

إعلانات برامج الأطفال و الثقافة الاستهلاكية حسب عينة من الأولياء ونمط اللعبة لطفل

المرحلة الأولى " دراسة تحليلية"

*Advertisements for children's programs and consumer education according to a sample of parents and the style of the game for a first-stage child**"Analytical Study"*

1. د. شرغال فيروز، دكتوراه علوم، جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعربريج socio.chercheur@gmail.com

2. د. حنان مسواكة، دكتوراه LMD، جامعة الحاج لخضر -باتنة- doktosociohana@gmail.com

تاريخ النشر: 2020/12/30

تاريخ القبول: 2020/12/08

تاريخ الارسال: 2020/11/24

الملخص:

تعد الألعاب وسائط ثقافية للطفل في بناء وترسيخ هويته الثقافية، باعتبار اللعب نشاط يقبل عليه بحماسة بالغة، بحيث يقضي الطفل ساعات طويلة في ممارسته فهو عامل مهم لنموه، فالألعاب كوسائط تساهم في نسق شخصية الطفل ومن الثابت أن اللعب والألعاب التربوية تشكل وسائط تربوية فعالة تعبر عن ثقافة المجتمعات ومستوى تقدمها، وتعتبر وسيلة لنقل الثقافة من جيل لآخر، وإذا حاولنا فهم هوية المجتمع ومستوى اعتزازه بثقافته ودرجة انتمائه لهذه الثقافة علينا أن نلاحظ مستوى تمسكه بماله وخصوصيات طابع اللعب والألعاب ومضمون هذه الألعاب التي يؤديها الأطفال، وبعملية التنشئة الاجتماعية يتم ترسيخ القيم والمعايير السائدة في المجتمع ولا يوجد أحسن من اللعب والألعاب لإيصال المضامين القيمية والاجتماعية من طرف الوالدين للطفل، ويظهر ذلك من خلال السلوك الاستهلاكي للوالدين لنمط ونوعية الألعاب المنتقاة، بالإضافة إلى تأثير التغيرات العالمية على نمط الاستهلاك لدى الوالدين "عولمة اللعبة" من خلال وسائل الإعلام وعمليات الاتصال الحديثة، و حسب الظروف المادية الجديدة في انتشار الألعاب الإلكترونية والألعاب الفكرية والعصرية الفردية .

الكلمات المفتاحية: التنشئة الاجتماعية، برامج إعلانات الأطفال، الثقافة الاستهلاكية، اللعب.

Abstract:

. Games are cultural media for the child in building and consolidating his cultural identity, considering that play is an activity that he accepts with great enthusiasm, so that the child spends long hours in his practice, it is an important factor for his growth, games as modes contribute to the pattern of the child's personality and it is proven that play and educational games are effective educational media that express The culture of societies and the level of their progress, and it is considered a means of transmitting the culture from one generation to the next, and if we try to understand the identity of the community and the level of pride in its culture and the degree of its affiliation with this culture, we have to note the level of its adherence to its money and the peculiarities of the character of play and games and the content of these games that children perform, and with the process of social upbringing the prevailing values and standards are established In society, there is nothing better than playing and games to convey the value and social contents of the parents to the child, This appears through the parents 'consumption behavior of the style and quality of the selected games, in addition to the effect of global changes on the consumption pattern of the parents, " globalization of the game "through the media and modern communication processes, and according to the new material conditions in the spread of electronic games and individual intellectual and modern games.

Key words: Socialization, children's advertising programs, consumer culture, play.

مقدمة:

تعد الألعاب وسائط ثقافية للطفل في بناء وترسيخ هويته الثقافية، باعتبار اللعب نشاط يقبل عليه بحماسة بالغة، بحيث يقضي الطفل ساعات طويلة في ممارسته فهو عامل مهم لنموه، فالألعاب كوسائط تساهم في نسق شخصية الطفل ومن الثابت أن اللعب والألعاب التربوية تشكل وسائط تربوية فعالة تعبر عن ثقافة المجتمعات ومستوى تقدمها، وتعتبر وسيلة لنقل الثقافة من جيل لآخر، وإذا حاولنا فهم هوية المجتمع ومستوى اعتزازه بثقافته ودرجة انتمائه لهذه الثقافة علينا أن نلاحظ مستوى تمسكه بماله وخصوصيات طابع اللعب والألعاب ومضمون هذه الألعاب التي يؤديها الأطفال، وبعملية التنشئة الاجتماعية يتم ترسيخ القيم والمعايير السائدة في المجتمع ولا يوجد أحسن من اللعب والألعاب لإيصال المضامين القيمية والاجتماعية من طرف الوالدين للطفل، ويظهر ذلك من خلال السلوك الاستهلاكي للوالدين لنمط ونوعية الألعاب المنتقاة، بالإضافة إلى تأثير التغيرات العالمية على نمط الاستهلاك لدى الوالدين "عولة اللعبة" من خلال وسائل الإعلام وعمليات الاتصال الحديثة، و حسب الظروف المادية الجديدة في انتشار الألعاب الإلكترونية والألعاب الفكرية والعصرية الفردية، وتغير الدمى المصنوعة من طرف الأم إلى دمي تغني وتتكلم وتلبس لباسا حسب الموضة، وتطرح هذه الشخصيات للدمى في أبرز منتجات التطور التكنولوجي وهو التلفزيون من خلال ممارسات إعلانات برامج الأطفال، وقد طرح الملتقى الفكري الاسلامي الذي أُنْعِد بتبسة سنة 1989، كآخر ملتقى فكري إسلامي متميز في سلسلة ملتقيات الفكر الاسلامي والذي كان ينظم سنويا في الجزائر بحيث استقطب نخبة من رجال الفكر والعلم (أكاديميين – دعاة)، من شتى بقاع العالم من بين من حضره نذكر: الشيخ محمد الغزالي رحمه الله، والشيخ محمد القرضاوي، والشيخ السعيد البوطي، الشيخ رفعت الطنطاوي، و د.محمد عمارة، والأستاذ نجم الدين أربكان، وسمح هذا التنوع بين الأسلوب الأكاديمي والأسلوب الدعوي، بالتلاقي في مناقشة فكرة الإعلام والمجتمع، و نجد أن الشيخ محمد الغزالي قد شارك مع د. نصير بوعلي في مناقشة التوصيات الخاصة بالجانب الإعلامي، ويرى الشيخ محمد الغزالي رحمه الله، "أن ترك الأطفال يتعرضون للمحتويات الإعلامية الخاصة " بالعنف والجنس " دون رعاية الأولياء يعد بمثابة إثم بين"¹.

