

القنوات التلفزيونية المتخصصة في برامج الأطفال و مسألة بناء القيم لدى المتلقي الصغير.

الأستاذة: أقراد حسينة

جامعة الجزائر 3

البريد الإلكتروني: agredmail@gmail.com

ملخص:

تشكل الطفولة شريحة مهمة من بين شرائح الجماهير المستهدفة من طرف القنوات التلفزيونية، إذ تخصصها قنوات فضائية ببت مفتوح لبرامج متنوعة موجهة لتسليية الطفل و إمتاعه، و تشكل علاقة الطفل العربي بهذه القنوات، و دور هذه الأخيرة في بناء و تكوين قيم الطفل محور إهتمامنا في هذه الورقة العلمية، لذا سنحاول تناول دور قنوات الاطفال المتخصصة في تشكيل القيم لدى الاطفال من خلال الاطلاع على واقع القنوات العربية الموجهة للطفل أولاً، و علاقة الطفل بالقنوات الفضائية ثانياً، و أخيراً واقع القيم في برامج قنوات الأطفال المتخصصة.

تمهيد:

تمارس وسائل الإعلام و الاتصال دورها الوظيفي في تشكيل آراء المتلقين و إتجاهاتهم و قيمهم بأساليب إقناعية جديدة و متطورة، و في مستويات و مداخل متعددة. لوسائل الإعلام و الإتصال وظائف كامنة تتعلق بالتغيير الإجماعي و تغيير المواقف، و الإتجاهات، و القيم و بعض أنماط السلوك. فكثيراً ما تساهم وسائل الإعلام و الإتصال في جعل الأفراد يتقبلون أفكارا و سلوكيات كانوا يرفضونها من قبل، و كثيراً ما تخلى الناس عن قيم كانت راسخة، و إستبدلوها بقيم دخيلة.

تساهم بعض القنوات في تعميق الغزو الاعلامي الأجنبي، من خلال مدة ساعات البث المخصصة للمواد الاجنبية. دون أن تأخذ بعين الإعتبار قيم المجتمع العربي و تقاليده، حيث تنقل أنماطاً ثقافية و قيماً غربية تختلف عن الأنماط الثقافية و القيمية التي يعايشها الأطفال في المجتمعات العربية سواء في النمط الإستهلاكي

أو النمط السلوكي، فالبعض منها يعمل على تغيير النمط الاستهلاكي بما يتفق و توجهات العولمة التي تذوب عادات وتقاليده الشعوب.

وكما نعلم، يعد التلفزيون مؤسسة تربية وتعليمية تنافس الأسرة والمدرسة في قيامه بدور تلقين النشء والأجيال الجديدة المنظومة المعرفية والقيم السلوكية. و فيما يتعلق بالتأثير على النمط السلوكي فان البرامج التلفزيونية لاسيما التي تتضمن منها مشاهد العنف تدفع بالأطفال للميل تجاه السلوك العنيف والجريمة، كما أنها تؤثر على صحة الطفل الجسمية والنفسية.

الملاحظ حالياً، في المجتمعات العربية (و حسب الكثير من الباحثين والمختصين أمثال عبد الرحمن عزي، وأديب خضور)، أنّ وسائل الإتصال الجديدة أحدثت خللاً في منظومة القيم؛ التي تحكم علاقات الأفراد تجاه الآخرين (في إطار الأسرة أو العلاقات الإجتماعية)، مع تراجع دور المؤسسات الاجتماعية الأخرى (أو بالأحرى مكانتها بالنسبة للفرد) في تدعيم قيم الفضيلة المتأصلة في المجتمعات العربية والمستمدة أساساً من الدين الإسلامي، الشيء الذي أحدث خللاً في النظام الأخلاقي والسلوكي للمجتمع، وأدى إلى ضبابية حول مفهوم بعض القيم وتراجع مكانتها على مستوى إدراك الفرد العربي وفهمه لها. كذلك رؤيته للأمور (الإحترام، العصرية، الرفاهية...)، نتيجة تعرض المنظومة القيمية والأخلاقية والإجتماعية للمجتمعات العربية والإسلامية لتدفق هائل من المفاهيم والتصورات والقيم المتناقضة، و الثقافات المختلفة عبر وسائط إتصالية متعددة، في مقدمتها القنوات التي تبث عبر الأقمار الصناعية، لاسيما المتخصصة منها في برامج الترفيه والمسلسلات والأفلام، فقد أصبحت هذه الأخيرة تمتلك قدرة هائلة في الإستحواذ على المشاهدين، وهذه صفة تملحها الطبيعة المادية للتلفزيون وكذلك تميزه الفني والتقني بالصورة والحركة واللون.

يقضي الأطفال ساعات مطولة في مشاهدة البرامج والمسلسلات التي تقدمها القنوات الفضائية المتخصصة ببرامجهم، إذ تشير إحصائيات عديدة من مختلف بلدان العالم أن متوسط ما يقضيه الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين ست سنوات الى ستة عشر سنة أمام الشاشة الصغيرة نحو 12- 24 ساعة أسبوعياً (1). وكثيراً ما يغفل الآباء عن مراقبة ما يتعرض له أطفالهم من برامج تستهدف عقولهم ونفسياتهم وشخصيتهم وجيوتهم.

نشهد اليوم حقيقة عجز قنوات الأطفال العربية عن تغطية ساعات الإرسال بالمنتج التلفزيوني المحلي لأسباب إقتصادية أو فنية أو بشرية. مما أدى الى الإعتماد على إستيراد البرامج التلفزيونية بأنواعها المختلفة من الخارج، بكل ما تحمله من قيم ومفاهيم متعارضة مع البيئة العربية والإسلامية. يدفعنا هذا الواقع الى محاولة فهم علاقة القنوات العربية الموجهة للأطفال بالطفل من حيث: واقع مشاهدته وتعرضه لهذه القنوات، وإتجاهات تأثير برامجها على سلوكياته و ثقافته، وأخيرا دور هذه القنوات في تشكيل وبناء قيم الطفل.

