



## نموذج مقترح لتنمية التربية الإعلامية في الجزائر في ضوء بعض التجارب الغربية والعربية

### *A suggested model for developing media literacy in Algeria in light of some western and Arab experiences.*

نور العابدين قوجيل<sup>1</sup>، خالدة هناء سيدهم<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جامعة العربي بن مهيدي – أم البواقي، (الجزائر)، norelabidine@gmail.com

<sup>1</sup> جامعة الحاج لخضر – باتنة 01، (الجزائر)، sidhoumkhalida@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2020/03/31

تاريخ القبول: 2020/03/24

تاريخ الاستلام: 2020/02/27

#### ملخص

يعود ظهور مصطلح التربية الإعلامية في العالم إلى أواخر الستينيات، وقد حظيت منذ ذلك الحين باهتمام كبير خاصة في الدول الأوروبية وبعض الدول العربية، لكن الوضع في الجزائر مختلف، حيث لم يحظ هذا المجال بالرعاية الكافية واقتصرت الجهود على بعض الدراسات النظرية والتظاهرات العلمية التي لم ترق إلى ضبط أسس وقواعد من شأنها أن تضع أرضية نوع جديد من التربية ينمي الحس النقدي لدى الأفراد ويطور قدرتهم على التعامل بشكل آمن مع المضامين الإعلامية التي تبثها مختلف وسائل الإعلام بنوعها (التقليدي والحديث).

ومن هنا جاءت فكرة هذه الدراسة التي تهدف إلى عرض بعض التجارب الرائدة في مجال التربية الإعلامية في عدد من الدول الغربية والعربية، ومحاولة وضع تصور لنموذج يمكن تطبيقه في الجزائر لتنمية وتطوير هذا المجال.

كلمات مفتاحية: التربية الإعلامية، الجزائر، التجارب الغربية والغربية.

#### Abstract

The emergence of the term Media Literacy in the world to the late sixties, has since received great interest, especially in European countries and some Arab countries, but the situation in Algeria is different, where the field of media education has not received enough attention and limited efforts on some theoretical studies and scientific events that did not live up to the foundations and rules that would lay the ground for a new kind of education that develops the sense of cash in individuals and develop their ability to deal securely with Media contents broadcast by different media (both traditional and modern).

Hence the idea of this study, which aims at presenting some of the pioneering experiments in the field of media education in a number of Western and Arab countries, and trying to develop a vision of a model that can be applied in Algeria to develop and develop this field.

**Keywords:** Media Literacy, Algeria, western and Arab experiences

<sup>1</sup> المؤلف المرسل: نور العابدين قوجيل، الإيميل: norelabidine@gmail.com

## مقدمة

أدى التطور في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى سرعة انتشار وسائل الإعلام وجعلها جزءاً أساسياً من يوميات الأفراد، وأصبح هؤلاء يتلقون كما هائلاً من المعلومات على مدار اليوم ويتأثرون أياً تأثر بما يتلقونه من رسائل، مما أدى إلى ظهور مخاطر جديدة تتعلق أساساً بسيطرة وسائل الإعلام على الشعوب ونشرها في بعض الأحيان لمضامين مشوهة يمكن أن تؤثر سلباً على منظومة القيم في المجتمع، ومن هنا بدأ التفكير في ضرورة إيجاد سبيل لحماية الأفراد والمجتمعات من التأثير السلبي لوسائل الإعلام، وتكثرت الدراسات والبحوث التي تم إجراؤها في هذا الإطار بظهور مفهوم التربية الإعلامية التي كانت تعني في بداياتها مشروع دفاع هدفه توفير الحماية لجمهور وسائل الإعلام من المضامين المشوهة والقيم غير الملائمة، قبل أن تتطور فيما بعد لتتحول إلى مشروع تمكين هدفه تحويل الجمهور من متلقي سلبي يستقبل الرسائل ويتأثر بها، إلى متلقي إيجابي يمتلك حساً نقدياً ويختار بإحكام الرسائل التي تتلاءم مع قيمه ومعتقداته وفتته العمرية.

ومنذ ظهور التربية الإعلامية في أواخر الستينيات، حظيت باهتمام العديد من دول العالم عامة والدول الغربية خاصة، وتعددت الندوات والملتقيات الساعية لبلورة هذا المفهوم نظرياً ومنهجياً، وهو ما ساهم في تحقيق قفزة نوعية في هذا المجال، وسعت بعض المنظمات الدولية مثل "اليونسكو" إلى تعميم هذا النجاح على المستوى الدولي، لكن درجات الاستجابة كانت متفاوتة، ففي الوقت الذي احتضنت بعض الدول هذه الجهود وشرعت في وضع أسس علمية واضحة للتربية الإعلامية، لا يزال الغموض سائداً في دول أخرى على غرار الجزائر التي تعتبر تجربتها في هذا المجال فتية وجهودها فيه محتشمة جداً.

من هنا جاءت فكرة هذه الدراسة التي تهدف إلى عرض بعض التجارب الرائدة للدول الغربية والدول العربية في مجال التربية الإعلامية، ومحاولة الاستفادة منها لوضع برنامج هدفه المساهمة في تنمية وتطوير التربية الإعلامية في الجزائر.

## 1. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تسعى إلى تقديم برنامج يضم عدداً من التوصيات والاقتراحات التي من شأنها أن تساهم في تفعيل مجال التربية الإعلامية في الجزائر وإعطائه حقه من الاهتمام لمجابهة التأثير المتزايد لوسائل الإعلام على كافة شرائح المجتمع، وبالتالي مسايرة متطلبات العصر وتكوين أجيال تمتلك الحس النقدي وتتعامل بإيجابية مع وسائل الإعلام.