وعليه فالبحث الراهن يهدف إلى:

- معرفة أهم التغيرات والتأثيرات الاجتماعية والنمط الثقافي على مستوى لعب الطفل.
 - معرفة أثر المنتج الجديد على أساليب تنشئة الوالدين.
 - البحث عن مضمون الهوية في المنتج الجديد للألعاب.
 - ✓ ومن خلال ما سبق يمكن معالجة الموضوع من خلال طرح الإشكالية التالية:
- " هل هناك علاقة بين إعلانات برامج الأطفال للألعاب والثقافة الاستهلاكية للوالدية ؟

1- تحديد المفاهيم:

1-1 التنشئة الاجتماعية (تنشئة الوالدين):

يعرفها غي روشي **Guy Rocher** على أنها: "المسار الذي من خلاله يتعلم الفرد ويستنبط طوال حياته العناصر الاجتماعية والثقافية لوسطه، ويدمجها في بنية شخصيته تحت تأثير التجارب والعوامل الاجتماعية المفسرة لها، ومن هذا يتكيف الفرد مع محيطه الاجتماعي"².

وتعرفها مارغريت ميد على أنها: "العملية الثقافية والطريقة التي يتحول فيها كل طفل حديث الولادة إلى عضو كامل في مجتمع بشري معين"³.

ويعرفها روبين مكرون **Robin Mecron** أنها: "عملية تعلم اجتماعي يتعلم فيها الفرد عن طريق التفاعل الاجتماعي أدواره الاجتماعية، ويتمثل ويكتسب المعايير الاجتماعية واتجاهاته النفسية ويتعلم السلوك الاجتماعي الذي يرتضيه المجتمع"⁴.

وأيضاً هي: "عملية إدماج الطفل في الإطار الثقافي العام عن طريق إدخال التراث الثقافي وتوريثه إياه معتمدة على تعلمه لنماذج السلوك الاجتماعي المختلفة وغرس معتقدات المجتمع التي تصبح إحدى مكونات شخصيته".
وتعرف أيضاً على أنها: "وسيلة أساسية في غرس القيم والعادات الاجتماعية وهي لا تسير بطريقة عشوائية، وإنما وفق معايير معينة تتفق عليها الجماعة ويقرها المجتمع لأنها وسيلة من وسائل الحفاظ على استمرارية معالم المجتمع وتراثه الحضاري والفكري"⁵.

هي: "العملية التي يهتم فيها الوالدين باحترام خصوصيات الطفولة المبكرة وحاجته للعب لنقل القيم والمعايير الاجتماعية وبأسلوب تربوية متنوعة.

2-1 برامج إعلانات الأطفال:

كمفهوم إجرائي لإعلانات الأطفال: "هو كل ما توفره القنوات الفضائية للأطفال من مادة إعلامية تهتم بالمنتجات واحتياجات الطفولة من سلع وتقديمها بأساليب مدروسة وفق الخصوصية النفسية الاجتماعية للطفل، كاستغلال عملية المحاكاة والتقليد لتوجيه الطابع الاستهلاكي لدى شريحة الأطفال".

3-1 الثقافة الاستهلاكية:

كمفهوم إجرائي للثقافة الاستهلاكية: "يمكن أن يعرف على أنه المنطلق العملي والجمالي والأخلاقي في ممارسات المستهلك وفق مادية ولا مادية السلعة من طرف الوالدين"

4-1 اللعب (الألعاب):

اللعب من خلال مصطلحات العلوم الإنسانية والاجتماعية: "هو اشتراك الفرد في نشاط رياضي أو ترويحي، وقد يكون حراً ناتج عن واقع طبيعي أو منظماً تحكمه قوانين وأنظمة معترف بها.

يرى جون بياجيه أن اللعب هو: "تعبير عن تطور الأطفال ومتطلب أساسي مرتبط بمراحل النمو العقلي والأخلاقي عند الطفل، ويقوم على عمليتين أساسيتين هي عملية التمثل **Assimilation**، وعملية المواءمة **Accommodation**، وترتبط عملية النمو العقلي ارتباطاً وثيقاً بالنشاط المستمر لهاتين العمليتين" كذلك ينظر

للعب على أنه: " التمثل الخاص الذي يحول المعلومات المستجدة الواردة لتناسب مع حاجات الفرد ومتطلباته ، بحيث تصبح هذه المعلومات جزء من البيئة المعرفية للفرد"⁶.

تعرفه ميلر (1974): " بأنه سلوك منطوي، على تناقض ظاهري، فهو استكشاف لما هو مألوف، ومرآه على ما أصبح تحت سيطرتنا بالفعل، وعدوان ودي، وسلوك اجتماعي غير محدد بنشاط نوعي مشترك أو بناء اجتماعي"⁷. وهذا التعريف يدعو إلى ضرورة فهم الطفل أثناء اللعب قبل الحكم عليه.

اللعب نشاط يقبل عليه الأطفال بحماسة و تلقائيا وقد اعتبره التربويون أحد عوامل نمو الطفل في الجانب الحسي والجسمي والعقلي والاجتماعي، فمن خلاله يمكن إيصال المفاهيم والمعلومات وتطوير المهارات ونقل الثقافة، و باستغلاله في عملية التنشئة الاجتماعية للطفل نساهم في تكوين هويته الثقافية فاللعب محور حياة الطفل في مراحل نموه الأولى⁸.

إذن هو نشاط حر وخاص قد يكون حركي أو ذهني ولكنه لغاية الاستمتاع.

2- علاقة بين إعلانات برامج الأطفال للألعاب والثقافة الاستهلاكية:

1-2 قيم مشاهدة الوالدين وعملية التنشئة الاجتماعية

إن تغير أساليب التنشئة الاجتماعية للوالدين تعكس محاولة تحقيق التكيف مع التغير الحاصل في أنساق المجتمع المختلفة، حيث تلعب هذه الأنساق دورا هاما في تعديل هذه الأساليب، فالعوامل الاقتصادية، والسياسية والدينية والاجتماعية، أثرت في عملية التنشئة الاجتماعية، لذلك نجد تباينا ظاهري في أنماط التنشئة الاجتماعية من مجتمع لآخر، وتغير قيم التنشئة الاجتماعية لتغير محتوى الأنماط الثقافية. إن التنشئة الاجتماعية هي عملية تعلم تعتمد على التلقين والمحاكاة للأنماط العقلية والعاطفية والأخلاقية عند الراشد والطفل، وهي عملية تهدف إلى إدماج عناصر الثقافة في نسق الشخصية، وتختلف هذه العملية الاجتماعية من حيث الوسائل المستخدمة في عرض معايير الثقافة.

