

روافد ثقافة الأطفال التلقي الإعلامي وحدود التنشئة children's culture resources' s: media reception and the limits of education

جامعة وهران/2 الجزائر	فلسفة الفن	الزين عبد الحق - أستاذ مساعد ezzine.abdelhak@univ- (oran2.dz)
DOI :		

الإرسال: 2023/03/28 القبول: 2024/05/01 النشر: 2024/06/25

ملخص:

تمر تنشئة الأطفال بمراحل عدة سواء من داخل الأسرة والمحيط القريب أو عن طريق الأطر الاجتماعية من مدرسة ومختلف المؤسسات أو حتى من وسائل الاعلام والاتصال وتلعب بيئة الطفل حيزا مهم في تشكيل ملامح هويته وثقافته، بحيث تتعدد روافد تلك الثقافة أين تجعل ذلك الطفل متلقي يقوم بإعادة بناء تلك المدخلات عبر آليات متعددة يعبر عنها بمخرجات تتمظهر في سلوكه ومختلف تعبيراته سواء المنطوقة أو الحركية وعليه نحاول في هذا المقام التعرف على ماهية ثقافة الطفل وروافدها وأبرز سماتها وكيف تسهم هذه الثقافة في تعزيز الهوية في ظل تعرضه لوسائل الاعلام بشقيها التقليدي والحديث.
كلمات مفتاحية: ثقافة الأطفال؛ وسائل الاعلام؛ الثقافة؛ الهوية؛ التلقي.

Abstract:

The education of children goes through several stages, whether within the family and the immediate environment or through social frameworks from the school and various institutions or even the media and communication. The child's environment plays an important role in forming the traits of his identity and culture so that the tributaries of this culture multiply. Where do you make this child a recipient to reconstruct them The inputs are made through multiple mechanisms expressed by the outputs that appear in his behavior and his various expressions, whether spoken or trying in this regard to identify what is the culture of the child, its tributaries and its most salient features, and how this culture helps to reinforce identity in light of its exposure to media, both traditional and modern.

Keywords : Child culture; media; culture; identity; reception.

مقدمة:

تركز الدراسات الحديثة حول الأطفال بشكل أساسي ومباشر على التنشئة بمختلف جوانبها حتى تضمن سياسة سليمة اتجاه هؤلاء الأطفال وتضمن لهم من جهة حقوقهم، وفي ظل مجتمع سريع التطور أثرت مناحي الحياة على هذه العوامل وساهمت في إبراز مشكلات جديدة أفرزتها تلك الديناميكية بما فيها إنتاجات التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال والانفجار الرقمي وما صاحبه من ظهور وسائل الاعلام المتعددة من فضائيات وصولاً إلى ما نعيشه اليوم من قفزة في مجال تكنولوجيا لاسيما استخدامات التطبيقات والوسائط المتعددة ومواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت تشبه الحاجات الضرورية للإنسان بما أنها تقوم على إشباع حاجته.

ولما كانت التنشئة بهذا القدر من الأهمية فإن العامل الأبرز فيه هو الثقافة ونقصها ثقافة محيط ذلك الطفل الذي سينشأ فيه. ويجعل منه روافد لتكوين شخصيته لكن مع بروز وسائل الاعلام والاتصال بشقيها التقليدي والرقمي وضعنا أمام رافد جديد مغاير لما هو مختلف عنا ومن هنا نبحت في هذه الورقة عن مفهوم ثقافة الأطفال وخصائص التنشئة عنده؟ وماهي نتائج تلقي الطفل للمحتوى الإعلامي وانعكاسات ذلك على سلوكه ؟

ولمعالجة هذا الموضوع اعتمدنا على المقاربة الاتصالية في عملية التلقي لمضامين وسائل الاعلام للطفل بحيث نستخدم المنهج الوصفي لتوصيف هذه العملية معتمدين في ذلك على اسقاطات فرضيات نظرية الاستخدامات و الإشباعات في عملية تحقيق الإشباع للثقافة الطفل عبر الوسيلة الاعلامية .