1- واقع القنوات الفضائية العربية المتخصصة في برامج الأطفال:

يعد الإعلام الفضائي من أهم مظاهر دخول المجتمع المعاصر مرحلة العولمة، التي سقطت فيها كل الحدود الجغرافية بين المجتمعات، ما سمح بإنتقال الثقافات و القيم بين الحضارات المختلفة، و من ثم طرح نمط من الحياة المعاصرة. و يعد الإعلام الفضائي واحدا من أهم آليات العولمة في شقها الإقتصادي، وذلك من خلال تسويق المنتجات في كل أرجاء المعمورة وترويج السلع عن طريق الأشهار. في محاولته لمنافسة الإعلام الفضائي العابر للحدود، دخل العالم العربي عالم المنافسة، فأنشأت قنوات فضائية وطنية و أخرى دولية عديدة عمومية و خاصة، عامة و متخصصة (في الأخبار أو الأفلام أو الرياضة أو برامج الأطفال) حتى وصل عدد القنوات العربية، حسب التقرير السنوي حول البث الفضائي العربي الذي أصدره "إتحاد إذاعات الدول العربية" سنة 2014، الى أكثر من 1320 قناة تلفزيونية فضائية موجهة إلى المنطقة العربية (2).

يقدر إتحاد إذاعات الدول العربية عدد القنوات الفضائية بحوالي 390 قناة متخصصة في المجالات المختلفة: موسيقى، سينما و دراما، رياضة، إقتصاد، أخبار، وثائقية، تفاعلية، دينية، ثقافية تعليمية. و بلغ عدد قنوات الأطفال 21 قناة، واحدة منها تابعة للقطاع الحكومي، و 20 تابعة للقطاع الخاص. و تمثل 80% من القنوات يتخلل برامجها الاعلانات (3).

يمكن تبرير تكاثر عدد القنوات المتخصصة بالرغبة في التميز و التفرد و شد إنتباه شريحة معينة من الجمهور تكون و فية و دائمة الوفاء لبرامجها.

ترتب عن إنتشار القنوات المتخصصة العديد من السلبيات أبرزها غلبة الطابع التجاري لهذه القنوات و الرغبة في تحقيق الأرباح، و هو الأمر الذي دفعها للإلتجاه نحو الترفيه الرخيص السهل دون مراعاة للقيم الإجتماعية والدينية و الأخلاقية للجمهور المتلقي (4).

في إطار تكاثر هذه القنوات لنا أن نتساءل: هل ضبطت هذه القنوات هياكل جديدة و برامج تراعي خصوصيات الجمهور؟، " حتى لا تتكرس التبعية التلفزيونية للغرب و تترسخ غربة المشاهد العربي عن قنواته وغربة هذه القنوات عن هويتها و عن مواقفها " (5).

يرى في هذا الصدد، "سامي الشريف" (6) أن القنوات الفضائية العربية " قد جاءت مقلدة للقنوات الأجنبية (الغربية) في جوانب كثيرة، و يتمثل ذلك في نسخ برامج المحطات الأجنبية، و إتمادها الشبه كلي على المنتج الإعلامي الغربي الذي يسيطر على سوق الانتاج الاعلامي على المستوى العالمي. نتيجة ضعف الإمكانيات الإنتاجية للقنوات الفضائية التي لا تلبى سوى ربع حاجتها، لجأت بعض القنوات الفضائية الى إستيراد مواد و برامج من دول أخرى سواء كانت عربية أو أجنبية، و ينتج عن ذلك أن نشاهد نسيجا غير متناغم من البرامج و المواد التي لا تعكس هوية وثقافة المجتمع التي تتحدث القناة بإسمه " (7).

في هذا الشأن، يشير بعض المهتمين الى أن نسبة البرامج الترفيهية المستوردة في معظم القنوات الفضائية العربية تبلغ نحو 88% من جملة البرامج المستوردة، بينما لا تتجاوز نسبة البرامج الثقافية 12% ، و مع أن هذه البرامج الترفيهية تحمل كثيرا من قيم المجتمعات المصنعة لها و هي في معظم الأحيان تناقض القيم الإجتماعية للمجتمعات العربية والإسلامية.

على الرغم من أن الهدف الذي أنشأت من أجله الفضائيات العربية تمثل في التصدي للفضائيات الأجنبية، وأيضا للتصدي للفكر الغربي من خلال محتوى البرامج العربية التي تبث على هذه الفضائيات. إلا أن ضعف إمتلاك الدول العربية للتكنولوجيا التي تنتج بها برامج محلية، لأنها مرتفعة التكاليف، جعلتها تتجه الى الإستيراد أو التقليد و خاصة البرامج الترفيهية (8).

سنحاول فيما يأتي أن نعرض بعضا من ملامح البرامج الإتصالية و الثقافية الموجهة للطفل العربي و مظاهر قنواته المتخصصة.

*- ظواهر (أو ملامح) في برامج قنوات الأطفال العربية:

1-الكثير من البرامج الموجهة للطفل العربي وافدة:

يلاحظ أن نسبة عالية من الرسائل الإتصالية التي يتلقاها الأطفال العرب هي وافدة أو مستورد، وهذا بسبب قلة الإنتاج الإعلامي العربي المقدم بالأساس للأطفال(9).

تعتمد قنوات الأطفال بدرجة أولى في المادة التي تبثها على الرسوم المتحركة المدبلجة، وبالتالي فإن هذه القنوات هي عربية الشكل وأجنبية المضمون. مع وجود العديد من القنوات الموجهة للطفل والتي تبث على إمتداد فترات زمنية طويلة. لا يوجد رصيد برامجي عربي من الانتاج يضمن تغطية حاجات القنوات، فنادرا ما يظاهر المنتج العربي بأمواله لإنتاج عمل للأطفال غير مضمونة العائد، في حين أن معظم شركات الإنتاج غربية تتعامل مع إعلام الطفل بمنطق السوق والريح دون الإهتمام بالقيم. ويكمن خطر الإنتاج الإعلامي الغربي كونه نشأ في إطار سياسات حضارية عاملة لدى النخبة وصانعي القرار، من أجل التحكم في ميول الطفل وغرائزه وتلقينه أخلاقيات المجتمع الغربي، وتدريبه على ما ينبغي أن يتحلى به من أخلاق وخصال فردية وإجتماعية، في سياق إعادة بناء الفرد والمجتمع، ففي المجتمعات الغربية الرأسمالية نشأت ثقافة الطفل في التلفزيون لتكون في خدمة الثقافة الرأسمالية وتطلعاتها وأهدافها المتوخاة، ولتكسب الطفل الغربي نزعة الكسب والقوة والجشع والإستهلاك وحب الذات والإيمان بالفردية (10).

