

الكتابة للصورة وتأثيرها في مضامين الأفلام الموجهة للطفل
 دراسة تحليلية للفيلمين الكرتونيين " أنا الماعز الأليف " و "سبونج بوب".
Image writing and its impact on child-oriented film content
An analytical study of the two cartoons film "I am Goat" and
« Spongebob »

بن سالم سعاد

طالبة بقسم علوم الاعلام والاتصال

جامعة باجي مختار

البريد الالكتروني: bensalemsouad@gmail.com

العيفة جمال

أستاذ بقسم علوم الإعلام والاتصال

جامعة باجي مختار

البريد الالكتروني: laifadjamel71@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2019/01/13 تاريخ القبول: 2019/02/05 تاريخ النشر: 2019/01/15

ملخص:

يشكل عصر الانفتاح الإعلامي، تحديا كبيرا أمام ثقافة الطفل العربي عموما والجزائري خصوصا، حيث تحمل وسائل الإعلام الأجنبية أنماطا ثقافية ومنظومة قيمية دخيلة على المجتمعات العربية تحت عناوين مختلفة؛ كالتسلية والترفيه وغيرها... وذلك بتدبير من القوى المهيمنة على وسائل الإعلام الدولية العابرة للقارات.

وتعالج هذه الدراسة موضوعا حديثا نسبيا يتعلق بالكتابة للصورة بهدف للتعرف على أبرز تأثيرات الوسيلة الإعلامية ورسائلها التي تقولها عبر الرسوم المتحركة، حيث قمنا باختيار فيلم متحرك أثار الرأي العام المعنون بـ **I pet goat** في نسخته الثانية والرسوم المتحركة المشهورة سبونج بوب للكشف عن الرسائل الضمنية والصريحة التي يحملها عبر تطبيق كافة الخطوات المنهجية العلمية المعروفة في تحليل مضمون الرسوم المتحركة للوصول في الأخير الى أن الترفيه الموجه للطفل خصوصا ليس عملية عفوية بل هو عبارة عن رسائل تحمل أفكارا وقيما موجهة.

الكلمات المفتاحية: الكتابة للصورة، الصورة، إعلام الطفل، الرسوم المتحركة.

Abstrac:

openess media poses a great challenge to culture of Arab child in general and Algerian in particulark, where foreign media carried cultual patterns, value system of exotic Arab socities under different titles such as entertainment, cartoon and others, by mastering the dominant forces in the media, This study deals with the main influences of these media and its messages via animation, where we chose a film that sparked public opinion entitled « Ipet goat » and « sponge bob »to reveal the implicit and explicit message carried through the application of all methodological steps known in the analysis of the content animation . To reach that the entertainment is not a spontaneous process, but rather messages that carry ideas and directed values.

Keywords : writing for picture; image; child's animation; cartoon.

مقدمة:

إن التدريب البصري للتربية الجمالية الممثلة في مجسمات الصور جد مهم في توليد أفكار أساسية لتحقيق الحاجات العقلية والنفسية من أجل التعلم والإبداع وفك الرموز(عامر وهاب خلف العاني، 2013) وهذا يؤكد أن للعقل دور في الإبداع الفني والمتمثل في عمل بارع يقوم به إعلامي مبدع في مساحة من الرسالة الإعلامية ليصل بها إلى متلقي يتذوق وقد يستخدم عقله في استخراج المعاني، وذلك من خلال التفكير العقلي الذي يتفاعل مع الصورة. فالصورة توفر عناصر الانفعال حيث يقول جورج سانتيانا: "في كل تعبير يمكن أن نميز بين حدين: الأول وهو الموضوع المعروض (اللقطة والصورة والشيء المعبر) والثاني هو الموضوع الموحى به والفكرة اللاحقة والانفعال وهو الصورة المثارة والشيء المعبر عنه" (عامر وهاب خلف العاني، 2013) وهذا يعني أن القائم بالاتصال تقع عليه مهمة اقتناص انتباه المشاهد فهو يقدم له محتوى المشهد وما خلف المحتوى من أبعاد أخرى عبر كافة العمليات التحريرية والتقنية المختلفة. فالصورة التليفزيونية عموما تعمل على جذب الانتباه إلى ما فيها من عناصر تركيبية شكلية أكثر مما تفعله الصورة الواقعية، فهي تترك انطبعا قويا بداخل

الانسان وفي لا شعوره، الأمر الذي ولد الأهمية الكبرى للاتصال المرئي، وهذا ما أكدته الدراسة التي أجراها ألبرت مهربان والتي حدد بها طريقتين لإدراك الصورة: الأولى مرئية تكون عبر لغة الجسد بنسبة 55% والثانية صوتية بنسبة 45%(سيد علي، 1981)

ومن هنا نصل إلى أن التحكم في الصورة يوفر القدرة على التحكم والسيطرة على عقل المشاهد، مما يعني هيمنة الصورة وسيادتها لتكون احدي أهم أدوات عالمنا المعرفية والثقافية والاقتصادية والإعلامية. فقد تحولت من الهامش إلى المركز ومن الحضور الجزئي إلى موقع الهيمنة والسيادة على غيرها من العناصر الإعلامية.