ثقافة الاطفال :المفهوم و الأبعاد

يشير تعريف الثقافة الأطفال على أنها ثقافة فرعية من تلك الثقافة السائدة في المجتمع وتعتبر عن ذلك الكل المركب من أفكار الاطفال وعاداتهم ولغتهم وأساليبهم في أداء الأنشطة المختلفة (الهيبي، 2007، صفحة 46)، كما يتم التعبير عنها بأنها مختلف القيم السلوكية والعقائدية التي من شأن الطفل استيعابها وتنبع أهميتها في تحويل الطفل من كائن بيولوجي إلى كائن اجتماعي عبر ما يسمى بالتنشئة الاجتماعية وهي المرحلة الأبرز في عملية تكوين شخصية الطفل.

بحيث يكون متلقي سلبي لا يميز بين الأمور وهذا حتى بلوغه سن الرشد فتلعب الثقافة دورا أساسيا في تحديد الهوية الاجتماعية للطفل وترسم معالم الانتماء الاجتماعي وتحدد له السلوكات المجاز والممنوع وغيرها ناهيك عن الأمور النفسية والمعرفية التي قد تنجم عن طريق التلقي.

وللثقافة الطفل مجموعة من الأبعاد تتمثل فيما يلي :

- البعد الجسدي : ويكون بالعناية الجسدية للطفل لوقايته من الامراض ...الخ.
- البعد العقلي : تنمية المهارات الذهنية للطفل من خلال التفكير والتذكر ومختلف العمليات العقلية.
- البعد الانفعالي: تربية عواطف الطفل في الاتجاه السليم وضبطها والسيطرة عليها.
- البعد الاخلاقي: تعزيز الاخلاق الحميدة وترجمتها في السلوك اليومي العملي.
- البعد الاجتماعي : اكساب الطفل تراث مجتمعه وجعله اكثر اندماجا فيه
- البعد الديني : تعزيز القيم الدينية وتنشئة الطفل تنشئة دينية سليمة
- البعد الجمالي : غرس القيم الجمالية وتنمية حس الذوق لديه . (الهيبي و الهيبي، 1977، صفحة 95)

الطفل وعملية التنشئة:

تستمر عملية التنشئة الاجتماعية في المرحلة العمرية من (6-9) سنوات ؛ وتدخل المدرسة كمؤسسة رسمية لتقوم بدورها في هذه العملية ، و في سن السادسة تكون طاقات الطفل على العمل الجماعي مازالت محدودة وغير واضحة ، وبدخول الطفل المدرسة تتسع دائرة اتصاله الاجتماعي ، ويبدى رغبته في العمل الجماعي ويكون لعبه جماعيا ، وتكثر صداقاته ويزداد تعاونه مع رفاقه في المدرسة والمنزل ، وتحقق له المكانة الاجتماعية ، وتكثر الصداقات عن ذي قبل لازدياد صلة الطفل بالآخرين. وقد يهتم بالأصدقاء ورفاق السن أكثر من اهتمامه بأفراد أسرته ، وتطرد عملية التنشئة الاجتماعية في هذه المرحلة من (9-12) سنة ، فيتعرف الطفل عن المعايير والقيم والاتجاهات الديمقراطية، ويزداد احتكاكه بالكبار ، ويكون التفاعل الاجتماعي مع الأقران على أشده ، يشوبه التعاون والتنافس والولاء ، ويستغرق العمل الجماعي معظم وقت الطفل متمثلا في الأنشطة الجماعية داخل الفريق

ويعد التعاون بين الأطفال في مرحلة التعليم من أهم مطالب النمو الاجتماعي، ويظهر هذا التعاون من خلال الأنشطة الصفية والألعاب اللغوية التي يقوم المدرس بإعدادها، حيث يتعلم الطفل كيف يعيش مع نفسه، ويتفاعل مع غيره من الناس، هذا بالإضافة إلى أن هذا التعاون يساعد الطفل على تحقيق أفضل نمو ممكن؛ من خلال دراسة نمو السلوك الإنساني لتحديد أفضل الشروط البيئية الممكنة للتعاون، والتي تؤدي إلى أحسن نمو ممكن ولتيسير اكتساب التكيف الاجتماعي السوي وذلك من خلال أساليب تعلم المهارات الاجتماعية وخاصة المهارات التعاونية والتي تظهر بشكل جلي في الأداءات والمواقف التي يقوم الأطفال بها تحت إشراف وتوجيه من معلمهم. (منسي، 2001، صفحة 69)

