

قراءة تحليلية للمحتوى الإعلامي المخصص للأطفال (قناة MBC3 و CN بالعربي) أنموذج.

Analytical reading of media content intended for children, (MBC 3 and CN channel in Arabic), as a model.

سويدي عبد الحميد

¹ جامعة الجلفة (الجزائر)، hamidsouissi@gmail.com

تاريخ القبول: 2025/05/05

تاريخ الإستلام: 2024/01/08

ملخص:

إنّ حماية الطفل مسؤولية جماعية، من الدولة إلى الأسرة إلى وسائل الإعلام و غيرها، غير أن وسائل الإعلام صارت علاقتها بالطفل أكبر؛ لذلك من الضروري معرفة ما هو موجود في المحتوى الإعلامي المقدم للأطفال عبر القنوات التليفزيونية، فكانت هذه الدراسة حول ذلك من خلال قناة MBC3 و CN بالعربي كأنموذج؛ فبينت لنا النتائج بأنه توجد هوة كبيرة بين المحتوى المقدم و الخصوصية الثقافية و الاجتماعية للمجتمعات العربية حيث أن جل المحتوى مستورد، ولا علاقة له بمعتقداتنا و قيمنا بل عكس ذلك يروج و ينشر الجنس و الشذوذ و الإلحاد و السحر؛ ومنه فبناء منظومة قيم و منظومة إعلامية تتوافق مع قيمنا و معتقداتنا أصبح مطلب و مشروع مجتمعي.

الكلمات المفتاحية: الطفل؛ المحتوى الإعلامي؛ المخصص للأطفال؛ منظومة القيم؛ المنظومة الإعلامية.

Abstract:

Child protection is a collective responsibility from the state to the family to the media and others. However, the media's relationship with the child has become greater, so it is necessary to know what is present in the media content provided to children. This study was about that through the MBC 3 and CN channels in Arabic as a model, so it showed We have the results that there is a large gap between the content provided and the cultural and social specificity of Arab societies, as most of the content provided is imported and has no relation to our beliefs and values. On the contrary, it promotes and spreads sex, perversion, atheism and magic, and from this, building a media system that is compatible with our values and beliefs has become a demand. It is a necessity and a community project.

Keywords: child; media content; desinged for children; value system; media system;

1. مقدمة

تعتبر مرحلة الطفولة و السنوات الأولى في حياة الإنسان بمثابة الأساس الذي يُبنى عليه مستقبل الطفل، وعليه يجب أن نعرف كيف يكون هذا الأساس وأن نعمل جميعاً على البناء السليم و الصحيح لهذا الأساس، وهذه مسؤولية الجميع من أسرة و مدرسة و إعلام و حكومة و غيرها من مؤسسات التنشئة الاجتماعية؛ زد على ذلك ما فرض علينا في هذا العصر من تحديات كبيرة كمجتمع و كمؤسسات من الانتشار الكبير لوسائل تكنولوجيا الإعلام و الاتصال متنوعة و متعددة مثل القنوات التلفزيونية الفضائية و الانترنت و الوسائط الاجتماعية الشبكية، محت معها كل الحدود الثقافية.

إن المحتوى الإعلامي و ما تقدمه القنوات التلفزيونية الموجهة لفئة الاطفال حتى سن 15 سنة يتطلب جهد كبير من ناحية الإعداد و المحتوى و الأهم في هذا هو معرفة من يقوم بإعداد هذا المحتوى، و في عالمنا العربي انتشرت الكثير من هذه القنوات التلفزيونية المعنية بالأطفال ذات الطابع العمومي و أخرى ذات الطابع الخاص الربحي التجاري، ومن بين هذه القنوات المنتشرة والتي يتابعها الكثير من الأطفال نجد قناتي (MBC3 وCN بالعربي) اللتان تبثان على القمر الصناعي النيل سات.

جاءت هذه الدراسة لتبين طبيعة المحتوى الإعلامي الموجود في هاتين القناتين ونقصد بطبيعة هذه المحتوى هو الرسائل التي تريد هذه القنوات نشرها و القيم التي تريد ترسيخها لدى أبنائنا وعليه تمّ التركيز على مجموعة من المؤشرات ذات البعد القيمي و الأخلاقي مثل (السحر، الجنس و الشذوذ، الإلحاد)، علماً أن جل ما تعرضه هذه القنوات من أفلام ومحتوى هو مدبلج إلى العربية و جلب من الكثير من الدول ذات الثقافات المختلفة.

الإشكالية

من المعلوم أنّ لكل مجتمع خصوصيته الثقافية و الاجتماعية يستمد منها منظومة قيمه، هذه المنظومة تكون من أولويات و مهام مؤسسات التنشئة الاجتماعية (أسرة و مدرسة و إعلام و ...) وكذلك من وظيفتها نشر و ترسيخ هذه القيم بين أفراد المجتمع كلّ حسب موقعه و فيئته المستهدفة.