إن الأهل وتحديد الوالدين قد تأثروا بالتطور العلمي والتكنولوجي الذي ميز هذا العصر، و من أبرز مظاهر التكنولوجيا الحديثة و التي تهتم بصياغة الرأي العام نجد وسائل الإعلام وأبرزها التلفاز و ذلك لما يحتويه من برامج، وتنوع للقنوات الفضائية، لقد أصبح له دور هام في التنشئة الاجتماعية والتأثير على الراشدين والأطفال، لأنه يلعب دورا محوريا في توجيه سلوك الأطفال والأفراد عموما، و ذلك بتأثيره على مضمون القيم الاجتماعية سواء بشكل المرغوبة أو غير مرغوب، لذلك هو قادر كأداة إعلامية على توجيه هذه القيم وتكوين أنماط ثقافية جديدة.

هناك جدال حول ما يبثه التلفزيون و حول ما يعرضه من مضامين، إن المعارضين للتلفزيون يرون بأن له مساوئ من النواحي الجسمية والخلقية والتربوية والاجتماعية، فبالنسبة للطفل يجسب بين أربعة جدران ويحرمه لفترة طويلة من الزمن عن الخروج للهواء الطلق، كما يشاهد فيه أفلام الجريمة والعنف والقتل والسرقة والجنس، و الطفل بالإضافة إلى ما يحدث لديه من انطباعات سيئة يكون مشاهدا مستقبلا وسلبيا، لا يقوم بأي نشاط إيجابي ولا يكتسب خبرات اجتماعية مثلما يكتسبها باللعب مع أقرانه.

إن القيم تشكل رموزاً ثقافية تحدد ما هو مرغوب وما هو مرغوب عنه، و تلعب دور المحددات التي توجه السلوك وتدعم الاتجاهات في مختلف المواقف التي يتفاعل فيها الأفراد داخل المجتمع، وتعتبر القيم من الروافد الأساسية لأنها تنحدر من الموروث الثقافي للأجداد لتنظيم الواقع الاجتماعي، كما أنها تنبع من التفاعل الاجتماعي الذي يحدث بين مجموعة الأفراد في المجتمع الذي ينتج عنه تنظيم وترتيب للقيم في مستويات مختلفة داخل نسق القيم حسب أولويتها وأهميتها.

إن المادة المشاهدة في التلفزيون من طرف الوالدين تختلف عادة بين الجنسين الأم والأب كما أنها تتأثر من ناحية أخرى بالمستوى التعليمي، فمن خلال ما يفضله الوالدين في المشاهدة يتم نقل نوع من الثقافة للطفل في الاختيار والغربة لما يعرض في التلفاز، لذلك على الوالدين أن يحسنا انتقاء برامجهما إذا أرادا أن يساعدوا الطفل على تعلم الانتقاء، وأن يوجهوا للبرامج الإيجابية فيساعدانه على اكتساب مؤشرات الانتقاء والاختيار للبرامج لكي لا يقع في تناقض مع القيم التي يحملها الوالدين، والتي يعملان على تنشئة الطفل عليها، لأنه كثير السؤال فهي من أهم خصوصيات الطفولة المبكرة.

إن المادة المشاهدة في البرنامج مهمة من ناحية المضمون الذي تقدمه لأنها تعكس شخصية وقيم الوالدين كقدوة ونموذج مثالي للطفل، وإن التطور الذي حصل على مستوى الإنتاج للعبة، سواء كما أو كيفاً له تأثير على مستقبل الطفل وشخصيته، فالألعاب بمختلف أنواعها لها تأثير على تفكير الطفل ومدركاته وتحديد ميوله، لذلك فإن الكثير من الأولياء (آباء وأمهات) يدركون قيمة اللعبة خلال التنشئة الاجتماعية لأطفالهم، باعتبارها أحد الوسائط أو الوسائل التربوية والتي لا غنى عنها، وهذا الأمر مطمئن من جهة لأن الآباء أصبح يملكون بعضاً من الوعي بأهمية اللعب واللعبة كوسائل تثقيفية واجتماعية ونفسية في حياة ومستقبل أبنائهم.

2-2 الغزو الفكري والفضائيات الكارتونية :

لقد أشاد لويس دولو بدور التلفزيون كوسيلة جماهيرية بإمكانياته في تحقيق مبدأ التسلية و التثقيف في المنزل ذاته ، و على نحو متزايد ، و لكن هذا التقدم يهدد الحياة الأسرية من جهة ، و يحقق تبادلات ثقافية، و أبرز ما نجده منظومة الإنتاج الصناعي المعروفة، فلا يكاد مجتمع الاستهلاك يقدر على تجاوزها، لذلك لها آثار فكرية تماماً كغزوها للسوق⁹.

لذلك يرى الان وناثالي أن ثقافة الترفيه تعددت خياراتها بوسائل الإعلام أبرزها التلفزيون، لذلك نكتشف بأن قضاء وقت الفراغ لم يعد له المعنى المعهود، بل أصبح عبارة عن جلوس على الأريكة، و لساعات طويلة بدون انتظام في مشاهدة التلفزيون و على مستوى كل الطبقات الاجتماعية، لتشرب الثقافات المتعددة التي تحملها برامجها المعروفة.

إن هناك الكثير من المخاوف حول التطور التكنولوجي الحاصل خاصة في استخداماتها، كاستغلال التلفاز مثلاً، و أبرز هذه المخاوف هو ظهور أجيال يتمتعون بالعقلية نفسها و يتبعون طريقة التفكير نفسها و يتعاملون بالوسائل التكنولوجية بطريقة أفضل و أيسر و أسهل من تعاملهم مع بعضهم البعض¹⁰.

كما تم وصف هذا الجيل الجديد " بأبناء الغد " حيث تدخل أساليب التكنولوجيا في تشكيل أنماط التفكير و التحكم في العواطف و المشاعر... ما يؤدي إلى خطورة القضاء على الفروق و الخصائص الفردية التي تميز أعضاء المجتمع عن بعضهم فهو العنصر الذي يضي معنى على الحياة الاجتماعية¹¹.