كما أن التعاون يعد أحد أهم صور السلوك الاجتماعي التي يتم تشكيلها في هذا السن حيث إن الطفل في تعاونه مع الآخرين يزيد من مشاركته الاجتماعية، وفي هذا السياق يشير فرويد إلى "أن الفرد وحدة في كتلة هي المجتمع هدفها تحقيق وجودها والاعتراف بعضويتها في المجتمع ولا سبيل لبلوغ هذه الغاية إلا بنشاط الطفل الذاتي" والذي يتضح من خلال التعاون الذي يعد أحد القيم التي تنبثق في النفس من خلال المخالطة.

ويرافق الطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة ظهور روح العمل الجماعي، وميله للاشتراك في الجماعات إشباعاً لغريزة حب القيادة والغلبة والسيطرة التي تلح عليه في أعماقه، والعمل الجماعي في هذه المرحلة يحتاج إلى توجيه سديد.

التطبيقات التربوية للنمو الاجتماعي:

- 1- توفير الأنشطة التي تساعد الطفل على التعلم مع مراعاة احتياجات هؤلاء الأطفال من خلال الممارسة واللعب والعمل الجماعي.
- 2- توفير الجو الاجتماعي وإشباع حاجة الطفل إلى الرعاية والتقبل والحنان من قبل الأسرة والأقران.
- 3- تحسين العلاقة بين الوالدين والطفل كوقاية من حدوث الاضطرابات النفسية.
- 4- تقوية الميل الاجتماعي مثل التعاون واحترام الآخرين.
- 5- إمداد الطفل بخبرات اجتماعية سليمة وكيفية التصرف في المواقف الاجتماعية المختلفة.
- 6- أهمية الرحلات والمعسكرات والتدريب على تحمل المسؤولية الاجتماعية.

7- مشاركة الأطفال مع بعضهم البعض للتعبير عن أفكارهم في صورة مجموعات صغيرة، لأن هذا من شأنه أن يبنى الثقة بالنفس والمسؤولية فضلا عن روح الجماعة والعمل في الفريق. (أبو شنب، 2000، صفحة 46)

ففي بداية المرحلة الابتدائية من (6-9) سنوات يحل المفهوم العام لما هو صواب وما هو خطأ، وما هو حلال وما هو حرام محل القواعد المحددة، ويزداد إدراك قواعد السلوك الأخلاقي القائم على الاحترام المتبادل، وتزداد القدرة على فهم ما وراء القواعد والمعايير السلوكية، وتتحدد الاتجاهات الأخلاقية للطفل في هذه المرحلة العمرية من (9-12) سنة في ضوء الاتجاهات الأخلاقية السائدة في أسرته ومدرسته وبيئته الاجتماعية وهو يكتسبها من الكبار ويتعلمها منهم، ومع النمو يقرب السلوك الأخلاقي من سلوك الراشدين؛ حيث يلاحظ في هذه المرحلة أن الطفل يدرك مفاهيم أخلاقية مثل الأمانة والصدق والعدالة، وهنا يأتي أهمية سلوك الوالدين والمربين كنماذج يحتذى بها الأطفال في سلوكهم.

وتتبلور القيم الأخلاقية والمبادئ الاجتماعية عند طفل الثامنة في التعامل مع الآخرين وهذا يستلزم وجود القدوة الحسنة والتي تتبلور في المعلم والأسرة، ومن جملة الشروط يجب:

1- أن يكون الكبار قدوة صالحة ونموذجا للسلوك القويم.

2- الاهتمام بالتربية الأخلاقية التي تقوم على المبادئ الأخلاقية في إطار التنشئة الاجتماعية.