## 2. أهداف الدراسة

- تحديد إطار مفاهيمي للتربية الإعلامية؛
- إبراز مدى أهمية التربية الإعلامية للفرد والمجتمع؛
- عرض تجارب عربية وغربية رائدة في مجال التربية الإعلامية؛
- تحليل هذه التجارب من أجل تصميم برنامج يتلاءم مع طبيعة المجتمع الجزائري.



### 3. مدخل مفاهيمي للتربية الإعلامية

#### 1.3 تعريف التربية الإعلامية:

تعريف معجم المصطلحات التربوية: "التربية الإعلامية هي إعطاء الطالب قدرا من المعارف والمفاهيم التربوية الخاصة بالتعامل مع الإعلام وكيفية الاستفادة من المعارف المتوفرة فيه." (اللقاني أحمد، علي الجمل، (1999)، ص75)

تعريف منظمة اليونسكو: جاء في تقرير لمنظمة اليونسكو نشر عام 1948 ما يلي: "يقصد بالتربية الإعلامية كل أشكال دراسة وتعلم وتعليم في مختلف الظروف والوضعيات، تاريخ وطرق استخدام وتقييم وسائل الإعلام كأدوات فنية وتقنية والتعرف على المكانة التي تحتلها في المجتمع وتأثيراتها عليه." (راشد بن حسين العبد الكريم، (2007)، ص3).

والتربية الإعلامية مصطلح مركب من كلمتين هما: التربية والإعلام، فهو ترجمة للكلمة الإنجليزية Media Education ويعني التربية الإعلامية أو التعليم الإعلامي، وهناك من يرى أنها ترجمة للمصطلح الانجليزي Media Literacy وهو ما يسمي بمحو الأمية الإعلامية.

يرأرت سيلفر بلات " 2001 Silverblatt.A. " أن التربية الإعلامية هي: "الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، وفهم عملية الاتصال الجماهيري، وتطوير إستراتيجيات تمكننا من فهم وتحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية، وتنمية الاستمتاع الجمالي، والتقدير لمضمون وسائل الإعلام." (Art Silver blat, (2001)، p8)

وقد عرفها كل من "محمد عبد الحميد" و"آمال سعد" (2003) بأنها: "تعليم فنون الإعلام في المؤسسات التعليمية المختلفة، وتنمية الحس الإعلامي لدى الطلاب في مراحلهم المتقدمة بما يؤدي إلى تكوين حس نقدي صحيح يجعلهم يستطيعون اختيار الرسائل الاتصالية بفهم ووعي". (حمد، عبد الحميد، سعد المتولي، أمال، (2003)، ص21)

وعرف " 2013 Share, J. " التربية الإعلامية على أنها إكساب المعرفة والفهم والتطبيق الصحيح للمهارات والمواقف التي تسمح للطلاب بالتعامل مع العالم الإعلامي المعقد والمتغير بطريقة واعية هادفة، وكما يعبر عن إكساب القدرة على استخدام الإعلام بطريقة نشطة وحيوية بهدف المشاركة الاجتماعية الفعالة. (Share, J. (2013), p119)

ويُعرفها " أحمد جمال حسن (2015) " بأنها: "قدرة الأفراد على الاستخدام الواعي والآمن لوسائل الإعلام، من فهم وتفسير ونقد وتقييم المضامين الإعلامية بأشكالها المتنوعة، والمساهمة في تطوير إدراكهم وتعاونهم في إنتاج مضامين إعلامية مسنولة، وتخزينها والارتقاء باهتماماتهم، وهي تمثل رد فعل طبيعي للبيئة الإعلامية المعقدة، والمستحدثات التكنولوجية التي تحيط بهم. (أحمد، جمال حسن، (2015)، ص15)

#### 2.3 نشأة وتطور التربية الإعلامية

ظهر مفهوم التربية الإعلامية في العالم في أواخر الستينيات، حيث ركز الخبراء على إمكانية استخدام أدوات الاتصال ووسائل الإعلام لتحقيق منافع تربوية، بحلول السبعينيات بدأ النظر إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم بشأن الإعلام، وأنها مشروع دفاع، يتمثل هدفه في حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام، وانصب التركيز على كشف الرسائل المزيفة والقيم غير الملائمة، وتشجيع الطلاب على رفضها وتجاوزها، وفي

السنوات الأخيرة تطور مفهوم التربية الإعلامية بحيث لم يعد مشروع دفاع فحسب، بل مشروع تمكين أيضا، يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانتقاء والتعامل معها والمشاركة فيها بصورة فعالة ومؤثرة. (فهد، بن عبد الرحمان الشميمري، (2010)، ص 19)

وفي بداية التسعينات من القرن العشرين تبنت اليونيسكو بدعم من وزارات التربية والتعليم في الاتحاد الأوروبي مشروع (مينتور) لنشر التربية الإعلامية في أوروبا ودول حوض البحر المتوسط، وبانتهاء المشروع قرر عدد من الخبراء والمستشارين فيه تأسيس منظمة دولية تتولى نشرها على مستوى العالم وتحقق ذلك في مايو 2002م من خلال تأسيس المنظمة الدولية للتربية الإعلامية.

