

برامج الأطفال وسؤال القيمة

ملخص:

يهدف هذا المقال إلى تشخيص علاقة تلفزيون الطفل بالتربية من خلال تقصى إشكالية حضور القيمة وتحديدها في المحتوى الإعلامي الموجه للطفل، ثم التطرق لأشكال الحوار بين الطفل والصورة التلفزيونية حسب خصوصية كل مرحلة عمرية، وصولاً لإبراز تجارب تلفزيونية في مجال الإعلام التربوي، وأخيراً البحث عن مؤشرات الرسالة التربوية في قناة الجزيرة للأطفال كقناة عربية واعدة تطمح لتربية الطفل العربي وتوجيهه.

الكلمات المفتاحية: تلفزيون الطفل، التربية، القيمة، الطفل.

بخوش فاطمة

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي
البصري
جامعة صالح بوبنيدر - قسنطينة-
الجزائر

مقدمة:

"إن كل تاريخ لتقنية اتصالية ما مرتبط بتاريخ التربية" [1]
تلخص مقولة الباحث والتربوي "برينو اليفي" (Bruno Olivier) الارتباط التلازمي بين الحقلين التربوي والإعلامي، "فبالرغم من أن العلاقة بينهما تتسم في أحيان كثيرة بالتصادم أكثر مما هي علاقة تكامل، إلا أن الاتهامات المتبادلة بينهما لا تنفي أن لكل حقلاً مزاياه الخاصة، وأن لكل حقلاً مؤسساته الفاعلة التي تستجيب لأهداف محددة من قبل المجتمع.

Abstract:

This study aims to diagnose the relationship between kids TV and education by examining the problematic of value presence and neutralizing it in child-oriented media content. Then to discuss the forms of dialogue between child and television image according to the specificity of each age stage, in addition to highlight the TV experiences in the field of educational media, and finally to search for the educational message indicators on Al Jazeera Children's TV Channel as a promising Arab channel aspiring to raise and guide the Arab child.

Keywords: city of Constantine, urban planning, chaotic neighborhoods, urban marginalization, reality

فإن كان التلفزيون يُنهم بهشاشة مضامينه وسعيه الدائم لتعزيز المفاهيم الجاهزة والأفكار المسبقة والأحكام المتسرعة والإغراق في التسلية، فإن التلفزيون يجب متهمها المدرسة بالانغلاق والتحجر والتباطؤ والعيش خارج إيقاع الحياة المعاصرة بكل متطلباتها^[2]، وبالتالي فإن الخروج من ذهنية الإقصاء التي تحكم العمل الإعلامي والتربوي معا، يستدعي منا تلمس أشكال الحوار الممكنة بين الحقلين من خلال تشخيص العلاقة بين التلفزيون والطفل من منطلق حضور القيمة في المحتوى الإعلامي الموجه للطفل، ومن منطلق خصوصية المرحلة في تعاطي الطفل مع التلفزيون وتأثيرها في طرق تعلمه، لأنه لا يمكن تعميم الحكم حول تأثير التلفزيون على الأطفال دون الأخذ في الحسبان المتغيرات الاجتماعية والثقافية التي تتدخل في بناء تجربة التلقي وأشكال التفاعل مع المحتوى التلفزيوني. لتشخيص ذلك سنحاول بداية تحديد الافتراضات حول علاقة التلفزيون بالقيم، ثم عرض بعض تجارب التلفزيون التربوي في العالم وموقع الإعلام العربي منها، وذلك ليس رغبة في المقارنة بقدر ما هي حاجة ماسة لإبراز نماذج إعلامية تتعامل مع التربية برؤية جديدة، رؤية تتجاوز التمثلات الاجتماعية المهيمنة والرؤى المعيارية السلبية التي تنتظر إلى التلفزيون كأداة لتزييف الوعي وصناعة الوهم، إلى التفكير الإيجابي في التلفزيون كرافد علمي ومعرفي وقيمي.

أولاً: الافتراضات الأساسية حول حضور القيمة في إعلام الطفل: مقارنة تشخيصية:

عندما تثار علاقة الطفل بالتلفزيون فإن الأسئلة التي غالباً ما تطرح: ما هو تأثير التلفزيون على الطفل وعلى نموه العقلي وعلى تحصيله الدراسي....؟ كيف تؤثر البرامج على السلوك الاجتماعي للطفل وبنية قيمه؟ وما هي حدود هذا التأثير؟ إن الأجوبة ليست دائماً قاطعة ونهائية، وما زال من غير الممكن القول على نحو قاطع وحاسم ما هو التأثير الدقيق والمحدد الذي يمارسه التلفزيون على الطفل. ضمن هذا السياق يقول جيمس كيران (curran James) أن: "الاعتقاد بأن وسائل الإعلام هي أجهزة تأثير هامة هو صحيح على العموم، لكن الطرق التي تمارس بها وسائل الإعلام التأثير معقدة ومشروطة"^[3]. ولأنه من الصعب فهم عمليات التأثير في كليتها، ارتأينا أن نحلل تأثير التلفزيون على الطفل من خلال التركيز على بعد واحد وهو حضور القيمة في المحتوى الإعلامي الموجه للطفل، خاصة وأن تأثير وسائل الإعلام كما يقول عبد الرحمن عزي يكون إيجابياً إذا كانت محتويات وسائل الإعلام وثيقة الصلة بالقيمة، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير إيجابياً، وبالمقابل يكون التأثير سلبياً إذا كانت محتويات وسائل الإعلام لا تتفق بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكبر^[4].