إنّ المحتوى الإعلامي و أفلام الكرتون وما أصبح لها من مساحة كبيرة في حياة الطفل هي كذلك من بين أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية، و مع مرور الوقت و التجارب الاجتماعية و الدراسات العلمية ظهر تأثيرها القوي و السريع على هذه الفئة العمرية، ويرجع هذا لقوة الصورة و المؤثرات السمعية و البصرية على ذهن الطفل و كذلك أن الطفل يتعلم بسرعة عن طريق التقليد، و مع هذا العدد الهائل من القنوات التلفزيونية و الانترنت و وسائل التواصل و كذلك كثرة الفضائات الأسرية و العائلية و الاجتماعية التي يكثر فيها احتكاك الاطفال ببعضهم البعض توسعت عملية المراقبة ومعها وظيفة الأولياء في متابعة المحتوى الإعلامي و المادة الإعلامية و ما تحمله هذه المادة من رسائل و قيم و رموز.

لذلك توجّب البحث في ما تنشره هذه القنوات الإعلامية عبر محتواها الإعلامي و موادها المختلفة خاصة إذا علمنا أنّ الاعمال العربية في هذا المجال تكاد تكون معدومة و أغلب الأفلام و ما يعرض فيها هو من انتاج أجنبي، و خضع إلى الدبلجة إلى اللغة العربية و إلى بعض اللهجات المحلية، وهنا بطبيعة الحال تأتي مرحلة طرح التساؤلات المشروعة حول هذه المحتوى : هل يخضع للرقابة أو لا ؟ ما طبيعة هذه الرقابة ؟ و هل يناسب الخصوصية الثقافية و الاجتماعية لكل دولة ؟ و هل يناسب الفئات العمرية التي تشاهده ؟ وغيرها من الاسئلة حول الهدف من هذه البرامج.

انتشرت الكثير من المواضيع و السلوكيات في مجتمعاتنا و بين اطفالنا مثل النديّة و العنف و العنادية و الانتقام وغيرها من السلوكيات التي أرجعها أطباء علم النفس العصبي إلى الشاشات و ما يبث ويعرض فيها؛ الآن وصلنا إلى مستوى آخر من المواضيع ذات البعد الاخلاقي و العقائدي مثل السحر و الإلحاد و الجنس و الشذوذ، هذا ما جعلنا نفكر في نبحت في هذه التراكمات من خلال الدراسات والبحوث العلمية الجادة.

مشكلة البحث

- هل تعمل القنوات الإعلامية المخصصة للأطفال (MBC3 و CN بالعربي) على نشر (السحر و الجنس و الشذوذ و الإلحاد) من خلال محتواها المقدم للأطفال؟

الفرضية

- تعمل القنوات الإعلامية المخصصة للأطفال (MBC3 و CN بالعربي) على نشر (السحر و الجنس و الشذوذ و الإلحاد) من خلال محتواها المقدم للأطفال.

حدود الدراسة والعينة :

من بين القنوات الفضائية الأكثر متابعة و انتشار داخل بيوت العائلات العربية نجد قننا MBC3 و قناة CN بالعربي اللتان تبثان على مجموعة من الاقمار الصناعية منها قمر النيل سات، وتبثان برامجهما على مدار 24 ساعة على 24 ساعة؛ هاتان القننتان اتخذتهما كأمودج في هذه الدراسة، و اتبعنا الخطوات التالية في عملية جمع المعطيات، تم جمع المعطيات من خلال متابعة فترة برامجية مدتها 8 ساعات على كل قناة و كررنا العملية على 3 أيام متفرقة و النتائج المتحصل عليها هي عبارة عن المعدل المتوسط لهذه المشاهدات . واستعمالنا تقنية تحليل المحتوى كأداة لجمع المعطيات و كذلك كمنهج متبع في هذه الدراسة.

وحدات التحليل:

وحدات التحليل	البعد
1- لفظ السحر 2- ممارسة السحر 3- الاستعانة بفكرة السحر عند الحاجة	السحر
1- ذكر الله 2- التحكم في المصير (القدر) 3- مصدر القوة مجهول 4- امتلاك قوة خارقة	الإلحاد
1- اللباس غير محتشم 2- العلاقة بين الجنسين 3- التركيز على تفصيل الجسد 4- ألوان المثليين 5- الايحاءات الجنسية	الجنس و الشذوذ

جدول يبين تفسير عبارات وحدات التحليل

العبارات	تفسير العبارة
ذكر الله	كل لفظ يذكر فيه اسم الله أو يدل على صفة من صفاته
التحكم في المصير (القدر)	كل مشهد يدل على القدرة على التحكم في المصير و تغيير القدر و التحكم في مجريات الأحداث
امتلاك القوة الخارقة	كل مشهد يعبر عن القدرة على امتلاك قوة خارقة تجعل من السيطرة على الاشخاص و الطبيعة و المستقبل ممكن.
مصدر القوة مجهول	كل مشهد يوحي على أنه توجد هناك مصادر للقوة الخارقة غير أنها غير معروفة ومجهولة
لفظ السحر	كل لفظ يشير إلى مفهوم السحر
ممارسة السحر	كل مشهد أو لفظ يعبر أو يدل على ممارسة أو التشجيع أو تعليم السحر
الاستعانة بفكرة السحر عند الحاجة	وهي فكرة أن السحر ينقذ و يخلص ويحل المشاكل و يمكن الاستعانة به عند الحاجة
اللباس غير محتشم	كل مشهد يظهر فيه لباس يخالف العادات و التقاليد و الدين
العلاقة بين الجنسين	كل المشاهد التي تشجع و تبسط وتسهل العلاقة بين البنت و الولد وتجعل منها أمر ضروري و عادي.
التركيز على تفصيل الجسد	وهي المشاهد التي تُظهر الجسم بكل تفصيله خاصة المناطق الحساسة مثل المؤخرة حتى مشاهد الحيوانات
ألوان المثليين	ألوان المثليين المعروفة الاحمر و الاخضر و البنفسجي و الاصفر و الازرق و البرتقالي عرضها مع بعض أو متفرقة
الايعاءات الجنسية	مثل الغمزة أو النظرة بين الإناث و الذكور أو كلمات أو اشارات وغيرها.