ويؤكد مشروع مينتور من خلال المنظمة الدولية للتربية الإعلامية 2007 على أهمية وجود ميثاق شرف للمهنة في مجال التربية الإعلامية؛ حيث ينص المشروع في هذا الميثاق على ضرورة:

- تكوين نظرة نقدية لدى صغار السن في تعاملهم مع وسائل الإعلام المعنية ببرامج الأطفال؛
- إكساب الجمهور المتلقي الوعي الكامل في تعاملهم مع وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة؛
- المشاركة الفعالة في إنتاج البرامج أو المساهمة في إنتاجها وفقا لاهتمام أفراد المجتمع لتقليل الهوة الواسعة بين وسائل الإعلام من جهة والجمهور من جهة أخرى؛
- التزام القائمين بالاتصال في كافة وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة بأخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف المهنية؛
- الحد من التأثيرات السلبية للمواد الإعلامية الرخيصة والغثة، والتي تتعارض مع الذاتية الثقافية والقيم والمبادئ السائدة بالمجتمع. (Lee, A. Y. L. (2015), p13)

وقد مرت التربية الإعلامية بست مراحل هي:

مرحلة الستينيات وجزء من السبعينيات: في هذه المرحلة كانت جهود التربية الإعلامية تركز على الأفلام السينمائية والتي كان لها بريق في جذب انتباه المدرسين بأوروبا لوقاية الطلبة من آثارها السلبية.

مرحلة السبعينيات وبداية الثمانينيات: تحول الاهتمام نحو التلفزيون، لذا زاد الاهتمام بالتربية الإعلامية خلال هذا العقد بسبب شدة القلق من تأثيرات بعض المضامين التلفزيونية كالمواد المثيرة جنسيا والعنف.

مرحلة الثمانينيات: شهدت هذه المرحلة اهتماما بالفيديو في كل من فرنسا وإيطاليا وإسبانيا.

نهاية الثمانينيات وبداية التسعينيات: في هذه المرحلة ظهرت قنوات تلفزيونية خاصة وتراجعت القنوات العامة، لذا بدأت التربية الإعلامية تهتم بدراسة المضامين المقدمة وتأثيراتها مثل تأثير الإعلانات، وتوطدت العلاقة المنتظمة بين المدارس ووسائل الإعلام.

منتصف التسعينيات: ظهرت الوسائل الرقمية وما يسمى بـ "مجتمع المعلومات" مما أثر بشكل واضح على نظم الاتصال، وبدأ الاهتمام بدراسة تأثير استخدام الوسائل الجديدة على زيادة الفجوة بين الجنسين.

بداية القرن الواحد والعشرين: في هذه الفترة تلاشت الحواجز بين الوسائل التقليدية والالكترونية والرقمية.  
(الجندي، ابتسام، 2007). ص.ص 3.4)

### 3.3 أهمية التربية الإعلامية

- تتمثل أهمية التربية الإعلامية في سببين أساسيين هما: (عبد اللطيف محمد، رشا، 2011). ص 77)
- لأنها واعدة وتحمل أملاً للأطفال والمراهقين والشباب بصفة خاصة ولأفراد المجتمع بصفة عامة بتوعيتهم وتحصينهم ضد التأثيرات الضارة لوسائل الإعلام.
  - لأن هناك اتفاقاً على أهميتها فهي ليست قضية خلافية بل تؤيدها مؤسسات ووسائل الإعلام كما يؤيدها مناصرو الصحة العامة.
  - ويعتبر بعض الباحثين أن التربية الإعلامية ضرورة ملحة وذلك بالنظر للأسباب التالية:
  - الرسائل الإعلامية تبني واقعا، فهي مسؤولة عن أغلب الخبرات التي على أساسها تقوم ببناء فهمنا الشخصي للعالم؛
  - المتلقي يناقش المعنى في الرسالة الإعلامية طبقاً لعوامل فردية وحاجات شخصية وخلفية ثقافية ومنظومة القيم التي توجه سلوكه، وهذا يعني أن أفراداً مختلفين تكون لديهم خبرات وانطباعات مختلفة من الرسالة الإعلامية الواحدة؛
  - النسبة المتزايدة للاستهلاك الإعلامي في المجتمع ونمو صناعة الإعلام وأهمية المعلومات في العصر الحاضر.

### 3.4 أهداف التربية الإعلامية

- تنمية نوع من الموقف أو الحس النقدي للتلاميذ حول ما تقدمه وسائل الإعلام؛
  - جعل التلاميذ أقدر على التعبير عن أنفسهم عبر مختلف وسائل الإعلام؛
  - الحصول على الخبرات والمعارف من خلال ما يقدم من وسائل ومضامين ومعلومات؛
  - التفتح على القضايا الراهنة في كل الميادين الفكرية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية والعلمية؛
  - التحفيز على اللحاق بركب الحضارة المعاصرة والأخذ منها ما يتناسب مع قيمنا وعقائدنا دون الوقوع في التبعية الفكرية والاقتصادية المدعومة بالتبعات الإيديولوجية والتكنولوجية.
- والأهداف السابقة تتسم بدرجة من العمومية والاتساع، أما مؤتمر فيينا "التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية" فقد حدد أهدافاً أكثر إجرائية وعملية هي: (طلال، بن عقيل بن عطاس، 2009). ص 124)
- التعريف بمصادر النصوص الإعلامية ومقاصدها؛
  - فهم الرسائل الإعلامية وتفسيرها؛
  - التحليل وتقديم الآراء النقدية للمضامين الإعلامية؛

- اختيار وسائل الإعلام المناسبة للتعبير عن الرأي وتوصيل الرسائل للجمهور المستهدف:
- إنتاج المضامين الإعلامية المناسبة والمفيدة للفرد والمجتمع.