فالصورة رسالة بين الوسيلة والمشاهد وهي رسالة ذات مضمون يكون إما سطحي للاستهلاك أو عميق له شفرة وألغاز يجب حلها أو مضمون يستقر في العقل الباطن للمتلقى دون أن يشعر.

ولعل أبرز شريحة من المتلقين يكون استهلاكها غير انتقائي تتجسد في فئة الأطفال، وذلك من خلال إنتاج أفلام الكرتون التي يجد فيها الطفل متنفس للتعبير عما بداخله وتنسج علاقته بالعالم الخارجي فتصبح إحدى عمليات التنشئة الاجتماعية، التي لا يستطيع تجنبها نظرا لافتقاره للوعي والقدرة على التمييز.

وعليه تأتي اشكاليتنا المتمثلة في كيفية صناعة لغة الصورة التلفزيونية الموجهة للطفل بوجه خاص التي تتمخض عليها مجموعة من الأسئلة:

- فيم تتمثل قوة الصورة التلفزيونية؟
- كيف تتم القبولية وتصنيع الصورة النمطية عبر الصور التلفزيونية؟
- هل الترفيه الموجه للطفل خال من أي قيمة؟

(2)-أهداف البحث:

يتوخى هذا البحث إبراز ما يلي:

- أهمية الكتابة للصورة التلفزيونية الموجهة للطفل.
- الكشف عن طرق القبولية عند إنتاج الصور الموجهة للأطفال.
- الوقوف على فكرة أن الترفيه ليس خاليا من القيمة.

منهج البحث: اعتمدنا منهج التحليل السيميولوجي وتحليل المضمون لدراسة الدلالة الكامنة وراء المعنى وكذلك معنى الاشارات و العلامات كتحليل الصورة و تفكيك مفرداتها من أجل الكشف عما تخفيه من معاني ودلالات ، فتحليل المضمون يعتمد على وصف المضمون الظاهر وهو بحاجة للتحليل السيميولوجي في بعده الاستدلالي أي تفسير المعاني اللغوية وغير اللغوية. (يوسف تمار، 2017)

عينة الدراسة: حاولنا اختيار عينات تتوافق وموضوع دراستنا و تتلائم مع اشكالية بحثنا، فإخترنا فيلم يروح بين الخيال والرسوم المتحركة –من منظور منتج- ولا ننفي أن الفيلم لاقى رواج كبير وحصل على مشاهدات كثيفة ألا وهو I PET GOAT2 في نسخته الثانية. كما قمنا باختيار سبونش بوب لفئة الرسوم المتحركة حيث قمنا باختيار حلقة واحدة عشوائيا بالإعتماد على تقنية السحب العشوائي للأعداد.

1)-قوة الصورة في ايصال الرسالة الاعلامية:

من سمات عصرنا الراهن "عصر الصورة" مما يعني هيمنة الصورة وسيادتها فالبصر من أهم وأكثر حواس الانسان استخداما في اكتساب المعلومات والرؤية البصرية هي أساس التصديق والتكذيب ولذلك يقال: ليس راء كمن سمع.

إضافة إلى أن الصورة تخاطب كل البشر، المتعلم والأمي، الصغير والكبير، وتكسر حاجز اللغات وهي تختلف عن الكلمة المنطوقة والمكتوبة، لأنها ترتبط بشيء ملموس ومحسوس، والكلمة ترتبط بشيء تجريدي ملموس ويتصف بالتعميم، كما تختلف أيضا عنها في سهولة التلقي، فهي لا تحتاج جهدا ذهنيا كبيرا لتلقيها، من أجل ذلك انتشر المثل المشهور: إن الصورة تساوي ألف كلمة.

أ)-عناصر الصورة التليفزيونية:

هناك عدة عناصر للصورة لكي تكون ناجحة ومبدعة، وفهم هذه العناصر يساعد على تحسين الأداء وعلى القدرة على تقييم الصورة، وهذه العناصر هي:
- الفكرة : وهي حجر الأساس في صناعة الصورة المبدعة.
- زوايا الإلتقاط : فكل فكرة لها زاوية إلتقاط معينة توضح الفكرة وتضفي عليها الجمال.