1. حضور القيمة في المضامين الإعلامية الموجهة للطفل:

إن حديث الباحث "جون فتنسك وجون هاريلي" عن التلفزيون كشاعر ملحمي وقبلي يعمل على جذب وتوحيد الناس عبر خطابه الاحتفالي، والمحدد غالباً بطريقة تشبه الوظيفة التقليدية لشعراء القبائل ولرواة القصص والحكايات^[5]، يجعلنا نتحدث عن التلفزيون كمرشد أخلاقي وأيديولوجي، فهو لا يقدم لنا تصورات عن العالم المحيط بنا فحسب بل يتدخل في دورة إنتاج المعنى، الأمر الذي يعظم من دوره في تشكيل قيم الأجيال القادمة، في هذا الصدد تقول "دونا وكروس" (Donna et Cross) "أن وسائل الإعلام ليست مجرد وسيلة للتواصل إنها وسيلة لإدراك الواقع، إنها تزودنا بنوافذ عن العالم"^[6]. إن الحديث عن القيم التلفزيونية وتأثيرها كان محل العديد من الدراسات، حيث نسجل في هذا الإطار الأبحاث التي قام بها مركز الإثنوغرافيا وعلم النفس بباريس تحت إشراف "ماري جوزي شومبار دو لو" (Marie José Chambard de Lauw) حيث ركزت هذه الدراسات على التصورات حول القيم وأنماط المعيشة التي تمررها المحتويات التلفازية بما فيها برامج الأطفال، ومن جهة أخرى أكدت على دور برامج الأطفال في تعزيز القيم ونشرها^[7]، كما ظهرت دراسات أخرى اتجهت من البحث في تأثير التلفزيون على الطفل نحو البحث في دوره كأداة تساعد الطفل في إدراك العالم الخارجي وترتيبه، وفي هذا الصدد ظهرت عدة دراسات تؤكد أن التلفزيون يستطيع تعليم أنواع متعددة من السلوك الاجتماعي وأن الأطفال يكتسبون من التلفزيون أنماط متباينة من القيم والعادات^[8]، ويقرّ الأطفال أنفسهم بأنهم يتعلمون سلوكاً اجتماعياً من خلال

مشاهدتهم للتلفزيون، حيث تم إجراء بحث حول مكانة التلفزيون في حياة الطفل على عينة من الأطفال تتراوح أعمارهم من 8 سنوات إلى 18 سنة، أوضح المستجوبون أنهم يستفيدون من التلفزيون في تكوين نظرة عن مهنتهم المستقبلية، معلومات عن محيطهم، معارف مرتبطة بجدوى وجودهم^[9].

ويمكن للتلفزيون تمرير المحتويات القيمة من خلال عدة أساليب منها:

- عرض القيمة من خلال النماذج التربوية:

يقدم التلفزيون للطفل نموذجا تربويا محددا يشمل حياة الطفل وجنسه وكل ما ينطبق على المحيط الثقافي، فتعرض دائما الطفلة الصغيرة وهي تبكي، يحاول الوالد دائما تجاوز الصعوبات التي تعترضه، تصور الأم والجدة كمثال للطيبة والرقّة والتفهم، والأب نموذجا للسلطة والمعرفة.... حسب "ميشال سوشن" (Michel Souchon) تتناسب هذه الرؤية التبسيطية للحياة مع قدرات الأطفال، فلا يصبح على المستوى التربوي أن نقدم للأطفال تعقيدات عن العالم في سن مبكرة، لأن فكرة الأطفال عن الأشياء يجب أن تكون واضحة ومحددة^[10].

- تحطيم الصور النمطية:

إن اعتماد النماذج التبسيطية الذي تحدثنا عنه في العنصر السابق لا يعني إغراق الطفل في رؤى اختزالية ومجزأة، لأن هذا سيجعل الطفل يختصر الواقع ويتشرب نماذج قيمة ومعايير اجتماعية قاصرة، بل على العكس من ذلك يجب على التلفزيون تحطيم الصور النمطية المتعلقة بالنوع الاجتماعي والأدوار الاجتماعية والطبقة الاجتماعية للشخصيات، من خلال صناعة برامج تدمج مختلف الفئات والطبقات التي تنتمي إليها، فمثلا في السلسلة الأمريكية الموجهة للأطفال والتي أنتجها التلفزيون العمومي الأمريكي freestyle تظهر الشخصيات النسائية وهي تقوم بنشاطات رجالية ووظائف غير معهودة كوظيفة الميكانيكي، ويقوم الرجال بوظائف مصنفة اجتماعيا وثقافيا على أنها من مهام النساء، وقد نجحت السويد في تقديم تجارب إعلامية تحطم الصور النمطية المتعلقة بالأقليات (ذوي الاحتياجات الخاصة، أهل الريف...) وتدعم فكرة التنوع العرقي والمذهبي في برامجها^[11].

- عرض القيمة من خلال الأشكال التلفزيونية:

إن الطابع المميز للتلفزيون كوسيلة اتصالية قادرة على التجسيد البصري وإنتاج صور متحركة حية مباشرة أو مسجلة، هو الذي يسهم في الآثار التربوية الواعدة، حيث تمارس الصورة المتحركة تأثيرا قويا ومناسبا للتطور المعرفي والوجداني للطفل، فقد أكدت بحوث معاصرة قادتها التفاعلية الرمزية على دور الصورة في نمو الأفكار والمعارف، كما تناول الباحث "غابرييل سلمون" (Salomon Gabriel) تأثيرات الأشكال التلفزيونية في تطوير معارف الطفل واتجاهاته مؤكدا أن التلفزيون هو عبارة عن نظام من التمثيلات وليس مجرد شخصيات تتحرك وتحدث داخل علبة^[12].

2. تحييد القيمة في المحتوى الإعلامي الموجه للطفل:

لقد أشار (ماكس رافيتي) المراقب السابق للتعليم العام في كاليفورنيا، وهو رجل محافظ، إلى والت ديزني باعتبارها المعلم الأعظم في هذا القرن^[13]، إذا كانت شركة والت ديزني معلما لأي نوع من التعليم تقدمه؟ إن الإجابة عن هذا السؤال تحيلنا "إلى الدراسات التي قام بها (اريل دور فمان) في تحليله لكتب ديزني الهزلية وتوصل إلى بعض الاستنتاجات، حيث كشف عن العنصرية والامبريالية والجنس والعجرفة متخللة الهزليات المستقلة عن القيمة، فأكثر من ثلاثة أرباع القصص تصور رحلة تستهدف البحث عن الذهب، وفي الربع الباقي من القصص تتنافس الشخصيات على المال والشهرة^[14].