أولاً: مساحة وسائل الإعلام والاتصال في حياتنا

لا يختلف اثنان على أهمية وسائل الإعلام والاتصال في هذا العصر وما تقدمه لنا من تسهيل العيش وتوفير سبل الحياة الكريمة، غير أنَّ الاختلاف يكون في كيف يتعامل الفرد مع هذه الوسائل والمساحة التي تحوزها هذه الوسائل في حياتنا؛ وبطبيعة الحال نحن ندرك أن النظرة والتعامل مع هذه الوسائل مثل (القنوات الفضائية و الانترنت و وسائط التواصل الاجتماعي) يعود إلى مجموعة من العوامل المتعددة والمتباينة وبمستويات مختلفة من مجتمع إلى آخر، وهذه العوامل هي على النحو التالي:

- أولاً: مدى انتشار هذه الوسائل بين أفراد المجتمع؛
- ثانياً: درجة الوعي لدى أفراد المجتمع بالغاية من استعمال هذه الوسائل؛
- ثالثاً: دور الأسرة في عملية المراقبة والتوجيه؛
- رابعاً: استراتيجية الدولة والحكومة في عملية تكوين افراد المجتمع؛

و في مناقشة لهذه النقاط نجد أن جل المجتمعات العربية ينتشر فيها بث الاقمار الصناعية التي توفر خدمة مشاهدة القنوات الفضائية المجانية وكذلك توفر خدمة الانترنت التي عبرها تنتشر شبكات التواصل الاجتماعي والعديد من الخدمات المتنوعة والمتعددة. إذن يمكن القول أن لا يكاد يخلو بيت عربي من وسيلة إعلامية أو هاتف ذكي أو وسيلة أخرى من وسائل الاتصال.

درجة الوعي من استعمال هذه الوسائل.

انتشرت القنوات الفضائية في الوطن العربي انتشاراً كبيراً ودخلت كل بيت عربي دون استئذان وحملت معها الغثَّ والسمين وأصبحت في متناول الصغير والكبير ومجاناً وفي كل مكان؛ والسؤال الذي يتبادر إلى الذهن ويحرك المخيال السوسيولوجي، هل كان الفرد العربي مستعداً لهذا؟ لأن هذا السؤال له سوابق في ما كان موجود من ردة فعل اجتماعية حول ما كان من محتوى معروض على التلفزيونات العمومية قبل القنوات الفضائية، إذا علمنا أن نسبة كبيرة من المادة الإعلامية المعروضة حينها واليوم مستوردة ومُدبلجة، وكمثال على ردة الفعل العربية على المحتوى التلفزيوني في ذلك الوقت المسلسل الأمريكي Dallas الذي كانت الشوارع في المدن العربية تبدو خالية عندما يعرض، وفي الجزائر شهدت محكمة في العاصمة الجزائرية 130 حالة طلاق بسبب هذا المسلسل، هذا الحال في تلك الفترة والمجتمعات العربية لا تزال محافظة وحديثة العهد بالاستقلال و شهدت هكذا ردود أفعال فما بالك اليوم مع هذا الكم الهائل من القنوات الفضائية ذات المحتوى الإعلامي والمادة الإعلامية التي تحمل كل ثقافات العالم، و ساد الجانب التجاري على الكثير منها.

اليوم ونحن نشهد انفجار هائل على مستوى شبكة الانترنت والهواتف الذكية وغيرها أصبحت وسيلة الإعلام متنقلة مع الإنسان وسهلة الاستعمال ويمتلكها كل فرد، هذا التحول التكنولوجي صحبه كذلك تحول اجتماعي عبر موجات إن صحَّ القول، غير أن المجتمعات العربية وقعت في وضعية فرض عليها التعامل مع اكتساح كبير لوسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال العالم من ناحية النوع والكم وفي فترة زمنية قصيرة، حيث ما حدث في 30 سنة الأخيرة من تطور رقمي يعتبر شيء رهيب لم تشهده البشرية من قبل، هذه الوضعية لها ثلاثة سناريوهات (التكيف أو الاندماج والذوبان أو المقاومة).

يبقى العامل الثقافي هو القادر على التعامل مع هذه التحولات الاجتماعية السريعة والمتتالية فلقد عملت هذه الثورة التكنولوجية على حذف الحدود الجغرافية وجعلت من التواصل أبسط وأسهل بين البشر فهنا تظهر قوة وعي المجتمعات في كيفية التعامل مع هذه التحولات ويرتبط هذا بمدى قوة الثقافة المجتمعية التي يتحلى بها

المجتمع ونقص الثقافة المجتمعية حسب تعريفنا لها " هي عبارة عن محصلة التجارب الفكرية و الاجتماعية لمسار التراكمات التاريخية للمجتمع" وظيفه الأسرة في المراقبة والتوجيه.

