناصر الثلاث المتداخلة والمكونة للإعداد المهني (تعليم، تدريب، تطوير)". (موسى، 2002)

ونظرا لأهمية التعليم المهني المستمر، واهتمام أقسام الإعلام في الجامعات الجزائرية بتقديم برامج متعددة في هذا المجال، فيتطلب الأمر تخصيص وظيفة عضو هيئة التدريس، الذي يتحمل أعباء ومسؤوليات التعليم المستمر، ويطلق عليه أحيانا منسق برامج التعليم المستمر، ومن بين مهامه زيادة درجة التفاعل بين أقسام الإعلام وغيرها من المؤسسات التي تقدم برامج التعليم المستمر، فضلا عن توجيه طلاب التدرج و ما بعد التدرج إلى ضرورة و أهمية التعليم المهني مدى الحياة المهنية". (محمد، 2000)

ويرى محمد شطاح أن مستقبل التدريس والتكوين في مجال الإعلام والاتصال في الجزائر لا بد أن يكون محل اهتمام من منظومة التعليم العالي، وأن يستقل كميدان معرفي وأن يجمع الطاقات في أقطاب

التكوين في كبريات الجامعة بدل حالة التشتت التي يعرفها حاليا في الجامعات المحلية والمراكز الجامعية التي تفتقر إلى الموارد البشرية لتحقيق مجمل أهداف التكوين. (شطاح، 2012)

ويضيف الباحث محمد شطاح بأن "نجاح التدريس الإعلامي في الجزائر يتوقف على الوعي بخصوصية التكوين في هذا الحقل، وبتقييم شامل لمخرجات التكوين في العشرية الأخيرة وبتصحيح الأخطاء التي ميزت التجربة وإعادة بعث هذا الميدان ضمن الأهداف السياسية للدولة وفي إطار الحفاظ على الهوية الوطنية والتفتح على العالم. (شطاح، 2012)

ومن المهم في هذا الصدد الإشارة إلى أن أقسام الإعلام اليوم، مطالبة أكثر من أي وقت مضى بتطوير مناهجها، ومقرراتها الدراسية وتوظيف التكنولوجيات الرقمية في التكوين، مع ما يحمله ذلك من توسيع لمجالات الإعداد المهني المستقبلي للمهنيين في تخصصات الإعلام المختلفة.

ب- مسؤوليات مؤسسات وأجهزة الإعلام ومراكز التكوين الخاصة:

وعلى غرار جل مؤسسات التعليم العالي، العمومية والخاصة، يتشكل نسيج المؤطرين (المدرسين) بالمعاهد الخاصة من الأساتذة الجامعيين والمهنيين العاملين بالمؤسسات الصحفية والإعلامية، نظرا لحاجة طلبة الإعلام للتكوين المزدوج الذي يجمع بين المعرفة النظرية والتجربة العملية .

يكنم الجهد الحقيقي للمؤسسات الإعلامية وأجهزتها، في إعداد هذا الكم الهائل من البرامج التدريبية، حيث هناك البرامج التمهيدية للعاملين الجدد، فضلا عن الارتباط بالبرامج التدريبية التخصصية ذات المستوى الراقى، وغيرها التي تعدها مراكز التكوين.

و ترى مي العبد الله (الأستاذة بكلية الإعلام-الجامعة اللبنانية) أن هناك حاجة ملحة و متطلبات عملية تدفع نحو ضرورة إعادة النظر في مفهوم التكوين المهني الإعلامي. فإذا كانت وسائط الاتصال قد امتلكت تلك القوة في التأثير و التغيير في أنظمة القيم السائدة في المجتمعات و في وعي الأفراد و الجماعات و تصوراتهم و سلوكهم، فان التكوين المهني للقائمين بالاتصال في هذه الوسائط ينبغي أن يتطور بما يستجيب لمتطلبات المرحلة الراهنة و يستفيد من المتغيرات الجديدة في جميع المجالات، التكنولوجية و

الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية و غيرها... فتلك المتغيرات و التحولات الكبرى أحدثت فجوة كبيرة تفصل في الوقت الحاضر التكوين المهني في لبنان عن متطلبات المرحلة الراهنة و احتياجاتها المستقبلية. (رابح، 2010)

فلا تنتهي مَهْمَةُ الإعلامِي، بمجرد قراءة النشرة أمام الكاميرا أو خلف الميكروفون في الإذاعة، وإنما عليه متابعتها عبر الوسائط الرقمية الجديدة، من خلال مشاركة المادة الإعلامية مع الجمهور. وقد رأينا كيف أضحى الإعلامِي في القنوات العالمية يتواصل مع جمهور الويب عبر مقاطع متعددة الوسائط، ويساهم في الترويج والنشر والإعلان لصورة مؤسسته.

فيجب أن تعي المؤسسات التعليمية والتدريبية التي توطّر وتعدّ إعلامي المستقبل هذا التحول الجذري في أدوات العمل وعلى طالب الإعلام أن يدرك تحديات المهنة قبل اختيارها.

ثالثاً: نماذج عربية عن برامج التنمية المهنية في الإعلام لتأهيل الطلبة لسوق العمل

1- التكوين والتدريب في الإمارات العربية:

أطلقت جامعة الإمارات بداية العام الجامعي 2013-2014 ولأول مرة برنامج التنمية المهنية، ويعنى بتدريب وتأهيل الطلبة لسوق العمل على مستوى كافة الكليات تماشياً مع سياستها الرامية إلى الارتقاء بمستوى مهارة الخريجين ترسيخاً لمكانتها العلمية والأكاديمية.

وألحقت كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية منذ بداية العام الجامعي نحو 400 طالب وطالبة بالسنة النهائية بعدد 60 جهة وشركة حكومية وخاصة لتدريبهم وتأهيلهم للالتحاق بسوق العمل، ضمن البرنامج الذي يمثل نقلة نوعية على صعيد إعداد وتأهيل الطلبة والخريجين. وتخطط الكلية لتوسيع دائرة التدريب لتشمل كافة التخصصات والبرامج الأكاديمية، ومنح الطلبة المتدربين التفرغ التام من الدراسة أثناء فترة التدريب وزيادة عدد الساعات التي تتراوح بين 6 و9 ساعات يومياً. (البوشي، 2014)

وأوضحت سعاد محمد المرزوقي (مساعد العميد للتنمية المهنية بكلية العلوم الاجتماعية بجامعة الإمارات) أن البرنامج يتضمن محاضرات وورش عمل تركز على تهيئة الطلبة المتدربين على التعاطي مع بيئة

العمل والالتزام الأخلاقي وتنمية ومهارة التخاطب التواصل مع الآخرين لديهم، وأن البرنامج يمتد لفترة تتراوح بين شهرين وثلاثة أشهر تتوقف على ظروف وطبيعة عمل جهة التدريب والتخصص الدراسي وظروف البرنامج الأكاديمي، لافتة إلى أن التدريب يدخل ضمن متطلبات التخرج من الكلية في ضوء التقرير النهائي الذي يقوم على إعداده المشرف الأكاديمي لبرنامج التنمية المهنية بالتعاون مع المشرف الميداني الذي يتم تعيينه من قبل جهة التدريب.

ويخضع الطلبة المشمولون بالتدريب لبرنامج تأهيلي استباقي لإعدادهم للالتحاق ببرنامج التنمية المهنية يترك لهم حرية اختيار المؤسسة أو الجهة التي يرغبون التدريب بها وفقاً للتخصص الأكاديمي. (الهلال، 1999)

2- التكوين والتدريب في المغرب:

يرتبط تكوين الإعلاميين في العديد من دول العالم العربي بالمؤسسات الجامعية العمومية، أي بفضاء كليات الإعلام أو الآداب والفنون، مثلما هو الحال -على سبيل المثال لا الحصر- بالسودان ومصر وسوريا والعراق، على اعتبار أن هذه الأقطار تعرف وجود كليات أو أقسام داخل الجامعات خاصة بالإعلام. أما بالمغرب فالأمر مختلف، إذ تأخَّرَ تدريسُ الإعلامِ بفضاء الكليات حتى بداية الألفية الثالثة لأسباب متعددة، من أهمها قلة الدورات التدريبية والأساتذة الجامعيين المتخصصين في الإعلام، واشتغال أغلبهم في المعاهد العليا العمومية والخاصة، إضافة إلى متطلبات هذا المجال المهني البحث، الذي يحتاج لبنية تحتية وأجهزة تقنية لا تتناسب مع طبيعة التدريس في كليات الآداب والعلوم الإنسانية التي تعرف استقطاباً عددياً كبيراً للطلاب، عكس الإعلام الذي يتطلب ظروفًا وشروطًا تعليمية قريبة لشعب الهندسة. (بابا، 2016)

وفي سبيل تقييم هذه التجارب التكوينية الجامعية، تشير إحصائيات 2016/2015، حسب الدكتور "الطيب بوتبالت"، أستاذ التاريخ المعاصر وعلوم الإعلام بمدرسة الملك فهد العليا للترجمة بطنجة، إلى "وجود ما لا يقل عن 35 مؤسسة للتعليم العالي تهتم بالتكوين الإعلامي، منها 18 مؤسسة

تنتمي للقطاع العام و17 مؤسسة تنتهي للقطاع الخاص". وهي "مؤسسات تتبع في هندستها التطبيقية شكلا ومضمونا للنموذج الفرنسي". (بابا، 2016)

خاتمة

إذا كان هناك اتفاق عام على أهمية الإعلام في حياة الشعوب والدول على اختلاف درجات وعميها وتميزها، فإن أهمية الكوادر الإعلامية المتخصصة تصبح قضية لا جدال حولها، وتصبح عملية توظيف وسائل الإعلام في هذا المجال، لا تخرج عن طبيعة الدور العام والهام لهذه الوسائل.

تتضح أهمية التكوين الإعلامي المتخصص من خلال التنمية المهنية للإعلاميين في تعاون وسائل الإعلام مع المتخصصين في المجالات المختلفة بتطويع مختلف العلوم لخدمة المجتمع. فالمجتمع البشري يزخر بالمشكلات التي تتطلب المواجهة والحل باستخدام العلم وتعاون أفراد المجتمع من المتخصصين على أداء دورهم لحل هذه المشكلات على أساس معرفتهم بها. حيث يعمل الإعلام المتخصص على تضيق الهوة بين الثقافة العامة والمعرفة العلمية التخصصية، التي ظلت مدة طويلة حكراً على المتخصصين في مجالها، و يشكل الإعلام المتخصص علامة من علامات انتقال المجتمعات من المرحلة التقليدية إلى مرحلة أكثر تطوراً، وانتقال الممارسة الإعلامية من الشكل التقليدي إلى شكل أكثر عصرية، يتسم و يحترم التخصص في مختلف المجالات.

توصيات:

- 1- وعي مؤسسات التعليم العالي والمؤسسات الإعلامية بخصوصية التكوين في حقل الإعلام عن باقي التخصصات الأخرى
- 2- التخصص مطلب ملحّ في البرامج التكوينية لتحقيق التنمية المهنية للكوادر الإعلامية.
- 3- ضرورة اهتمام أقسام الإعلام في الجامعات الجزائرية بتقديم برامج متعددة في التكوين المهني المستمر.
- 4- الاستفادة من الخبرات الأجنبية في الدورات التكوينية للإعلاميين لأنه يمنحهم فرصة الاطلاع على طريقة عمل مختلفة، لأن احترافية هؤلاء تمكّن المتكويين من اكتساب مهارات جديدة للارتقاء بعملهم في المؤسسات الإعلامية والاطلاع على الجديد في مجالهم.