مما سبق يتضح أن برامج الأطفال وصناعتها اليوم أصبحت طرفا في اللعبة الاقتصادية وقد أدى التحالف بين الرأس المال الاقتصادي (برامج الأطفال كصناعة) ورأس المال الإعلامي (برامج الأطفال كنظام رمزي) إلى تحييد القيمة، ويمكن استخلاص مظاهر تحييد القيمة من خلال المؤشرات التي قدمها أحد الباحثين "حيث تناول أربع أنماط من التأثيرات السلبية للتلفزيون على الأطفال: الأفكار المحرفة عن الواقع من خلال تبسيطه أو تضخيمه، تجاهل القضايا المثيرة للجدل حول التغير الاجتماعي، تلعب دورا محافظا بخصوص الاتجاهات والقيم والمعتقدات بطريقة سطحية، تزويد الإنسان بعالم خيالي حيث

تصبح أحلام المرء كأنها حقيقية، مرض الثلاثين دقيقة^[15]، ويمكن أن ندرج بعض المؤشرات التي نعتقد أنها مهمة:

- التأثير على مفاهيم الطفل فيما يخص الواقع الاجتماعي:

إن الإعلام يقترح ويفرض على الطفل صور تهيكّل تنشئته الاجتماعية وتقدم له نماذج تشكل جزء من هويته، تقدم له تصورات اجتماعية للعالم مرتبطة بضرورات السوق (الطفل البطل يظهر من خلال وسائل الإعلام باستقلاليته عن عالم الكبار، طغيان المشهد الذكري، عائلة البطل غير ظاهرة، تكاد صورة الأم تتمحي، تعويض العلاقات مع الحيوانات مكان العلاقات الإنسانية) بهذا المعنى وكما يقول "هربرت شيلر" فإن التلفزيون يشكل الوعي العام بما هو كائن، بما هو مهم، وما هو حق، وما هو مرتبط بأي شيء آخر^[16]، وقد توصل "جورج جربنر" (Gerbner George) من خلال تحليل محتوى العديد من البرامج حول الصور النمطية المتعلقة بالنوع الاجتماعي، أن الشخصيات النسائية في برامج الأطفال تظهر دائما سلبية مقارنة بالشخصيات الرجالية ذات القدرات الخارقة، الرجال يلعبون أدوار متعددة أما النساء دائما في دور الأم والأخت أو الصديقة، 20% من النساء الذين يملكون أطفال يعملون خارج المنزل بينما الواقع أن 50% من النساء في المجتمع الأمريكي يعملن^[17].

- العنف:

يمكن تلمس مظاهر تحييد القيمة من خلال العنف في ثلاث تقديمات أساسية: أن الطفل قد يميل إلى تقليد مظاهر العنف في الحياة العملية، التعرض لهذه البرامج يضعف حساسية الطفل اتجاه العنف فيصبح أكثر تقبلا واستعدادا لكسر الحواجز التي توجله أو تحجزه عن الوصول إلى ميدان العنف، أن العنف في حد ذاته قد يصبح قيمة اجتماعية عندما يعتقد الطفل أن العنف هو السبيل الأنجع في الوصول إلى ما يصبو إليه^[18]، وهو ما أكدته الباحثة جيهيل سوفي (Jehe.Sophie) المختصة في مجال التلفزيون والطفل، حيث بين أن النزعة لتطبيع العنف في الشاشة الصغيرة وجعله أمرا عاديا وطبيعيا وتسليعه يندرج بمخاطر على مستويات ثقافية: تمجيد العلاقات القائمة على القوة وتبجيلها وتحويلها إلى أنموذج سلوكي مفضل والنظرة للعالم من زاوية مناوية والافتتان به، تسطح الفكر تبسط النظرة للأشياء وتختزلها بشكل يحرف معناها فتقسم العالم بشكل ساذج إلى مجموعة من الثنائيات مثل أبيض وأسود ولا يوجد بينهما أي لون آخر^[19].

- دفع الطفل إلى عالم الكبار:

وهو ما يعني دفع الصغار إلى عالم النضج بشكل أبكر مما يمكن أن يتحمله نموهم العاطفي فحصلهم على معلومات عن عالم الكبار لا يعني أبدا القدرة على استخدامها بحكمة، توقع استمرار التسلية الاحترافية في جميع مناحي الحياة، "يدعم هذا القول ما ذهب إليه المفكر الأمريكي "جوزيف ميرو فيتز" (Joseph Meyrowitz) في مقال لقد قضى التلفزيون على مفهوم الطفولة نفسها فلم يعد للكحول أسرار"^[20].

3. قيم جديدة في ظل بيئة إعلامية وتربوية جديدة:

إن تأثير التلفزيون على القيم لا يكون من خلال تعزيز القيم أو تحييدها بشكل نهائي، وإنما من خلال تغليب قيم ومفاهيم على أخرى، "إنها في الواقع صياغة جديدة للمجتمعات تحت تأثير نسيج قيمي متكامل وذو أهداف محددة، تقوم بعملية تكوين الصور من أجل خلق قيم جديدة. من هذا المنطلق فإن النقاش الذي يجب أن يطرح اليوم، ينبغي ألا ينصب حول المراجعة الشاملة للمنظومة القيمية بقدر ما هو بحث متواصل عن القيم التي يجب إدراجها في ظل بيئة إعلامية وتربوية جديدة، وهذا ما ذهب إليه فرانسيس بال وغيره من المفكرين في مجال العلوم الإنسانية مؤكدين أن ما مر به تاريخ الفكر البشري من مراحل اقتضت نظرة جديدة إلى القيم كلما ظهرت تحولات عميقة سواء كانت فكرية عقدية أم اقتصادية مادية ظهرت قيم جديدة"^[21]، ضمن هذا السياق فإن السؤال الذي يظل مطروح: ما هي القيم التي تتطلبها مجتمع المعلومات والمعرفة؟ وبناء على هذا التساؤل العام ما هي القيم التي يجب أن يتناولها القائمون