- الإضاءة: لكل فكرة إضاءتها ولكل إضاءة خصائصها.
 - التركيز: وهو التركيز على شيء معين في اللقطة يبرز الموضوع بشكل رائع.
 - عناصر التكوين: مثل تقسيم الصورة إلى ثلاث، أو نظام التوازن، أو النظام الإشعاعي أو المنحنيات أو النظام المفتوح. (د.سليم عبد الغني، 2010)
- (ب)- صناعة الصورة:

إن صناعة الصورة ليست عملية عبثية لا هدف لها وليست ممارسة عدمية لا طائل من وراءها، بل هي صناعة مقننة، ذات أهداف محددة وواضحة تستهدف التأثير على المتلقي بالدرجة الأولى، فالإعلام يبيع السلع والخدمات والأفكار أيضا. والجمهور هو المشتري، وهو العميل المستهدف، إن من يتحكم في الصورة هم ملاكها الذين يقومون بصناعتها والإنفاق عليها وتحمل تكاليفها.

فهم الذين يقررون ما الذي يخرج؟ ما الذي يستبعد؟ ماذا نشاهد؟ وماذا نسمع؟ حيث يضعون قيمهم الخاصة وأفكارهم وأذواقهم ومعاييرهم للخطأ والصواب، ويرسمون له طرق الوصول إلى المتلقي المستهدف.

(ج)- الصورة رسالة:

إن الصورة تعكس هدف من قام بانتاجها وعرضها ، حيث يقول في هذا الصدد رولان بارث: الصورة صريحة أو على الأقل وعرضها (l' image et son interpretation, 2005) فاللقطة المشاهدة هي من خيار منتجها وعارضها، تهدف إلى إرسال رسالة بعينها أو بث معنى محدد، وقد تكون الرسالة محاولة لتشويه الحقيقة أو مواراتها، وهذا يتم من خلال اختيار زاوية اللقطة وحدودها وعملية المونتاج التي تتعرض لها، والسياق الذي تبث فيه والتعليق الصوتي أو المكتوب الذي يصاحبها ووقت البث ومناسبته. كلها عوامل تساهم في إحداث أثر معين ومخطط له ومقصود بذاته في ذهن المتلقي.

إن الصورة ليست محايدة، بل هي متحيزة وقادرة على إخفاء ذلك التحيز. إن قراءة الصورة عند الشخص الأمي تختلف عن قراءتها لدى المتعلم والمثقف لأن المثقف يحاول الوصول إلى المعنى الكامن في ما وراء الصورة، وليس الاكتفاء بالمتعة البصرية.

(2)- مهارة الكتابة للصورة و مستويات التعبير الكتابي:

أ- إن الكتابة للصورة تتناول الحياة الإنسانية في جميع جوانبها المادية والمعنوية فتربط الإنسان بماضيه وتصوغ حاضره وتخطط لمستقبله، والكتابة المؤثرة هي رحلة ذات هدف ولا بد لها من تخطيط وعمل ذهني يحدد مراحلها ويصل بها إلى غاياتها.
وعملية التخطيط هذه تتضمن عدة خطوات أساسية ومنها:

- 1 - تحديد الأهداف: فلكل نشاط إتصالي أهداف محددة، لذلك لا بد أن نسأل أنفسنا بوضوح قبل الإعداد للكتابة بسؤال : ماذا نريد؟
- 2 - تحديد الجمهور: الكتابة هي العلاقة بين الكاتب والمشاهد، فلن نكتب؟ ومن هو الجمهور الذي نخاطبه؟ وما هي طبيعته وخصائصه؟.
- 3 - إختيار فكرة الموضوع: حيث أن أهم معيار لإختيار الفكرة هو مدى أهميتها بالنسبة للجمهور وإتفاقها مع خبرة الكاتب .
- 4 - جمع المادة اللازمة: فنحن لا نكتب من فراغ وإنما في إطار ما يتوفر لنا من معلومات من مصادر مختلفة على هيئة حقائق وشواهد وأمثلة وأرقام وإحصائيات.
- 5 - تحديد الأسلوب الأمثل للكتابة: وذلك من خلال زاوية المعالجة، تحديد قالب البناء الفني و الصياغة الأسلوبية و التحريرية.

ب- وهناك ثلاث مستويات للتعبير الكتابي:

المستوى التعبيري: وهو تذوق فني جمالي، يستعمل في الأدب و الفن.

المستوى الإقناعي ، ويستعمل في الدعاية والعلاقات العامة.

المستوى العملي الإعلامي وهو مستوى عملي اجتماعي عادي يستعمل في وسائل الإعلام.(د. حسام محمد الهمامي،2012)، فلا يلزم بالضرورة أن تكون مفكرا عميقا أو عبقريا لكي تكتب أفكارا جيدة للصورة بل يكفي فقط أن تكون مفتوح العينين والأذنين لكل ما يدور حولك.

(3)- لغة الكتابة الإعلامية.