3- المعاملة المتوازنة داخل المنزل حتى يمكن للطفل القيام بمسؤولياته.

4- تعميق الوازع الديني في نفوس الأطفال من خلال حكاية قصص الأنبياء المحببة إلى نفوس الأطفال. (شفشق و الناسف، 2000، صفحة 79)

وكل هذا يدخل في إطار تعزيز ثقافة الطفل.

الطفل و التلقي الاعلامي:

أدى الانفتاح التكنولوجي لوسائل الاتصال الحديثة وحتى التقليدية من وسائل الإعلام إلى تقديم محتوى يدخل في سيرورة الاتصال الثقافي واضعا هؤلاء الاطفال جزء من تلك السيرورة في عملية الاتصال الثقافي، هذا الاتصال تخطى حدود المكان وتجاوز فضاءات عدة وكما أشار ماكلوهان إلى أن العالم أصبح قرية صغيرة بفعل وسائل الاتصال.

ويعد انفجار القنوات الفضائية عامل في وفرة المعروض أمام غزارة الإنتاج بما في ذلك الموجه للأطفال، لاسيما مع ذبوع حركة الدبلجة في الوطن العربي للإنتاجات الآسيوية وما

تلعبه الصورة والألوان من عوامل إثارة شد وجذب و أيضا التركيز على الأضواء وإدخال تلك المنتوجات في السيرورة الاتصالية والتسويقية والاستهلاكية في مختلف الأصعدة ، ولما كان التلفاز عارضا للحركة فإن ذلك ما يشغل الاطفال وهو ما يجعل تلك البرامج تستنفد قدراتهم .

وتتميز المعروضات السمعية البصرية على القنوات الفضائية الموجه إلى الاطفال بشكل عام إلى إبراز الإثارة في الأصوات والمشاهد وإبراز الصراعات والأعمال التي يتجلى فيها بعض من صور العنف والرعب وهو ما يعكس لدى المتلقين الصغار تلك الصورة النمطية فنجدهم يقلدون ما تم مشاهدته

فبالإضافة إلى التعابير الانفعالية والإثارة تقدم المضامين الإعلامية الموجه للأطفال سلسلة من الخيالات تحاكي الهروب من الواقع وبالتالي فهو يقدم لهم فكرة جاهزة في قالب ايقاعي منمط وبالتالي يشجع الاطفال الكسالى في ايجاد حلول سريعة.

تعتمد المعروضات الإعلامية للأطفال على نظرية الاستخدامات و الإشباعات بشكل كبير حيث انتقل السؤال في ميدان البحث في علوم الإعلام والاتصال من ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور (نظرية الحقنة تحت الجلد أو القذيفة السحرية) إلى سؤال عن ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام، أي عن استخدام هذه الوسائل و الإشباع الذي تحققه ، حيث كانت البداية الفعلية من خلال الدراسة التي قدمها كل من تمار ليباس (Tamar Liebes) و ايليهو كاتز (Elihu Katz) حول المسلسل التلفزيوني دالاس ومن هنا تم الانتقال من دراسة الرسالة والوسيلة إلى الجمهور وقد كان لكتاب أثر استخدام وسائل الاتصال الجماهيري ل اليهيو كاتز دور في إبراز معالم هذه النظرية . (ماتلار، 2005، الصفحات 166-1679)

فالاستخدامات و الإشباعات تبحث عن الحاجات التي تلي رغبات الجمهور ، وبهذا نعتبر أن الجمهور في هذه الحالة نشيط ينتقي اختياراته بدقة، وهنا يتقدم مفهومي الدافع والحاجة كمفهومين رئيسيان في البحث عن الاستخدام وتحقيق الإشباع والرضا، ومن جملة الوظائف التي يقدمها ايليهو نعددها كما يلي:

• وظيفة نفعية : يرتبط استخدام وسائل الإعلام بما يحققه من منفعة من خلال تعرضه لهذه الوسائل وتحمل نتيجة اختياره.