يرى بنجمان يورك أن على الوالدين عدم السماح للطفل بمشاهدة البرامج المقدمة في التلفاز لأنها في غالبيتها عنيفة حتى الرسوم المتحركة، و أن ساعات المشاهدة يجب ضبطها و تنظيمها في سياق الواجبات الأخرى المفروضة على الطفل ذلك لأن عدم وجود رقابة على ساعات المشاهدة أفقدت الطفل آداب السلوك و الآداب العامة للأكل و العلاقات الاجتماعية¹²

و لكن الجدل القائم ليس في هذه المعادلة إنما فيما تحمله هذه الوسائل من مضامين و الأثر البالغ الذي تحدثه على بنيات المؤسسات ، الثقافية في المجتمع.

إن الإشكاليات الاجتماعية و الحضارية التي طرحتها وسائل الإعلام الجماهيرية في الغرب ليست نفس الإشكالات التي طرحتها هذه الوسائل في العالم الثالث. فأثر وسائل الإعلام و النمو الاقتصادي الاجتماعي. يتوقف على مدى مقرة مؤسسات المجتمع على إحداث تغييرات في القيم و المفاهيم و طرائق التفكير و تمثل وسائل الإعلام تحديا لتلفاز مكانة متميزة في هذا الجدل ذلك أنها وسيلة تكنولوجية من جهة و من جهة أخرى يمكن تغيير التقاليد و يبدو أن هناك ثلاث عوامل حضارية صاحبت بروز و نمو وسائل الإعلام في الغرب خاصة التلفزيون الفضائي¹³:

- أولاً: العامل التجاري: و الذي واكب المقولة الأمريكية : " الوقت هو المثل " و من خلال هذا ظهرت الدراسات التي ركزت على معاينة توجهات الجمهور من حيث الدخل و الأذواق و الأنماط الاستهلاكية و تحولت وسائل الإعلام في حد ذاتها إلى مؤسسات تجارية.

- ثانياً: العامل الأخلاقي: فهناك تخوف من محتويات برامج التلفزيون على البنيات الثقافية و التقاليد و السلوكيات خاصة بها يتعلق بحضور العنف و الجنس في مختلف رسائل البرامج.

- ثالثاً: العامل الدعائي و الإيديولوجي: و هو الاهتمام بالرسائل الدعائية و الإيديولوجية ضمن الرسالة الإعلامية و من هنا ظهرت دراسات تحليل المحتوى لمحاولة تحديد التقنيات و الدعائية .

كما نجد محاولات سياسة الحكومة الأمريكية للحد من العنف المقدم خاصة في برامج الأطفال و ذلك فيما فرضته على أصحاب دور النشر و الكتب و المجالات و الرسوم المتحركة الموجهة للأطفال .

أما تأثيرات الإعلام كالتلفاز في العالم الثالث فقد نجحت في إنشاء مجتمع استهلاكي سواء مادة البرامج أو ترويج بضاعات ذات طابع تجاري المرتبطة بالإنتاج الرأسمالي المريح.

إن قدرة الوالدين عن المراقبة الفردية و الجماعية تراجعت مما يدل على أن دوافع العيش المشترك أي بالنسبة لشبكة العلاقات الاجتماعية فقدت أهميتها.

يقول مالك بن نبي : " عندما تنمعي النماذج المثالية حينئذ لا تسمع أبداً لهجة الروح في تناغم اللحن ، فالأفكار الموضوعية لا يعود لها جذور في الغلاف الثقافي الأساسي نظمت هي بدورها ، ثم لم تعد تستطيع أن تعبر عن شيء، و المجتمع الذي يصل إلى هذه الدرجة يتفتت " ، و تأخذ المسألة شكلاً من أشكال الخيانة للأفكار المطبوعة التي بني

علمها المجتمع مجد أفكاره الموضوعة " من هنا تستطيع فهم الدور السلبي للأفكار و من خلاله يمكن فهم مدى تأثيرها على شبكة العلاقات الاجتماعية كعلاقة (والدين / طفل) أو (برنامج أطفال / تنشئة طفل).
إن ثورة الأفكار لم تجد أولم تكن كافية لدفع مسيرة الحضارة , لأنها وجدت نفسها في ظل شروط اجتماعية سيئة جعلتها مركونة في إحدى زوايا التاريخ , فغدت كما يسميها بن نبي - أفكار ميتة -¹⁴
من كل ما سبق إن وسائل الإعلام التلفزيوني تحديدًا كأداة من أدوات التنشئة الاجتماعية و الذي عجز الوالدين عن مراقبته. لم يساهم في ترسيخ ثمرات و إبداعات الأسلاف, و حضارتهم, و مخترعاتهم العلمية و اكتشافاتهم, فلم يحرص الوالدين كفاعلين اجتماعيين و وسائل الإعلام على تلقين الأبناء تراثهم , و تقلباته التاريخية و انتقاء عناصر التراث الفكري و الثقافي , الذي يمكن تقديمه للأجيال تحقيقًا للوحدة الجغرافية و التاريخية و للعلاقات الاجتماعية.

و بما أن الطفل ينشأ بالقدوة كواحدة من أهم أساليب التنشئة الاجتماعية , يمكن القول في هذه الحالة بناء لما قدمه بن نبي أن الأفكار المطبوعة , الموضوعة هي التي تساعد في تحقيق هذا الأسلوب , و هو الأخذ بشخصيات الأسلاف و روايات الأولين عن فاعلية . هذا السلف في تقديم التوجيهات خاصة النبوية (ص) .
فالوالدين هما المسؤولان على عملية تنشئة الأبناء و ذلك بتنمية مداركه و توجيهه للعلوم و الثقافات المفيدة .
و بما أن التلفاز قد سحب هذه المسؤولية من يدي الوالدين و ألصق بهما صفة السلبية اتجاه المضامين التي يقدمها , فان القدوة أو النموذج البطل الذي تعكسه برامج التلفزيون في برامج الأطفال ليست بنفس المعايير التي تطالب بها التنشئة السلمية , لأن الأطفال لا يأخذون نصيبهم من الطفولة , فالفضائيات تحمل أحلاما ملونة لعالم غاية في الحرية و الانفتاح و هذا يشعرنا بالحجز في مقاومة القيم الجديدة , و لذلك على الوالدين وضع سياسة حازمة لمواجهة برامج التلفاز و تحسن استخدامه . لأن هذا الجهاز هو جزء من حياة الطفل , فعلى الوالدين أن تجعل ساعات المشاهدة مفيدة و ابعاده عن المشاهد العنيفة كما علقنا سابقًا لأنها تصاحب الطفل أثناء نومه فهو لا يزل يفرق بين الواقع و الخيال بعد .