2-إن الكثير منها تحمل قيما إستهلاكية:

يحمل برامج الأطفال إتجاهات وقيم أخلاقية وإجتماعية وثقافية وسياسية، و هذه الإتجاهات والقيم تبعا لمنظور الكتاب والمنتجين. ويلاحظ أن الكثير من برامج الأطفال تؤكد على مفاهيم إستهلاكية وتنطوي على قيم إستهلاكية، في وقت يترتب فيه أن تحمل المضامين الموجهة للطفل في الوطن العربي إتجاهات منافية للإستهلاك، كما أن الإعلانات في هذه الوسائل تخرج الإعلان بأشكال مشوقة وجذابة، الأمر الذي يحتمل فيه أن تدفع بالأطفال الى السلوك الإستهلاكي (11).

3-كثير منها ذات نزعة لفظية:

تتوافر الشعارات والتعبيرات الفضاضة والرموز غير ذات الدلالة في برامج الأطفال، لذا يمكن القول بشيوع اللفظية (Verbalism) في برامج الأطفال،

و للتعبيرات اللفظية تأثيراتها في السلوك حيث ينشأ الأطفال ميالين في الحلول اللغوية بدل الإستناد الى التفكير و الربط الموضوعي بين المتغيرات.

4- إن الكثير منها ذات نزعة متصلبة:

يرد ذلك تحت أسماء متعددة "كالثبات على المبدأ" و "الصمود" و "الإقدام" و غيرها من المقولات التي تدفع الى "التصلب" و تبرره. في الوقت الذي يترتب فيه تنشئة الأطفال على المرونة، خاصة و أن "التصلب" طريقة في التفكير تقود الى التنازع الإجتماعي، لذا فإن بلورته لدى الطفولة قد يقود بهم (في الكبر) الى التطرف.

5- إن الكثير من برامج الأطفال تدفع الى الإنهيار بالأخر:

يمثل الإنهيار بالأخر مستوى مبالغ به من الإعجاب مع الشعور بإنكفاء الذات و عجزها إزاء الآخر، لذا فهو يؤول الى اليأس، و يلاحظ أن الكثير من برامج الأطفال تعطي صورة عن الآخر مغالى في قدرتها دون أن يوازيه إعطاء صورة موضوعية عن عوامل القصور في أداة الذات (12).

6- ضعف المهارات الإتصالية للأطفال:

إن إستقبال المضمون الإعلامي يتطلب عددا من المهارات و القدرات، كالإنتباه و القدرة على القراءة و الكتابة و القدرة اللغوية. و قدرا من النضج، حيث أن هذه المهارات و الظواهر هي في الطفولة في طور النمو فهي لا ترقى بالأطفال الى الفهم الوعي.

2- علاقة الطفل بالقنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال (التعرض و المشاهدة):

يكشف الآباء في مناسبات مختلفة أنهم فقدوا السيطرة على مشاهدة أطفالهم للتلفزيون، و أضى هذا الأمر إنشغالا أساسيا في شأن تربية أبنائهم، كما أضى هاجسا علميا لباحثين أكاديميين ومهتمين بشؤون الأطفال.

يشكل الأطفال قبل سن التمدرس أوسع شريحة مفردة بين مشاهدي التلفزيون في أمريكا، تلك الشريحة التي تقضي أكبر عدد من الساعات و أوفر حصة من وقت يقضها في مشاهدة التلفزيون بالمقارنة مع أي شريحة عمرية أخرى، و طبقا لما ورد في تقرير "نلسن" لعام 1993 يمضي أطفال المجموعة العمرية الذين هم بين سنتين و خمس سنوات 22.2 ساعة في المتوسط أسبوعيا في مشاهدة التلفزيون، بينما يقضي

أطفال المجموعة العمرية 6-11 سنة 20.4 ساعة مشاهدة. بل أن دراسة مسحية أخرى تبين أن هناك أوقات مشاهدة أطول تصل الى 45 ساعة أسبوعيا لمشاهدين لم يصلوا الى السن المدرسية.

ثمة تقارير تفيد أن الأطفال في الدول الغربية، وكذلك في العالم العربي حاليا، يمضون قدرا من الوقت أمام شاشة التلفزيون، يزيد عن الوقت الذي يمضونه على مقاعد الدراسة، وبالتأكيد أكثر من الوقت الذي يمضونه في الحديث مع آبائهم (13). لاسيما مع توفر العديد من القنوات التي توجه إليهم برامج متنوعة على مدار 24 ساعة من البث البرامي ما يتيح للأطفال إختيار القناة التي تعجبه أكثر.

تشكلت بفضل الإتصال التلفزيوني الفضائي، بيئة إتصالية جديدة تحيط بالفرد العربي تتفاعل فيها قوى سياسية و إجتماعية و نفسية، ولهذه القوى مداخلها و تأثيراتها على السلوك. و يمثل الأطفال الشريحة التي تتميز بالحد الأدنى من مقاومة المدخلات و المؤثرات الخارجية من البيئة الاجتماعية.

أصبحت أمام الطفل، بفضل تعدد القنوات التلفزيونية، فرصا واسعة للتعرض للقنوات و التنقل بين القنوات حسب مشيئتهم و إختياراتهم. خاصة و أنها تتوفر في صياغتها و طرق تقديمها عوامل للتشويق و الجاذبية، فضلا عن الإثارة و الجودة و التنوع في الموضوعات (15).

هذا، و ييسر التلفزيون للطفل، بسبب جمعه بين الكلمة و الصورة الإستيعاب من خلاله، لما لهذا الجهاز من قدرة على تحويل المجردات الى محسوسات، خاصة و أن الأطفال أقدر على إدراك المحسوسات (16).

فمن المؤكد علميا، أنه بقدر ما يشترك المشاهدون مع المنتجين/المشفرين في الأطر الثقافية، بقدر ما يساعد المشاهدين على إستيعاب الأفكار بطريقة واحدة، أما عندما تتفاوت الأوضاع و الموارد الثقافية فإن إستيعاب الأفكار يتم بطرق مختلفة، خاصة و أن الرسائل التلفزيونية تحمل معان متعددة و يمكن تفسيرها من قبل المشاهدين بطرق مختلفة (17).