على إنتاج برامج الأطفال؟ إن الإجابة عن هذه التساؤلات ليست بالمهمة السهلة على التربويين والإعلاميين معاً، وفي هذا الصدد يقول الباحث "تريغوري روني" (Tregort René) "أعتقد أن أكبر مشكل يجابه الباحث اليوم في حقل الإعلام والاتصال هو الحديث عن القيم التي يقتضيهها اليوم مجتمع الإعلام والاتصال"^[22]، إن مجتمع المعلومات قد طرح مهاماً معقدة على المؤسسات التلفزيونية العربية من حيث ضرورة تطوير المنظومات القيمية الخاصة بها وتكييف الوافدة إليها بما يوافق حاجاتها، ولن يتم ذلك بالانكفاء بقيم محافظة وإنما بالتفاعل الذي صار خياراً لا خيار سواه في العمل الإعلامي، من أجل تجاوز التعارض بين نموذجين إعلاميين إحداهما يعتنق قيم غربية مستعارة من الآخر دون اعتبار للسياقات الثقافية والتاريخية التي نشأ فيها، وآخر منغلِق على ذاته غير قادر على التفاعل مع الآخر، وذلك من أجل التأسيس لإعلام حضاري يسعى إلى تنشئة طفل عربي متوازن الشخصية، متشبث بهويته، قادر على التعامل مع كافة التحديات التي يفرضها عصر المعلومات والمعرفة.

ثانياً: مستويات اكتساب الطفل للقيم:

بعد تناول إشكاليات حضور القيمة في المحتوى الإعلامي نحاول الكشف عن خصوصية المرحلة في تعاطي الطفل مع التلفزيون وتأثيرها في اكتسابه للقيم من خلال التركيز على المستويات التالية:

1. مستويات الاستفادة من التلفزيون في النمو المعرفي:

تؤكد الدراسات أن الطفل دون السن الثالثة لا يستفيد من التلفزيون في نموه، وهذا ما استنتجه طبيب الأمراض العقلية الفرنسي والمختص في علاقة الأطفال بالصورة "تيسرون سرج" (Tisseron Serge) من تجاربه، ومن البحوث الأمريكية التي اهتمت بعلاقة الطفل بالتلفزيون، فالطفل في هذا السن يستفيد في نظره أكثر من التفاعلات مع البشر ومع ألعابه، بينما التلفزيون لا يسمح بمشاركة الطفل لأنه غير تفاعلي، لذا يقال أنه لا يوجد اختلاف في رد فعل الطفل في هذا الاتجاه في ما يشاهد في الشاشة الصغرى. بعد هذا السن تتغير علاقة الطفل بالصورة، حيث يرى عالم النفس والأمراض العقلية، (Claud Eallard)، وصاحب كتاب الطفل في عصر الصور، أنه خلال الفترة الممتدة ما بين ثلاث وأربع سنوات يصبح الطفل مفتوناً بكل ما ينتمي إلى سجل الحركة - الحركة داخل الصورة - وهو مأخوذ بحلم اليقظة التي يشاهدها في الشاشة، والذي يتطلب منه جهداً وتركيزاً كبيرين، ويفرض عليه تطوير حاسة النظر على حساب الحواس الأخرى، وخلال الفترة الممتدة ما بين أربع وسبع سنوات يقوم الطفل بتقمص بعض الشخصيات التي يشاهدها في التلفزيون، حيث يدمجها في تخيلاته وهو في حال عدم التمييز بين الواقع والخيال^[23]. وحسب الدراسة التي أجراها "بيار كورسي" (Pierre Corset) على عينة من الأطفال الذين بلغ عددهم 3000 طفل في مدة بلغت ثلاث سنوات حول مدى قدرة التلفزيون على أن يسمح للطفل بفهم أفضل للعالم المعاصر، حيث وجد أن الأطفال ذات الفئة العمرية المتراوحة بين 14 - 16 سنة تنطبق عليهم أكثر مثل هذه الافتراضات، في حين أن فكرة التلفزيون يسمح بأخذ معلومات وأفكار مفيدة تنطبق على الفئة العمرية التي تتراوح بين 8 إلى 10 سنوات و 11 إلى 13 سنة، وقد بينت الدراسة أن حقل معارف الأطفال يتشكل دون أن يعي الأطفال سبب اختيارهم لهذه المعلومة أو تلك فهم يدمجونها بطريقة عفوية مع معارفهم المكتسبة^[24].

2. مستوى فهم الخط العام للقصة:

توصل العديد من الباحثين، وفي العديد من الدراسات، إلى حقيقة أن الأطفال في مرحلة التفكير ما قبل العمليات، يهتمون فقط بالحوادث المنفصلة والمنفردة، وإنهم بالتالي لا يشاهدون، ولا يفهمون سوى القليل من القصة، في حين أن الأطفال الأكبر سناً يستطيعون أن يتذكروا الحوادث ضمن مجمل الخط العام لتطور القصة، كما أظهرت التجارب التي أجريت على تقدير فهم وإدراك القصة عن طريق تذكر وإعادة روايتها، وكذلك عن طريق ترتيب الصور الفوتوغرافية بالترتيب ذاته التي عرضت فيه القصة، أن الطفل في سن التاسعة هو أكثر من يتذكر ويروي الحوادث على حساب الخط العام للقصة^[25].