يقول الفنان بهجت عثمان : " عندما دخلت مجال الأطفال أفزعني صورة الرجل الأبيض , صورة سوبرمان الذي يقوم بعمل الخوارق هذه الشخصية غريبة على مجتمعاتنا لذا كان من أهم ما قمت به كيف يكون لنا سوبرمان عربي فكانت شخصية ابن بطوطة التي رسمتها للأطفال فهذا الرحالة العربي الذي يفوق الأوروبي و الأمريكي و الذي ظهر قبل اختراع الطائرة والعربة البخارية و كيف وصل من المغرب إلى الصين و طاف العالم من الغرب إلى الشرق ... ابن بطوطة هو الإنسان سوبرمان بمعنى الكلمة"¹⁵.

يؤكد عبد الوهاب المسيري بان الأفلام ووسائل الإعلام الأمريكي تصور الإنسان كما لو كان إنسانا جسمانيا يعيش جسدي المادي و حسب , و ذلك كما يصوره دعاة السوق الحر , إنسانا اقتصاديا تحركه الدوافع الاقتصادية تحركه الدوافع الاقتصادية , فيحاول الرجل الأمريكي أن يكون هو أحد ملوك الإغراء¹⁶ لذلك من الغباء النظر بسطحية لرياضة كمال الأجسام , و دخول الرجال لعالم الموضة و عرض الأزياء كوظيفتين اهتمت أغلب الدراسات يربطها بجسد المرأة أو يناقش في الكثير من الدراسات حول " لغة الجسد "

إن أغلب الأفلام الكارتونية تنقل بحذافيرها من القنوات الأجنبية , و تحمل صورًا تؤثر في فكنا الطفل و أسلوب الحوار هو السبيل لتصحيح البناء الفكري للطفل و الذي يساعد على بث الثقة في شخصيته ما يساعد الوالدين على تصحيح و توجيه مشاهدات الطفل .

إن ما تقدمه كل من قناة Space toon و MBC3 من برامج الأطفال يحمل العديد من أوجه الغزو , فشعارهما و اسم كل من الفنانين أول رموز الغزو , و ذلك في استخدام اللغة الإنجليزية و جذبه إليها و تشويه اللغة العربية¹⁷ , كما أن للفتاتين العديد من البرامج ذات الشخصيات الوثنية و الخيالية التي تقدم للطفل في , وهي ذات ثقافة غربية على أطفالنا , و ليس لها علاقة بقيم المجتمع و عاداته.

في ظل غياب النسق القيمي في برامج الأطفال تتعرض في ثقافة الطفل العديد من أنماط الصراع سواء على مستوى مفهوم الهوية أو الشخصية القومية أو القيم, فوسائل الإعلام التلفزيون الفضائي تحديدا يستنسخ العديد من البرامج الأجنبية و هذا يساعد على التحكم في عملية التنشئة الاجتماعية و الفكرية للأطفال, عمر الطفل, و قدرته على استيعاب الأفكار و المعرفة بالتجربة الحسية الحركية.

يؤكد علماء الاجتماع أن الطفل قادر بعد الطفولة الأولى على تكوين ثقافته بسبب زيادة مرونة تفكيره , و تحرره من التمرکز حول الذات و زيادة قدرته على التحليل و الربط , كما يمكنه إكتساب الكثير من المفاهيم القيمة و السياسية و الدينية , التي لو قدمت له بطريقة متناسبة مع قدرته على التخيل , و مستواه العقلي و مخزونه اللغوي كما تفعل برامج الأطفال ذات المضمون الأجنبي خاصة الرسوم المتحركة فإنها تترك أثرأبديا في وعيه¹⁸.

إن الصغار أصبحوا مشاهدين دائمين ليس فقط لبرامج الأطفال و لكن أيضا للمسلسلات الدرامية المدبلجة بمختلف عناوينها , و هي ذات نماذج خطيرة المدى , تأثيرها على القيم , اكتساب الطفل صور الترف و الأزياء , و الموضة و تمرير قيم شاذة بتكرار قصص الانجذاب نحو أبطال المسلسلات الكرتونية , فالطفل صفحة نقية بيضاء , كما يقول المفكر الفلسفي التربوي أبو حامد ابن سينا , ووسائل الإعلام تشوه هذه الصفحة ببرامجها لهدف تجاري و فكري و لأهداف مستقبلية

3-2 القنوات الفضائية الأطفال و عالم اللعب:

تعتبر وسائل الإعلام و تحديد التلفزيون من بين أجهزة التنشئة الاجتماعية حيث تعمل كالمصدر أساسي للمعلومات لجمهور الأطفال في عمر الطفولة الأولى و الذين يستهلكون منتوجاتها و يستخدمونها, لذلك هناك علاقة بين ما يقوم به الوالدين من نشر للأفكار و القيم والاتجاهات و بين وسائل الإعلام.

تحدد علاقة الأسرة بوسائل الإعلام بدرجة التطور الذي بلغه المجتمع فمثلا في الدول الرأسمالية تخترق وسائل الإعلام جميع مجالات الحياة اليومية و تعتبر أساسية في نشاطات أوقات الفراغ و الترفيه, لذلك أصبح التلفزيون من أبرز الوسائل المنافسة للأسرة لجذب اهتمام الأطفال¹⁹.

وبخصوص الأطفال نجد أن هناك قلق من طرف الوالدين حول عدد الساعات الطويلة التي يقضيها الأطفال أمام شاشة التلفزيون , وتشير بعض الأبحاث و الدراسات التي أنجزت في هذا المجال إلى أن الأطفال يتأثرون في تنشئتهم بالصورة و الآراء التي تحملها وسائل الإعلام عن الواقع و يخضعون لعملية التماثل بالأشخاص و الاستدماج للقيم.

يعتقد الكثير من الآباء أن التلفزيون يعيق عملية التعليم بسبب الساعات الطويلة التي يقضيها الطفل أمام الشاشة الصغيرة، فهناك نوع من التنافس بين الأسرة و وسائل الإعلام لكسب ولاء الطفل ، وفي كثير من الأحيان عبر الأولياء عن هذا التنافس.

في ما لخصه احد الكتاب في انشغال الوالدين بقوله: "إن الآباء الجدد للأطفال هم وسائل الإعلام وتحديدًا التلفزيون²⁰ لأنها تؤثر في قيم و سلوكات واتجاهات الأطفال وقد تتعارض مع ما تلقنه الأسرة إلى أطفالها. لقد غزا التلفزيون المنازل لامتياز شاشته الصغيرة بوظائف إعلامية، وثقافية، وترفيهية، والجدائية، وشد الاهتمام نظرا لسيطرته على حاسني السمع والبصر في آن معا، كما ساهم دخول اللون أيضا في تعزيز هذه الجاذبية ، ما منح التلفزيون بعدا ووضوحا واقعيًا والأكثر تأثير في الإقناع.