- وظيفة الدفاع عن الذات : يستخدم الفرد وسائل الإعلام التي تقدم صورة مُرضية عنه ويفرض التي تقوم بعكس ذلك.
- وظيفة التعبير عن القيم: وهو شعور بالرضا عن المحتوى الإعلامي الذي يعبر عن القيم السائدة والتي يتمسك بها.
- الوظيفة المعرفية: وهي حاجة الفرد لمعرفة تساعده في بناء إدراكه وتشكيل معاني لتفسير و الفهم وتحديد موقفه.
- يضيف دينيس ماكويل (DENIS MCQUAIL) الوظائف التالية:
- وظيفة الإعلام : بمعنى نقل الأخبار والمعلومات والمعرفة للأحداث والوقائع التي تحيط بالفرد والمجتمع.
- وظيفة تحديد الهوية الشخصية: ويتجسد ذلك من خلال أنماط السلوك من خلال تحقيق الفرد لذاته والتوحد مع قيم الغير.
- وظيفة التمسك والتفاعل الاجتماعي: وذلك من خلال التواصل مع الآخرين لتحقيق الانتماء وهي من حاجات الأفراد (Denis, 2010).
- تقوم هذه النظرية على مجموعة من الفرضيات أبرزها:
- اعتبار الجمهور عنصر فعال ومشارك فاعلمية الاتصال الجماهيري وهو يستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهدافه.
- الاستخدام يعبر عن الحاجات التي يريدها الجمهور وفق معيار الفروق الفردية.
- الجمهور ينتقي محتوى الإعلامي التي تشبع حاجاته فحين تتنافس وسائل الإعلام تنهافت لتلبية هذه الرغبات.
- تحديد الدوافع من قبل الجمهور ومقدرتهم على اختيار الوسائل المناسبة لتحقيق الإشباع.
- تأثير العوامل الثقافية والاجتماعية في عملية الاستخدام
- تهدف نظرية الاستخدامات و الإشباع إلى:

 1. التعرف على دوافع الاستخدام لوسائل الاتصال.
 2. معرفة كيفية استخدام وسائل الاتصال للجمهور من بعد استخدامه لها.
 3. التعرف على الحاجات و الإشباع التي يريدها الجمهور

4. فهم المتغيرات وتأثيرها على الوسائل والتعمق في عمليات الاتصال.

تتكون نظرية من عناصر تتمثل في:

الجمهور: وهو نشيط باعتباره انه انتقائي فهو يبحث عما يريد وليس فيما ترغب أن تقدمه له بحيث يتدخل الإدراك كعامل في تحديد اختيارات الجمهور.
العوامل النفسية والاجتماعية لاستخدام وسائل الاتصال: ويقصد بها أن اختيار الفرد لمضامين يرجع إلى تركيبته الذهنية واستعداداته النفسية وظروفه الاجتماعية، وبالتالي يتعين على القائم بالاتصال معرفة حاجات الفرد النفسية حتى يكون في موقف قوي لإعداد الرسالة المناسبة لذلك.

الدوافع والحاجات من وسائل الإعلام: ترتبط الدوافع بحاجات الجمهور من وسائل الإعلام ولهد نجد تصنيف ماسلو يقسم الحاجات إلى نوعين أساسية مثل الحاجة إلى المعرفة والتواصل مع الآخرين والحاجات الثانوية كمعرفة الأحداث وغيرها.