3. التمييز بين الواقع والخيال:

سئل العديد من الأطفال في بلدان متعددة حول واقعية وحقيقية عدة برامج تلفزيونية عرضت عليهم، وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية الأطفال، الذين تتراوح أعمارهم بين الثالثة أو الرابعة والخامسة من السنوات يؤكدون أن البرامج حقيقية، وأن الشخصيات تستطيع أن تطير، وتأكُل وتفعل أشياء مثل شخصيات الدمى والكارتون، أما الأطفال الذين هم في سن السادسة والخامسة من عمرهم، فإنهم كانوا أكثر ميلاً للتأكيد على أن هذه الشخصيات غير حقيقية كما تبدو على الشاشة وهذا يعني أن الخلط بين الحقيقة والخيال هو جزء مكمل ولا يتجزأ إطلاقاً من أسلوب الأطفال الصغار في مشاهدة التلفزيون [26]. لكن بعد السنوات السبع يستطيع الطفل التمييز بين الصور المقترحة والواقع لأنه اكتسب مفهوم الزمن والمكان، وأصبح في وضع يستطيع أن يختار ما يشاهده. وفي سن العاشرة والحادية عشر ينضج الطفل أكثر، ويشعر بالملل من التلفزيون، فيتحجج إلى ألعاب الفيديو، وفي هذه المرحلة من عمر الطفولة يكون محتوى الصور أكثر أهمية في لعبة التقمص التي تتمتع بهذا القدر أو ذاك من الوعي، وتبرز من خلالها الميول والاختيارات، فالبنين يفضلون الشخصيات التي تداهن نرجسيتهم: البطل الذي لا يهزم، أما البنات فتفضلن النجوم التي تغذي رغبتهم في الإغراء [27]. أما المراهقين فيفضلون البرامج التي تظهر الاستمرارية المنطقية للحبكة، وفي الوقت الذي يستطيع فيه المراهقون التمييز والتفريق بين البرامج أكثر من الأطفال الأصغر سناً، فإنهم يرفضون المبالغة في مسرح الأحداث، والمبالغة في التمثيل، والمبالغة في الشكليات والأسلوبية، التي، وكما رأينا سابقاً، تمكن الأطفال الأصغر سناً من فهم الخط العام للقصة. كذلك فإن المراهقين يفضلون القصص التي تدور حول العلاقات الإنسانية، والمفهوم الذاتي، والهوية الذاتية، وإذا ما كانوا يفضلون التصوير الواقعي على التصوير الفني، فإن هذا لا يعني أنهم يفضلون البرامج التي لا تهتم بالشكل الفني، بقدر ما يعني أنهم يفضلون الدراما التي تبدو واقعية قدر الإمكان [28].

4. مستوى التعامل مع الأشكال التلفزيونية:

يمكن دراسة النشاط الذي يقوم به الطفل في تعامله مع الأشكال التلفزيونية بفضل ثلاث مستويات تدريجية للتحليل

في المستوى الأول: يفسر الأطفال الأشياء التي يرونها على الشاشة تبعاً للقدرات التي تم اكتسابها في وسطهم الواقعي، لكن يتعرضون أيضاً لزوايا التصوير وضبط الصور والألوان والإضاءة التي تحدد نوعاً معيناً من الإدراك السمعي المرئي للأشياء والموضوعات.

في المستوى الثاني: يواجهون تقاليد وأساليب معينة لوسائل الإعلام مثل المشاهد البانورامية والتغير السريع للأحجام والصور (زوم)، الرؤية عن قرب (اللقطة المكبرة)، لكنهم يواجهون بعد ذلك التقنيات الخاصة بوسائل الإعلام التي لا علاقة لها بالحياة الواقعية: المؤثرات الموسيقية والبصرية وطباعة عدة صور فوق بعضها (الطباعة الفوقية) والتصوير البطيء وما إلى ذلك، حيث يدل حلول صورة محل أخرى تدريجياً إلى انتقال زمني أو يدل الانتقال السريع للصور على انتقال مكاني. توضح الدراسات أيضاً أن تقنيات المونتاج تتيح تحسين الفهم لدى الأطفال الأكبر سناً خاصة عندما يتوافق قطع اللقطات مع التغيرات التي تطرأ على سير الحدث، غير أن تقنيات مثل الزوم zoom والمونتاج قد لا تكون مفهومة من قبل صغار الأطفال وقد تعيق تسلسل الوحدات السردية، ويبدو مثلاً الربط بين لقطتين تم اتخاذهما من زاويتين مختلفتين مهمة فكرية صعبة بالنسبة لطفل في الرابعة من عمره لأنه لم يكتسب بصفة جيدة مفهوم التيبولوجية المكانية (موقع الشيء الهندسي بالنسبة للأشياء الأخرى) [29].

على ضوء ما تقدم يصعب الحديث على مواد تلفزيونية عامة موجهة للأطفال، بل لا بد من تنويعها على مستوى الشكل والمحتوى سواء في نطاق الفترة الزمنية التي تخصصها القناة التلفزيونية الجامعة للأطفال، أو القناة التلفزيونية المتخصصة في مجال الأطفال.

رابعاً: تجارب إعلامية في التلفزيون التربوي:

إن الحديث عن تلفزيون تربوي حسب الاتجاه الانغلو سكوني والذي يتناول التربية بمفهومها الواسع، أو التلفزيون التعليمي الذي يركز على نوع من التعليم المدرسي أصبح هاجس يشغل المربين والإعلاميين على حد سواء والذي تجسد من خلال بعض النماذج الإعلامية:

1. برامج أطفال لتنمية القراءة لدى الطفل:

في السنوات الأخيرة ظهرت برامج تسعى لتنمية القراءة لدى الطفل وتستخدم برامج تلفزيونية مثل برنامج (READING RAINBOW) حيث تعتمد على أحد نجوم التلفزيون كضيف لإثارة الحماس نحو القراءة لدى جمهور الصغار، كما ظهر مشروع "اقرأ أكثر عن..." الذي بدأته شبكة CBS بالتعاون مع مكتبة الكونغرس، والذي جعل نجوم عدد من البرامج التلفزيونية التي أعدت على أساس الكتب يخرجون عن أدوارهم عند العرض الدرامي لتحفيز مشاهدي التلفزيون على الخروج وقراءة الكتاب ما داموا قد شاهدوا البرنامج، ولم تكتفي شبكة NBC عن الإعلان مراراً وتكراراً عن القراءة "حين تغلق جهاز تلفزيونك افتح كتاباً"، كانت تلك هي الرسالة التي تبث مع انتهاء مسلسل محبب للأطفال في فترة ما بعد الظهر، وانضمت شبكة ABC بالمثل إلى الدعوة للقراءة بإنهاء بعض البرامج المقتبسة للأطفال من الكتب قائلة شاهد البرنامج اقرأ الكتاب [30].