أكدت دراسات أجريت في كل من إنجلترا وكندا وألمانيا وأمريكا ومصر شغف الأطفال بالتلفزيون، فهم يفضلونه على باقي الوسائل الإعلامية كالإذاعة، والسينما والصحافة المصورة ، وأيضًا القصص ، وهذا الميلهم إلى القصص المسلسلة المرئية ويترجم ولعهم بالشاشة لطول المدة التي يقضونها أمامها.

في السابق كان الأطفال ينامون وهم يصغون بولع شديد إلى حكايات الجدة والقصص التي تروها الأمهات أصبحوا في عصرها الحالي ينامون وهم يشاهدون برامج التلفزيون ويرى البعض أن الوالدين قد تنازلوا بطيب خاطر عن أدوارهما في التوجيه والتعليم والتربية لمصلحة التلفزيون²¹.

إن برامج التلفزيون بتنوعها وتغيرها تقدم الإثارة للأطفال وتوفر لهم ميدانا للهروب من المتطلبات اليومية، إلى علم الفكاهة والبريق والرومانسية، وتسمح للطفل بأن يتمثل العديد من الشخصيات البطولية التي يشاهدها، كما يعد الأطفال مستهلكون كبار للبرامج التلفزيون. و أدى اطلاق التوابع الصناعية عالميا وحادثة أجهزة البث، والتحسينات المستمرة في محطات الارسال إلى تعددية الاقنية أي الصحن اللاقطة وبالتالي إلى حرية في الاختيار والتنقل بين القنوات الفضائية وكأنه ينتقل في العالم من مكان إلى آخر

إن الشاشة الصغيرة تساهم في تنشئة الأطفال وحسب رائد نظرية التعلم الاجتماعي باندورا: " إنه بازياد استخدام نماذج رمزية كالتلفزيون فإن دور الوالدين والمدرسين والنماذج التقليدية الأخرى للأدوار سوف تحتل أهمية أقل في التعلم الاجتماعي ". لأن التلفزيون أصبح من أهم مصادر الخبرة والمعرفة في حياة الطفل حتى ساد الاعتقاد بأنه بمثابة أب ثالث.

تأخذ دراسة تأثير التلفزيون بشكل عام في الطفل بالاعتبار تأثيره في الجانب الانفعالي التي تقودنا بدورها إلى معرفة تأثيره في بعض أنواع السلوك المحبب وحتى غير المرغوب مثل السلبية والعنف، ويمكن تفسير آلية تأثير التلفزيون في سلوك الطفل من خلال الكيفية الإدراكية للمرئيات. فالطفل دون السادسة من العمر لا يدرك كل شيء تلفزيوني، بل يتابع الشاشة على أنها شيء مثير للاهتمام وألعوبة يصعب مفارقتها²².

إن مشاهدة طفل ما دون السادسة من العمر وعدم تمييز الدقيق بين ما هو خيالي وما هو واقعي تجعل من الأشياء الخيالية التي يعرضها التلفزيون عالما حقيقيا واقعيًا بالنسبة إليه، لذلك يصبح كل ما يشاهد وما يسمع جزءا من حياته الخاصة، فيأخذ بكل الآليات التي شاهدها على الشاشة خلال تمثله. والبأس شخصه الشخصية التي استرعت اهتمامه، عبر ما يمكن تسميته بالتوحد ، أي دمج نفسه في ذات الشخص الذي أثار اهتمامه وذلك انطلاقا من مستواه في الذكاء ومستواه الاجتماعي والثقافي، وكذلك طبيعة المناخ الذي يعيش فيه فكريا.

إن الثورة التكنولوجية وانتشارها السريع في العالم والمتمثلة في تطور وسائل الاتصال والقنوات الفضائية تأثير على عملية الاتصال بين الشعوب تربطها شبكة الاتصالات عبر الأقمار الصناعية، ما أدى إلى تنامي قوة الإعلام الفضائي. وزادت المنافسة بين القنوات لاستقطاب كل شرائح المجتمع من خلال ما تبثه من برامج، علمية، اجتماعية، ترفيهية، إيديولوجية²³.

لقد تحولت القنوات الفضائية إلى أداة للتأثير ومن أبرز الفئات الاجتماعية التي تساهم في التأثير عليها هم الأطفال بحيث تشكل شخصياتهم، وسلوكهم الاجتماعي، وهذه القنوات أصبح لها أهمية بالغة على مستوى جميع الأنساق الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، كما أصبحت الأطباق الفضائية ظاهرة اجتماعية لها أثارها الاجتماعية والثقافية، وذلك في التأثير الاجتماعي والتوجيهي الذي تلعبه القنوات الفضائية الخاصة ببرامج الأطفال والتأثير على قيمهم وسلوكياتهم وحتى مظهرهم الخارجي²⁴.

لقد وفرت القنوات الفضائية فرص التعرف على الأحداث العالمية، والتعرف على ثقافات المجتمعات الأخرى والتفاعل الثقافي، واستغلت في عوامة المنتجات، وإعلانات الأطفال في برامجهم التي تتخلل العرض في توزيع ساعي منظم تنقل أهم المنتجات والمواد الاستهلاكية للطفل وقد أوضحت دراسة نظرية التعلم لـ بندورا Bandura بأن عملية المحاكاة تلعب دورا هاما في اكتساب الأطفال لعدد من القيم الاجتماعية والقيام بتقليد النماذج المعروضة في البرامج المقدمة في القنوات الفضائية الخاصة بالأطفال والتي تتضمن مؤثرات خارجية عبر قنوات فضائية من مجتمعات تختلف موروثاتها في الدين والقيم والعادات عن المجتمع الجزائري.

لقد تغير الروتين اليومي لطفل ثلاث سنوات بواسطة السماح للتلفزيون كوسيلة معاونة في تربية الطفل، وأصبح يقضي من ساعتين إلى أربعة إلى سبع ساعات من يومه في نشاط لا هو بالنوم ولا هو باللعب، نشاط يتسم بتشرب غريب للمواد المرئية والسمعية المصحوبة بسلوكيات غير مألوفة بين الأطفال الصغار، كالكسوت والخمول، والسلبية العقلية²⁵.