كما تحدثنا سابقا بأن هذه الثورة التكنولوجية يتباين التعامل معها من مجتمع إلى آخر ومن بين مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي تعد نواة المجتمع خاصة في مجتمعاتنا العربية التي تعد الأسرة هي مصدر العلاقات الاجتماعية و الضابط لها وهي المنتجة للقيم الاجتماعية ومن المعلوم أنه في عالمنا العربي تقلص دور الأسرة الممتدة كثيراً و زاد حضور الأسرة النووية التي يرى الكثير من العلماء أن وظيفتها و مسؤوليتها أكبر في هذا العصر ويقول تالكوت بارسونز " إن الأسرة النووية هي الأسرة الوحيدة في الواقع التي تتناسب مع رهان وتحدي الحراك الاجتماعي و الثقافي الذي فرضه المجتمع الصناعي " (حامد، 2004)، فعملية مراقبة المحتوى الإعلامي الذي يتلقاه المجتمع هو من مسؤولية الأسرة أولاً فهي التي تعرف ما يناسب أفراد العائلة خاصة الاطفال منهم و تستطيع توجيه أفراد العائلة. غير أننا في هذا العصر أمام وضع معقد يطرح اشكالية معقدة وهي هل الأسرة استقالت من وظيفتها و تركت الأمر لوسائل الإعلام و الاتصال من انترنت و قنوات تلفزيونية تنوب عنها أو أن ضعف الثقافة المجتمعية حملها فوق طاقتها أو غياب مسؤولية الدول في بناء منظومة إعلامية تتناسب مع خصوصية كل مجتمع جعل الأسرة وحيدة أمام الحجم الكبير لتحديات العصر...و تبقي هذه الفرضيات قابلة للتحقق بشكل متفاوت بين المجتمعات العربية.

استراتيجية الدولة

إن هذا العصر الذي نحن فيه الآن هو عصر التحولات و التحديات، لأن متغيراته كثيرة ومتداخلة يتطلب مخابر متخصصة و مؤسسات للتفكير الاستراتيجي وليس أشخاص فقط، يحتاج إلى وضع تصور و بناء خطط تكون متوافقة مع الخصوصية الثقافية و الاجتماعية لكل مجتمع (سويسي، 2020، ص.7)، و بما أن موضوعنا حول الإعلام فإنه من بين هاته الخطط التي تحدثنا عنها و التي يجب أن تكون من ضمن التفكير الاستراتيجي الذي تنتهجه الدول نجد منظومة الإعلام، فهي التي تحمي مجتمعها من الثقافات الدخيلة التي يحملها المنتج الإعلامي المنتج من الخارج، و تسعى الدول الى بناء منظومة قيم تناسبها و تُسخر لها المنظومة الإعلامية لترسيخها و نشرها بين أفراد المجتمع عبر محتواها الإعلامي و مادتها الإعلامية من أفلام كرتون الأطفال إلى أفلام و مسلسلات و اشربة وثائقية و كل ما يخدم ثقافتها و قيمها و خصوصيتها الاجتماعية لأنه من خصائص القيم " أن لكل ثقافة نسفاً قيما متميزاً يعبر عنه إما شعورياً أو بسلوك لا شعوري، وهذا يعني أن القيم عناصر ثقافية أو المعاني المشتركة للمجتمع الذي يحمل ثقافة معينة، و كذلك فإنه لا يمكننا عزل تجربة الفرد عن الخلفية الاجتماعية و التاريخية و التي تعتبر مصدراً أساسياً للفعل الاجتماعي" (بيومي، 2002، ص.116)، خاصة مع الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت مدخلاً للتغيير و التحكم في الدول وخير دليل مع حدث في العالم العربي سنة 2010 و تبعاته وما يحدث اليوم.

تأثير الصورة والصوت

أصبحت مساحة وسائل الإعلام في حياتنا هي الأكبر لأننا نقضي جل و قتنا على الشاشات، الأمر لم يتوقف عند هذا الحد بل لقد تركنا اطفالنا كذلك يتنقلون من شاشة التلفاز إلى شاشة الهاتف الذكي إلى اللوح الرقمي و هكذا...وكما هو معروف فإن حواس الإنسان مقسمة إلى قسمين في ما يخص التلقي و التأثير، القسم الأول هو قسم الحواس الدنيا و يضم الشم و اللمس و التذوق و القسم الثاني قسم الحواس العليا و هي البصر و السمع و الترابطية هنا تقدم البصر على السمع، لأن البصر لا يحتاج إلى تفسير أو تحليل أو تفكير و لأن الصورة

تذهب مباشرة إلى العقل فتنتطب في لحظة المشاهدة، وكما يقال (الصورة تساوي ألف كلمة)، ونحن في عصر الصورة فأغلب وقتنا نمضيه مع الصور والمرئيات.