2. برامج تلفزيونية تشق طريقها إلى الفصول الدراسية:

إن افتتاح التلفزيون على المدرسة تزايد في الفترة الأخيرة حيث عمدت قنوات برامج الأطفال إلى تزويد قنواتها بموقع تعليمي يقدم للطفل معلومات متلائمة مع المناهج الدراسية والمقررات، ونذكر من ذلك المنصة التعليمية lesite.tv الذي وضعته قناة برامج الأطفال france5 يتضمن فيديوهات (أكثر من 3000 فيديو تعليمي)، بالإضافة إلى موقع curiosphere.tv الذي يحمل مئات الفيديوهات التعليمية للتلاميذ والمعلمين [31] قنوات مثل france3 بمساعدة الإذاعات والصحف الجهوية استطاعت تقديم قناة تدعى cap canal كقناة تربوية تقترح برامج موجهة للطفل بالإضافة إلى بطاقات تقنية للمعلمين [32].

3. التربية الميديا تيكية جزء من المنهج الإعلامي والدراسي:

إن موجة الانتقادات التي تعرض لها التلفزيون حول تأثيراته السلبية على الطفل، جعل المربين والإعلاميين على حد سواء يفكرون في طريقة ناجعة لجعل الطفل يكتسب مهارات المشاهدة المفيدة ومساعدته على أن يكون أكثر انتقاداً لما يشاهده من خلال التربية الإعلامية، "وفي هذا الصدد تقول مديرة التربية بولاية نيويورك أنه مادام من غير الواقعي أن نتوقع من الأطفال والآباء أن يقوموا بإغلاق التلفزيون ويكرسوا أنفسهم للكتب، فبدلاً من انتقاد التلفزيون تقترح المديرة أن تساعد المدارس الصغار لكي يصبحوا مشاهدين أفضل. ومن هنا ظهرت في المناهج الدراسية ما يعرف بالدراسة بوسائل الإعلام والتربية على وسائل الإعلام، كما ظهرت برامج تلفزيونية تساعد الطفل على المشاهدة الناقدة والواعية للمحتويات الإعلامية ومنها برنامج Tuned-In الذي مولته وزارة التربية في الولايات المتحدة الأمريكية ويستخدم قالب كوميديا مواقف لمساعدة أطفال المدارس المتوسطة في الحصول على مهارات أثناء تجربة المشاهدة، في حادثة ضمن برنامج Tuned-In يظهر الطفل جالساً في فراشه ويقوم بأداء واجبه المنزلي أثناء المشاهدة، بينما تدخل أمه الحجرة قائلة لماذا تشاهد هذا الهراء إن لينارد بريتشين على القناة الأخرى، كما أن هناك برنامج آخر يدعى الإفادة القصوى من التلفزيون، وتمويله يأتي من مؤسسة الإذاعة الأمريكية، وخصص لتلاميذ الصف الثاني والثالث والرابع فإنه يأمل أن يساعد الأطفال على التمييز بين الواقعي والوهمي على الشاشة، بمقارنة شخصية الرجل الأخضر (تعرض هذه السلسلة على الشاشات العربية) مثلاً بناس حقيقيين التقاهم الأطفال ودعوه الأطفال إلى مقارنة أسرهم بأسر التلفزيون، مشيراً إلى أن الإعلانات التلفزيونية كثيراً ما تغالي في قيمة وجاذبية سلع معينة [33].

4. BBC وسياسة تجنب الاستهلاك الصامت:

انتهجت BBC سياسة تستهدف حماية النشء وتقديم محتوى جاد للطفل، حيث رفضت أن تستعيد الطفل الانجليزي كثافة الصور، فاتبعت سياسة الحماية والحذر من الإنتاج الذي لا يستجيب للرؤية السياسية إلى الأهداف والوظائف المحددة لبرامج الأطفال شكلاً ومضموناً "إن هدفنا من خلال ما نعدده

من برامج لأطفالنا يتمثل في تنشيط الخيال والفكر والتشجيع على الخلق والإبداع والنشاط المنتج.... وبذلك تساهم في دفع الطفل إلى تجنب الاستهلاك الصامت والانبطاح أمام الشاشة^[34].

5. قنوات من أجل الرضع:

ظهرت موجة من القنوات الموجهة للفئة العمرية ما بين 6 أشهر و 3 سنوات حيث برزت للوجود القناة الفرنسية baby tv سنة 2005 وقناة first baby سنة 2007 وتدعي هذه القنوات أنها تقدم خدمات تربوية للأطفال والآباء معا وأنها تسعى لتقديم مضامين متكيفة مع حاجات هذه الشريحة العمرية تحت إشراف خبراء عالميين في مجال الطفولة وأنها خالية من المضامين الاشهارية، غير أن تقرير الإدارة العامة للصحة (DGS) الصادر في 16 أبريل 2008 جاء مخيبا لآمال هذه التجارب التلفزيونية حيث أكد التقرير أنه لا يوجد دراسة إلى الوقت الحالي تظهر أن برامج الأطفال تعود بالفائدة النفسية أو المعرفية على هذه الشريحة العمرية، لذلك توقف بث القناة في 2010^[35].