#### 4. مستويات التربية الإعلامية في العالم:

- قبل الحديث عن تجارب بعض الدول في مجال التربية الإعلامية، سوف نشير إلى تصنيف دول العالم حسب مدى اهتمامها ودعمها للتربية الإعلامية، وذلك وفق ما جاء في تقرير (توماس اليزابيت (1990) على النحو التالي:
- دول بها تربية إعلامية نظامية وأساسية وتتمثل في الدول التي وضعت أسس التربية الإعلامية ومقوماتها العامة ومناهجها بشكل مخطط ونظامي، حيث أعدت المعلمين ودرّبهم ووفرت لهم المصادر لتعليم التربية الإعلامية، ومن أمثلتها: كندا، بريطانيا وأغلب دول أوروبا؛
  - دول بها تربية إعلامية غير منتظمة، وتتمثل في الدول التي ربما يوجد بها منح وطني للتربية الإعلامية، لكن هذه الأخيرة لا تدرس بشكل مخطط ومنتظم، بحيث لا تتوفر بها مراجع أو مواد تدريس ولم تتم صياغتها بعد، أو ربما يوجد بها معلمون مهتمون، لكن لا يتوفر بها إطار منهجي أو سياسة لتدريس التربية الإعلامية، ومن أمثلة ذلك: استراليا، إيطاليا، إيرلندا وبعض الدول النامية ك الهند والفلبين؛
  - دول لا تزال التربية الإعلامية بها في مرتبة الدراسة غير المدرسية، ويتم فيها دعم التربية الإعلامية من خلال الجهود التطوعية وغير الرسمية للجمعيات المدنية والنسائية ودور العبادة وجهود الشباب، ومن أمثلة هذه الدول: أمريكا ودول العالم الثالث؛
  - دول ظهرت فيها الحاجة للتربية الإعلامية مؤخرا وذلك بعدما حدثت بها بعض التغييرات السياسية والاجتماعية مثل روسيا وبعض الدول العربية.

#### 5. خامسا: تجارب رائدة في التربية الإعلامية:

##### 1.5 تجارب الدول الغربية:

- تجربة كندا: تعتبر كندا نموذجا للدول التي توجد بها تربية إعلامية نظامية ومدرسية وفقا للتصنيف الذي ذكره تقرير توماس، كما تعد أول دولة في قارة أمريكا الشمالية التي اكتشفت التربية الإعلامية كمجال جديد، كما أنها تأتي في مقدمة الدول الغربية التي اهتمت ودعمت التربية الإعلامية، ويرجع ذلك إلى عام 1960، حيث أدرجت التربية الإعلامية كمادة ضمن المقررات التعليمية في بعض المدارس، لذا فكندا تعتبر رائدة وقائدة في تطوير حركة التربية الإعلامية على مستوى العالم تبعها استراليا وانجلترا وفرنسا، كما يرجع الفضل في مجال التربية الإعلامية إلى الباحثين الكنديين باري دونكان (Barry Duncan) وجون بانجنت (JhonPungente). وقد فرضت كندا التربية الإعلامية إجباريا لطلاب المدارس الثانوية عام 1987، ثم فرضتها إجباريا على طلاب المراحل الابتدائية والإعدادية، ومن هنا أصبحت مفروضة بشكل رسمي على جميع الطلبة في جميع المراحل الدراسية.

ومن أبرز منظمات التربية الإعلامية في كندا:

- المنظمة الكندية للتربية المرئية (Canadian Screen Association for Education) وتأسست عام 1969.
- منظمة التربية الإعلامية (AML) (Association for Media Literacy) تأسست عام 1987.
- منظمة ماني توبا للتربية الإعلامية (MAML) (Manitoba Association for Media Literacy) تأسست عام 1990.
- المنظمة الكندية للتربية الإعلامية (CAME) (Canadian Association for Media Education) تأسست عام 1991.
- شبكة الوعي الإعلامي (MAN) (Media Awareness Network) تأسست عام 1996 (رشا عبد اللطيف، 2011).  
(ص134)
- تجربة الولايات المتحدة الأمريكية: تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية نموذجا للدول التي توجد بها تربية إعلامية غير مدرسية، أي تلك التي تدعمها جهود مدنية وتطوعية، وقد تأخرت أمريكا عن الدول الأوروبية في الاهتمام بهذا المجال، ويمكن رصد أمثلة لبعض الجمعيات الأكاديمية والمنظمات المدنية والجماعات الضاغطة والمشروعات الداعمة للتربية الإعلامية فيما يلي:
- مركز التربية الإعلامية (CML) (The Center for Media Literacy) تأسس عام 1989
- مركز الإعلام والقيم (CMV) (The Center for Media and Values)
- مؤسسة التربية الإعلامية (MEF) (Media Education Fondation) تأسست عام 1991
- تحالف من أجل تربية إعلامية في أمريكا (AMLA) (Alliance for Media Literate America)
- حركة البيئة الثقافية (The Cultural Environment)
- مشروع التربية الإعلامية بجامعة نيوجرسي.
- تجربة استراليا: تعتبر استراليا نموذجا للدول التي توجد بها تربية إعلامية غير منتظمة، أي يوجد بها منح وطني للتربية الإعلامية، ولكن لا يتوفر بها إطار منهجي أو سياسة لتدريس التربية الإعلامية التي تدرس من خلال دمجها في مناهج فنون اللغة، وتوجد في استراليا العديد من الجمعيات والمنظمات المتخصصة في التربية الإعلامية مثل:
- منظمة المعلمين الاستراليين للإعلام (ATOM) (Australian Teachers Organization for Media) وهي تصدر مجلتين متخصصتين هما: مجلة ميترو (Metro Magazine) 1968
- والمجلة الاسترالية لتعليم ثقافة الشاشة (The Australian Magazine for Screen Education)
- جمعية الفيلم الاسترالية (AFC) (The Australian Film Commission)
- المؤسسة التلفزيونية الاسترالية للأطفال (ACT) (Australian Children TV Fondation)

■ تجربة بريطانيا: تعد بريطانيا من أوائل الدول الأوروبية التي عرفت التربية الإعلامية وذلك منذ عام 1930، ثم قامت بدعمها ونشرها في الستينيات، وقد اهتمت بريطانيا بشكل أكبر من أي دولة أوروبية أخرى بتطبيق التربية الإعلامية على المضمون التلفزيوني بالذات، لأنه يعد المصدر الأساسي للثقافة الشعبية، لذا حرصت على توعية الجمهور بأسس التعامل الرشيد والناقد للمضامين التلفزيونية خاصة المضامين الدرامية والإعلانات والبرامج، كما طبقت بريطانيا بقوة التربية الإعلامية في المدارس وخصص لها مناهج مدرسية وذلك لتحسين الطلبة من المخاطر الإعلامية وزيادة قدراتهم النقدية في التعامل مع وسائل الإعلام، خاصة قدرتهم على التمييز بين الواقع والخيال في المضمون الإعلامي، كما يوجد اهتمام في بريطانيا بتدريس ثقافة الصورة أو ثقافة الشاشة لطلبة المدارس حتى تتوفر لديهم القدرة على استنباط التكنيكات الخفية وأساليب التلاعب المستخدمة في المضمون التلفزيوني.