كما أن أفلام الكرتون و الرسوم المتحركة الموجهة للأطفال تصبح خطرا حقيقيا حينما تخرج عن سياقها الحضاري الذي نشأت فيه، و وجه الخطر في هذا الأمر أن المرسل و الرسالة يحافظان على جوهرهما، و يتغير المرسل إليه، و هو هنا الطفل،

ليكون ابن حضارة مغايرة يتلقى رسالة غريبة من مرسل غريب عنه، و يحاول هضمها في إطار خصوصيته وهويته (18).

و هذا ما يدفعنا الى التعرض في العنصر التالي لمختلف إتجاهات تأثير الرسالة الإعلامية للقنوات الفضائية العربية على الطفل (التأثير إن على مستوى السلوك الإجتماعي أو على مستوى القيم والهوية)، من خلال محاولة تقييم بعدها عن الترويج للمفاهيم العولمية بشقيها الثقافي والإقتصادي، أو مدى إلزامها بتقديم رسالة حضارية ترتبط بالمفاهيم والقيم السائدة في المجتمعات العربية.

3- برامج قنوات الأطفال المتخصصة وإتجاهات التأثير على سلوكيات الأطفال و ثقافتهم :

على الرغم من أننا قد نلاحظ بقلق تعلق الأطفال في مجتمعاتنا بمشاهدة التلفزيون بشكل مرتفع أشبه بالإدمان، و فقدان سيطرة الوالدين لسلطتهم أمام سطوة الطفل الصغير ورغبته العارمة في مشاهدة برامج التسلية و أفلام الكرتون و كل الصراخ الذي يتلاشى بمجرد تغيير زر المحطة الى برنامج الأطفال المفضل. هذه الظاهرة أصبحت جزءا من ثقافة العالم المعاصرة، فهناك حالات متشابهة لدى الأسر التي لديها أطفال صغار أو أطفال ما قبل سن التمدرس، تعاني من نفس الظاهرة من إتساع إنجذاب للتلفزيون (19).

بداية، لا بد من الإشارة الى أن تحديد وتصنيف التأثيرات المحتملة في المجالات المختلفة لوسائل الإعلام والإتصال على الأطفال لا يحتمل معيارا للحكم فيها إذا كانت تلك التأثيرات ذات بعد إيجابي او سلبي، ذلك أن كل مظهر يقود الى نتيجة ما، تبعا للظروف المحيطة بها (...). فقد يقود إحتمال تبدو عليه السلبية الى نتيجة إيجابية، و يقود إحتمال تبدو عليه الإيجابية الى نتيجة سلبية، إذ تظل مجمل الحالات و الظواهر في حضان المجتمع، وهو الذي من خلال تعامله معها، يؤول الى هذا الموقف أو ذاك (20).

على ضوء ما سبق، سوف نعلم الى عرض كلا الجانبين الإيجابي و السلبي في تأثير القنوات الفضائية على الأطفال. يؤثر التلفزيون على الأطفال بأكثر من طريقة منها:
_ يكسب التلفزيون الأطفال أنماطا من السلوك الاجتماعي في حياتهم العادية و يبتهم المحدودة، كما أنه يلعب دورا هاما- سلبا أم إيجابا- في عملية التكيف الاجتماعي التي تسهم فيها الأجهزة الأخرى كالأسرة و البيئة. كما يهتم التلفزيون في

بلورة و تغيير الإتجاهات، و لا يتم ذلك الا بالأساليب المباشرة، بل بإثارة ردود أفعال عاطفية لدى الأطفال، من خلال تقديم مشهد درامي ذكي عن طريق موازنة الافكار المقدمة، و تقرير مدى جاذبيتها و نوعيتها، و طبيعة الشخصيات التي تقدمها.

_ ينعي التلفزيون الملكات العقلية و الفكرية لدى الطفل و يشبع لديه حب الإستطلاع من خلال برامجه الثقافية، كما يثير التلفزيون الخيال الواسع للطفل من خلال ما يقدمه من صور و موسيقى و تمثيلات و ألوان جذابة (21).

_ التلفزيون ببرامجه و أفلامه يزود الطفل بخبرات واقعية، كما أن برامج الخيال تشبع كثيرا من رغباته، أي أن التلفزيون ليس وسيلة تزود الطفل بالمعلومات و الأفكار و القيم فحسب، بل هو الى جانب ذلك يسهم في تشكيل لون من ألوان السلوك (22).

_ يساهم التلفاز في تنمية لغة الطفل و زيادة حصيلته اللغوية من المفردات، مما يساعده على تعلم القراءة و الكتابة. و للتلفاز دور في تنمية شخصية الطفل من النواحي العقلية بما يقدمه من برامج. كما يعمل التلفزيون على توفير أجواء التسلية و المرح و الراحة للأطفال، مما يخفف عليهم من القلق و ضغوط الحياة (23).

إن إبراز إيجابيات التلفزيون في تنشئة الأطفال لا يعن الإغفال عن سلبيات عملية التعرض للبرامج التلفزيونية لاسيما برامج القنوات المتخصصة ببرامج الأطفال، سنورد فيما يأتي أهم هذه التأثيرات:

- تؤثر المشاهدة المطولة للطفل للبرامج التلفزيونية على نتائج التعليم و الدراسة، و على إستعدادات الأطفال للتعليم الرسمي من خلال وقت التعرض مطولا.

_ دخول الأطفال عالم الكبار قبل الأوان، حيث تكشف كثير من الدراسات الميدانية أن التلفزيون يوفر صراعا عن الحياة الكبيرة ما كان بوسع الأطفال التعرف عليها لولا تعرضهم للتلفزيون، كتعرف الأطفال على معلومات كثيرة عن الحياة الخاصة لبعض الشخصيات (24).

- التقليد: حب الإستطلاع و التقليد و التجريب سمة من سمات الطفولة، لذا فإن الأطفال عرضة للتأثير بسلوكيات الممثلين و المطربين و خلاقهم من المشهورين الذين يظهرون على الشاشات وهم يحتسون الخمر او يدخنون السيجار او يتعاطون المخدرات (...) و هي سلوكيات تلقى رواجاً من قبل الأطفال الذين يتسابقون الى تقليدها (25).

_ المزج بين الخيال و الحقيقة: معظم أفلام الكرتون التي تبث عبر شاشات التلفاز غير واقعية، بمعنى أنها تمضي في الخيال و تبالغ في القدرات و القوة التي يملكها أبطال هذه الأفلام. الأمر الذي يجعل الأطفال يتعلقون بها ويحاولون تقليد أبطالها، و عندما لا يجدون لها مثلاً في واقع حياتهم فإنهم يصابون بالخيبة ويقعون في حيرة و لا يستطيعون أن يفرقوا بين الواقع و الخيال. اذ يميل الاطفال الى الإعتقاد بأن جميع الشخصيات التي تظهر على شاشة التلفزيون حقيقية.