خامسا: قناة الجزيرة للأطفال: التجربة من الداخل:

تشكل قناة الجزيرة للأطفال، من وجهة نظرنا حالة واحدة في مجال إعلام الطفل التربوي وذلك لعدة اعتبارات:

- الجزيرة للأطفال هي جزء من مؤسسة قطر للتربية والعلوم وتنمية المجتمع، تقدم مجموعة مختارة من العلامات التجارية حيث تقدم قناة براعم موجهة للفئة العمرية من 2 سنوات إلى 6 سنوات، تقدم كورال سوار رؤية الجزيرة للأطفال عبر إتاحة الفرصة للأطفال الموهوبين من 9 إلى 16 عام في العالم العربي لمساعدتهم على اكتشاف قيمة التراث الموسيقي العربي، تقدم قناة تلفزيون ج للبنين والبنات من 7 إلى 12 سنة.
- قدمت نفسها للجمهور على أساس أنها قناة تربوية وليست ترفيهية، فقد قامت على دراسة علمية دقيقة لجمهورها المستهدف ولنمط المضامين المناسبة له^[36].
- تقدم أشكال برامجية جديدة ولا يشكل الكرتون سوى 12%، كما تقدم 6 ساعات من البرامج الجديدة يوميا وهي أعلى نسبة تصل إليها القنوات التلفزيونية العربية الموجهة للطفل، تنتج أكثر من 40% من البرامج في استوديوهاتها كما أنها تعرف انتشارا واسعا بين جماهير الأطفال^[37].
- لديها موقع تعليمي talaam tv يقدم رؤية الجزيرة للأطفال ورسالتها انطلاقا من كونه أول موقع إلكتروني تربوي في الوطن العربي، يهدف إلى تزويد المشاركين فيه بخدمة الفيديو التعليمي حسب الطلب (VOD) وذلك لدعم العملية التربوية بواسطة الوسائل التكنولوجية الحديثة.

الرسالة التربوية لقناة الجزيرة للأطفال:

تسعى قناة الجزيرة للأطفال لتقديم رسالتها التربوية من خلال السعي لتحقيق جملة من الأهداف، تظهر من خلال نوعية برامجها المختارة والتي تعرض على قناة تلفزيون ج أو قناة براعم:

1. دعم الهوية العربية والحفاظ على الخصوصية الثقافية وذلك من خلال:

- اعتماد اللغة العربية الفصحى في جميع برامجها مع محاولة تبسيط المفردات في الحوارات التي يجريها المنشط مع الجمهور وفي المسابقات حيث نجد أن الملفت للانتباه في فقرة ج جواب كبرنامج تفاعلي يضم عدة فقرات من بينها مسابقة يشارك فيها جمهور الأطفال عبر الهاتف، هو تفاعل الأطفال مع المذيع باللغة العربية الفصحى.
- تعزيز القيم الدينية من خلال سلسلة من البرامج التي تذاع على مدار السنة ولا تتميز بالحضور المناسباتي (شهر رمضان فقط) ومن بين هذه البرامج نجد: برنامج قصص التابعين: رسوم متحركة تتناول السيرة الذاتية للشخصيات التي ساهمت في نشر الإسلام، وما يحمله هؤلاء من فضائل وقيم نبيلة، وهو ما يساعد على تقديم القدوة الحسنة للطفل. فقرة اقرأ وارتق: برنامج تعليمي ديني يلقن التلاوة لمجموعة من الطلبة، مع تلقي اتصالات ومشاركات المستمعين من الفتيان والفتيات ليختبروا مدى مهاراتهم بتلاوة القرآن الكريم، بالإضافة إلى تقديم جرعة من المعلومات الأساسية في علوم القرآن.

- ربط الطفل العربي بتراثه وثقافته من خلال إنتاج أفلام مقتبسة من التراث العربي الإسلامي السردى مثل كتاب كليله ودمنة وحي بن يقضان.
- إعداد الطفل للتعامل مع تحديات عصره وذلك من خلال:
- تقديم معلومات للطفل في مختلف المجالات: تاريخ، جغرافيا، فنون، علوم وغيرها من خلال عدة فقرات أهمها: **فقرة شاشتك** وهي عبارة عن فقرات متنوعة، أخبار، استجابات لشخصيات مميزة في شتى المجالات، مروراً بتقديم آخر إصدارات الأفلام العالمية وكل ما وصلت إليه التكنولوجيا الحديثة، إلى جانب تقديم آخر إصدارات الألعاب الالكترونية والأجهزة الترفيهية. يعتمد هذا البرنامج على طريقة تقديم تفاعلية تجلب انتباه الأطفال وتحفزهم على متابعة البرنامج. **برنامج الجولة** عبارة عن جولة أسبوعية تنقل الأطفال إلى الأماكن السياحية والثقافية و المعالم الحضارية والفعاليات الثقافية المعاصرة من خلال مجموعة من التقارير المصورة. **الفتاكون في القطبين**: قدم هذا البرنامج المستكشف والإعلامي **ستيف باشكالست**، الذي نقل لنا صور حية عن ستين نوعاً من الحيوانات الفريدة وغير المألوفة من خلال تنقلاته بين الصحاري والمستنقعات والجبال والبحور والأشجار.
- تقديم مفاهيم علمية وتعليمية: من خلال تلقين الطفل بعض المفاهيم مثل: الأحرف الهجائية، الأرقام، مبادئ الحساب، أسس المحاكاة المنطقية، قواعد صحة عناصر الثقافة العامة المفردات الأساسية، وهو ما تظهره سلسلة **الكابتن كريم وقطار الحكايات** التي تضم شخصيات تنطلق في قطار الحكايات لتعلم أشياء جديدة، تحفز الأطفال على تشكيل معارف وخبرات مرتبطة بأجسامهم ومحيطهم وكل ما له علاقة بواقعهم. **برنامج زيد والعلوم**: يدور البرنامج حول منهج علوم مدرسي عملي يركز على الموسيقى والفكاهة، ليجيب عن أسئلة الأطفال المتعلقة بالعلوم، يقدم زيد وأصدقائه مواضيع علمية مختلفة ومنها: القياسات، التغيرات، الحواس الخمس، الآلات البسيطة، إلى جانب مجموعة من المعلومات المتعلقة بالصحة.
- 3. **تحفيز الطفل على الإبداع والتفكير** وذلك من خلال فقرة **من أنا؟**: يحاول الأطفال من خلال هذا البرنامج تخمين ما يوجد داخل الصندوق الذي يخبئ بداخله حيواناً جديداً، في كل حلقة تعطي تلميحات تساعد الأطفال في اكتشاف الحيوان الموجود وهو ما يحفز الطفل على التفكير.
- 4. **السعي لتفعيل الجانب الاجتماعي للطفل**: وذلك من خلال برامج ممتعة ومفيدة تسعى لتفعيل الجانب التواصل للطفل، ومن أمثلة هذه البرامج نجد سلسلة **إيميلي**، فتاة ذات الأربعة أعوام تعيش مع والديها وشقيقها الأكبر ستيفان وأختها الصغرى ليزا، وهي عائلة متحابية ومتراصة ولكل واحد من أفرادها دوره الخاص الذي يؤديه، وأحياناً قد تصطدم بالمواقف المزعجة، لكن حياتها في معظم الأوقات تكون مليئة بسعادة وفرح.