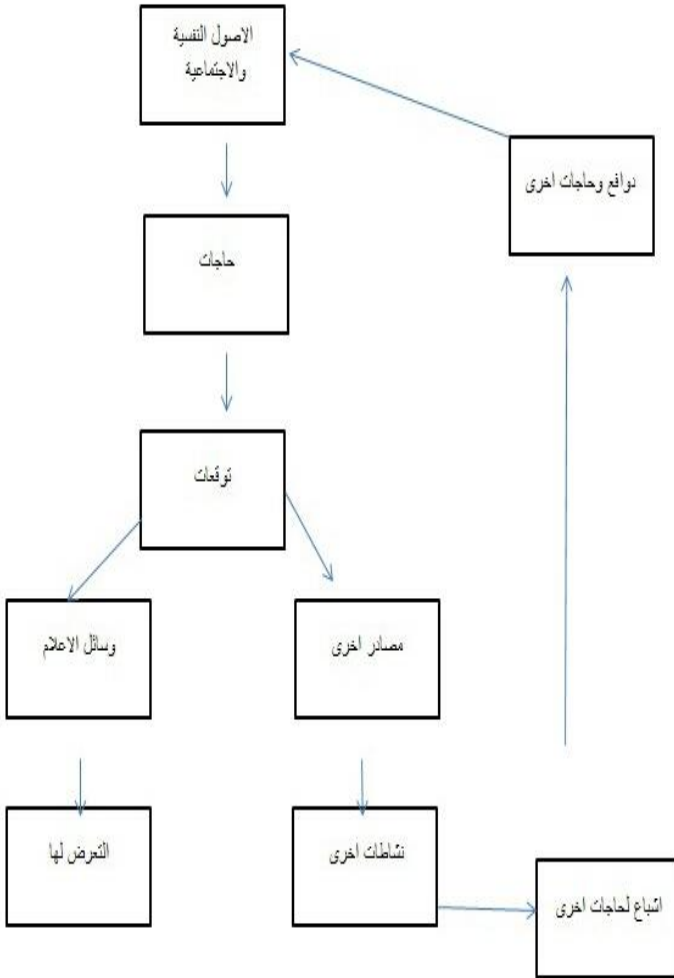
توقعات الجمهور من وسائل الاتصال: تفترض نظرية الاستخدامات و الإشباع أن لدى الجمهور مجموعة من التوقعات التي تبين قدراتهم على معرفة الاختيارات المتنوعة بين مختلف وسائل الإعلام وانتقاء الكم الهائل من مضامين رسائلها وذلك وفق القيم والسمات الثقافية التي يحملها الجمهور.

إشباع وسائل الإعلام: تأخذ هذه الفرضية منحى للتفريق بين إشباع التي يريدها الجمهور و إشباع التي تتحقق فعليا، الإشباع المطلوبة والتي يريد الجمهور الحصول عليها وتحققها من خلال الاستخدام المباشر لوسائل الاتصال ولكن ليس ما يطلبه الجمهور يحقق رغباته ويشبعه. أما الإشباع المحققة فعليا فهي الإشباع التي يحصل عليها من خلال استخدام وسائل الاتصال والتعرض لمحتواها وتحقق إشباعا حقيقيا لحاجاته.

وفي كل مما تقدم لاقت هذه النظرية مجموعة من الانتقادات تمحورت حول كيفية قياس واستخدام المستقبل للوسيلة الإعلامية، وعدم توفير بدائل كثيرة يلغي فكرة الجمهور النشط، بالإضافة إلى اتخاذ الاستخدام والإشباع كمطية لإنتاج المحتوى الإعلامي الهابط وهذا ما تذهب إليه المدرسة النقدية وذلك بالتركيز على المضامين الترفيه والتسلية على حساب المضمون الجاد (تذهب مدرسة فرانكفورت إلى نقد المجتمعات الصناعية وخاصة الصناعة الثقافية منها)

نموذج كاتز للاستخدامات و الإشباعات

في هذا نموذج يوضح كاتز كيف تتشكل الإشباعات ببعض الحاجات من خلال التعرض لوسائل الإعلام والتوقعات التي من شأنها تلبية حاجاته انطلاقا من العوامل النفسية والاجتماعية للفرد .



نموذج كاتز للاستخدامات و الإشباعات

المصدر: (محاضرات)

هذا التنظير في مجال الاعلامي لا سيما في المحتوى المقدم للأطفال جعل الاطفال يدخلون إلى عالم الكبار قبل الأوان ، فقد أقرت العديد من الدراسات إلى أن الطفل يتعرض للمشاكل الكبار حينما يتعرض للتلفزيون فحين يبدو ذلك مبكرا أمام موجهته الفعلية في الحياة الطبيعية ، وبالرغم من الجهود المبذولة لحماية الاطفال وحصانته مما يتعرضون إليه عبر مختلف وسائل الاعلام إلا أن ذلك لم يمنعهم من التعرف على حياة الكبار والتعرف على صور وأشكال العنف والجريمة المنظمة من خلال التعرف لوسائل الاعلام. إن التعرف بشكل مفرط للتلفزيون من قبل الاطفال يعزز النزعة الاستهلاكية لديهم من خلال الاشهار وهو ما يتضح في الأدوات المدرسية مثلا أو بعض الأغراض فهي تتوافق مع ما يتلقاه عبر الوسيلة الاعلامية ناهيك عن تقليص العلاقات الاجتماعية بين الأطفال خارج الجماعة وتعزيز النزعة الفردية وهو الطرح الذي قدمته بعد الدراسات النفسية والتي تشير إلى تأثير الوسيلة الإعلامية تأثيرا مباشرا في العلاقات بين الاطفال بل ويحدد موضوعات نقاشهم

هذا التأثير جعلت لشخصية طفل محدود في نطاق معين أي يتفاعل ضمن نطاق جماعته فقط بالإضافة إلى أسباب أخرى نعددها كما يلي:

- حرمان الطفل من وقته.
- تحديد القدرات العقلية وتوجيهها .
- التقمص الوجداني من خلال عملية المثاقفة.
- اثارة الشعور بالحرمان.
- تحفيز الانفعالات .
- إشاعة فكرة الهروب من الواقع
- تشكيل صورة نمطية عن الآخرين.
- اللامبالاة العاطفية
- محاولة ترجمة السلوك المتلقي إلى أفعال ملموسة وواقعية (شرابي، 1985)

خاتمة:

ختاما لما تقدم فإن الثقافة الطفل مرتبطة بالحياة الاجتماعية ولا تتم بمعزل عن العناصر الأخرى التي تساهم بشكل أو باخر في بلورة ثقافة الطفل ، فنحن اليوم أصبحنا أمام رهان البحث عن أساليب أكثر نجاعة لدراسة المواقف والسلوك لحماية أطفالنا وتعزيز حقوقهم وتمكينهم منها فللطفل حقوق مشروعة تتعدى طابعه المحلي لتشمل الطابع الانساني، ولهذا كان الاقرار بحقوق الطفل في الجمعية العامة للأمم المتحدة عام 1959 ، الذي أقر صريحا بالحقوق والحريات لجميع أطفال العالم دون استثناء فاللوائح والاتفاقيات الدولية جزء من ثقافات الأطفال في مجتمعات مختلفة وبالتالي تشمل ثقافة الطفل الحقوقية مختلف الجوانب القانونية والاقتصادية والصحية .

قائمة المراجع

1. أرمان ميشال ماتلار. (2005). تاريخ نظريات الاتصال. (نصر الدين العياضي ، والصادق رايح، المترجمون) بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
2. جمال محمد أبو شنب. (2000). بناء الشخصية والتفاعل في الجماعة التربوية. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
3. حسين منسي. (2001). ديناميات الجماعة والتفاعل الصفي. القاهرة: دار الكندي للنشر والتوزيع.
4. محاضرات. (بلا تاريخ). محاضرات في نظريات الاعلام و المجتمع. تاريخ الاسترداد 03 15, 2021 من جامعة ورقلة : <https://elarning-univ-ourgla.dz>
5. محمد عبدالرزاق شفشق، و هدى محمود الناسف. (2000). إدارة الصف المدرسي. القاهرة: دار الفكر العربي.
6. هاد الهيقي، و هادي نعمان الهيقي. (1977). ثقافة الأطفال. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب .
7. هادي نعمان الهيقي. (2007). الاعلام والطفل. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

8. هشام شرابي. (1985). الطفل العربي ومعضلات المجتمع البطراكي. المجلة الكويتية لتقدم الطفولة .

9. Mcquail Denis. (2010). Mass communication theory. london: SAGE publication ltd.