دلت كثير من الدراسات أن الطفل عادة ما يحاول التشبه بالشخصيات التي يعرضها التلفزيون، نظراً لإعتقاد كثير من الأطفال أن العالم الذي يشاهدونه على الشاشة هو مرآة صغيرة للعالم الحقيقي، كما أن عدداً من المراهقين يحاولون تقليد الأدوار التي يقدمها التلفزيون لكي يلعبوها في حياتهم الواقعية، و عندما تقدم الشاشة عنصر العنف، فإن هذا العنف يتسلل الى نفوس الأطفال، و يحاولون تقليده و محاكاته حتى يشعروا بإنتمائهم الى عالم القيم الإجتماعية و الأخلاقية عن طريق المشاهدة التي تؤدي الى الإستجابة التي تتلاءم مع مفاهيم المجتمع المعاصر(26).

في عملية التقمص الوهمي للطفل للشخصيات، يمكن أن يحدث شرح على مستوى التنشئة الاجتماعية إذا كانت الشخصية القدوة كمثل البطل في القصة تحمل قيماً ثقافية أخرى لا نجد ما يجسدها فيما بعد في رسميات الثقافة التي ينتمي إليها الفرد المتلقي، و هي الشروخ التي عادة ما تحملها الوسائل السمعية البصرية عامة و حتى البضائع المكتوبة على مستوى ثقافة الأطفال (27). الأمر الذي يزيّن للأطفال تقليدها ما يثير الفخر و القدرة و العبقرية في الأداء، و مع ترسيخ شعور كهذا لدى الكثيرين تضيق هيبة القيم و المعايير و الأعراف. فيصبح الخروج على القوانين أمراً مقبولاً لدى الكثيرين و بالذات المراهقين.

_ تؤثر برامج الأطفال على لغته، إذ يتعرض الطفل الذي يشاهد التلفزيون لسماع عبارات و كلمات سطحية، و معانٍ ضبابية تغلف الحقائق بطريقة إستعراضية و تخفي المعلومات بدلاً من إيضاحها، و في كثير من التمثيلات تستخدم اللغة العامية في أبشع صورها، و أحط عباراتها. و الأطفال يتلفظون هذه الكلمات و تلك العبارات ويرددونها في كل مكان (28).

_ تُحرّض بعض البرامج التلفزيونية الأطفال على العنف و الجريمة و الإنحراف، حيث يتأثر الأطفال بالمسلسلات التلفزيونية. و في هذا المجال، أسفرت دراسة أمريكية تضمنت عينات من الاطفال من جميع سنوات الدراسة، أسفرت على أن التلفزيون يؤثر على الأطفال تأثيرا مباشرا من حيث إضطرابهم الى النوم متأخرين، كما أن الطفل لا يقوم بعمل إيجابي حيث أنه يجلس أمام الشاشة و يستسلم لها، كما أن التلفزيون يحتوى على برامج و أفلام ومسلسلات مليئة بالإجرام، والقتل و العنف و غيره من التكيف غير السوي في المجتمع (29).

حيث يتهم التلفزيون في العديد من البلدان الغربية بعدد كبير من الجرائم التي تتضمن تدمير و تحطيم القيم الاجتماعية و سلب الحساسية، و قتل الإبداع، و تشكيل عقبة كأداة أمام التربية و التعليم، كما يتهم التلفزيون بتقوية الشراهة و الطموحات غير الواقعية، و زيادة الجريمة و العنف.

فالطفل ما بين السادسة و الرابعة عشر من العمر، يكون قد شاهد 11 الف جريمة، و يظهر مؤشر (جورج غيرنر) أن أفلام الكارتون لها النصيب الأكبر من العنف بمعدل 26 عمل عنف في الساعة (30).

_ تسلط المحطات الفضائية الضوء و بشكل مبالغ على الراقصين و الممثلين و تهمل العلماء و المفكرين و المخترعين، و الكتاب و المؤلفين، الأمر الذي يؤدي الى تلوين فكري و سلوك الأطفال و معايير و مقاييس القدوة و الأبداع عندهم، فيصبح جل همهم أن يصبحوا في المستقبل فنانيين و مطربين و عارضي أزياء، لأنها المهنة التي تجلب الشهرة السريعة و المال الوفير (31).

_ يتعرض الأطفال نتيجة التلفزيون الى السلبية، مما يلبي الطفل عن حياته اليومية، و يورث جمودا في الحس، و يترتب عن ذلك إعاقة للتقدم الإجتماعي. حيث أن طول الجلوس أمام التلفزيون يعطل فرص الحوار و المناقشة، و الجدل، لقد نجح التلفزيون في أن يجعل المجتمع العصري مجتمعا عاطلا، فقد خلق التلفزيون من الجماهير المعاصرة عاطلين من نوع جديد، لأن معرفة النجوم و المشاهير و المساحيق و منتجات التجميل و مباريات كرة القدم ليست هي الأمور التي تنمي شخصية الطفل في أية بيئة سوية.

_ يروج التلفزيون لعملية التربية الموازية، أي للتربية التي تقوم بها المدارس و الأسر و دور العبادة. التلفزيون يرتقي بالطفل نحو الإنفعال و إتخاذ القرارات غير العقلانية،

على نحو مايرد في البرامج من إنحراف خلقي وهبوط في الذوق، وإسراف في المظاهر الإستهلاكية على حساب الجوهر والقيم الخلقية. و الحقيقة أن الكذب يمارس يوميا في الدعايات و الاعلانات المختلفة، من خلال مثلا الاعلانات الكاذبة عن مشروبات تجعل عضلات الأطفال مفتولة كالأبطال.

_ تعد الصحة كذلك من أهم مجالات تأثير البرامج التلفزيونية على الطفل، إذ يؤكد الأطباء وعلماء النفس أن التلفزيون يهدد صحة الطفل الجسمية و العقلية على السواء. إذ يؤثر الجلوس مطولا أمام التلفزيون على الحواس البصرية و السمعية و تخلق ميلا الى السلبية، كما يواجه الطفل الصراع النفسي بسبب الصراع بين ما تلقنه لهم الأسرة و الدراسة من تعاليم و آداب، و ما يقدمه التلفزيون من أفكار مستوردة و قيم وافدة، و قد أشار العالم الإيطالي (انريكو أنايلا) الى نوع من الجنون يصيب الأطفال يطلق عليه "جنون الخرافة" عندما يصاب الطفل بصراع بين منظومتين من القيم، قيم أبطال الأفلام الخيالية و قيم الأسرة (32).