إن الكتابة الإعلامية اسلوب من أساليب الإتصال بالجماهير تجمع بين التحرير التذوقي الجمالي المستعمل في الادب و الفن و التحرير النظري و التجريدي المستعمل في العلوم، و التحرير الإقناعي المستعمل في الإعلام والدعاية، فالإعلامي لا يقبل المدركات من حوله دون أن يسبغ

عليها من المعاني ما يتفق مع خبراته و قيمه ومبادئه، و ما يتفق مع العرف و تقاليد المجتمع، فهي كتابة تقرر الواقع وترصده بصدق و أمانة و فن، لأنها تقوم على الوقائع المشاهدة و تنأى عن المبالغات و التهاويل ، و هذا يميظ اللثام عن الأحداث الآنية و الفورية بحيث يجعلها ملك مشاع للمجتمع .

لذا على الإعلامي أن يهتم بالسياق الإجتماعي الذي يكتب عنه و له، فالكلام كما يقول فيرث شيء ديناميكي، و أنه نشاط شخصي إجتماعي يتفاعل مع قوى أخرى في مواقف معينة.....تهميش

الكتابة لوسائل الإعلام(د.أحمد العبد أبو السعيد،2014)، فمن السهل أن نتلاعب بالألفاظ لتغيير القناعات و ردود الأفعال حيث يقول ميشال ستيفن "هذا ما جعل كتابة الأخبار الإعلامية تحدياً صعباً، اللغة هي خادمة المعنى عند عرض قصة إخبارية، و اللفظ هو العنصر المهم و الأول فأى خطأ في المعنى قد يحول دون الوصول إلى الهدف المقصود" (د.عبد العزيز شرف،1980)

4- القولية وتصنيع الصورة النمطية:

أ- مفهوم الصورة النمطية **stéréotype** : مفهوم مستعار من عالم الطباعة، ويعني الصفيحة التي تستخدم لإنتاج نسخ مطابقة للأصل(فهد عبد الرمان الشميمري، 2010) تم استخدام هذا المصطلح ليصف ميل الانسان الى اختزال المعلومات و المدركات، و وضع الناس والأفكار والأحداث في قوالب عامة جامدة، بحيث يمثل رأياً مبسطاً، أو موقفاً عاطفياً، أو حكماً متعجلاً غير مدروس، يتسم بالجمود وعدم التغير.

ب- تصنيع الصورة النمطية: هي عملية إعلامية متعمدة مخطط لها، لاختزال و تبسيط ما مخل للصورة العامة لشخص، أو جماعة، أو فئة اجتماعية، أو شعب، بحيث تختزل في مجموعة قليلة من السمات، تستدعي ردود أفعال معينة من الجمهور. إن القولية وتصنيع الصورة النمطية السلبية تحدث نتيجة تشويه متعمد للحقائق، والتعميم المفرط، وبعضها غير مستند إطلاقاً إلى الواقع، وهي من أخطر ما تقوم به وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، ومن أشد أشكال الظلم الذي يتعرض له البشري في هذا العصر.

تزداد تعقيدات مشكلة القولية والتنميط وخطورتها لأنه لا مجال للأفراد لاختبار سمات أي صورة نمطية، أو التحقق منها من خلال الخبرة الشخصية، لأن وسائل الاعلام أصبحت هي المصدر الرئيسي لكل أفكارنا وتصوراتنا، عن الدول والشعوب والثقافات والديانات.

(ج)- خطورة القولية والتنميط: يمكن القول أن للاتصال الجماهيري دور مهم في التأثير على مدارك الأطفال ودوافعهم واتجاهاتهم ومستويات فهمهم واهتماماتهم، إذ يتعرض الأطفال لما تقدمه وسائل الإعلام الجماهيري الموجه إليهم بشكل دائم وإن كان غير منتظم. (ليلي عبد المجيد، 2002).

تتم عملية القولية وتصنيع الصورة النمطية السلبية بالصاق وتعميم مجموعة من السمات السلبية، و الصور الكريهة، والأوصاف المنفرة على المستهدف. يقوم القائم بالاتصال بالبحث عن شواهد أو أحداث أو ممارسات مهما كانت نادرة، لتأكيد الصورة النمطية السلبية وترسيخها.

يتم إحكام عملية القولية والتنميط بمرور الوقت وتتابع الزمن، والتكرار المستمر والعمل الدؤوب في إبراز الصورة النمطية السلبية، وتنوع أساليب عرضها، واختلاف طرق معالجتها، فإذا نجحت عملية القولية والتنميط وتصنيع الصورة السلبية فإن الضحية يجد من الآخرين مشاعر الكراهية والنفور والاشمئزاز و الاحتقار وأحيانا الخوف منه بل والرغبة في التخلص منه، مما يجعله أحيانا معرضا للخطر.