قائمة المراجع:

- 1- أديب خضور. (2015). الإعلام الصحي دراسة في تأصيل المفهوم، ، ، ص: 10-19. الأردن: كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط.
- 2- الصادق رايح. (2010). " عرض كتاب :علوم الإعلام والاتصال وإشكاليات التكوين المهني في العالم العربي ل د .مي العبد الله (الجامعة اللبنانية). (الجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال (AUSACE).،. (المحرر) دورية إعلام الشرق الأوسط(العدد6).
- 3- المسند صالح بن محمد. (2000). "تقنيات المعلومات والاتجاهات الراهنة في المكتبات ومراكز المعلومات". (دار غريب للنشر،، المحرر) مجلة دراسات عربية في المكتبات وعلم المعلومات، مج 5(العدد 3)، صفحة ص32.
- 4- المنصف العياري ، محمد عبد الكافي. (2006). "القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة". (اتحاد إذاعات الدول العربية، المحرر) (العدد 56)، ص 11 – 12.
- 5- أميرة عبد الله الجاف. (2013). "دراسة نظرية في مفهوم الإعلام المتخصص". تاريخ الاسترداد 11 25 2023، من www.rozhamawany.com/ar/?p=133، تاريخ الزيارة 2023/11/25.
- 6- حروش موسى. (أفريل، 2002). " دور الجمعيات المهنية في التكوين الجامعي" . مجلة المكتبات والمعلومات، المجلد 1(العدد1)، صفحة ص 18 .
- 7- حمدي قنديل. (1998). "الإذاعة في الوضع الاتّصالي الجديد في الوطن العربي". مجلة اتحاد الإذاعات العربية(العدد 04)، ص 25.
- 8- دياب حامد الشافعي. (1994). إدارة المكتبات الجامعية. القاهرة: المكتبة الأكاديمية.
- 9- عمرو صبري أبو جبر. (2011). محاضرات في الإعلام المتخصص، ، فلسطين، 2011. تاريخ الاسترداد 14 10 2023، من كلية الإعلام، جامعة فلسطين: www.rozhamawany.com/ar/?p=133، تاريخ الزيارة 2023/11/15

10- فالوقي محمد هاشم. ([د. ت.]). التدريب في أثناء العمل: دراسات لبعض جوانب مراكز التنمية المهنية. .
بنغازي، ليبيا: الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان.

11- فؤاد العاني. (1993). الصحافة الإسلامية و دورها في الدعوة (الإصدار ط1). بيروت، لبنان: مؤسسة
الرسالة.

12- كريم بابا. (22 12, 2016). "التكوين الإعلامي وقلق البحث العلمي بالمغرب". (معهد الجزيرة للإعلام،
المحرر) مجلة الصحافة،

الزيارة <http://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/2016/12/161222072033388.html>. تاريخ الزيارة

2023/11/30

13- محسن البوشي. (10 فيفري, 2014). " (العين) جامعة الإمارات تطلق برنامج التنمية المهنية لتأهيل
الطلبة لسوق العمل: 400 طالب وطالبة ب «العلوم الإنسانية» يتدربون في 60 جهة. مجلة الاتحاد،
2023/11/23. تاريخ الزيارة [http://www.alittihad.ae/details.php?id=12370](http://www.alittihad.ae/details.php?id=12370&article=fu&y=2014)

14- محمد شطاح. (ماي, 2012). "التدريس الإعلامي في المرحلة الجامعية في مؤسسات التعليم العالي
بالجزائر: دراسة في فلسفة التدريس ومنظومة الإصلاحات". المجلة العربية للإعلام والاتصال (العدد8)،

الزيارة <https://platform.almanhal.com/Files/2/32187>. تاريخ الزيارة 2023/11/22

15- محمد مجاهد الهلالي. (1999). بحوث ودراسات في المعلومات والمكتبات. القاهرة: المكتبة الأكاديمية.