فالموضوع مع الطفل أخطر وأكثر تأثيراً لأن الطفل يتعلم بالتقليد أسرع، وزد على ذلك الوقت الذي يمضيه الطفل على الشاشات فأطباء علم النفس العصبي يحذرون من الوقت الطويل الذي يمضيه الطفل على الشاشات بل لا ينصحون بها. هذا في الحالة العادية، فالخطورة تزداد مع المحتوى المقدم على هذه الشاشات وقوة تأثيرها على ذهنية الطفل خاصة إذا علمنا أن المحتوى أعد من قبل مختصين في علم النفس البشري وأغلب ما يقدم لأبنائنا مستورد وهذه أكبر معضلة

ثانياً: عرض وتحليل النتائج

الجدول الأول: يبين نتائج تحليل محتوى برامج أفلام كرتونية لعبارات وحدة التحليل الإلحاد

رقم العبارة	وحدة التحليل	التكرارات	النسبة %
01	ذكر الله	0	0.00 %
02	التحكم في المصير (القدر)	50	32.25 %
03	امتلاك القوة الخارقة	75	48.40 %
04	مصدر القوة مجهول	30	19.35 %
	المجموع	155	100 %

الصفير في هذا الجدول له قيمة كبيرة جداً حيث نجد أن 0 تكرارات للعبارة رقم 1 التي تشير إلى وجود ذكر الله في المحتوى المعروض، حيث بينت النتائج بأن ما نسبته 0.00% من المحتوى المعروض لم يُذكر فيه اسم الله ولا حتى ما يشير إلى صفة من صفاته الله، تخيل طفل يشاهد محتوى إعلامي مكرر يومياً ولا يسمع لفظ الله عز وجل ولا حتى ما يشير إلى صفة من صفات الله ولا حتى لوجود الله، وهذا مع ضعف التفكير التجريدي لدى الطفل، هذه بداية قطيعة تامة مع الركن الأول من أركان الإيمان تُمهّد لمراحل سلوكية قادمة.

زد على ذلك نجد العبارة رقم 3 والتي كانت نسبها 48.40% من المحتوى الموجهة للأطفال يجعل الطفل يعتقد بأنه يمكن أن يمتلك قوة خارقة تجعله يتحكم في مصيره ويغير من قدره كما جاءت به النتائج بنسبة 32.25% من المحتوى المعروض في العبارة رقم 2 ونحن نعلم كما ذكرنا سابقاً قوة الصورة والصوت وسرعة تأثير الطفل وتقليده لكل ما يشاهده.

من خلال وحدة التحليل هذه يظهر بأن المادة الإعلامية المخصصة للأطفال لا تقدم ما يُنبّهه ويُرسّخ في ذهن الطفل وجود الله عز وجل وكذلك قدرة الله على كل شيء، ولا تُبين بأن القدر خيره وشره من قواعد الإيمان، بل يجب الاعتقاد والإيمان بهذا والتسليم به وعدم البحث عن تغيير القدر؛ وهذه الفكرة في أغلب أفلام الكرتون تعرض على الأطفال في عملية ممزوجة بالبطولة والشجاعة يظهر فيها البطل يحاول انقاذ البشرية والأرض من الأشرار فيملك من القوة الخارقة ما يجعله يدمر ويغير كل شيء وينتصر على الأشرار. ومع الوقت والتكرار

وغياب الأسرة و التوجيه السليم و تصحيح المعتقدات نحن أمام طفل يعيش في صراع يريد تقليد ما يشاهده لكنه لا يستطيع، و لا يجد إجابات للأسئلة التي في ذهنه، و في النهاية نحن أمام طفل يحمل صفات و أفكار الإلحاد، لكن الفرق بينه و بين الملحد هو أن الأخير يُصرّح بذلك وعن قناعة، و الأول يبقى المستقبل كفيل به فمع الأيام يأخذ أحد المسارين الأول يصرّح و يصبح ملحد و المسار الثاني يعيش في صراع و تضارب و اهتزاز نفسي و يحمل فكر مشوه، نهاية هذا فرد فاقد الثقة في نفسه عاجز عن ممارسة حياته طبيعيا وغيرها من مظاهر التضارب و التناقض السلوكي، كل هذا راجع إلى ما تلقاه في طفولته من قيم.

الجدول الثاني : يبين نتائج تحليل محتوى برامج أفلام كرتونية لعبارات وحدة التحليل السحر

رقم العبارة	وحدة التحليل	التكرارات	النسبة %
01	لفظ السحر	30	24.00%
02	ممارسة السحر	61	48.40%
03	الاستعانة بفكرة السحر عند الحاجة	35	27.70%
	المجموع	126	100%

تعطينا نتائج هذا الجدول إتجاه بوجود السحر في المحتوى المقدم للأطفال حيث يعرض على شكل عمليات مختلفة من القدرة على تغيير الشكل بمجرد لمس شيء معين أو النطق بلفظ معين أو إلتحام شخصين أو أكثر ينتج عنه تغيير في الشكل و القدرة على التحكم في الأشياء، وهي عبارة فكرة منتشرة في الكثير من أفلام الكرتون وهي بمجرد فعل أمر ما تحدث مفاجئة كبيرة و مبهرة و يأتي معها الحل للمشكلة هذا يجعل الطفل يعتقد بأنه يمكنه أن يغير و يحل المشاكل من خلال عمل غير طبيعي (السحر) خاصة إذا ذكر لفظ السحر في اللحظة التي تتم فيها العملية، وكما هو مبين في الجدول من خلال العبارة رقم 1 ما نسبته 24.00% ، و كذلك ما أكدته العبارة رقم 3 التي تظهر وجود 27.70% من المحتوى المعروض التي جاءت موضحة لهذه الفكرة و تثبت هذا، حيث أنه يتم المزج بين الخيال و المستقبل و الفضاء في لحظة واحدة تسرح بذهن الطفل في عالم من التشويق و التعلق و الإعجاب و المتابعة حتي يصل إلى درجة الارتباط العاطفي مع هذه الافكار و الشخصيات؛ النقطة المهمة هي عملية الترويج و الدعاية التي تصاحب الشخصيات الكرتونية و ما يتبعها من شركات تجارية تستثمر في هذا من خلال منتجاتها التي تحمل علامات أو أسماء أو رموز تلك الشخصيات الكرتونية، حيث صار الطفل يحرص على اقتناء كل متطلباته و ما يحتاجه بمنتجات لها علاقة بهذه الشخصيات و الافلام.