5- ثقافة الصورة ونتائجها:

استطاعت الصورة أن تكون عنصرا أساسيا في تشكيل شخصية الإنسان، وفي تشكيل تصوراته عن الواقع بشكل يفوق خبراته الفعلية اليومية المعاشة حيث أصبحت تتلاعب بالعقول وتفصل متابعتها عن العالم الحقيقي بحيث لا يعرف الإنسان واقعه إلا من خلالها فهي تمارس هيمنة وسلطة على المتلقي المنهزم والمشاهد المستهلك السلي الذي تقتصر لذته على المتعة البصرية.

لقد أدت صناعة الصورة إلى هيمنة ثقافة المظهر والشكل والإبهار واللمعان والاستعراض، على حساب ثقافة الجوهر والمضمون والقيمة والعمق. ففي عصر صناعة الصورة، أصبحت الصورة تمثل معادلا خياليا للواقع بل ويصبح الواقع أحيانا صورة شاحبة

عن الصورة فتصبح هي الأسا الأساس وليس الواقع، بل وتسبق أحيانا الواقع وتمهد له، فالصورة ليست وليدة اليوم، إلا أن أهميتها ازدادت بشكل كبير في العصر الحديث، فبعد الحرب العالمية الثانية و قصف هيرو شيما و ناكازاكي، حدث انتقال في الصناعة الثقافية اليابانية، فتصدرت الكتب المصورة comi books وأفلام الرسوم المتحركة وسائل الاعلام الأخرى ، ليس للأطفال فقط و إنما للكبار أيضا، و كانت تتناول قضايا سياسية و تاريخية و ثقافية، و تتنوع بين الدراما و الكوميديا و التهكم و العنف، و أبرز مثال فيلم الرسوم المتحركة "أكيرا" للياباني" كاتسيور أوتومون"1988، الذي يعد واحدا من أفلام ما بعد الحداثة، و يقدم رؤية متشائمة للمستقبل تقوم على انهيار العالم الصناعي ، تبدأ قصة الفيلم بانفجار نووي يدمر طوكيو في عام 1988 لتبدأ الحرب العالمية الثالثة، ثم يقفز الفيلم إلى طوكيو الجديدة عام 2019، حيث تسود أحداث العنف السياسي، لكن الفيلم يعرض أيضا التقدم في العلوم و التقنية الحيوية(عبد الجبار ناصر،2011)

فالحياة المعاصرة لا يمكن تصورها من دون صور، وهذا ما أكده رأي الناقد الفرنسي رولان بارت حيث يقول: "إننا نعيش في حضارة الصورة"، حيث جعلت الصورة الإنسان في مواجهة مباشرة مع الحدث.

الجانب التطبيقي:

أولا: تحليل فيلم " Ipet goat " التنميط الإعلامي والتلاعب بالعقول"
(أ)- بطاقة تقنية عن الفيلم:

I Pet Goat II هو فيلم يندرج ضمن فئة الرسوم متحركة يزخر بمجموعة الرسائل الصامتة والرمزية الباطنية بالنظر إلى أن الفيلم لا يحتوي على أي حوار بين الشخصيات أو تعليق مصاحب للصور. وعليه فإن كل رمز يروي قصة تغطي حقول التاريخ والسياسة والحرب والروحانية. يستكشف هذا الفيلم الحقيقة التي يعيشها العالم في قلب المعاناة بطريقة غنائية والفيلم هو من إنتاج شخصي من قبل مجموعة كندية للإعلام بما يحدث واستغرق 5 سنوات لصناعة وإخراج 7 دقائق. وقد ترجم إلى اللغة العربية بعنوان أنا الماعز الأليف، كتابة وإخراج

وإنتاج لويس Lefebvre والموسيقى من قبل مشروع تانوكي، إنتاج شركة Heliofant، يوم
الاصدار 24 جانفي 2012.



صورة الماعز: لهاته الصورة عدة معان خفية كونها أول صورة تظهر في الفيلم فأنا ا تعود علي
صانع الفيديو، الماعز الأليف تعود على المشاهد أو هناك تفسير اخر "أنا الماعز الأليف" اي
المشاهد هو الماعز الأليف فعندما تقرأ اسم الفيلم بذلك اصبحت انت الماعز الأليف.
رقم (4) عينين الماعز تبدو مثل الشخص المنوم مغناطيسيا. ورقم (5) نرى الكثير من الاسلاك
الشائكة التي تبدو وكأنها معسكر حربي وبذلك تكون الصورة الاجمالية سجن بداخل المعسكر.