هكذا، يبدو أنه للتلفزيون تأثيرات عميقة على نمو الطفل و شخصيته، بعضها إيجابية و أخرى سلبية لا ينبغي أن نقلل من خطرها. و مما لا شك فيه أن برامج القنوات الفضائية، تمارس تأثيرا قويا على الطفل من حيث تثقيفه و تكوين شخصيته و وجدانه و فكره، و هي بذلك تدعم دور الأسرة في تنشئة الطفل، و إكسابه قيما مقبولة في بيئته الاجتماعية، و إثراء شخصيته، و ذلك طبعا في حالة حسن إستغلالها.

4- دور قنوات الأطفال المتخصصة في تشكيل و بناء قيم الطفل.

تعد القيمة حتمية ضرورية عند دراسة الإعلام و الاتصال، و كلما إقترنت القيمة بالإعلام كلما كان التأثير إيجابيا على المجتمع، و كلما إبتعد الإعلام عن القيمة أو تناقض معها كان التأثير سلبيا. يقول عزي عبد الرحمن: "إنّ القيمة تؤسس الإنسان و لا يكون هذا الأخير مصدر القيمة بل أداة لها " (أي تتجسد فيه القيمة) (33).

تعمل وسائل الإعلام على تعميق قيم إجتماعية معينة و ترسيخها لدى الطفل، فالتلفزيون يعمل على نقل الطفل من عالمه الواقعي الى عالم متخيل، لذا فإن الأفلام و القصص التي يشاهدها الطفل من خلال البرامج التلفزيونية، قد تكون لها وظيفة التسلية كأمر واضح لكن وظيفتها الكامنة هي دمج الكثير من القيم في

شخصية الطفل التي يصبح لها فيما بعد تأثير كبير على سلوكه وميولاته، و هكذا فإن هذه القيم توجه سلوك الطفل وتصرفاته.

تكمّن خطورة الكثير من البرامج التي تعرض للأطفال في العالم العربي في كونها لا تنتمي الى البيئة العربية، وهي في غالب الأحيان لا تتفق و قيمها الحضارية و الاجتماعية. و لقد بات مؤكداً أن أفلام الكارتون و برامج الأطفال عامة، أصبحت قادرة أن تعكس القيم الثقافية للبلدان التي تنتجها.

نجد أن معظم الأفلام الموجهة للأطفال تحاول تصوير جوانب إيجابية للدولة المنتجة للفيلم، و هذا فيه فصل للأطفال عن واقعهم، و كذلك يميل الأطفال الى تقليد جوانب تلك الحياة في الملبس و نمط المعيشة و خاصة في تقليد الشخصيات البطلة في حركاتهم و لباسهم و سلوكهم و قيمهم. تعمل بعض برامج التلفزيون على تحديد القيم التي ينتظر من المشاهد الإيمان بها، حتى لو كانت هذه القيم تتعارض مع قيمه حيث يقدمها التلفزيون على أنها المثل المؤدية الى النجاح والسعادة و التقدم.

فقد قدم الباحث الاجتماعي الفرنسي (برنارد بوري) قراءة نقدية لشخصية "ميكي" أكد فيها أن "ميكي" لا يوجه الطموحات نحو مجتمع مثالي و نموذجي، بل يقود الى مجتمع مستنسخ إجتماعيا و ثقافيا من البلد الذي أنتجه. و يركز هذا الإستنساخ على الثوابت التالية: الملكية و السلطة والأمن. يروج ميكي للملكية الخاصة، و السلطة في حكايات ميكي هي سلطة فردية، الفرد المكر هو الحكم المنتصر، الأمن يظهر دائما مستتباً وثابتاً (34).

كما تجعل أفلام الكرتون المستوردة و المذبذجة الطفل المشاهد يتلقى قيما و عادات و أفكارا غريبة عن البيئة و الثقافة العربية الاسلامية التي يعيش في كنفها، لكنه يتعامل معها ببراءته، فتتمو لديه دوافع نفسية متناقضة. بين ما يتلقاه على شاشة التلفزيون، و ما يعيشه داخل الأسرة و البيئة و المجتمع. و يلعب إعلام الطفل المستورد دورا خطيرا في تنشئة الطفل التنشئة الاجتماعية و الثقافية المنحرفة (35). يؤثر التلفزيون في قيم الأطفال تأثيرا قويا عندما تقدم لهم في شكل دراما، و عندما تكون لهذه القيم علاقة بأفكار أو بقيم تكون حساسيتهم مستعدة لقبولها، و عندما لا يكون بإمكان الطفل الحصول على معلومات من أبويه أو زملائه من

الأطفال، مع تزايد تناقص دور الأسرة في التنشئة التي تعد الوظيفة الأساسية لها(36).

فقد بدأ دور الأسرة في الإنحسار في ظروف العمل العصرية، حيث أصبح الأطفال يستوعبون القيم من خلال وسائل الاعلام، و لاسيما التلفزيون، وقد أخذت قيم الأسرة التي تبثها في الأطفال في الضمور لتحل محلها قيم تلفزيونية مشتقة من مسلسلات العنف، و تمثيلات الجنس و الجريمة. و يمكن القول، بأن القيم التقليدية التي تبثها الأسرة في الطفل أخذة في الضمور لتحل محلها قيم التلفزيونية مشتقة من أفلام رعاة البقر و مسلسلات العنف و تمثيلات الجنس و الجريمة (37). يرى البعض أن الفضائيات العربية أصبحت أشد خطرا من القنوات الأجنبية من حيث هجومها الصارخ على القيم و العادات العربية و الإسلامية لأنها تعرض و تنقل صراعات الإنحراف الخلقي الغربي الى العالم العربي بلسان عربي، و تساهم أيضا بعض هذه القنوات في هدم اللغة العربية باستخدام اللهجات المحلية السائدة في مجتمعاتنا. كما يزداد العبء على المواطن العربي في كم البرامج التي يتعرض لها، و التي تحمل بين طياتها عادات و قيم و أنماط إستهلاكية أجنبية تختلف عن القيم و العادات العربية، و بذلك تساهم بعض الفضائيات الناطقة بالعربية بدور الغزو الثقافي.