ومن رواد التربية الإعلامية في بريطانيا لين ماسترمان (Len Masterman) الذي تعد كتاباته في الثمانينيات مؤثرة جدا في التربية الإعلامية، وكان يطالب بتدريسها بشكل منفصل ومستقل عن باقي المواد الدراسية. ومن المؤسسات المناصرة للتربية الإعلامية في بريطانيا:

- رابطة التربية الإعلامية (MEA) (Media Education Association)

- وكالة الأطفال الدولية (Children International Agency)

- مؤسسة التربية الإعلامية (Media Literacy Clearinghouse)

- معهد الفيلم البريطاني (British Film Institute) (رشا عبد اللطيف، 2011)، ص 135)

■ تجربة فرنسا: تعد فرنسا من الدول المتقدمة في مجال التربية الإعلامية حيث تقوم بإدراجها في المناهج الدراسية، كما أنها تعقد مؤتمرات دورية لمناقشة مستقبل التربية الإعلامية مثل المؤتمر الدولي الذي عقدته جامعة تولوز عام 1990 بعنوان "الاتجاهات الحديثة في التربية الإعلامية"

ومن المؤسسات والحركات الداعمة للتربية الإعلامية في فرنسا حركة مشاهد فتي فاعل (JTA)

(JeuneTéléspectateur Active) التي تأسست عام 1979 ((رشا عبد اللطيف، 2011)، ص 136)

■ تجربة النمسا: عقدت الوزارة الفدرالية لشؤون التربية والثقافة بالتعاون مع اليونسكو مؤتمر عالمي في فيينا تحت عنوان "التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية، كما أسست الوزارة الفدرالية لشؤون التربية والثقافة مؤسسة (Mediamanual) بهدف تفعيل ممارسة التربية الإعلامية بالمدارس.

■ تجربة اسبانيا: توجد بها المنظمة الدولية للتربية الإعلامية منذ 2002 بهدف نشر ودعم وتطبيق مفهوم التربية الإعلامية على مستوى العالم.

■ تجربة ألمانيا: توجد بها منظمة التربية الإعلامية وثقافة الاتصال تأسست عام 1984 تهدف إلى مساندة التربية الإعلامية ونشر ثقافة الاتصال في المجتمع الألماني.

■ تجربة فنلندا: اهتمت بالتربية الإعلامية وطبقتها في المدارس الابتدائية عام 1970 وفي المدارس الثانوية عام 1977 وتطورت إلى أن وصلت إلى أعلى مستوى عام 1990.

■ تجربة الدانمارك: عرفت مجال التربية الإعلامية عام 1970 وركزت على محو أمية الطلبة والجمهور بوجه عام في المجال الإعلامي وتكنولوجيا المعلومات.

■ تجربة السويد: بدأ الاهتمام بالتربية الإعلامية عام 1980 ومن أشهر المؤسسات الداعمة: المؤسسة الدولية لإعلام الشباب والأطفال

■ تجربة جنوب إفريقيا: عقد أول مؤتمر للتربية الإعلامية عام 1990 وتزايد الاهتمام بهذا المجال عام 1994، كما أعدت جنوب إفريقيا منهجا خاصا للتربية الإعلامية عام 1997 وتم نشره على مستوى جميع المراحل التعليمية. (رشا عبد اللطيف، (2011)، ص138)

## 2.5 تجارب الدول العربية:

■ تجربة المملكة العربية السعودية: حرصت المملكة العربية السعودية ممثلة في وزارة التربية والتعليم على أخذ زمام المبادرة في نشر مفهوم التربية الإعلامية على مستوى قارة آسيا ودول الخليج العربي وذلك باحتضانها (المؤتمر الدولي للتربية الإعلامية) الذي أقيم في شهر فيفري عام 2007 في مدينة الرياض، وكان هذا المؤتمر أكبر تظاهرة في المجال في الشرق الأوسط، سواء في مستوى المشاركين الذين قدموا من مختلف دول العالم، أو في عددهم الذي تجاوز 3000 مشارك.

وكان هذا المؤتمر من تنظيم وزارة التربية والتعليم بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية والتعليم ومنظمة اليونسكو وجامعة برشلونة ومركز مزار للأبحاث. ومن أهم توصيات هذا الملتيقى:

- ضرورة العناية والاهتمام بمفهوم التربية الإعلامية في مراحل العملية التعليمية المختلفة، واقتراح اعتماد مقرر ضمن مقررات التعليم العالي

- التأكيد على أهمية إعداد وبناء خطط وبرامج متخصصة في التربية الإعلامية بما يتناسب مع القيم الدينية والثوابت الوطنية والأخلاقية.