الدمية الراقصة: توضح هاته الصورة عدة دلالات حيث تظهر صورة دمية راقصة التي يقصد بها
تمثيل الرئيس الامريكى جورج بوش في فصل وهذا المشهد حدث في الحقيقة في حادثة 11
سبتمبر الشهيرة حيث كان جورج بوش الابن في فصل اثناء وقوع حادثة برجين التجارة العالمي.

رقم (1) الدمية جورش بوش الإبن التي يتحكم بها من خلال الشيطان نفسه. أما (2) فهو رمز الطرطور فوق رأس بوش وبه حرف "D" هو رمز كان يوضع للأطفال في المدارس للادلال والتمثيل



لوحة التدريس:

أ)-خارج لوحة التدريس: أمثلة

(1) البومة عند الماسونين رمز للشرك بالله والعياذ بالله.

(2) نظرية داروين الكافرة حيث يؤمن بها كثير من الملحدين بأن الانسان في الأصل قرد .

ب)-داخل لوحة التدريس:

(4) للإشارة إلى انتشار الزنا والإباحية.

(7) حريق بالمنزل وكثيرا ما يرمز المنزل إلى العائلة وانهارها.

ثانيا: تحليل سبونج بوب الفيلم الكرتوني

أ)- طاقة تقنية عن الفيلم:

سبونج بوب سكوير باننس بالإنجليزية SpongeBob Square Pants : هو مسلسل تلفزيوني أمريكي متحرك صممه مديع وعالم أحياء بحري ومصمم الرسوم المتحركة ستيفن هيلنبرغ. ويروي المسلسل مغامرات وحكايات حول الشخصية الرئيسية سبونج بوب وأصدقائه

في مدينة خيالية تحت الماء بالمحيط الهادئ اسمها "قاع الهامور". وشعبية هذا المسلسل جعلت منه امتيازاً تسعى إليه وسائل الإعلام، فضلاً عن عرضه الأعلى تقييماً على قناة تلفزيونية تدعى نكلوديون، ومن أكثر الرسوم المتحركة على القناة المسماة بنكتونوز. والملكية الأكثر توزيعاً على شبكات MTV التليفزيونية. وحصل هذا الامتياز الاعلامي على 8 بلايين دولار من الإيرادات الترويجية لنكلوديون.



التحليل:

من الضروري ان يتابع الطفل بعض الرسوم المتحركة والتي يتلقى من خلالها الكثير من القيم والمبادئ والأخلاق فتنتقل له بطريقة سلسة وتلقائية هذا اذا كانت هذه البرامج مدروسة فعلاً وتراعي قيم الخير والحق والسلام والأخلاق ... إلخ من الرسائل التي نرغب جميعاً بأن يتشربها أبنائنا من الصغر. ولكن ماذا لو حملت البرامج التي يتابعونها عكس هذه القيم؟



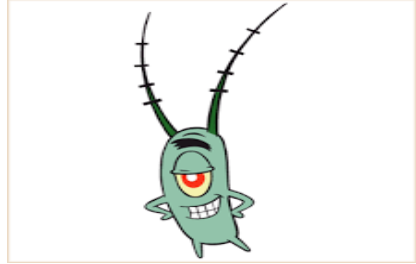
سبونج بوب: كل الأطفال حول العالم تعلقوا بهذه لشخصية الأسفنجية الظريفة سبونج بوب سكويرباننيس لدرجة العشق. فلم يقتصر الامر على متابعته في الوقت المخصص لعرضه على القنوات بل أصبح سبونج رفيق كل الأوقات من خلال اقراص dvd واليوتيوب ليمتلي نهار البعض بسبونج بلا انقطاع.

تتلخص رسالة البرنامج بحب العمل والاجتهاد فيه والاخلاص في الصداقة وهذا أمر جيد بظاهره ولكن سبونج بوب الأصفر المجد المجتهد لا يطلب الإجازات أبداً ولا يحبذها، فهو عامل مستغل لا يتذمر، ولا يعترض، ويحب كونه مظلوماً. من هذا الاستغلال تأتي النقطة السلبية الأولى والأكثر خطورة إذا يستغني راضياً عن حقوقه ولا يهمنه إن حصل عليها أم لا

وكانت هذه الرسائل واضحة ومحاكية على لسان الشخصية بمباشرة غير مراوغة لتصل الرسالة الى الطفل واضحة دون تشويش فمثلا عندما أجبره سلطع على أخذ إجازة التزاما بحقوق العامل، اعتبر الإجازة عقوبة وبدأ يتحايل ويخلق الحجج كي يستمر بالعمل حتى ولو بدون أجر. شفيق حبار: الشخص الموهوب الذي يكره عمله ويكره



استغلال صاحب العمل له الا ان اراءه دائما ما تقابل بالرفض من قبل سبونج - القدوة في العمل- ويستنكر سبونج هذه الحقوق وهنا الرسالة واضحة تماما ولا تحتاج الى تأويل أن عليك أن ترفض أي شخص يطالب بحقوقه ولا نستهمين بهذه القيمة اذ تصبح مع التكرار جزء من شخصية الطفل شاب المستقبل.