العبارة الثانية كانت نسبته 48.40% و تُعبّر عن وجود ممارسة السحر بطرق مختلفة منها اللفظي كالتركيز على كلمات تقال و تكرر في حلقات الفيلم أو ارتداء لباس معين فيتحول الشخص إلى آلي أو إلى شيء خارق، أو حركات يقوم بها أو شرب محلول مصنوع في مختبر من طرف شيخ أو عالم، و ممارسة هذه الأفكار تنتشر بكثرة في الأفلام التي تكون فيها الحيوانات أو آليين هم مادة الفيلم؛ الطفل في هذه المرحلة لا يفرق بين الخيال و الواقع و الممكن و غير ممكن بالنسبة له ما يراه أمامه هو الواقع و الحقيقة و فطرته تميل إلى التصديق والتقليد.

برامج كثيرة و متشابهة و تحمل نفس الافكار غير أن الاختلاف في الشخصيات أو أمور بسيطة لكن الثابت هو نفس الفكرة، و هي فكرة الصراع و وجود خطر يترصد بالأرض و الغريب أنه دائما يأتي من السماء و في الملاحق صورة عن ذلك، ومنه يجب عمل المستحيل من أجل حماية الكوكب و الاستعانة بكل شيء حتى ولو تطلب الأمر

السحر، ويُعرض على أنه أمر طبيعي ناتج عن عمل علمي أو حكمة قديمة يحمل صاحبها الخير للبشرية، أفكار تقضي و تمجي كل قيم الاسلام و تربّي الطفل على مجموعة من الافعال العدائية و الانتقامية.

الجدول الثالث : يبين نتائج تحليل محتوى برامج أفلام كرتونية لعبارات وحدة التحليل الجنس و الشذوذ

رقم العبارة	وحدة التحليل	التكرارات	النسبة %
01	اللباس غير محتشم	35	22.02%
02	العلاقة بين الجنسين	42	26.41%
03	التركيز على تفاصيل الجسد	30	18.86%
04	ألوان المثليين	25	15.72%
05	الاحياءات الجنسية	27	16.99%
	المجموع	159	100%

نجد نسبة العبارة رقم 2 التي تشير إلى وجود علاقة بين الجنسين تقدر بـ 26.41% و هذه النسبة تعتبر كبيرة جداً إذا وزعت على فترة برامجية مدتها 8 ساعات نصل إلى أربع مشاهدات أو لقطات في الساعة، بمعنى عملية متكررة تصل بالطفل إلى تقبل هذه العلاقة بل أكثر من ذلك تشجع الطفل على البحث عن شريك من النوع الآخر، حيث تعمل هذه الأفلام على تقديم البطل في حالة ضعف أو عجز أو فشل و مع الاتصال أو لقاء الصديق من الجنس الآخر يتغير الحال فترتفع المعنويات و يتشكل ثنائي قوي يتمكن من القضاء على المشاكل في عرض درامي مشوق تعاوني، يخطف عقل الطفل، بعده يلحق بمرحلة تقليد المشهد في الواقع و ينطلق في عملية البحث عن ذلك الشريك؛ ضف إلى ذلك عندما يتم عرض فريق من الاصدقاء فنجد أنه مقسّم بالتساوي بين الذكور و الإناث حيث يظهر الفريق مكون من مجموعة من الأزواج (ذكر مع أنثى)، وهي إشارة إلى تشجيع العلاقة بين الذكور والإناث.

العبارة رقم 1 التي نسبتها 22.02% هي النسبة تعتبر عالية إذا وزعت على فترة برامجية حيث تصل في حدود الثلاث مشاهدات في الساعة أو أكثر، وهناك برامج اللباس فيها غير محتشم على مدار البرنامج مثل مسلسل باربي و كذلك الافلام المطولة التي تعرض أيام السبت و الجمعة، هذا في غياب تام لكل ما يرمز أو يشير الى الحشمة أو الحياء، وكذلك غياب برامج ذات البعد الثقافي الاسلامي و العربي التي تحمل قيم المجتمعات العربية و لباسها المحتشم و عاداتها و تقاليدها التي تتحدث عن كرامة البنت و عفتها و عزّتها بنفسها و احترامها لجسدها و لمحيطها و مجتمعتها، ضف إلى ذلك العبارة رقم 5 التي تشير إلى وجود الاحياءات الجنسية في الكثير من المواد الإعلامية المعروضة مثل الغمزة أو النظرة بين الإناث و الذكور أو كلمات أو اشارات وهي كلها رموز لها دلالة تكسّر حاجز الحياء والحشمة عند الأطفال و تعلمهم أساليب المعاكسة و ربط العلاقات وعند مطابقة هذا مع مفهوم القيم حيث هناك فجوة كبيرة " القيم مقاييس اجتماعية خلقية تقدرها الحضارة التي ينتمي إليها أفراد المجتمع وفقا لتقاليده و احتياجات هو أهدافه في الحياة " (سلمان، 2007، ص.22).