- حث الجهات المعنية بالتربية في القطاعين العام والخاص على تشجيع المبادرات العملية ذات الطابع الإعلامي التربوي على المستوى الوطني والاستفادة من التجارب العالمية في مجالات التربية الإعلامية المختلفة. (رشا عبد اللطيف، (2011)، ص139)

■ تجربة فلسطين: تعتبر فلسطين من أوائل الدول العربية التي تبنت مادة التربية الإعلامية حيث أدرجتها وزارة التربية والتعليم ضمن المناهج الدراسية، وكان ذلك بعد احتضان مؤتمر التربية الإعلامية - الحاجات الوطنية والإقليمية - الذي كان من أهم توصياته تبني المؤسسات الرسمية لمفهوم التربية الإعلامية وإدماجها كمنهاج دراسي وتعليمي وليس كمادة مستقلة.

■ تجربة لبنان: تعود تجربة لبنان مع التربية الإعلامية إلى سنة 2011 حين احتضنت المؤتمر الموسوم بـ "اتجاهات جديدة للتربية الإعلامية" والذي كان من بين أهم نتائجه إنشاء أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية سنة 2013 من طرف الدكتور جاد ملكي رئيس قسم الإعلام في الجامعة اللبنانية الأمريكية.

### 3.5 تجارب أخرى للتربية الإعلامية في الدول العربية:

تناولت جلسات المؤتمر الموسوم بـ ""التربية الإعلامية في مواجهة غزو العقول في العصر الرقمي، الذي احتضنته جامعة الأهرام الكندية خلال الفترة من 22 إلى 24 أبريل 2015، تجارب من فلسطين والمغرب والسعودية وتونس والإمارات ولبنان والسودان والأردن في مجال التربية الإعلامية، حيث قدم أمين محمد المستشار الثقافي السابق بالملكة الأردنية الهاشمية عرضاً لتجربته في تفعيل سياسة للتربية الإعلامية في الأردن لنشر هذه السياسة، حيث تم محو أمية التعامل مع الكمبيوتر لجميع العاملين، وعمل منظومة للتعليم تدعم متابعة الآباء إلكترونياً ومحاولات مستمرة لتوصيل الإنترنت لكل المدارس، وأشار إلى أنه صدر بالفعل قانون لمعالجة الجرائم التكنولوجية وقوانين أخرى في سبيلها للصدور ودليلاً للأنشطة الطلابية ودليل للمعلم للتدريس والتدريب وآليات لتعليم هذه المفاهيم، وحدث انفتاح كامل على التجارب العالمية في محاولة للاستفادة منها في ترسيخ هذه المفاهيم.

وعرض الحسيني أوحسانا تجربة المغرب المتمثلة في التجربة الوطنية لإدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التعليم، والتي ركزت على كيفية دمج السينما في الأنشطة التعليمية عبر تنظيم المهرجانات الإقليمية والمحلية والدولية باعتبار السينما أحد أدوات التعبير عن ثقافة المجتمع، مشيراً إلى أن هناك تجارب كثيرة لإنتاج الأطفال والشباب لأفلام، وهو ما يساعد على إطلاق القدرة على الإبداع.

من جانبه، عرض د. رضوان شعيب أحد مستولي الإرشاد والتوجيه بوزارة التعليم العالي بدولة الإمارات دوافع التعليم باستخدام التكنولوجيا، وكذلك التحديات والمخاطر التي تواجه هذا الاستخدام في إطار تحديات استهلاك المعرفة والاستخدام غير المسئول، وأشار شعيب إلى أن هناك عددًا من الإشكاليات في الوقت الراهن أهمها أن المواطنين أصبحوا يلهثون وراء التكنولوجيا للدرجة التي قد تضيق هذه المجتمعات، وقد تطمس هويتها في إطار مفهوم استهلاك المعرفة أو الاستخدام غير المسئول لها، مشيراً إلى أن هناك مشكلات تواجه التربية الإعلامية منها وضعية بعض المدارس نفسها، وعدم تأهلها للعمل بالشكل التكنولوجي فضلاً عن ضعف الإمكانيات وفرص التمويل والتحديث.

أما إسكندر غالب مدير عام تكنولوجيا المعلومات بوزارة التعليم بتونس، فقد تناول إستراتيجية إدماج تقنيات المعلومات والاتصال في المنظومة التربوية، والتي تهدف إلى تحسين جودة التعليم التونسي، لبدأ تنفيذها العام المقبل، وأشار إلى أن التجربة تواجه عديداً من الصعوبات من بينها التمويل وخصوصية الوضع الراهن في تونس، والذي يجعل من الصعوبة بمكان إدماج بعض مشروعات تقنيات المعلومات والاتصال في المنظومة التربوية. (فهد بن عبد الرحمان الشميمري، (2010)، ص20)

## 6. سادسا: النموذج المقترح لتنمية التربية الإعلامية في الجزائر:

بالمقارنة مع التجارب السابقة على المستويين الغربي والعربي، تعتبر تجربة الجزائر في مجال التربية الإعلامية فنية جدا ولم ترق بعد إلى مستوى وصفها بالتجربة، إذ اقتصرت الجهود في هذا المجال على بعض المبادرات المنعزلة والمناسباتية (حملات إعلامية، منتديات وملتقيات أكاديمية... الخ)، وفي هذا الإطار ارتأينا تقديم تصور لبرنامج خاص بتفعيل التربية الإعلامية وتنميتها، وهو ينقسم إلى شقين الأول على المستوى الرسمي ويشمل كل الهيئات والمؤسسات الرسمية والنظامية، والثاني على المستوى غير الرسمي ويضم الجمعيات والهيئات غير الرسمية التي لها علاقة بالمجال.