شمشوم

وهو عدو سلطع ومنافسه فيتجسد شخصية شر ضد خير كما هو معتاد. ولكن يصور البرنامج شمشوم على انه كيميائي، مخترع، عبقرى ولكن في شخصية دميمة قبيحة الشكل صغيرة، وهذا أمر بالغ الأهمية في رمزية ايضاح الشخصية - الأمر الذي يدعو للاستهجان عندما تحمّل شخصية جامعية أكاديمية بعض الصفات التي يكرهها الطفل مع الزمن لارتباطها بالشر، على الرغم من ايجابياتها في الواقع

هل هذه هي القيم التي نريدها لأبنائنا، هل هذا هو نموذج شباب المستقبل الذي نسعى لبنائه؟

4. تحليل النتائج:

أ: الأفكار الأساسية الذي يحملها الفيلم:

1- الماعز غالبا ما يأخذ دور الشيطان المحرر عندهم فهو رمزه منذ البداية خصوصا مع ظهور الرقم 666 على جبينه وهو حسب اعتقاداتهم تاريخ ميلاده أو شيئا من هذا القبيل.

2- المسرحية التي بداها بوش سيكملها أوباما فلا تتخدعوا بالإضافة إلى عدة أمور كإستغلال جميع مصادر الطاقة كالنفط ونشر الرذيلة في المجتمعات كالقتل والزنا والجنس. بالإضافة إلى التحكم في الاعلام و القضاء على جميع الدول التي يذكر فيها اسم الله تمهيدا لخروج المسيح الباطل "المسيح الدجال" ولكن: في الدقيقة 5:18 يخرج المنتظرو في نفس الوقت يخرج فتا من القصر الذي يحتوي على هلال ما يدل أنه جامع من جوامع المسلمين "المسجد الأقصى" والذي تم تدميره مسبقا في الفيديو فعندما يخرج الفتى تعاد الأضواء إلى المسجد وكأنهم يعلمون بأنها ستكون نهضة اسلامية وأنها آخر أيامهم وأيام منقدهم المزعوم.

اقتراح الحلول:

- أدوات تنظيم عملية مشاهدة الأطفال للتلفاز:

انطلاقا من عملية التحليل التي قمنا بها للفلمين يمكننا تقديم النصائح التالية لكيفية

التعامل مع البرامج الموجهة للأطفال بوجه عام، ومن أبرزها:

1- تنظيم الوقت: يعد تنظيم الوقت وتحديد ساعات معينة وربطه بأداء الواجبات المدرسية وغيرها من أهم وسائل التوجيه للطفل فلا يجب أن تضيع الساعات بالتعرض غير الإنتقائي للصور في التلفزيون والأترنيت ويجب الحرص على إقناع الطفل بأن تحديد الوقت مفيد لصحته وسلامته.

2- تنظيم المكان: من المهم أن يكون التعرض للتلفزيون في مكان مفتوح في المنزل مثل غرفة الإستقبال حيث لا يسمح بالمشاهدة المنعزلة.

3- إنتقاء المحتوى: يتضمن تحديد القنوات التي يمكن أن يشاهدها الطفل والتأكد من طبيعتها.
4- تفعيل المشاركة العائلية: وذلك من خلال تشجيع المشاهدة الجماعية للتلفاز التي تزيد ترابط العائلة وتشتت تركيز وانتباه الطفل للصورة.

5 - تشجيع الحوار لتنمية التفكير الناقد: تعد المشاركة العائلية للمشاهدة فرصة لتشجيع الحوار وطرح التساؤلات والبحث عن الإجابة حول ما يشاهده الطفل على الشاشة مثل: هل ما تراه حقيقيا؟ ما الذي تشعر به عندما ترى هذا المشهد؟ هل تحبه؟ ما الذي لا تحبه فيه؟ لماذا؟ ما الذي سيحدث بعد ذلك؟ لو كنت مكانه كيف كنت ستتصرف؟ هل تعتقد أن هذه النهاية مناسبة؟ هل يمكن أن تضع نهاية مختلفة؟ إن هذه الأسئلة والتساؤلات عندما يطرحها الوالدان على الطفل تدفعه للتفكير بمضمون البرامج التليفزيونية ولا يأخذها كمسلمات.

6 - تنمية الحصانة الذاتية: إن غرس الأفكار الطيبة في نفس الطفل غرسا صحيحا يجعلها تثمر عواطف ومشاعر نبيلة تولد لدى الطفل امتناعا تلقائيا ذاتيا يصرفه عن السلوك السلبي الذي تتضمنه الصورة.