إن من الطبيعي أن أي تطور جديد له أثر في تغيير المجتمع مرشح للتأثير في حياة الأطفال الصغار، كما تؤثر أساليب تربية الآباء لأطفالهم الصغار ما ينتج عنه تغيرات في جيل بكامله. أبرز هذه التغيرات هي علاقات الآباء والأطفال وذلك في تنمية الأطفال، فالتلفزيون بقنواته الفضائية الخاصة بالأطفال، أنتج ما يعرف بجيل التلفزيون La génération de télévision وهو يختلف عن الأجيال السابقة من حيث الجوانب المرتبطة بتجارب مشاهدته للقنوات الفضائية في عمر مبكرة²⁶.

4-2 العوالم الثلاث وإعلانات الأطفال:

بعد الساعات الطويلة التي يقضيها الأطفال أمام شاشة التلفزيون، مصدر قلق للأولياء، تشير الأبحاث التي أنجزت في علاقة الإعلام بالتنشئة الاجتماعية إلى أن الأطفال يتأثرون في تنشئتهم بالصور والآراء التي تحملها وسائل الإعلام – الإعلانات كواحدة من برامج هذه الوسائل- عن الواقع ويخضعون لعملية التماثل بالأشخاص والاستدماج للقيم²⁷.

هناك تنافس بين الأسرة والتلفزيون من أجل كسب ولاء الأطفال، فقد أكد بعض النقاد والمهتمين بتأثيرات وسائل الإعلام على قيم الأطفال ودور الوالدين في عملية التنشئة الاجتماعية على آثار تطور الإشهار في وسائل الإعلام أهمها التلفزيون، والتي أصبحت تنشر ثقافة النزعة الاستهلاكية وان هناك اهتزاز في منظومة القيم²⁸. إن معرفة الآليات الفكرية، و نمو فكر الطفل المميز بحسب سنه أمر بالغ الأهمية، فعملية تغذية فضول الطفل ورغبته الاستكشاف وتأقلمه مع محيطه مرتبط بالقيم السائدة حوله. ففي السنة الأولى والثانية من حياته يكتسب حكما بالحواس والجسم ويكتشف العالم بالأدوات التي أعطيت له. كما يكتسب عادات، وإمكانية التعرف على الأشياء والأشخاص وأساليب التعامل، أما المرحلة الثانية هي المرحلة التمهيدية التي تلازم الطفل إلى سن السادسة أو السابعة والتي يركز فيها على تقليد الآخرين ويجسد ما يعيشه من خلال ألعاب رمزية ويتعلم عن طريق المراقبة والتقليد ويكون خياله واسع جدا لكنه لا يفرق كثيرا بين العالم الواقعي والعالم الخيالي²⁹. وهذا مهم جدا في فهم تفاعل الطفل مع الإعلانات.

يرى مالك بن نبي أن الطفل يتدرج في عوالم ثلاث، عالم الأشياء وعالم الأشخاص وعالم الأفكار، وهذه الأفكار هي وسيلة اندماج الفرد في مجتمعه وتعايش فيه العوالم الثلاث جنبا إلى جنب وتتفوق إحداها على الأخرى وفق نمط الثقافة، فالفرد يدفع ضريبة اندماجه الاجتماعي وكلما كان المجتمع مختلا في نموه ارتفعت قيمة الضريبة³⁰. إن الطفل إنسان منعزل في طريقه إلى الاندماج، ولا بد له أن يمر بهذه السياقات، لكي يحقق اندماجه المناسب والوالدين يساعده في ذلك، هذه المساعدة الاجتماعية، يجب أن تعمل لاستكمال عملية اندماجه، فهو عندما يولد يبدأ في البداية بشعور حوله بعالم الأشياء، ممثلا في يديه، أصابعه والمصباح المتدلي، وهو في هذه المرحلة ليس لديه إدراك لعالم الأشخاص³¹.

وشيئا فشيئا يكتسب خبرة عالم الأشياء ويبدأ بصره بالتعرف على الوجوه، أمه أولا وأبوه ووجه إخوته وأخواته، وهذه الوجوه جميعا تبدأ في أن تشكل من حوله عالم الأشخاص ثم يبدأ في اكتشاف عالم الأفكار لذلك اطراد اندماج الطفل في المجتمع يشتمل على أعمار ثلاث :
أولا: العمر الذي يكتشف فيه تلاقيا عالم الأشياء.
ثانيا: العمر الذي يكتشف فيه تدريجيا عالم الأشخاص.

ثالثا: العمر الذي يكتشف فيه أخيرا عالم الأفكار، وهذا العمر الأخير هو الذي سيتم تناوله بالتحليل.
إن اكتشاف الأشياء عند الطفل إنما يتم بامتلاكها، غير أن امتلاكه لعالم الأشخاص يتم بمقدار ما يرتبط بها العلاقات عاطفية ثم اجتماعية والأمر نفسه في دخوله عالم الأفكار إذ يبدأ من اللحظة التي يتمكن فيها من تكوين روابط شخصية مع مفاهيم تجريدية³².

عندما يعبر الطفل عالم الأفكار يضع قدميه في محيط ثقافي وأحيانا في أنظمة إيديولوجية، كما أن للأفكار أثرا حيويا حتى من حيث المظهر، والمجتمع المتخلف ليس موسوما حتما بنقص في الوسائل المادية (الأشياء) وإنما بافتقار للأفكار، يتجلى بصفة خاصة في طريقة استخدامه للوسائل المتوفرة لديه، بقدر متفاوت من الفاعلية³³.
إن مقارنة العوالم الثلاث التي طرحها مالك بن نبي، للطفل اتسمت بشيء كبير من التوضيح للمراحل التي طرحها جان بياجيه J.piajet في مراحل النمو لدى الطفل من ولادته حتى سن السادسة، وقد تم تطرق إلى هذه العوالم الثلاث لأنها تشرح بشكل وافي أسباب تأثر الطفل بالمواد المقدمة في عالم التلفزيون.

إن التعرض للمواد الإعلامية وبرامج الأطفال وإعلانات برامج الأطفال تحديدا يعني مجمل الوقت الذي يقضيه الطفل في استهلاك محتوياتها، ودرجة قرب هذا المحتوى من الواقع وابتعاده عن الخيال، ودرجة تورط الطفل في استهلاكه لمحتويات الإعلانات، ونشير هنا إلى مدى إشباع الدوافع والحاجات سواء كانت معرفية أو وجدانية والتي لا يستطيع جمهور الأطفال إشباعها بالوسائل الطبيعية، فيلجئون إلى إشباعها بالطرق البديلة³⁴، لذلك يمكن أن تكون نتائج التعرض للمادة الإعلانية ايجابية، كأن يرتبط مواضيعها بالجانب المعرفي، كالمسابقات الثقافية، واللقاءات الإعلامية نذكر منها ما كان يبث في قناة جيم لمسابقة تيجان النور لحفظ القرآن، والأسئلة التثقيفية المقدمة في برامج إعلاناتها، كما يمكن أن تكون العواقب سلبية والتي تدفع الطفل لان يكون مجرد مستهلك تستغل فيه خصوصياته العمرية كما يقول مالك بن نبي امتلاكه لعالم الأشياء.

خاتمة:

إن التغير الحاصل على مستوى المجالات الاجتماعية، الثقافية والسياسية أثرت على أساليب التنشئة عند الوالدين، فاللعبة يعتبر رمزا من الرموز الثقافية له دلالاته الاجتماعية وخصوصياته والتي تأثرت بعامل الزمان والمكان وهو من المظاهر الاجتماعية التي نستطيع أن نفسر بها واقع عملية التنشئة باللعب لدى الوالدين لطفل المرحلة الأولى، ونستطيع من خلاله أن نعكس الهوية الاجتماعية وأن نساعد الطفل على اكتساب شخصيته وفقا للهوية الثقافية الخاصة بالمجتمع

لقد أصبح اللعب يحمل مضامين جديدة ودلالات اجتماعية أخرى تعكس ثقافة الآخر وترسخ قيمه وتساعد على إنتاج المجتمع المعولم دون اللجوء إلى الأساليب التقليدية، وبما أن ساحات المعارك تغيرت والفئة المستهدفة أيضا تغيرت ننظر إلى ما يتم إنتاجه واستغلاله من ألعاب في مختلف مؤسسات التنشئة الأسرة أولا ثم الروضة في مرحلة الطفولة الأولى التي تتميز بالتقليد والمحاكاة تعمل على إنتاج الطفل المعولم الذي لن يحتاج إلى أي مجهود ليكون تابعا وراضخا لقوانين الأقوى.

- الهوامش:

¹ عبد الرحمان عزي، نصير بوعلی، حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، دار الورسم، الجزائر، 2010، ص 85.

² Guy Rocher : introduction à la sociologie générale de l'action social. Paris .1968.P123 .

³ سامية الساعاتي، الثقافة والشخصية، دار النهضة، ب ط، بيروت، 1983، ص 127.

⁴ محمود يوسف الشيخ، دراسات في الأصول الثقافية و الاجتماعية للتربية، ب ط، دار النهضة، القاهرة، 2005، ص 145.

⁵ إحسان محمد الحسن، علم اجتماع العائلة، ط 2، دار وائل الورق 2009، ص 204.

⁶ محمد أحمد صوالحة، علم النفس للعب، ط 1، دار المسيرة، الأردن، 2004، ص 31.

⁷ نفس المرجع، ص 34.

⁸ نجلاء نصير بشور وآخرون، الطفل في الوطن العربي (واقع واحتياجات)، سلسلة كتب المستقبل العربي (62)، ط 1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2011، ص 255.

⁹ لويس دوللو، الثقافة الفردية وثقافة الجمهور، ترجمة: عادل العوا، سلسلة زدني علما، ط 2، منشورات عويدات، بيروت، لبنان، ص 119، 120.

- ¹⁰ Alain le diberder , Nathalie ,coste-cerdon : la télévision ,collection reppères ,édition la decouverte ,Paris,1986,P 112-113.
- ¹¹ أحمد أبو زيد: المعرفة وصناعة المستقبل ،كتاب العربي ، العدد 21،مجلة العربي، الكويت ،2005، ص،ص.139،140.
- ¹² Ben Jamin Spockcomment soigner et éduquer son enfant, presses de marbout,Belgique,P342-343.
- ¹³ أحمد أبو زيد ، المرجع السابق ،ص،ص470،471.
- ¹⁴ فاطمة الزهراء سعيداني، مكانة شبكة العلاقات الاجتماعية في البناء الحضاري ،ط1، المناهج بحوث ودراسات ،الجزائر، 2014، ص-ص. 75-77.
- ¹⁵ صلاح بيكار، رائد رسوم الأطفال ،في ثقافة الطفل العربي، ط1، كتاب العربي، الكويت، 2002، ص150.
- ¹⁶ عبد الوهاب المسيري، الثقافة و المنهج ، ط1 ، دار الفكر، دمشق ، سوريا ، 2009 ، ص128.
- ¹⁷ علي عبد الفتاح علي، الاعلام والتنشئة الاجتماعية، ب ط، دار الأيام ،عمان ،الأردن ،2015، ص231.
- ¹⁸ نفس المرجع ،ص،ص.32،33.
- ¹⁹ عبد الرحمان عزي والسعيد بومعيزة، الإعلام والمجتمع ،رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية الإسلامية ، ب ط، دار الورسم ،الجزائر ،2010، ص375.
- ²⁰ نفس المرجع ،ص376.
- ²¹ محمد خليل الرفاعي، التلفزيون والطفل ، الطفل في الوطن العربي ، واقع واحتياجات، ط1 ، مركز دراسات الوحدة العربية ،لبنان ، 2011، ص274.
- ²² نفس المرجع ،ص،ص276،275.
- ²³ علي عبد الفتاح علي ، مرجع سابق ، ص94.
- ²⁴ نفس المرجع ،ص96.
- ²⁵ ماري وين ، الأطفال والادمان التلفزيوني ،ترجمة: عبد الفتاح صبيحي ،سلسلة عالم المعرفة ،العدد (247).المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب ، الكويت ،1999، ص145.
- ²⁶ نفس المرجع ،ص146.
- ²⁷ عبد الرحمان عزي ،السعيد بومعيزة ، مرجع سابق ص376.
- ²⁸ نفس المرجع ،ص382.
- ²⁹ آن باكوس، كريستيان رومان، 150 طريقة لتنمية ذكاء الطفل ،من عمر يوم واحد إلى عمر 6 سنوات ،ترجمة: فاديا عبدوش ، ب ط دار الفراسة ،بيروت ،لبنان ،2001، ص،ص.14،13.
- ³⁰ مالك بن نبي، مشكلة الأفكار في العالم الاسلامي ،ط2، دار الفكر المعاصر، دار الفكر لبنان ،سورية ،2002، ص26.
- ³¹ نفس المرجع ،ص-ص. 27-30.
- ³² نفس المرجع ،ص31.
- ³³ نفس المرجع ،ص36.
- ³⁴ عبد الرحمن عزي ، السعيد بومعيزة ، الاعلام والمجتمع ، المرجع السابق ص68.