يمكننا تأكيد هذا الطرح من خلال الإشارة الى ما ذهبت اليه بعض الدراسات التي أعدها إتحاد إذاعات الدول العربية، حيث أثبتت أن نسبة تفوق 90 % من البرامج الأجنبية التي تعرض عبر القنوات الفضائية العربية برامج مليئة بصور من العنف و الإدمان على المخدرات، و هي برامج تتضمن ضمنا و صراحة قيما و سلوكيات متناقضة تماما مع ما هو سائد من قيم عربية (38).

تجدد الإشارة، الى أن تناقض القيم ينجم عنه صراع نفسي في شخصية الطفل، حتى أنه قد يصاب بمرض انفصام الشخصية، و هو صراع بين ما تلقنه الأسرة و المدرسة و الدين من تعاليم و آداب و ما يقدمه التلفزيون من أفكار مستوردة و قيم وافدة (39).

شهد قدوم العولمة إنهيارا و تغيرا عاما للقيم فالتغير القيمي قد يحدث نتيجة الإحتكاك الثقافي، و النمو التكنولوجي، و ثورة الاتصالات التي أصبحت سمة العصر. عادت مع العولمة الإمبريالية الإقتصادية و بالتالي سادت أخلاقيات السوق. هذا و لا

تقتصر العولمة على تعميم القيم الاقتصادية و أنظمتها، بل أنها تعمم القيم الثقافية التي تكون لب حياة المجتمع باعتبارها طريقة لرؤية العالم و التعبير عنه.

من الواضح، أن الثقافة التي تمتلك وسائل الإتصال القوية و وسائل صناعة الثقافة و الرقابة عليها هي التي أخذت تهيمن اليوم عن طريق القنوات الفضائية و الأنترنت، مما يؤدي الى غلبة نماذج معينة من القيم الأخلاقية و أنماط معينة من السلوك و الذوق. و خاصة الأطفال الذين لم تتكون لديهم ملكة النقد و الحصانة الذاتية فيقعون فريسة سهلة لما يعرض عليهم من صور مؤثرة و أنماط الإستهلاك عن طريق الإعلانات و الصور الجميلة المؤثرة تأثيرا واضحا على المعتقدات و القيم، و إحلال قيم أخرى غير مقبولة (في كثير من المجتمعات) و لا تتفق مع مرجعياتها وقيمها (40).

يمكن إجمال، حصر الآثار السلبية المترتبة على إحلال الثقافة الأوروبية و الأمريكية محل الثقافة العربية في:

أ- الانسان الذي تملكه حتى الرفاه و تسقط بشكل مقصود القيمة الأخلاقية المعمول بها في مجتمعه من أجل الرفاهية و هذا ما يخلق ما يسميه "هيكل" (الشعور الشقي) أي إنقسام الإنسان على ذاته بين قيمه الأخلاقية القديمة و قيم الرفاهية التي فرضها عليه المجتمع الإستهلاكي.

ب- الاستعاضة عن الأصالة بالمحاكاة إذ أن الغزو الثقافي يفرض على الإنسان المتخلف نمودجا لا علاقة له به فهو مظطر لتقليد الآخر.

ج- تقدم البرامج الغربية قيما تعكس ثقافات مجتمعاتنا مما يؤثر في تشكيل القيم العربية السائدة و يعمل على تغييرها، و تلك نتيجة للتأثير القوي و المحسوس للمضامين الإعلامية الغربية.

د- التسطيح الفكري: من خلال نشر ثقافة الغرب و عاداتهم و قيمهم، لأجل الإستحواذ على عقل و قلب ملايين المشاهدين في أصقاع الأرض. فإن برامجهم تعتمد على البريق و الإنهار الاعلامي الخالي من أي مضمون حقيقي، و هي برامج مسطحة تولد لدى المشاهد بدوام المشاهدة نوعا من الإدمان عليها و على كل سطح من الثقافة. و يساهم البث الفضائي من خلال أقمار البث التلفزيوني المباشر في تسطيح الفكر داخل المجتمعات العربية. لما تبثه بعض القنوات الفضائية من أفلام

و مسلسلات و إعلانات تعتمد على الإثارة في عملية التسويق دون مراعاة للقيم و التقاليد و الاعراف الاجتماعية السائدة داخل المجتمعات النامية و العربية (41).

هـ- الجانب العقدي: إختلت الموازين عند أطفالنا بسبب ما يعرض عليهم على الشاشة، فيرى الطفل رجلا يطير في الهواء، و ينسف الجبال نسفا، و يشق القمر بيده. و تدور أحداث قصص الأطفال حول المغامرات و العنف و شخصيات خرافية و همية تمثل شخصيات الحيوانات، و رجال الفضاء، و كل ما تقدمه من خيالات بعيدة عن الواقع مع قصة (سوبرمان، و باتمان، و ميكي، و ساندريل) و كلها قصص غريبة مصورة ترجمت بما فيها من أخلاقيات و عبث. و لعل الجميع يتفق على أنها لا تتضمن معان تربوية رفيعة موجهة، و لا تهدف الى غرس الاخلاق و القيم الصحيحة، و أعظم من هذا كله أنها تغفل وجود الله بالكلية، و ذلك عندما يتحكم أبطال الفيلم في الكون من دون إله و في مقدرات الكون (42).

بالمقابل، هناك من يرى أن التلفزيون يساهم في نشر روح و قيم الديمقراطية و يربي الصغار على إحترام الرأي، و الرأي الآخر من خلال جلسات الحوار. و يعمل التلفاز بشكل عام على تنمية قيم : الولاء و الإلتفاء و حب الوطن و الدفاع عن مصالحه، قيم العمل و الإنجاز و الإعتماد على الذات، و قيم الإدخار و المحافظة على الموارد. يفتح التلفزيون نوافذ الإطلاع على ثقافات الشعوب و المجتمعات الأخرى بكل ما تحويه من قيم و عادات و تقاليد (43).

في الأخير، نقول أنه يترتب على الأسرة دور كبير في ترشيد إستخدام التلفزيون من طرف الأطفال، من خلال وضع برنامج ينظم للأطفال أوقات و ساعات المشاهدة كما ينبغي تحديد نوع البرامج التي يمكن لهم مشاهدتها، والتي لا يجوز لهم مشاهدتها. كما تقع على القنوات التلفزيونية المسؤولية ذاتها، في إختيار البرامج و الأفلام التي توجهها للأطفال بالإبتعاد عن تلك التي تتضمن قيما سلبية، و تقدم برامج هادفة تعزز القيم الإيجابية.

في نهاية هذا العمل، و بعد تناول مسألة القيم في برامج الأطفال نتوصل الى نتيجة أساسية تتفق مع ما أشار إليه (ناصر بوعلي) بقوله أن: " القرية الكونية التي تحدث عنها (ماك لوهان)، هي في نهاية الأمر، و كما يبدو واقعيًا، مصممة على النمط المعماري القيمي الغربي، و في المقابل هناك قرية المجتمع الإسلامي الذي ينبغي أن يكون وفق النمط المعماري القيمي العربي الإسلامي. فهذا النمط القيمي الغربي مبني

على كل ما هو مادي إستهلاكي يزاحم كل ما هو قيمي معنوي في كتلة المجتمع الإسلامي، بل يعمل على إندثاره ومحوه من الوجود" (44).

هكذا، يبدو البحث في مسألة القيم في المجتمعات العربية والإسلامية أو بالأحرى في مضامين البرامج الإعلامية و الإتصالية في السياقات العربية، يحتاج الى تركيز الجهود في إبراز مقومات النمط القيمي العربي، في محاولة جادة للدفع بالقائمين على وسائل الاعلام و إنتاج البرامج في المجتمعات العربية، لاسيما الموجهة للأطفال، الى الإنخراط في بنية المنظومة القيمية العربية والإسلامية بشكل فعلي من خلال إنتاج برامج تتناسب مع هذه القيم وتروج لها على المستوى المجتمعي.

الهوامش:

- ¹ - ابراهيم ياسين الخطيب وآخرون: أئروسائل الاعلام على الطفل، مكتبة دار الثقافة، عمان، 2001، ص58.
- ² - "التقرير السنوي حول البث الفضائي العربي" تقرير تصدره اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية، التي يتولى اتحاد إذاعات الدول العربية أمانتها الفنية. اتحاد إذاعات الدول العربية (ASBU): وضع البث الفضائي العربي. الموقع: (<http://www.asbu.net/doc>), تاريخ التصفح: (15 - 11-2015، الساعة 17:30).
- ³ - حسن نيازي الصيفي: الفضائيات العربية في عصر العولمة، ايتراك للطباعة و النشر و التوزيع، القاهرة، 2010، ص ص 34-35-36.
- ⁴ - حسن نيازي الصيفي: م س ذ، ص108.
- ⁵ - المنصف العياضي، محمد عبد الكافي: القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث و دراسات إذاعية، تونس، 2006، ص8.
- ⁶ - سامى الشريف، عميد كلية الإعلام بالجامعة المصرية الحديثة، ورئيس سابق لإتحاد الإذاعة و التلفزيون.
- ⁷ - سامي الشريف: م س ذ، ص191.
- ⁸ - محمد جاد احمد: الاعلام الفضائي، مطبعة الجلال، الاسكندرية، 2010، ص ص65، 66.
- ⁹ - هادي نعمان الهبتي: الإعلام و الطفل، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2011، ص20.
- ¹⁰ - حسن نيازي الصيفي: م س ذ، ص 148.
- ¹¹ - هادي نعمان الهبتي: م س ذ، ص20.
- ¹² - المرجع نفسه، ص21.
- ¹³ - أديب حضور: التلفزيون و الأطفال، ط3، المكتبة الاعلامية، دمشق، دت، ص9.
- ¹⁴ - هادي نعمان الهبتي: م س ذ، ص109.
- ¹⁵ - ابراهيم ياسين الخطيب وآخرون: م س ذ، ص58.

- 16- كريس باركر: التلفزيون و العولمة و الهويات الثقافية، ترعلا احمد اصلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2006، ص185.
- 17- حسن نيازي الصيفي: م س ذ، ص149.
- 18- سؤدد فؤاد الألوسي: العنف و وسائل الاعلام، دار اسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2012، ص 195.
- 19- هادي نعمان الهبتي: م س ذ، ص111.
- 20- ابراهيم ياسين الخطيب و آخرون: م س ذ، ص ص58، 59.
- 21- صالح ذياب هندي: اثر وسائل الاعلام على الطفل، ط4، دار الفكر، عمان، 2008، ص59.
- 22- ابراهيم ياسين الخطيب و آخرون: م س ذ، ص 37.
- 23- صالح خليل الصقور: الاعلام و النشئة الاجتماعية، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2012، ص156.
- 24- هادي نعمان الهبتي: م س ذ، ص116.
- 25- صالح خليل الصقور: م س ذ، ص159.
- 26- ابراهيم ياسين الخطيب و آخرون: م س ذ، ص 42.
- 27- عبدالرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003، ص28.
- 28- صالح ذياب هندي: م س ذ، ص45.
- 29- ابراهيم ياسين الخطيب و آخرون: م س ذ، ص49.
- 30- سؤدد فؤاد الألوسي: م س ذ، ص200.
- 31- صالح خليل الصقور: م س ذ، ص160.
- 32- المرجع نفسه، ص51.
- 33- ناصر بوعلي: الاعلام و القيم قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، دار الهدى، الجزائر، 2005، ص49.
- 34- اديب خضور: سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون، مؤسسة الملك عبد العزيز، الدار البيضاء، 1999، ص27.
- 35- حسن نيازي الصيفي: م س ذ، ص149.
- 36- ابراهيم ياسين الخطيب و آخرون: م س ذ، ص63.
- 37- صالح ذياب هندي: م س ذ، ص61.
- 38- محمد جاد احمد: م س ذ، ص73.
- 39- صالح ذياب هندي: م س ذ، ص43.
- 40- عصام الدين على حسن هلال، محمد حسن علي الجندي: م س ذ، ص266.
- 41- محمد احمد جاد: الإعلام الفضائي، مطبعة الجلال، الإسكندرية، 2010، ص ص 85-86.
- 42- سليم عبد النبي: الاعلام التلفزيوني، دار اسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2010، ص287.
- 43- صالح خليل الصقور: م س ذ، ص157.
- 44- ناصر بوعلي: م س ذ، ص57.