العبارة 3 التي نسبتها 18.86% و التي تشير إلى التركيز على تفاصيل الجسد و هي من أخطر المشاهد التي تعرض، التي تصل إلى درجة الإباحية و العري، لقطات يستحي الكبار من مشاهدتها فكيف تعرض و تقدم للأطفال و تكرر في أكثر من برنامج و بطرق مختلفة و تقدم في لقطات هزلية صاحبها يمتاز بالغباء وهنا عملية تبرير هذه اللقطة حيث أنّ صاحبها غبي أو ابله و لا لوم عليه؛ و لا نستغرب من ذلك إذا علمنا من هي المؤسسات الإعلامية التي تنتج و تساهم في إنتاج هذه الأفلام الكارتونية المخصصة للأطفال مثل قنوات M6 و CANAL+ و TF1 كلها قنوات تنشر الاباحية و تشجع عليها و تعتبرها من الحرية، و كذلك تدافع عن المثلية و هذا ما تؤكده العبارة رقم 4 التي تبين بأن ألوان المثلين (الأحمر و الأصفر و البنفسجي و الأزرق و البرتقالي و الأخضر) منتشرة بقوة و في الملاحق صورة لذلك بكثرة حيث لا يكاد يمر محتوى إلا و كانت هذه الألوان حاضرة .

ثالثاً: مناقشة النتائج

من خلال عرض و تحليل النتائج ظهرت مجموعة من الأفكار و الآراء المتعددة و المتنوعة و سنحاول أن نجعلها في النقاط التالية:

- نحن نعلم بأن المجتمع يتكون من أفراد و جماعات و تربطه شبكة من العلاقات الاجتماعية في عملية تفاعلية متبادلة بين هذه المكونات، وتكون منظومة القيم السائدة و المنتشرة في هذا المجتمع هي عامل الاستقرار و التماسك لأنها نابعة من ثقافة هذا المجتمع؛ ويتبع ذلك وظيفة مؤسسات التنشئة الاجتماعية و باقي المنظمات الأخرى على ترسيخها و نشرها؛ غير أن ما يبث من محتوى إعلامي مخصص للأطفال عكس ذلك، فنحن أمام مجموعة من القيم المتناقضة، فالطفل يتلقى مجموعة من القيم داخل الأسرة و في نفس الوقت يشاهد مجموعة من القيم على أفلام الكرتون تناقض تلك و يخرج إلى الشارع فيجد مجموعة من القيم المتناقضة لذلك و في المدرسة يتعلم قيم غير أنه يصطدم بواقع غير ذلك؛ فما هو سلوك و أفعال الطفل المنتظرة من هذه المتناقضات فلا نستغرب من أي سلوك شاذ أو أفعال خارجة عن الدين و العادات و الأعراف يقوم بها الاطفال.
- المنتج الإعلامي المخصص للأطفال أصبح استثمار كبير جداً مثلاً شركة MATTEL شركة أمريكية متخصصة بصناعة الدمى وهي منتشرة في أكثر من 150 دولة، وهو صناعة كبيرة حيث يتشارك فيها مجموعة من الفاعلين شركات منتجة و شركات دعائية و شركات ترويجية للمنتجات، نحن أمام شركات تبحث عن الربح لا يهتمها القيم أو الأخلاق أو حدود ثقافية، بالإضافة إلى ذلك وجود مؤسسات إعلامية تشجع و تنشر الإباحية و الشذوذ و الإلحاد مثل M6 و CANAL+ و TF1 فهي منتجة و مساهمة في الكثير من البرامج المخصصة للأطفال التي يتابعها الكثير من اطفالنا في العالم العربي.
- التركيز على سناريوهات معينة في جل المحتوى المقدم للأطفال و تكرارها مع الوقت و تشابه في الأفكار يدل على توجه محدد يهدف إلى غايات تمس البعد الثقافي للمجتمعات و جعل ثقافة واحدة هي السائدة في العالم و القضاء على الثقافات المحلية و جعل من هذه الأفلام اصنام تعبد و تتحكم في اطفالنا و مستقبلهم، و نوضح ذلك من خلال هذا " يوجد لكل حقبة تاريخية، و لكل حالة اجتماعية صنم أو مجموعة من الأصنام، تمارس أنواع السيطرة الاجتماعية التي تؤثر في توجيه الأوهام و الفكر و تهيجها، و تجريد بعض من المفهومات من معانيها الحقيقية و صبب معاني جديدة كالدعاية و الصحافة و الأحزاب و المؤسسات الثقافية الأخرى...." (الطاهر، 2016).
- حسب تحليل النتائج و مناقشتها فإن فرضيتنا القائلة: تعمل القنوات الإعلامية المخصصة للأطفال (MBC3 و CN بالعربي) على نشر (السحر و الجنس و الشذوذ و الإلحاد) من خلال محتواها المقدم للأطفال قد تحققت و ثبت بأن المحتوى الموجود على هذه القنوات يعمل على ذلك.

الاستنتاج

- حماية الطفل هي مسؤولية اجتماعية يجب أن تتحلّى بها الدولة أولاً فهي التي تراقب و تحمي هذه الفئة من كل أشكال التوجيه و الاستغلال، ويعتبر المحتوى الإعلامي المخصص للأطفال من أولوياتها في المراقبة و الإعداد و الإنتاج، و يجب محاربة المحتوى الخارج عن قيمنا مثل محاربة المخدرات و غيرها من الآفات.
- الأسرة في هذا العصر حسب النظرية البنائية الوظيفية التي من أسسها إن لكل بناء وظيفة و لكل وظيفة بناء فإن الأسرة هي عبارة عن بناء لكن غابة الوظيفة، بمعنى كهيكل موجودة (الاب و الأم و الأولاد. بيت) لكن غابت وظيفتها و استقالت و تركت هذه الوظيفة للأعلام و الانترنت...
- القيم لا تأتي من فراغ بل هي نتاج تلك الثقافة المجتمعية التي تكونت من خلال البراديغمات الفكرية و المعرفية، فالمجتمع الذي لا يُنتج قيمه بنفسه يعتبر مجتمع مثله مثل القطيع لا يعرف سبيله و يسهل التحكم فيه.
- الإعلام لم يعد للترفيه و التسلية بل تعدى ذلك بكثير فهو مؤسسات تسهم في بناء المجتمعات و تطويرها و الدفاع عنها؛ و لا يمكن أن نفصل بين منظومة القيم و المنظومة الإعلامية فكلها أنساق تعمل في تكامل و تفاعل ضمن تفكير استراتيجي تنتهجه الدولة في أعداد أفراد المجتمع من الصغر إلى الكبر و من الأسرة إلى المدرسة إلى الجامعة إلى قنوات تليفزيونية إلى كل المؤسسات والانظمة الاجتماعية كلها تتحرك وفق تطابق و توافق حول منظومة قيم واحدة.

خاتمة:

الحاجة للبحث و استغلال المقاربات السوسيو ثقافية أصبحت أكثر من ضرورة في كل ما له علاقة بالمحتوى الإعلامي بصفة عامة و المحتوى الإعلامي المخصص للأطفال بصفة خاصة في ظل الوضع الحالي الذي انتشرت فيه وسائل الإعلام و سهل الوصول إليها و إمتلاكها، فجاءت هذه الدراسة في محاولة للإجابة عن طبيعة الرسائل التي تريد القنوات الفضائية التليفزيونية المخصصة للأطفال نشرها، فكانت النتائج صادمة بالنسبة لما تبثه قننا MBC. و قناة CN بالعربي فالصدمة كانت من أن أغلب المحتوى مستورد، و أن كل ما فيه لا علاقة له بثقافتنا و محيطنا الاجتماعي بل يروج إلى أفكار ذات البعد الأخلاقي كالشذوذ و الجنس و ذات البعد العقائدي كالسحر و الإلحاد؛ أكثر من هذا فإن الشركات المنتجة و المساهمة في هذا المحتوى هي شركات تاريخها و مبادئها علمانية و تحارب و تدافع عنها مثل CANLE + و M6 و غيرها من الشركات العالمية التي تحارب الاسلام و العربية؛

إنّ القطيعة الكاملة و التامة مع هذه القنوات و محتواها هي أولوية أسرية أولاً، ثم العمل على بناء منظومة إعلامية نابعة من منظومة قيمنا من خلالها نرسخ في عقول أطفالنا قيم ثقافتهم و معتقدات و اعراف مجتمعهم و تربيتهم على مبادئ دينهم.

إنّ من مهام النخبة هو بناء براديغمات و نماذج فكرية ذات الخصوصية الثقافية و الاجتماعية للمجتمعات العربية و تكييفها و موازمتها مع متغيرات العصر لكي لا نبقي نرفض فقط و لا نعلم ماذا نريد؛ و لتتمكن الأنظمة الاجتماعية من مساهمة القيم التي يجب نشرها و ترسيخها، و تبني عليها برامجها، و وظيفة الإعلام هي جزء من هذا بل هي القوة القادرة على التغيير الفعلي نظراً للمدى الواسع و المساحة الكبيرة التي يحوزها في حياتنا و في المجتمع.

الإحالات والمراجع:

- سلمان علي، القيم الخلقية في الشعر عصر الطوائف والمرابطين، مصر، دار الأفاق العربية، 2007،
- عبد الحكيم الطاهر، أصنام المجتمع بحث في التَّحَيُّز والتَّعَصُّب والتَّفَاق الاجتماعي، شركة المطبوعات، بيروت، 2016. ص 16
- المنجي حامد، توظيف مفهوم العصبية في دراسة المجتمع العربي المعاصر، نماذج تطبيقية ذات صلة بالتنمية، تونس، برفكتبرنت، 2004. ص 60
- بيومي أحمد محمد، علم اجتماع القيم، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2002. ص 116.
- سويسسي عبد الحميد: المورد البشري بين المطلب التنظيمي وإشكالية الثقافة المجتمعية، مذكرة دكتوراه جامعة البليدة 2، الجزائر، - كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية 2020. ص 7

الملاحق