خاتمة:

إن إعلام الطفل العربي يجد نفسه اليوم إزاء منظومة معقدة من التحديات تفرض عليه الارتقاء بالخطاب الإعلامي العربي الموجه للطفل إلى مستوى من النضج، يؤهله لأن يكون في نفس الوقت مصدراً لتكريس قيم الأصالة في المجتمع والحدثة من جهة وأن يكون صلة الوصل بين الماضي والحاضر والمستقبل من جهة أخرى.

المراجع:

- [1] Frédéric Marty : les usages de l'audiovisuel éducatif par les enseignants face au numérique : l'exemple du site.tv , Thèse doctorat, université toulouse, Science de l'information et de communication, 2015, p11.
- [2] عبد الوهاب بوخنوقة: الوسائط الإعلامية والالكترونية والأطفال، وسائل للترفيه وأدوات للمعرفة، الإذاعات العربية، العدد3، 2008، ص96.

- [3] السعيد بو معيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية أطروحة دكتوراه دولة، علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2005/2006 ص.36
- [4] عبد الجابر شريف: مصلحة البرامج الثقافية، إصدارات تونسية، حصة تلفزيونية، التلفزة التونسية الوطنية 1. انظر: <https://www.youtube.com/watch?v=DmX3NwGj59Y>
- [5] جون كورنر: التلفزيون والمجتمع، التأثير النوعية والإعلانات، ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق 1999، ص.8
- [6] مروى عصام صلاح وآخرون: إعلام الأطفال ماله له وما عليه، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، سوريا، 2015، ص.180.
- [7] Les enfants et télévision : résultats et tendances de la recherche, service de la recherche en éducation, département de l'instruction publique, république et canton de Genève, 1998, p40 .
- [8] سفيرفارس السويدي: البرامج التلفزيونية وقيم الأطفال، كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص.12.
- [9] Evelynne Pierre: Jean Chaguiboff, Brigitte Chapelain : Les nouveaux téléspectateurs de 9 à 18 ans. Entretiens et analyses, française, coll. Audiovisuel et Communication, Paris 1982, p72.
- [10] ميشال سوشن وآخرون: الطفل والتلفزيون، ترجمة على أسعد وطفة وآخرون ، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، سوريا، 2015، ص.114.
- [11] Patricia Greenfield et Jean Retschitzki : les effets de la télévision, des jeux vidéos et ordinateurs universitaire fribourg-suisse, 1998, p40.
- [12] les Enfants et télévision, Op.cit., p40
- [13] هريبرت أ. شيللر : المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، الكويت، 1999 ص.118
- [14] المرجع نفسه، ص.120.
- [15] مروى عصام صلاح وآخرون، مرجع سابق، ص.180.
- [16] هريبرت أ. شيللر، مرجع سابق، ص.119
- [17] Patricia Greenfield et Jean Retschitzki, Op.cit, p50.
- [18] عزي عبد الرحمن وآخرون، فضاء الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، سلسلة الدراسات الإعلامية، ص.92
- [19] نصر الدين العياضي: مقدمة في نقد التلفزيون، ط1، الأفق المشرقة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص.255.
- [20] Joseph Meyrowitz : La télévision et l'intégration des enfants, Réseaux, n°74, 1995, p 55-88.
- [21] محمد شلبي: مسألة القيم في برامج الأطفال التلفزيونية، نظرة للكفاءات المشرفة على هذه البرامج إلى القيم المتداولة في برامج الأطفال، المؤتمر العربي حول الإذاعة والتلفزيون والطفل، 3-6 أفريل، 2003، ص.386.
- [22] المرجع نفسه، ص.386.
- [23] نصر الدين العياضي، مرجع سابق، ص.269.
- [24] المرجع نفسه، ص.270.

- [25] غرانت نوبل: ما الذي يجب أن يعرفه الآباء عن الأطفال والتلفزيون، الطفل والتلفزيون، ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، الطبعة الثالثة، ص23.
- [26] المرجع نفسه، ص35.
- [27] نصر الدين العياضي، مقدمة في نقد التلفزيون، مرجع سابق، ص270.
- [28] غرانت نوبل، مرجع سابق، ص33.
- [29] فيلشس لورينزو: التلفزيون في الحياة اليومية، ترجمة وجيه سمعان عبد المسيح، المجلس الأعلى للثقافة، المغرب، 2000، ص ص 52، 59.
- [30] ماري وين: الأطفال والإدمان على التلفزيون، ترجمة عبد الفتاح الصبحي، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، عدد 247، الصادر في يوليو 1999، ص84.
- [31] Enfants et écrans : grandir dans le monde numérique, rapport consacré à droit de l'enfant, 2012, p53.
- [32] L'environnement médiatique des jeunes de 0 à 18 ans que transmettons-vous à nous enfants ? Rapport au ministère délégué à la famille, à l'enfance et aux personnes handicapés ; mai 2002 ; retrieved 3 December 2015; from: www.unaf.fr/IMG/pdf/rapport_CIEM.pdf
- [33] ماري وين، مرجع سابق، ص104.
- [34] عبد القادر بن الشيخ: سياسة المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية وتجلياتها في الخارطة البرامجية، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، 3 إلى 5 أبريل، 2002، ص120.
- [35] Enfants et écrans, Op.cit. P70
- [36] الميثاق التحريري للجزيرة للأطفال انظر: <http://www.jcctv.net/commissioning-info>