### 1.6 على المستوى الرسمي:

يشتمل المستوى الرسمي على جميع الهيئات والمؤسسات النظامية كالوزارات، المدارس الجامعات، مراكز البحوث وغيرها، ولكي تساهم هذه الأخيرة في تفعيل التربية الإعلامية وجب عليها الاهتمام بما يلي:

- نشر ثقافة التربية الإعلامية وتعزيز مفهومها وترسيخه لدى الطلاب والتلاميذ في جميع المستويات التعليمية؛
- ضرورة تبني وزارات: التربية الوطنية، التعليم العالي والبحث العلمي، التكوين والتعليم المهنيين مناهج خاصة بتدريس التربية الإعلامية وإدماجها في العملية التكوينية والتعليمية؛
- تسطير برامج لتدريب المعلمين والأساتذة على أسس وأصول التربية الإعلامية؛
- تشكيل لجان تتكفل بدراسة واقع التربية الإعلامية وتبحث في سبل تطويرها وتنميتها؛
- تنظيم ورشات عمل ودورات تكوينية وتدريبية للطلبة والتلاميذ؛
- إجراء بحوث ميدانية تهدف إلى دراسة جمهور المتلقين لرسائل وسائل الإعلام وتحليل المضامين الإعلامية، وذلك حتى يتسنى تكييف برامج ومناهج التربية الإعلامية وفق متطلبات وخصائص كل فئة؛
- تشجيع البحث العلمي في مجال التربية الإعلامية، سواء من خلال عقد المؤتمرات أو إجراء البحوث الميدانية والدراسات الأكاديمية، والسهر على تطبيق التوصيات في الميدان وعدم الاكتفاء بالجوانب النظرية؛
- تفعيل الشراكات مع الهيئات والمنظمات العربية والدولية المهمة بمجال التربية الإعلامية على غرار التحالف الدولي للثقافة الإعلامية والمعلوماتية ومنظمة اليونسكو، من أجل الاستفادة من الخبرات والتجارب الرائدة في المجال، وكذا الاستفادة من الامتيازات التي تمنحها هذه المنظمات للدول لمساعدتها على تطوير التربية الإعلامية؛
- إنتاج المواد المكتوبة، المسموعة أو السمعية- البصرية التي تهدف إلى نشر ثقافة التربية الإعلامية والتعريف بها لدى جميع شرائح وفئات المجتمع؛
- وضع قوانين صارمة هدفها فرض رقابة على مضامين وسائل الإعلام المختلفة، والسهر على تطبيقها ميدانيا.

وهناك توصيات خاصة بالقائمين على وسائل الإعلام والصحفيين تتمثل في:

- وضع تصنيف واضح لكل البرامج والمضامين الإعلامية التي تبثها وتنشرها لمساعدة المتلقين على اختيار ما يتناسب مع قيمهم وفتاتهم العمرية؛
- فرض رقابة ذاتية على المضامين الإعلامية؛
- الالتزام بمبدأ المسؤولية الاجتماعية التي لديها تجاه المتلقين، خاصة ما تعلق بالتنشئة الاجتماعية؛
- المساهمة في البحوث الميدانية التي تهدف إلى تنمية وتطوير التربية الإعلامية؛
- عقد شراكات مع المؤسسات والهيئات الأكاديمية لتبادل الخبرات والتجارب؛
- تنظيم ورشات تكوينية ودورات تدريبية لفائدة الصحفيين لتعريفهم بأخر ما توصلت إليه البحوث في مجال التربية الإعلامية؛
- إعداد وإنتاج برامج خاصة بنشر الثقافة الإعلامية لدى مختلف فئات المجتمع؛
- استغلال الانتشار الواسع والإقبال الكبير من طرف الشبان والأطفال على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التربية الإعلامية.

## 2.6 على المستوى غير الرسمي:

تعتبر الأسرة أول مؤسسة للتنشئة الاجتماعية، لذا وجب عليها أن تلعب دورا محوريا في نشر ثقافة التربية الإعلامية وذلك من خلال ما يلي:

- ضرورة اقتناع الأولياء بأهمية التربية الإعلامية ونقل ذلك لأبنائهم؛
- مشاركة الأولياء في مختلف الأنشطة العلمية الخاصة بمجال التربية الإعلامية وحث أبنائهم على فعل ذلك؛
- وجوب قيام الآباء بفرض رقابة صارمة على كل ما يشاهده أبنائهم وتنظيم العملية كما (عدد ساعات المشاهدة) وكيفا (طبيعة البرامج والمضامين المشاهدة)؛
- تشجيع الأبناء على اكتساب الحس النقدي وذلك من خلال فتح باب الحوار والنقاش معهم حول ما تبثه وتنشره وسائل الإعلام؛

ويضم المستوى غير الرسمي كذلك جمعيات ومنظمات المجتمع المدني التي يجب أن تلعب هي الأخرى دورا هاما في تنمية وتطوير التربية الإعلامية، ويكون ذلك من خلال:

- تكوين جمعيات متخصصة في مجال التربية الإعلامية شبيهة بجمعيات حماية المستهلك؛
- المساهمة في ممارسة الضغط على وسائل الإعلام وحثها على احترام مسؤولياتها الاجتماعية وإلزامها باحترام الذوق العام.
- تنظيم نشاطات ومبادرات تعمل على نشر الوعي بأهمية التربية الإعلامية؛
- المساهمة في البحوث الأكاديمية والميدانية بالشراكة مع المؤسسات والهيئات النظامية؛

### 3.6 معايير نجاح البرنامج المقترح:

لضمان نجاح هذا البرنامج، هناك عدة معايير تتمثل في:

حدد المؤتمر الدولي الذي عقد بجامعة تولوز بفرنسا (1990) بشأن التربية الإعلامية عددا من معايير نجاح برامج ومشروعات التربية الإعلامية تتمثل في:

- وضع الأسس العامة للتربية الإعلامية في المناهج الدراسية بواسطة السلطات التعليمية المختصة؛
- تزويد المعلمين بدورات تدريبية باستمرار لإبقائهم على اتصال بالتطورات في مجال التربية الإعلامية؛
- توفير كافة المصادر التربوية للتدريس بما في ذلك الكتب والمراجع والصحف والمواد المسموعة والمرئية. (إلزابيت، توماس، 1990)
- كما تضمنت توصيات ندوة التربية الإعلامية للشباب بإشبيلية (2002) عددا من التوجيهات اللازمة لنجاح ودعم التربية الإعلامية والمتمثلة فيما يلي:

- ربط مفهوم التربية الإعلامية بالتعليم والتعلم عن الإعلام بواسطة وسائله؛
- التشجيع على التحليل النقدي والإبداعي لوسائل الإعلام من قبل كل من المدرسة والأسرة ووسائل الإعلام؛
- إحداث التربية الإعلامية عن طريق الأنظمة التربوية الرسمية وغير الرسمية؛
- مراعاة المسؤولية تجاه المجتمع والأفراد على حد سواء؛
- إعطاء الأولوية للتربية الإعلامية للشباب بين 12 و18 عاما، كما ينبغي الأخذ بعين الاعتبار الأطفال من عمر 5 إلى 12 عاما. (ندوة التربية الإعلامية للشباب، فيفري 2002)
- كما حدد مؤتمر فيينا (1999) مجموعة من التوصيات بشأن تفعيل ودعم التربية الإعلامية تتمثل فيما يلي:
- ضرورة إدراج التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية الوطنية؛
- وضع صانعي القرار لخطط وبرامج وأبحاث للتنظيم التفصيلي لمناهج التربية الإعلامية، من حيث طرق تدريسها ووسائل تقييمها وتنوع مصادرها وذلك في سياق الأنظمة الرسمية وغير الرسمية؛
- المشاركة الإعلامية مع المدارس وغيرها من المؤسسات العامة والخاصة والأشخاص الفاعلين في المجتمع المدني من معلمين وأولياء أمور ومجموعات الشباب والجمعيات والمشاهدين والمستمعين؛
- ربط الجمهور العام بالممارسين والمدربين والمختصين من خلال مواقع الكترونية على شبكة الانترنت، وتيسير الوصول لمصادر البيانات وتسهيل الترجمة في مجال التربية الإعلامية؛
- مراقبة المضامين الإعلامية السيئة والمضللة والزائفة من قبل كل الأنظمة الرسمية وغير الرسمية. (مؤتمر فيينا، أبريل 1999)

## خاتمة

من خلال ما سبق، يمكن القول بأن تطوير وتنمية مجال التربية الإعلامية في الجزائر يتطلب تضافر جهود الجهات الرسمية المتمثلة في الوزارات، المدارس، الجامعات، وسائل الإعلام وغيرها، والجهات غير الرسمية المتمثلة في الأسرة ومنظمات المجتمع المدني من جمعيات وتنظيمات، إذ يجب على كل جهة من هذه الجهات المساهمة على مستواها في تنمية وتطوير هذا المجال الحساس الذي أصبح ضرورة حتمية ولم يبق مجرد خيار ثانوي، في ظل الانتشار الكبير لوسائل الإعلام وتزايد خطورة تأثيرها من يوم إلى آخر.

## قائمة المراجع

1. اللقاني، أحمد، علي، الجمل، (1999)، معجم المصطلحات التربوية المعرفة في المناهج وطرق التدريس، عالم الكتب، القاهرة.
2. راشد، بن حسين العبد الكريم، (2007)، المناهج الدراسية وتنمية ملكات النقد لوسائل الإعلام، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر التربوية الإعلامية، الرياض.
3. Art Silver blat, (2001), Media literacy: Keys to interpreting media messages (2nd edition) Westport, CT: praeger.
4. حمد، عبد الحميد، سعد المتولي، أمال، (2003)، الإعلام المدرسي: الصحافة والإذاعة المدرسية، طنطا: دار مكتبة الإسراء، مصر.
5. Share, J. (2013), Media literacy is elementary: Teaching youth to critically read and create media. New York, NY: Peter Lang.
6. أحمد، جمال حسن، (2015)، التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، دراسة تحليلية: رسالة ماجستير، جامعة المنيا: كلية التربية النوعية.
7. فهد، بن عبد الرحمان الشميمري، (2010)، التربية الإعلامية - كيف نتعامل مع الإعلام؟، مكتبة الملك فهد الوطنية، المملكة العربية السعودية.
8. Lee, A. Y. L. (2015).
9. <http://daharchives.alhayat.com/issuearchive/Hayat%20KSA> (2018/3/8)
10. الجندي، ابتسام، (2007)، مفهوم ومبادئ التربية الإعلامية، ورقة عمل مقدمة للدورة التدريبية الأولى عن مشروع نشر وتعليم مبادئ ومهارات التربية الإعلامية للطلبة ودارسي الإعلام، اليونسكو، اللجنة الوطنية للتربية والعلوم والثقافة، القاهرة.
11. عبد اللطيف محمد، رشا، (2011)، معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في مصر على المضامين التليفزيونية من منظور الخبراء، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام - قسم الإذاعة والتليفزيون، جامعة القاهرة، مصر.
12. طلال، بن عقيل بن عطاس، (2009)، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.
13. مؤتمر فيينا "التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية"، (أفريل 1999)، توصيات موجهة إلى منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو)، فيينا.
14. [www.Media-awareness.ca](http://www.Media-awareness.ca)
15. <http://www.acrseg.org/37937> تاريخ الاسترجاع 07 مارس 2018 (18:46 سا)
16. إليزابيت، توماس، الاتجاهات الحديثة في التربية الإعلامية، المؤتمر الدولي بجامعة تولوز الفرنسية، جويلية 1990
17. ندوة التربية الإعلامية للشباب، "توصيات موجهة إلى منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (يونسكو)، إسبانيا، فيفري 2002