7 - إيجاد البدائل: بتشجيع الطفل على ممارسة الرياضة والألعاب الجماعية، وذات الطبيعة التركيبية والتذكيرية وألعاب الذكاء والبناء والألعاب التعليمية، وتوجيه الطفل إلى هواية مفيدة ودعمه بالمال والأدوات والمكان، وتوجيهه إلى المشاركة في الأنشطة الاجتماعية وزيارات الأسرة والنزهات العائلية. هكذا يمتلأ وقت الطفل خارج المدرسة بكل ما هو مفيد وممتع وإيجابي ولا نتركه وحيدا أمام تأثير الصورة التليفزيونية (فهد عبد الرمان الشميمري، 2010)

إن مثل هذه البرامج تستهدف بقاء صورة ذهنية لدى الطفل، تتوافق مع التوجهات الأيديولوجية والاستراتيجية للقوى المالية والاقتصادية المهيمنة دوليا.

حيث ترسم أفلام الكارتون المستوردة بعض الصور السلبية عن المجتمعات العربية،

مقابل غرس صور نمطية إيجابية عن الغرب بشكل عام.

وقد حذت حذوها عديد الشركات المتخصصة في صناعة الرسائل الإعلامية الموجهة للأطفال
5. خاتمة:

وفي الأخير نتساءل عما قدمناه نحن لأطفالنا من منتج تعليمي وترفيهي يراعي خصوصيات مجتمعاتنا وثقافتنا المحلية المليئة بالحكايات والقصص والألغاز والأساطير، التي

تصلح أن تُشكل إنتاجاً ثقافياً مصنوعاً وموجهاً إلى ناشئتنا قد يغنيها عن الكثير من البضاعة المستوردة، والتي غالباً ما تكون غير ملائمة لهم انطلاقاً من القيم الغربية التي تحملها؟ ولذلك فإن المسؤولية لمقاومة على عاتق القائمين على شؤون قطاع الإعلام في بلادنا وكذا التربويين والأدباء وعلماء النفس، وذلك من أجل صياغة وتصميم مشاريع إعلامية وفنية ناجحة تُوجه للأطفال في شكل قوالب فنية عصرية تستفيد من التطورات التكنولوجية المتسارعة في مجال الإعلام والاتصال، بعيداً عن العشوائية والارتجال واللامبالاة، والرتابة التي تشكل أحد أبرز أوجه أزمنا الحضارية المعاصرة.

قائمة المراجع :

1. عامر وهاب خلف العاني، الإعلام ودوره في معالجة ظاهرة الإرهاب و الموقف من المقاومة: إعلام المقاومة أنموذجاً، ط1 (عمان، دار و مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2013)، ص 167.
2. نفس المرجع، ص 168.
3. سيد علي، المصطلحات السينمائية في خمس لغات، (مصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1981)، ص 24.
4. يوسف تمار، أصول تحليل المضمون و تقنياته، (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2017)، ص 36.
5. سليم عبد الغني، الإعلام التلفزيوني، ط 1 (عمان، دار أسامة للنشر و التوزيع، 2010) ص 231.
6. *Martine Joly, l'image et son interpretation (Armand Colin 2005) p 168.*
7. حسام محمد الهامي، الإبداع في الكتابة الصحفية، ط1، (الأردن عمان، دار أسامة للنشر و التوزيع، 2012) ص 124.
7. أحمد العبد أبو السعيد، الكتابة لوسائل الإعلام (صحافة، إذاعة، تلفزيون،.. ترجمة إعلامية) ط1 (عمان، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، 2014) ص 49.
8. عبد العزيز شرف ، المدخل إلى وسائل الإعلام، (بيروت، دار الكتاب اللبناني، 1980) ص 34.

9. فهد عبد الرمان الشميمري، كيف نتعامل مع الإعلام؟، ط 1 (الرياض، 2010) ص 206.

10. ليلى عبد المجيد، العلاقة بين الأطفال و التلفزيون: دراسة تحليلية للدراسات و البحوث الميدانية التي أجريت على الطفل العربي من 1960-2000، المجلس العربي للطفولة و التنمية ، العدد6 مجلد2 صيف 2002، ص ص 149-164.

11. عبد الجبار ناصر، ثقافة الصورة في وسائل الإعلام، ط 1 (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2011) ص 217.

12. فهد عبد الرمان الشميمري، مرجع سبق ذكره، ص 265.

مواقع الانترنت:

(Heliofant - I Pet Goat II: 2012

<https://www.youtube.com/watch?v=a3fSfbKxOgo>(consulté le 15/12/2018) à 10h
SpongeBob & Patrick:

<https://www.youtube.com/watch?v=Bxpdqc84hQI>.(consulté le 5/12/2018) à 1400: