البرامج والإعلانات التليفزيونية كمحددات في تشكيل بعض أنماط السلوك الاجتماعي لأطفال الحلقة الثانية من التعليم الأساسي "دراسة مقارنة"

د./ أحمد عبد المنعم محمد أحمد
مدرس بقسم علم النفس التعليمي
بكلية التربية بقنا – جامعة جنوب الوادي

الملخص

الإعلام التليفزيونى فى حاجة ماسة إلى العقول الواعية فى مصر وعمان (علماء نفس وتربية، مفكرون فى أدبب الطفل والمراهقة، وبرامج للأطفال هادفة) لتسهم فى تشكيل السلوك الاجتماعى الناجح للأطفال، ومن هنا كانت فكرة هذا البحث

وشملت العينة (٤٠٠) من أطفال المراهقة المبكرة فى مصر وعمان حيث أوضح البحث خطورة برامج التليفزيون وما يعرضه من قيم تؤثر فى الأطفال، كما أشار البحث إلى تأثير فى القيم الاجتماعية التى يعيشها الطفل العربى حيث تزيد الاتجاهات العدوانية عند الأطفال وبصورة أكبر لدى الذكور عنها لدى الإناث خاصة بعد تعرضهم للبرامج والإعلانات التى تحتوى على مواقف عنف وهذا قد يدعم سلوكيات اجتماعية .

البرامج والإعلانات التليفزيونية كمحددات في تشكيل بعض أنماط السلوك الاجتماعي لأطفال الحلقة الثانية من التعليم الأساسي "دراسة مقارنة"

د./ أحمد عبد المنعم محمد أحمد

مدرس بقسم علم النفس التعليمي

بكلية التربية بقنا – جامعة جنوب الوادي

مقدمة :

يلعب الإعلام – فى هذا العصر – دوراً فعالاً فى الأفراد والمجتمعات حتى بات أداة توجيه فاعلة يكاد يتراجع أمامها دور الأسرة والمدرسة – ولما كان التليفزيون يقدم المادة مرئية ومسموعة فقد أصبحت مشاهدته نشاطاً مثيراً فى حياة الصغار والكبار، ومن هنا تأتى أهمية برامجه، ومادته التى يبحثها فى تغيير وتشكيل السلوك الاجتماعى للطفل، وإكسابه أنماطاً سلوكية بتأثير ما تثبته قنوات الإرسال محلية كانت أو أجنبية بما تحمله من ثقافات متباينة، ومؤثرات ربما كانت غربية علينا إلى حد قد يصل إلى التناقص وقيم مجتمعاتنا، ويرى " على وطفة " (١٩٩٧، ٧٩٠) أن هذا أمر يدعو إلى أخذ قدر من الحيطة والحذر، وإيجاد حلول ورؤى من جانب القائمين على أمر التربية والمسئولين تقابل ما تقدمه تلك القنوات الغربية علينا وذلك بإعداد مواد نحافظ على تراثنا وبعيد للفرد توازنه .

وقد أصبح التليفزيون وسيطاً هاماً من وسائط التربية، ووسيلة إعلامية لها أثرها حيث تتميز بقدر من الجاذبية ولذا ينبغى أن تكون المعلومات والمواد المقدمة ملتزمة بقواعد الصدق، ومعبرة عن واقع وسلوكيات المجتمع .

والتليفزيون يدفع المتلقى إلى التفاعل مع الإنتاج الفكرى، وقد يكون هناك زيارات فكرية تصدرها الدول الأجنبية لها أخطار بحيث تشوه الهوية الخاصة بالمجتمع أو لا تتناسب مع نمو الأطفال معرفياً ووجدانياً، وبالتالى يجب ألا تشجع برامجه سلوك العنف أو السلوك الذى لا يتوافق وثقافة وأعراف المجتمع أو إفساد الأطفال من خلال عرضة مادة تتضمن خطرا عليهم كما أشارت بذلك دراسات كل من " سعيد أحمد حسن " (١٩٩٥، ٦٩)، " كلارا جينج وآخرون " Jennings and other " (١٩٨٠، ١١٦) .

وحول تأثير التليفزيون وما يقدمه من برامج وأفلام وإعلانات فهناك من يرى أن الإعلام وما يحويه من مضامين بعد مؤثراً بحيث يمكن أن يسهم فى تغيير اتجاهات وسلوك الأفراد، وهذا التأثير يختلف باختلاف الظروف النفسية والاجتماعية للأفراد الذين يتعرضون لمحتوى هذه البرامج المتعددة، لذا فمن خلال ما يقدمه التليفزيون من مواقف فهو يعد مؤسسة فاعلة لما تقدمه من قيم وأنماط سلوكية متباينة لها آثارها فى أفكار واتجاهات الآخرين بقدر يفوق ما تقدمه أنظمة التعليم المدرسى، وهذا يتفق مع ما أشارت إليه دراسة " زانج Zang " (١٩٩٤) .

وقد أوضحت دراسة " محمد عماد الدين، وحسين كامل بهاء الدين " (١٩٩٠، ٢١٠-٢١٤) أن البرامج الأجنبية فى معظمها تؤثر سلباً فى الأطفال، حيث لا تعكس الواقع ولا القيم العربية، وذكرت أن هذه البرامج تأتى ومعها قيم البلاد التى أنتجتها وتعكس ثقافتها .

والرسالة التى يقدمها التليفزيون سواء كانت رموزا لغوية أو صوراً فإنها تعد كما يرى " محمد الكمبى " (١٩٨٥، ٥٨)، " على وطفة " (١٩٩٧، ٧٩) مثيرا للجاذبية يمكن أن يستجيب له الأفراد، وتعد مثيراته عاملاً فاعلا لكل أسرة، ويستجيب المتلقى لهذه المثيرات مما يسهم فى غرس ميول واتجاهات متباينة لديه، ويظهر هذا التأثير فى ردود الأفعال حين نلتفت إلى استجابات الفرد أثناء عرض هذه الرسائل وخاصة أطفال مرحلة المراهقة المبكرة .

ورغم أهمية التليفزيون من الناحية التربوية إلا أنه لازال قاصراً عن أداء هذه المهمة لدى هؤلاء الأطفال، وعاجزاً عن مخاطبتهم وجدانياً لافتقاده تقديم مثل ونماذج تقدم سلوكيات مرغوب فيها، وهذا ما أفقده مقومات وعناصر البنية التربوية الناجمة، وهذا ما أكدته " عزيزة المانع " (٢٠٠١، ٢٣) حيث ذكرت أن هذا يعد ظاهرة خطيرة يُخشى منها على نقاء الفكر لأن التراجم الأجنبية تركز على الإثارة والجاذبية وتمثل سمات بيئات أجنبية ومن هنا نأتى ضرورة هذه الدراسة نتيجة لما تحدثه المادة التليفزيونية على أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة وتشكل سلوكهم الاجتماعى .

مشكلة البحث :

نحن نعيش عصراً منفتحاً إعلامياً على ثقافات متعددة ومتباينة حيث انطلقت القنوات الفضائية ترسل أنماطا ثقافية، وسلوكيات اجتماعية لعلها تكون غريبة على المجتمع العربى، وقد تتأثر الهوية الوطنية نتيجة هذا الإختراق الثقافى الذى يمثل تحديا تجاه الثقافة الوطنية، ومن هنا بات على الإعلام العربى التصدى لهذا التيار الثقافى الوافد على المجتمع، وذلك بتلبية احتياجات الفرد العربى .

ولما كان التليفزيون وسيلة سمعية بصرية هامة، كما أوضح " ولى عبدالجبار" (١٩٨٦، ١٩١) – يقدم الخبرات المتعددة والمتنوعة للفرد فى مراحل عمره المختلفة، من خلال عروض للبرامج والأفلام، والمسلسلات، والإعلانات، ويصور نماذج وشخصيات قد تؤثر على سلوك المتلقى، فلا ريب أن الفرد، وخاصة الطفل الذى بدأ يدخل مرحلة المراهقة تشده حواسه فيتابع ما يقدمه التليفزيون متأثراً بإيجابياته، وسلبياته خاصة وأن التليفزيون أضحى ضرورة لكل أسرة بحرص فيها الكبير والصغير على متابعة ما تعرض قنواته الفضائية، حتى أن وظيفته أصبحت – كما تذكر دراسة " محمد عماد الدين، حسين كامل بهاء الدين " (١٩٩٠، ٢١١) – تنافس وظيفة الأب والأم وأنه رغم سلبيات بعض ما يعرضه فإنها مسلية للأطفال وتزودهم بالمعلومات وتنمى مواهبهم، كما أن لأفلام (الكارتون)، ومسلسلات الأطفال

دورها فى مساعدة النمو اللغوى والاجتماعى للأطفال، وإمدادهم بخبرات حياتيـة إلا أن بعضـها الآخر يسهم فى بث مخاوف فى نفوس الأطفال وتكسبهم قيما غير ملائمة لا تراعى خصائصـهم النفسـية .

فالملاحظ أن المواد التليفزيونية المقـدمة – وخاصة للأطفال – تأتى بنماذج وشخصيات تكون لها آثـار جذب عليهم وذلك كما يذكر " كوديـارس Kodairs " (١٩٨٦، ١٧)، "عـاطف عدلى " (٢٠٠٠، ١٢٣)، ويكاد بحاكيها الطفـل وقـد يحدث بينهما قـدر مـن التوحـد حيـث يتصور الطفل نفسـه مكان هذه الشخصية أو النموذج، وقـد يسـلك مثلما يسـلك النموذج، وقـد يكون سـلوك النموذج متسماً بالعنف أو أى سـلوك آخر لا يتلاءم مع قيم المجتمع، إضافة إلـى الوقت أو عامل الزمن الذى تمتصه البرامج المعروضة، ويعيش الطفل المراهقـة فى عالم بعـيد عن الواقـع من خلال ما يشـاهده وبالتـالى يمكن لمثل هذا الطفل أن يتمثل السـلوك المشـاهد، وهذا ما أكـدته دراسـة " ووادرد Woodard " (١٩٩٩ ،٣٦)، كما أشـارت دراسـة " شحاته محروس، شاكر عبدالعظيم " (٢٠٠١ ،٥٤) أن المـادة التى تقدم للطفل يجب أن تتضمن غـرس قيم سلوكية واتجاهات مرغوب فيها حتى يكتسـبها المشاهد، وأن تحتوى المادة المعروضة علـى مفردات وتراكيب لغوية جيدة تكون قريبـة من عالم الطفل فيتعود على لغته، وأنمـاط الجمـال فيها، وضرورة اشـتراك خبراء التربيـة فى مراجعة ما يعرض ويشاهد أو ما يقـدم للطفـل وذلك للأثر الفعـال لبعض الأفـلام والبرامج والرسـوم التى تنمى أنـواع العنـف المتباينـة، وبالتـالى تكون استجابة المتلقى مفيدة وتنمو لديـه قيم إيجابيـة وتنطفئ عنـده أنماط سـلوكية سلبيـة وهذا لا يحـدث إلا إذا كان ما يعرضه التليفزيون ملائما لشخصية المتلقى خاصة (أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة، وبحيث يحقق لهم مكتسـبات تعليمية واجتماعيـة هادفـة تصـل بهـم وبرغباتهم إلى حد الإشـباع إجتماعيا وتربوياً ولا يحدث فيهم أثراً سلبياً.

وقـد ذكر " عصام نصر، فوزية العلى " (١٩٩٦، ٢٥) أنه من المسـلم بـه أن مـا يقدمه التليفزيون من برامج وعروض متباينـة تتمتع بقـدرة على جذب انتباه الأفراد، وإكسابهم – وخاصة الأطفال – أنماطا سلوكية اجتماعية قد تتعارض مع القـيم والسـلوكيات الاجتماعيـة السـائدة فى مجتمعهم، وقـد تتذبذب لديهم مفاهـيم، وقيم نمت لديهم وشكلت عـويتهم، وخاصـة عندما يتكـرر عرض محـتوى معين، ويتنوع فى أشكال عنف، أو لغـة، وقـد أكـدت دراسـة " ووادرد Woodard " (١٩٩٩) ذلك.

ولما كان التليفزيون يغـرق المتلقى فى مراحل عمره بثقـافات تبدو غريبـة علـى مجتمعاتنا ويصور له نماذج كاريكاتورية محببة وشخصيات حـية تقوم بأدوار بطولية تؤثر على سلوك الأطفال لكونها تقوم بنشاطات محببة ومفضلة للأطفال وبالتـالى يتوجه نشـاط الأطفـال إليها وقد يقلدوها – كما ذكرت دراسة كل من " جيج Gage (١٩٨٢) وجيننج وآخرون Jenning, c.and others " (١٩٩٨) – وأيضا لكونها تشـد حواس المراهق وقـد تزعجه فتترك فى نفـس المشاهد سلبيات متعـددة قـد تؤثر على هويتـه لخدمة مصالح معينة، فمن هذا المنطلق يقع على عاتق الإعلام العربى مسئولية التصدى لم ينتويه الإعلام الأجنبى من خـرق لثقافتنـا الواضـحة

المعالم، وقد رأى الباحث أن يتعرف على مدى تأثر الأطفال وخاصة مرحلة الطفولة المتأخرة وهى مرحلة رحرحة، بالبرنامج المتلفزة والمتنوعة، فى تشكيل السلوك الاجتماعى والإنحراف بالهوية الوطنية إلى غير مسارها على الرغم من تجانس المجتمع فى بعض الجوانب وتباينة فى جوانب أخرى، والأثر الذى ينشأ عن ذلك من خلال دراسة مقارنة بين الأطفال فى مرحلة بداية المراهقة وذلك فى بيئتين عربيتين متجانستين إلى حد كبير (مصر وعُمان) من حيث التعليم والثقافة، وللتعرف على تأثير المادة المعروضة على هذا المراهق ومدى إيجابياتها وسلبياتها، ومدى استغلال ذلك الإعلام لمشاعر المراهقين وتأثرهم بما يعرض من مشاهد قد تؤدى بهم إلى اضطرابات سلوكية أو سلبية – ويمكن طرح ذلك فى التساؤلات الآتية :

- ما المشكلات المتوقعة نتيجة مشاهدة (أطفال الحلقة الثانية من التعليم الأساسى) للمواد التليفزيونية الوافدة على مجتمعاتنا ؟
- ما درجة إسهام المواد الثقافية الأجنبية التى تقدم عبر الشاشات الصغيرة على السلوك الاجتماعى للأطفال ؟
- ما الأثر النفسى الذى ينتج لما يعرضه التليفزيون، وتولد السلبية، وضياع وقت المراهق؟
- هل يتوقف إدراك الأطفال فى هذه المرحلة على مجرد الترفيه بمشاهدتهم، ومتابعتهم للبرامج والإعلانات التليفزيونية ؟
- هل هناك فروق واضحة بين أطفال البلدين (مصر وعُمان) فى اهتمامهم، وتأثرهم بما يعرض عليهم من مواد ثقافية أجنبية، وفروق بين الجنسين فى التأثر بما يعرضه التليفزيون العربى من برامج وإعلانات ؟
- ما أنواع السلوك الذى يمكن اكتسابه من بث برامج وإعلانات غريبة على مجتمعنا ؟
- ما مدى أهمية برامج الأطفال فى إثراء الجوانب المعرفية والاجتماعية للطفل المشرف على بداية دخوله مرحلة المراهقة ؟
- ما دور الإعلام فى ثقافة الطفل وتشكيل السلوك الاجتماعى لديه ؟

أهمية البحث :

الاهتمام بالأطفال وهم على مشارف مرحلة المراهقة يعد اهتماما بمستقبلهم، وتأميناً لهم، وتدعيماً لمطالبهم النفسية والاجتماعية، حيث إنهم يمثلون قطاعاً كبيراً لمجتمعهم، والإعلام يلعب دوره فى تشكيل سلوكهم فهو أداة إشباع لحاجات متعددة عندهم، كتنمية مهاراتهم الاجتماعية والعقلية والوجدانية – إلا أن سلبياته قد تسهم بشكل أوضح فى السلوك الاجتماعى لديهم، ويذكر " فليتشر Fletcher " (٢٠٠١م، ٣١١) أن تعرض عقول الأطفال للعنف والقسوة بشكل متكرر ومستمر بترك تأثيراً عميقاً لديهم.

كما تأتى أهمية البحث فى كون برامج الأطفال والمواد التى تعرض عليهم تساعد فى تكوين الصور الذهنية لديهم، كما تساعد برامج الأطفال التعليمية فى خلق آراء حول موضوعات جديدة لديهم، وإمدادهم بمعلومات معرفية ووجدانية وسلوكية هامة فى حياتهم.

والبحث يحذر من خطر الإعلانات المثيرة، وما تتركه من آثار حول أطفال هذه المرحلة فى تكوين اتجاهات ومواقف غير سوية لما تملكه هذه الإعلانات وغيرها من مواد ثقافية من إثارة على الأطفال .

أهداف البحث :

ويهدف إلى التعرف على :

- مدى تلبية الإعلام لحاجات المراهقة النفسية
- مدى تقبل واقتناع أطفال هذه المرحلة للمادة الثقافية والترفيهية المقدمة عبر القنوات الفضائية .
- مدى مراعاة البرامج والإعلانات لحالة الأطفال النفسية،واختيار الوقت المناسب.
- بيان الأثر النفسى السلبى أو الإيجابى لبعض المواد التليفزيونية على أطفال الحلقة الثانية من التعليم الأساسى، ومعرفة العائد المرجو منها، ومدى إشباعها لحاجات المتلقى، والسمو بمشاعره، أو السخرية منها .
- التعرف على مدى اقتناع الأطفال بما يستقبلونه من مشاهد قد لا تتلاءم مع قيمنا، والتى تجعل الطفل يدخل عالم الكبار قبل أن يستعد له، وربما يؤدى ذلك إلى سلوكيات منحرفة، وسلبية تغزو إدراك الفرد .

الإطار النظرى :

تحتل وسائل الإعلام مكانة بارزة على مستوى الأصعدة الثقافية والاجتماعية، والتربوية، والسياسية نظراً للدور الذى تلعبه هذه الوسائل فى حياة الشعوب والمجتمعات وأضحى التليفزيون ذا مكانة خاصة بين الوسائل الإعلامية من حيث تأثيره على آراء الناس، واتجاهاتهم، وقد ذكرت "إيزابيل بورديل" (١٩٩٤م، ٣٤) أن العصر الذى نعيشه هو عصر الصورة الضوئية إشارة إلى أهمية التليفزيون بوصفه أداة تثقيف وترفيه، كما أوضح " أندرسون Andreson " (١٩٩٠م، ٥٣) أن التليفزيون يسهم إيجابياً فى تكوين عقول الشباب، واتجاهاتهم، كما قد يسهم فى التأثير بشكل سلبى على بنائهم النفسى والعقلى، وهذا مشروط بمدى العلاقة القائمة بين الرسالة الإعلامية والمتلقى .

ويتعرض الناس بدرجة ملحوظة لبرامجه المختلفة، وبالتالى فهم يشاهدون الجيد منها والردئ، وقد أعلن البعض عن مخاوفهم لما ينتج من انعكاسات سلبية يمكن أن يتركها التليفزيون على عقول الأطفال والشباب، إذ إن للتليفزيون تأثيرات متعددة منها:

أن له تأثيراً إدراكياً معرفياً يتعلق بالمعانى التى يتم عرضها على المشاهد، وأن له تأثيراً إنفعالياً يتعلق بالشعور، وتأثيراً سلوكياً يرتبط بما يصدر عن الفرد من أفعال وأنماط سلوكية نتيجة تعرض الفرد لما يرى ويسمع من مواد وبرامج إعلامية، وإقدامه على سلوك ظاهر .

ويضيف " موري Marray " (١٩٧٢م، ٥٠٧) أن من تأثير الرسائل الإعلامية على المشاهد تغيير الموقف أو الاتجاه، حيث تقوم الرسالة الإعلامية بتغيير نظرة الناس إلى العالم

من حولهم من خلال تغيير مواقفهم نحو الأشخاص والقضايا نتيجة للاستثارة الإنفعالية من حيث أساليب العرض المتباينة، كما أن من تأثير الرسائل الإعلامية المعروضة غرس آراء وأفكار معينة من خلال أساليب تفكير بعينها .

ويؤكد ذلك " جيج Gage " (١٩٨٢، ١١٥) إذ يرى أن من أخطر الاتجاهات التى يمكن أن تؤثر فى نفوس الأفراد النزعة المادية التى تفرض على الفرد حصر اهتماماته فى محاولة تلبية رغباته المادية على حساب الجوانب الروحية والقيمية، إذ أن دراسة "بول، ونتر Winter, Paul " (١٩٩٧، ٧٩) أوضحت وجود علاقة إيجابية بين اتجاهات الأطفال نحو الإعلانات التجارية واتجاهاتهم المادية، وقد اتضح من الدراسة أن الأطفال ذوى الاتجاهات الموجبة نحو الإعلانات اعتقدوا أن الثروة والمال هى أساس السعادة، لذا فمن الانتقادات التى وجهت للقنوات التليفزيونية أنها أغرقت برامج الأطفال، وبرامج الرسوم المتحركة بسيل من هذه الإعلانات الخاصة بالأطفال .

ويرى " نصر العياضى " (١٩٩٨، ٧) أن مشاهدة الأطفال للإعلانات، وتكرارها يمكن أن يغير من اتجاهاتهم، وتوقعاتهم، وأساليب أنشطتهم، وعلاقاتهم بأسرهم.

وبرامج الأطفال فى التليفزيون لها قدرة واضحة فى إكسابهم بعض أنواع السلوك، حيث يلعب التليفزيون دوراً بارزاً فى حدة صراع القيم التى يمكن أن يتعرض لها الأطفال والمراهقون نتيجة ما قد يتمثلون من أفكار ومفاهيم وخاصة عندما تتعارض مع القيم والمفاهيم السائدة فى مجتمعاتهم، وبالتالى يمكن للتليفزيون أن يؤثر بشكل سلبى فى تربية الطفل، وتشير دراسات كل من " لويس كوفمان Kufman " (١٩٨٣، ١٧٦)، و " أديب خضور " (١٩٩٤م، ٢٤٨) أن التليفزيون يمكن أن يتحول إلى وسيلة تنشط الذهن، والنشاط الحركى المفيد عن طريق البرامج الهادفة والمعتدلة، وأنه بالتوجيه الفاعل يمكن للطفل أن يسعى مجتهداً فى معرفة العالم الذى يعيش فيه فيكتسب المعرفة، والفهم وتتكون لديه اتجاهات سوية نحو ذاته ومجتمعه وأن يكون له استقلاله الشخصى ورؤيته الفردية .

وبالنظر إلى واقع التليفزيون العربى نلحظ أن معظم السياسة الإعلامية موجهة للكبار ولا يوجد فيها – إلا نادراً – ما يخص فئات المراهقين وما يتعرضون له من مشكلات حياتيه، كما أنها تفتقر إلى التطبيق العملى الواضح لهذه الفئات من الأطفال والمراهقين، ومجمل سلبيات برامج التليفزيون – كما يرى " أحمد المخزنجى " (١٩٩٨م، ١٣٢) و "عالية الخياط " (١٩٩٠م، ١٣٠) يمكن أن تعود إلى افتقار المضامين البرنامجية إلى الأنظمة القيمية، وحاجة القنوات التليفزيونية وافتقارها إلى كوادر مبدعة، مما يؤدى إلى الاعتماد إلى حد كبير – على برامج موجهة، وإهمال برامج للأطفال والمراهقين إلى حد ملحوظ، وتقديم عروض أجنبية ومحلية جاهزة، مع أن العصر فى حاجة إلى توجيه الأجيال وإرشادهم .

والملاحظ أن نسبة ما يقدم على الشاشات التليفزيونية من برامج ومواد أجنبية – ومعظمها تحمل أفكاراً وقيماً تتعارض مع القيم الاجتماعية التى نسعى إلى تأصيلها فى الأطفال – مرتفعة بدرجة واضحة بالنسبة لما يقدم من أعمال وبرامج محلية .

وقد أوصت بعض الندوات العربية " محمد عماد الدين، حسين كامل بهاء الدين" (١٩٩٠، ٢١٣) بإنتاج برامج تليفزيونية هادفة، تدفع إلى التفاعل وجدانياً ومعرفياً، فالملاحظ أن الأعمال الأجنبية قد غزت البلاد النامية ومنها الوطن العربى حيث استغلت الفئة الأضعف وهم الأطفال وقدمت لهم أعمالاً وأحداثاً بعيدة عن الواقع، والطفل يحتذى ما يراه ويحاول تقليده، ومعظم الأعمال التى تعرض على الأطفال لا تتناسب مع ما يتطلع إليه أطفالنا، ولا مع توجهات المجتمع العربى، وخاصة القيم السائدة، والسلوك المتعارف عليه، كما أن هناك أفلاما غربية على مجتمع الأطفال فى المجتمع العربى وليس لموضوعاتها صلة بهم، ورغم أنها قد تسهم فى تنمية خيال الأطفال إلا أنه خيال جانح لا يلبى حاجاتهم، وهذا ما أكده "سعيد أحمد حسن " (١٩٩٥، ٦٩) .

ولكون التليفزيون وسيلة بالغة الخطر بحكم تأثيره القوى فلا بد كما رأى " جون إدوارد Gohome, Edward " (١٩٨٩، ٢١٠) من الاهتمام بما يقدم للطفل من قيم ثقافية واجتماعية عليه أن يتعلمها، ولابد من معرفة الموضوعات التى يحتاجها وتسهم فى تنمية عقله ووجدانه وتغيير فى تنمية خياله، والانطلاق من حاجاته النفسية المقبولة .

الدراسات السابقة :

- أجرى " قاسم حسين صالح " (١٩٧٥م) دراسة بالعراق حول العلاقة بين مشاهدة البرامج التليفزيونية، والتحصيل المدرسى عند الأطفال الصف السادس من التعليم الابتدائى، وأشارت الدراسة إلى أن الأطفال العراقيين يشاهدون البرامج التليفزيونية بمعدل ساعتين ونصف يومياً، وأن الأطفال يشاهدون البرامج الترفيهية بدرجة أكبر من البرامج التعليمية.
- وأجرى " محمد الكمبى " (١٩٨٥م، ٥٨) دراسة حول عن انتقال المعلومات فى وسط عمانى وركز الباحث على دور الإعلام فى تكوين الرأى العام، والآراء، والاتجاهات عند الأفراد، ودور وأهمية هذه الوسائل فى امتصاص أوقات الفراغ، وأشارت النتائج إلى أن التليفزيون يحظى بالدور الأكبر فى استقطاب الأفراد لقضاء أوقات الفراغ . .
- وفى عام (١٩٨٨م) أوضحت دراسة " أمل دكاك " عن دور التليفزيون فى تربية الأولاد فى سوريا عدداً من النتائج وبينت وجود هوة كبيرة بين مضامين النصوص التليفزيونية التى يعرضها التليفزيون المحلى والفلسفة التربوية للنظام السورى وتناقضها مع القيم والبرامج والنصوص الأجنبية، ومع الأهداف التربوية المحددة فى الاستراتيجية الوطنية – كما أن البرامج التى يقدمها التليفزيون الوطنى لا تتناسب تربوياً مع مستوى نمو الأطفال معرفياً ووجدانياً .

- وأشارت دراسة " محمد حمدان " (١٩٨٩م) إلى أهمية الدور الذى يلعبه الإعلام فى إنتقال أثر المعلومات، ومدى تعامل الأفراد مع البرامج، حيث احتلت الأخبار المرتبة الأعلى فى سلم أفضليات العينة تليها البرامج الغنائية .
- وأظهرت دراسة " محمد عماد الدين، حسين كامل بهاء الدين " (١٩٩٠م، ٢١٠-٢١٤) أنه رغم أهمية دور التليفزيون فى تنمية إدراك الطفل من خلال نقل المعلومات والمعارف إلا أن دوره التربوى ضئيل، وأحياناً تعرض على الطفل إعلانات وبرامج غير ملائمة تتضمن خطراً على الأطفال فى مراحل نموهم، كما أن وظيفة التليفزيون أصبحت تنافس دور الأب والأم – كما أنه رغم سلبيات بعض البرامج إلا أنها قد تزود الأطفال بالمعلومات وتنمى مواهبهم .
- وفى دراسة " عبدالرحمن إبراهيم الشاعر " (١٩٩٢م) عن الأبعاد التربوية لبرامج الأطفال المعدة محلياً والتى هدفت إلى تحليل مضمون البرامج الخاصة بالأطفال فى السعودية كشفت الدراسة عن الجوانب المتعلقة بالتربية الدينية والاجتماعية، والمهارات الخاصة بتنمية الطفل وتوسيع مداركه، وأوضحت الدراسة إلى أى مدى يستحوذ التليفزيون على وقت نشاط الطفل وما يغرسه فى ذهنه من أفكار، وأوصت الدراسة بتكوين لجنة تربوية لتراقب وتجيز برامج الأطفال .
- وركزت دراسة " عزيزة المانع " (٢٠٠١م، ٢٣) اهتمامها على الأدب المترجم للأطفال وما قد يتركه من آثار على شخصياتهم ومفاهيمهم وقيمهم، ونبهت إلى أن المترجمات الأجنبية تحمل طابعها الذى نقلت عنه حيث إنها تمثل سمات أطفال أجانب وبيئاتهم، وهذه الموضوعات المترجمة لا تعتد بالجوانب الثقافية التى يحتاجها الأطفال بل تهدف إلى تحقيق أرباح مادية، وتركز على مواقف الإثارة الإنفعالية بصرف النظر عما تحتويه من مضمون .
- وأشارت دراسة " شحاته محروس، شاكر عبدالعظيم " (٢٠٠١م، ٥٤) إلى ضرورة الاهتمام بالنمو اللغوى وضرورة توجيه الآباء والمعلمين إلى ترشيد استخدام الأسرة والطفل للتليفزيون وتوظيف برامجه ونصوصه فيما ينمى الطفل ويشبع حاجاته النفسية والمعرفية، والاهتمام من حيث الكم والكيف لكل ما يعرض على الشاشة التليفزيونية وبحيث لا ينمى العنف بأنواعه لدى الأطفال.

- ومن الدراسات الأخرى الأجنبية :

- دراسة " جينينج وآخرون، Jenning, Clara, and others " (١٩٨٠م) حول تأثير الأفلام المتحركة والكرتون على سلوك الطفل وإلى ما يفضله الأطفال أشارت الدراسة إلى اهتمامات الأطفال تجاه الواجبات المدرسية، والقيام بنشاطات محببة ومفضلة وذلك عندما استطاع المعلمون توجيه نشاط الأطفال وتعليمهم من خلال تقديم برامج يفضلونها .

- وأجرى " كوفمان لويس وبيتر ساندمان Koufman & Peter " (١٩٨٣م) دراسة حول تأثير الإعلانات التليفزيونية على سلوك الأطفال وقد أوضحت الدراسة أن الأطفال يفكرون ويهتمون بالإعلانات التى تمجد الشجاعة وتظهر القوة، وأنهم يعزفون عن الإعلانات والبرامج الأخرى التى لا تظهر فيها مثل تلك المشاهد ٠
- وأشارت دراسة " والاك وآخرون Wallack.L. and Others " (١٩٩٠م) إلى الإعلانات التليفزيونية، ومعرفة الفوارق بين الجنسين، وأظهرت النتائج فروقاً واضحة بين الجنسين من حيث نوعية الإعلانات، وخاصة التجارية فيها حيث أبدى الذكور فضولاً ببعض الإعلانات نتيجة الاعتقاد الاجتماعى للذكور، بخلاف الإناث اللاتى رفضن ذلك للإعتقاد الاجتماعى أيضا من حيث أن بعض الأعلانات غير مرغوب فيها ٠
- وعالجت دراسة " ريشارد سكيمبد وآخرون Schmidt, Rickard, and Others " (١٩٩٠م، ٢١٤) طريقة ترويج المنتجات عن طريق الإعلانات التليفزيونية، وأظهرت الدراسة أن المواد التليفزيونية التى تتكرر لأكثر من مرة يمكن أن يكون لها تأثير أكبر حيث تجذب انتباه المشاهد وتنمى دافعية انتباه الأطفال لما يعرض بصرف النظر عن جودة ما يعرض ٠
- كما أشارت دراسة " زيوبينج زانج، وإيرفينج سيجيل Zang, Xiaoping, & Sigel Irvin " (١٩٩٤م، ١٨٣) المتعددة الثقافات حيث أجريت مقارنة أطفال متعددى الجنسيات لمعرفة وجهات نظر الأطفال حول المدرسة والتعليم عندما تقوم برامج تعليمية بالطريقة العادية التقليدية وبالطريقة الموجهة من خلال التليفزيون – إلى إفادة الأطفال من التعلم المدرسى عن طريق التليفزيون بدرجة أفضل من الطريقة التقليدية ٠
- وأشارت دراسة " بول، ونتر Winter, Paul " (١٩٩٧م، ٧٩) إلى تأثير الإعلانات، وأن الإعلانات المثيرة والبارزة الظهور تجذب الإنتباه بدرجة أكبر من ظهور الإعلانات العادية٠
- وفى دراسة " روى، فوكس F. Roy, Vox, " (١٩٩٧م) عن كيف يستجيب الأطفال للإعلانات التليفزيونية كشفت عن تفاعل الطلاب مع الإعلانات، وكيف تؤثر هذه الإعلانات على سلوك الطالب ومدى الإقبال عليها، أو النفور منها ٠
- وقد أوضحت دراسة " إمورى ودارد Woodard, Emort, " (١٩٩٩م) أثر التليفزيون فى سلوك الأطفال وخاصة عندما يتم عرض محتوى تربوى أو تنويع فى أشكال الأشخاص، أو تنويع فى اللغة، أو إثارة جنسية فإن يعظى الأطفال لايفضلون مشاهدة بعض هذه المشاهد، وينفرون منها وخاصة الملابس الإستفزازية المثيرة، أو ظهور أشكال أو أشخاص غير محبوبين ٠
- وفى دراسة " كارول، لى كارلسون M.Carle. Le.Carison " (١٩٩٩م ،٢٢١٠) حول تأثير الإعلان التليفزيونى على الأطفال وما يفضله الأطفال من الدعايات الإعلانية، أظهرت

الدراسة أن الأطفال يفضلون الإعلانات التى تظهر الشجاعة والقوة، ولكنهم يعزفون عن الإعلانات التجارية ولا يرغبون فى تكرارها.

خلاصة وتعقيب :

تناولت بعض الدراسات العربية البرامج والمواد التليفزيونية التى تقدمها القنوات الفضائية وأثرها على سلوك الأطفال، واتضح من خلال قراءتها أن بعض النصوص والبرامج التليفزيونية، والرسوم المتحركة أنها تستحوذ على انتباه الأطفال، وتمتص أوقاتهم مثل دراسة كل من " قاسم حسين " (١٩٧٥م) و " أمل دكاك " (١٩٨٨م)، و"إبراهيم الشاعر " (١٩٩٢م)، و" محمد الكمبى " (١٩٨٥م)، و " على وطفة " (١٩٩٧م)، وقد اتفقت هذه الدراسات مع بعض الدراسات الاجنبية كدراسة كل من :" ونتر Winter " (١٩٩٧م)، و " فوكس " Fox (١٩٩٧م) و " ريتشارد سكيمد Schmidt, Richard, " (١٩٩٠م) حيث أتفقت هذه الدراسات على أن مشاهدة البرامج الترفيهية تستحوذ على أوقات نشاط الطفل، وتدفع إلى جذب انتباه المتلقى بدرجة قد تفوق ما يشاهده الأطفال من برامج تعليمية، وقد لا يتناسب محتوى تلك البرامج والنصوص التليفزيونية مع نمو الأطفال المعرفى والوجدانى، وبالتالى يكون لها أثر سلبى على تحصيلهم المدرسى .

أشارت بعض الدراسات مثل دراسة كل من " أمل دكاك " (١٩٨٨م)، و" محمد عمادالدين خليل، حسين بهاءالدين " (١٩٩٠م)، و " عزيزة المانع " (٢٠٠١م) إلى أن بعض المواد والبرامج التليفزيونية العربية تتناقض مع بعض البرامج الأجنبية فى قيمها، ومع الأهداف الوطنية، وأن البرامج والرسوم الأجنبية لا تعكس واقع وقيم أطفالنا، وأن البرامج الأجنبية قد تبعث مخاوف فى نفوس الأطفال، وتكسبهم قيماً وسلوكاً ومواقف تكون غير ملائمة وتحمل طابعاً أجنبياً.

بعض البرامج والمواد التليفزيونية وأفلام الكرتون قد تساعد على النمو اللغوى والاجتماعى وقد اتفقت دراسة " محمد عمادالدين، وحسين بهاءالدين " (١٩٩٠م) مع دراسة " زانج Zang " (١٩٩٤م) حينما ذكر أن التعلم الموجه من خلال التليفزيون يمكن أن يكون أفضل من التعلم بالطريقة التقليدية، وكذلك دراسة " جينينج Jennings " (١٩٨٠م) .

إرتأت بعض الدراسات ضرورة التوجيه والاحتراز للبرامج والمواد المعروضة على القنوات الفضائية، بحيث تناسب المراحل العمرية والمدرسية وضرورة اشتراك خبراء التربية فى مراجعة ما يعرض ويقدم للطفل من خلال وسائل الإعلام كدراسة كل من "عزيزة المانع " (٢٠٠١م)، " شحاته محروس " (٢٠٠١م) حتى يمكن الحفاظ على نقاء الفكر والقيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الأطفال .

أشارت دراسات كل من " شحاته محروس " (٢٠٠١م) إلى تنمية سلوك العنف لدى الأطفال الناتج من أثر الأفلام والرسوم المتحركة، واتفقت معها دراسات كل من "ريتشارد سكيمد Schmidt " (١٩٩٠م)، و" وينتر Winter " (١٩٩٧م)، و " ووادرد Woodard " (١٩٩٩م)، و " فوكس Fox " (١٩٩٧م) إذ أشارت إلى أن المواد التى تعرض

مثيرات عنيفة العنف تؤثر فى الأطفال خاصة عندما يتفاعل مع الطلاب معها إلا أنها اختلفت عن دراسة " زانج Zang " (١٩٩٤م) التى ذكرت أن الأطفال لا يفضلون مشاهدة العنف، أو أشخاص غير محبوبين وكذلك دراسة " فليتشر Fletcher " (٢٠٠١م) التى أشارت إلى اتساع استجابات الطلاب للبرامج التليفزيونية وتأثرهم بها ٠

فروض البحث :

بعد الإطلاع على الدراسات السابقة فى مجال البرامج التليفزيونية والمواد التى تعرضها القنوات الفضائية (من أفلام ومسلسلات وإعلانات) صاغ الباحث الفروض التالية :

١- لا توجد فروق دالة إحصائياً بين إكساب الطفل (فى مصر وسلطنة عمان) بعض أنماط السلوك الاجتماعى وما يعرض فى برامج الأطفال ٠

٢- توجد فروق دالة إحصائياً بين الإطار الثقافى والاجتماعى للحياة، وبين ما يتعرض له الطفل من برامج وأفلام أجنبية وعربية فى القطرين ٠

٣- يوجد معامل إرتباط دال إحصائياً بين بعض سلوك العنف للطفل فى مرحلة الطفولة المتأخرة فى البلدين وبعض مواقف العنف التى يتعرض لها ٠

٤- توجد فروق دالة إحصائياً بين الجنسين (فى البلدين) فيما يختص ببعض السلوك الاجتماعى وبين ما يعرض من برامج ورسوم ومواد ثقافية واجتماعية ٠

٥- لا توجد فروق دالة إحصائياً بين الجنسين من الأطفال فى تقبل ظهور بعض الإعلانات وقت ضبط انتباههم لمثيرات تليفزيونية مرغوب فيها ٠

منهج البحث وأدواته :

تناول البحث البرامج المخصصة للأطفال التى تشمل المادة المعروضة فى بلدين عربين (مصر، عمان) والتى تسهم فى تشكيل السلوك الاجتماعى لمرحلة الطفولة المتأخرة، وتحليل البرامج الثقافية والتربوية ومقارنتها بالبرامج الاجنبية لبيان الجوانب المثمرة لمعرفة مدى الآثار الناتجة عن هذه البرامج لدى الأطفال حيث يقبلون على مشاهدتها، وتتكون العينة من الأطفال (ذكوراً وإناثاً) تتراوح أعمارهم بين (١١ – ١٣ سنة) من مصر وعمان، والذين يتابعون البرامج والمسلسلات والإعلانات فى القنوات التليفزيونية محلية وأجنبية وأثرها على عينة البحث التى بلغ عددها (٤٠٠ طفلاً وطفلة) تجمع بينهم روابط اللغة والثقافية والاتجاهات الاجتماعية بدرجة مقبولة ٠

جدول رقم (١)

يبين توزيع العينة فى البلدين

البلد	ذكور وإناث	ذكور وإناث	مجموع الذكور	مجموع الإناث	المجموع
	ريف	حضر			
مصر	٩٢	١٠٨	١٠٠	١٠٠	٢٠٠
عمان	٩٦	١٠٤	١٠٠	١٠٠	٢٠٠
المجموع	١٨٨	٢١٢	٢٠٠	٢٠٠	٤٠٠

أداة البحث :

صمم استبيان لمعرفة دور الإعلام المرئى وتأثيره على السلوك الاجتماعى لأطفال مرحلة الطفولة المتأخرة، وتألف الإستبيان من (٤٠) عبارة تقيس عدة أبعاد (مقارنة المواد المعروضة المحلية والأجنبية – فعالية البرامج والأفلام فى جذب إثارة المتلقى – تفضيل مشاهد العنف والإثارة – التأثير الإنفعالى الذى تتركه المواد المعروضة – مدى تلبية هذه البرامج لحاجات الطفل)، وتم التحقق من صدق الاستبيان بعرضه على عدد من المحكمين بلغ عددهم (١١) محكماً فى مجالى علم النفس والتربية فى عمان ومصر، وتم اعتبار نسبة اتفاق المحكمين معياراً لصدق عبارات الاستبيان من حيث مدى تمثيلها للميدان الذى تقيسه . وقد تم تعديل العبارات التى كانت نسبة الإتفاق عليها أقل من ٨٠ % – كما تم حساب معامل ثبات الاستبيان واستخدمت طريقة سيبرمان – براون للتجزئة النصفية ونتج عنها معامل ثبات قدرة (٠,٧٨)، وتم تطبيق معادلة دفيرجسون، لقياس معامل التمييز فكانت درجاتها (٠,٨١) وهى درجة تدل على قدرة الاستبيان على التمييز .

المعالجة الإحصائية :

تم استخدام الطرق الاحصائية التى تحقق أهداف البحث وهى :

المتوسط الحسابى – والانحراف المعيارى وقد تم حسابهم على أساس الدرجات الخام – اختبار " ت " الحساب دلالة الفروق بين المتوسطات .

نتائج البحث وتفسيرها :

١. النتائج الخاصة بالفرض الأول :

للتحقق من هذا الفرض تمت معالجته باستخدام (ت) لمعرفة الفروق بين إكساب الطفل فى (مصر، وسلطنة عمان) – بعض أنماط السلوك الاجتماعى وما يعرض فى برامج الأطفال، والجدول التالى يبين هذه الفروق .

جدول (٢)

يبين الفروق بين بعض أنماط السلوك الاجتماعى الذى يكتسبه الأطفال وما يعرض فى البرامج

البلد	إكتساب الطفل لسلوك الاجتماعى والبرامج المعروضة				قيمة "ت"	مستوى الدلالة (٠,٠٥)
	الذكور : ن - ٢٠٠		الإناث : ن - ٢٠٠			
	م١	١٤	م٢	٢٤		
مصر	١٣,٥٢	٢,٢١	١١,٦٢	٢,٠٦	١,٢٥	غير دال
عمان	١٢,٢٣	٢,١٥	١٠,٣١	٢,٠١	١,١٨	غير دال

يتبين من الجدول السابق غياب السلوك الاجتماعى فى معظم البرامج التى عرضت للذكور والإناث فى كلا البلدين، وأتضح أن لغة الخطاب الموجهة عبر شاشات التليفزيون لا تتناسب مع مستوى أطفال المرحلة المبكرة للمراهقة (الحلقة الثانية من التعليم الأساسى) .

كما تبين غياب كثير من البرامج الموجهة والمتخصصة التى تدعم لدى أطفال هذه السن – السلوك الاجتماعى الهادف فى كلا البلدين، كما أن المواد المعروضة قد يدفع بعضها إلى التفاعل معها، وقد يكون هناك اتجاهات فكرية سالبة تصدرها الدول الأجنبية فتؤثر على الهوية الوطنية للأطفال ولا تتلاءم مع أبنيتهم المعرفية والوجدانية، ويكتسبون من خلالها أنماطاً سلوكية لا تتوافق وقيم وأعراف مجتماتهم، ويذكر " محمد عمادالدين، وحسين كامل بهاء الدين " (١٩٩٠م، ٢١٣) أن التليفزيون أضعف العلاقات الأسرية حتى جعل الفرد يتوه عن الواقع، وهذا يتفق مع ما ذكره " سعيد أحمد حسن " (١٩٩٥م) و " جينينج Jennings " (١٩٨٠)، " وزانج Zang " (١٩٩٤م)، حيث إن ما يعرض من مواد تليفزيونية من برامج وأفلام وصور، وما تحتويه من مضامين يمكن أن يسهم فى تكوين إتجاهات سلبية فى سلوك الأفراد، كما أن جاذبية المثيرات التليفزيونية قد يتفاعل معها المشاهد وقد تنمو لديه ميول واتجاهات تمثل سمات المجتمعات الغربية التى جاءت منها وبالتالى يمكن أن تحدث لدى الأطفال أنماطا سلوكية اجتماعية غير مرغوب فيها، ويؤيد ذلك ما ذكره " كوديارس Kidairs " (١٩٨٦م، ١٧)، و " عاطف عدلى " (٢٠٠٠م، ١٢٣) أن ما تحمله بعض المواد التليفزيونية المعروضة بما تملكه من عناصر جذب يمكن أن يحاكيها الطفل وقد يتوحد معها، فيسلك كما يسلك النموذج، وهذا ما أكدته أيضاً دراسة " وودارد Woodard " (١٩٩٩م).

ومن هنا ينادى المسئولون عن التربية أنه يجب مراجعة ما يعرض أو يقدم للطفل حتى تنطفئ عنده الأنماط السلوكية السلبية، وأن تتحقق لهم مكتسبات اجتماعية هادفة تحقق لهم إشباعاً ورضا نفسيا واجتماعيا وقد ذكرت " كارين هيك K.Hake "

(٢٠٠١م ،٤٢٣٠) أن برامج التليفزيون لها أثرها فى تعلم الأطفال، وتؤدى إلى التأثير فى السلوك والتعلم الاجتماعى .

٣. النتائج الخاصة بالفرض الثانى :

فقد تمت معالجته بإستخدام إختبار " ت " لمعرفة الفرق بين الأفلام والبرامج الأجنبية وثقافة المجتمع، والجدول التالى يوضح ذلك .

جدول (٣)

الفروق بين ثقافة المجتمع وما يعرض من مواد أجنبية لدى الأطفال من مواد أجنبية لدى الأطفال

البلد	الأفلام والبرامج الأجنبية وثقافة المجتمع				قيمة "ت"	مستوى الدلالة (٠,٠٥)
	الذكور : ن = ٢٠٠		الإناث : ن = ٢٠٠			
	م١	ع١	م٢	ع٢		
مصر	١٥,١١	٢,٢٩	١١,٢٢	٢,٠٩	١,٠٣	دال
عمان	١٦,٣١	٢,٣١	١٣,٤١	٢,١٣	١,٠٥	دال

يتضح من الجدول السابق أن السلوك الاجتماعى والقيم الاجتماعية التى تتجسد فى المجتمع العربى جديرة بأن تحظى بعناية المسئولين الإعلاميين، والتربويين على حد سواء، خاصة التركيز على الإنتاج الوطنى المحلى الذى قد يسهم فى مواجهة ما يدخل إلى مجتمعنا من ثقافة تؤثر على منظومة القيم والسلوك الاجتماعى والمبادئ الاجتماعية التى تعارف عليها الناس والتى يكتسبها الطفل فى سنوات عمرة الأولى وفى بداية حياته – وقد تبين بوضوح أن البرامج الأجنبية قد تصنع ثقافة الطفل العربى أو تؤثر فى ما نشأ عليه، وذلك بسبب غياب الإنتاج المبدع المحلى أو عدم الاهتمام به من خلال ما تعرضه البرامج الدخيلة من مشاهد قد تؤدى إلى تشويه لبعض ما تعارف عليه المجتمع، وذلك من خلال عرض مشاهد غير مألوفة للطفل العربى، وهذا يتفق مع ما أشارت إليه دراسة " محمد عمادالدين، حسين كمال بهاء الدين " (١٩٩٠م) التى أوضحت الأثر الواضح للتليفزيون، حيث يردد الأطفال الألفاظ والأغانى التى يسمعونها وتقليد بعض اللهجات والشخصيات فى سلوكها وأزيائها، كما أكدت أن بعض المسلسلات والأفلام تعمل على بث المخاوف فى نفوس الأطفال وتكسبهم فيما غير ملائمة ولا تساعد على تعديل سلوكهم ولا تراعى خصائص الأطفال النفسية .

وقد ذكر " وودارد Woodard " (١٩٩٩م)، و " جينينج " (١٩٨٠م) أنه لما تتنوع البرامج والعروض ويكون لها القدرة على جذب انتباه الأفراد وخاصة الأطفال فإنها تكسبهم أنماطا معينة من السلوك وتذبذب فى أذهانهم مفاهيما وتنمى لديهم قيما معينة خاصة عندما يتكرر عرض محتوى معين، ويتنوع فى أشكال معينة، وبالتالى ينمى لديهم ثقافات غريبة

ويصور لهم نماذج تقوم بنشاطات محببة لتوجيه أنظار الأطفال إليها وتشد حواسهم وتترك فى نفوسهم سلبيات متعددة ٠

وقد أكد ذلك كل من " بارنتز Barnitz " (٢٠٠١م، ١١٨)، و" كالفيرت Calvert " (٢٠٠١م، ١١٣) إذ أشارا إلى أن هناك استجابات تأثيرية تؤدى إلى الاستغلال المشوة للأطفال نتيجة تعرضهم لمثيرات جذب قوية تؤثر فى سلوكهم بطريقة سلبية وعلى الأسرة تقييم ما يتعرض له الأبناء من نصوص تليفزيونية ٠

لذا بات على الإعلام الوطنى الحذر من إختراق الثقافة العربية خوفا من أن تتحرف الهوية الوطنية إلى غير مسارها، وهذا يتفق مع ما ذكره " مورى Murray " (١٩٧٢م) أن العناصر الإعلامية تؤدى بالمشاهد إلى تغيير مواقفة واتجاهاته نحو الأشياء والأشخاص والقضايا وغرس آراء وأفكار بعينها، ويؤكد ذلك " جيج Gage " (١٩٨٢م) حيث ذكر أن غرس اتجاهات أو أفكار معينة قد تدفع الأفراد إلى محاولة تلبية حاجاته المادية وأهمال جوانب روحية ٠

٣. النتائج الخاصة بالفرض الثالث :

فقد أوجد الباحث أن الإرتباط بين السلوك العدوانى الذى أكتسبه الطفل وبين مثيرات العنف التى تعرض لها من خلال مشاهدته للبرامج والأفلام التليفزيونية، والجدول التالى يبين ذلك ٠

جدول (٤)

يبين الإرتباط بين سلوك العنف لدى أطفال المرحلة المتأخرة وما يعرض من شاهد العنف

البلد	السلوك العدوانى ومشاهد العنف				"ر"	قيمة "ت"	مستوى الدلالة (٠,٠٥)
	الذكور : ن - ٢٠٠		الإناث : ن - ٢٠٠				
	م١	ع١	م٢	ع٢			
مصر	١٢,٠٣	٣,٠٤	١٤,٠٨	٣,١١	٠,٣٢	٢,٧٤	دال
عمان	١١,٠٤	٢,٠٧	١٣,٦٥	٣,١٣	٠,٢٥	٢,٤٣	دال

يتضح من قراءة الجدول السابق وجود معامل إرتباط دال بين السلوك العدوانى وما يقدم من برامج تحتوى على مشاهد عنف يقوم بها أبطال هذه المشاهد بدور البطولة، وقد ظهر ذلك من خلال المقابلات، حيث ظهر السلوك العدوانى كسلوك تقمص لشخصية البطل، وهذا يبين خطورة برامج التليفزيون فى تشكيل السلوك الذى يتسم بالعنف وإكساب الطفل لمثل هذه المواقف من خلال ما يعرض من هذه البرامج التى تبرز وتركز على دور البطل وخاصة عند يكون طفلا فى عمر العينة هو الذى يلعب أو يؤدى أدوار البطولة فى بعض الأفلام أو

البرامج – وقد أبدى بعض الأطفال رغبتهم فى التوحد مع بعض الشخصيات البارزة ومن نوعهم – وكذلك الإناث قد أعجبت بشخصيات من ذوات جنسهم، وهنا تبرز الحاجة للتجديد والتحديث فى إعلامنا العربى، فالنظام الحالى فى تقديمه وعرض البرامج التليفزيونية يشوبه التقليد والجمود وعدم المرونة، وعدم التمكن الفاعل فى تبنى اتجاهات تربوية معاصرة واستيعابها، وهذا يتفق مع عدد من الدراسات مثل دراسة " محمد عماد الدين، حسين كامل بهاء الدين " (١٩٩٠م) التى أظهرت أنه رغم دور التليفزيون فى توسيع مدارك الطفل إلا أن بعض البرامج والمعارف والخبرات والإعلانات غير الملائمة تفسد الأطفال، كما أن العرض المتكرر لبعض الأفلام قد تتضمن خطراً على الأطفال فى مراحل نموهم .

ونبهت " عزيزة المانع " (٢٠٠١م) إلى حماية الأطفال مما يجرى فى الساحة الثقافية من اختلال وتغير فى القيم، كما أن معظم الموضوعات المترجمة تركز على نواحى الإثارة لضمان إقبال الصغار عليها بصرف النظر عما نحوية من مضمون .

إلا أن دراسة " ريتشارد سكيمدت، وآخرون " Schmidt., Re. Thatr & Others " (١٩٩٠م) ذكرت أن المواد التليفزيونية التى تتكرر لها تأثير أكبر فى جذب الانتباه، وتنمية الدافعية بغض النظر على جودة ما يعرض، وكذلك دراسة " روى فوكس " Fox, Roy " (١٩٩٧م) .

وقد حذرت بعض المنظمات من الانعكاسات السالبة لمشاهدة مواقف العنف حتى تلك التى تتضمنها النشرات الإخبارية على الأطفال، ودعت إلى إنتاج مواد إعلامية تدعو إلى حمايتهم .

فأطفال هذا العمر لا يرغبون فى التعرض لبرامج ونصوص تليفزيونية تحتوى على مثيرات عنف حيث بدأت أعراض خوف من بعض هذه البرامج .

٤. وفيما يختص بالفرض الرابع :

فقد تمت معالجته واستخدمت (ت) لبيان الفروق بين الذكور والإناث (الجنسين) تجاه ما يعرض من برامج ومشاهد تليفزيونية، والجدول التالى يوضح التباين بين الجنسين بشأن هذه البرامج وما تقدمه من قيم وسلوكيات اجتماعية .

جدول (٥)

يبين الفروق بين الجنسين فيما يختص ببعض أنماط السلوك الاجتماعى وما يعرض من برامج

البلد	التباين بين الجنسين فيما يختص بالبرامج المقدمة والسلوك الاجتماعى				قيمة "ت"	مستوى الدلالة (٠,٠٥)
	الذكور : ن - ٢٠٠		الإناث : ن - ٢٠٠			
	م١	١٤	م٢	٢٤		
مصر	١٢,٢١	٢,٣٣	١٣,٧٥	٣,١٣	٢,٧١	دال
عمان	١٣,٦٥	٤,٣٦	١٤,٣١	٤,١٨	٣,١٢	دال

يبين الجـدول السـابق التباين بين الجنسـين (ذكوراً، وإناثاً) حيث ظهر أن الذكور يفضلون البرامج التى تهتم بالرياضة والمشبعة بالبطولة والمغامرة، وقد تطابقت آراء الذكور فى كلا البلدين فى هذه الإتجاهات، بينما فضلت الإناث البرامج والمسلسـلات والإعلانات التى تتميز بالهدوء والفرح، ولا يرغبن فى مشاهدة برامج العنف، وقد أظهرت الإناث خوفا منها على عكس الذكور الذين أبدوا رغبة فى مشـاهدة مواقف العنف لأنهم يهتمون بتقمص الشخصيات العنيفة، وقـد أبدى الذكور ميلا للعنف أكثر من البنـات ، وهذا يؤكـد خطورة تلك البرامج التى تثير السـلوك العنيف للطفل من خلال توحده مع أبطـال الأفـلام التى يشاهدونها – وربما هذا يعود إلى أسـاليب التربية التى تعد الطفل منذ صغرة إلى الرجولة وتقمصه أدوار الكبـار، وهذا يتفق مع دراسـة " لويس كوفمان، وبيتر سـاندمان " Kufman, Lois, & Beter Sandman, " (١٩٨٣م) التى أشـارت إلى تأثير البرامج والإعلانات التليفزيونية على الأطفال وخاصة تلك التى تمجـد الشجاعة وتظهر القوة .

كما أشـارت دراسـة " لورانس والاك وآخرون " Wallack, & others " (١٩٩٠م) حيث ذكرت أن الأطفال الذكور أبدوا فضولاً ببعض الإعلانات والبرامج نتيجة الاعتقاد الاجتماعى للذكور بخلاف الإناث اللاتى رفضن ذلك من حيث أن بعض البرامج والمواد المعروضة غير مرغوب فيها .

٥. كذلك بالنسبة بالفرض الخامس :

فيبين الجـدول التالى الفروق القائمة لدى أطفال الحلقة الثانية من التعليم الأساسى فى البلدين، وذلك بعد أن تمت معالجة الفرض إحصائياً .

جدول (٦)

يبين تقبل الجنسين ظهور بعض الإعلانات أثناء انتباههم لمثيرات مرغوب فيها

البلد	عرض الاعلانات وقت ضبط إنتباه الأطفال لبرامج ومواد تليفزيونية أخرى				قيمة " ت "	مستوى الدلالة (٠,٠٥)
	الذكور : ن - ٢٠٠		الإناث : ن - ٢٠٠			
	م١	ع١	م٢	ع٢		
مصـر	٢,١٥	٠,٢٣	٢,٤٦	٠,٣٧	١,٧	غير دال
عمـان	٢,٣١	٠,٢٧	٢,٤١	٠,١٩	١,٥	غير دال

يبين الجدول السابق نتائج التحصيل فى عدم وجود فروق بين الجنسين (ذكورا، وإناثاً) فى كلا البعدين فيما يخص تقبل عرض بعض الإعلانات فى أوقات البرامج المتعددة، والأفلام والمسرحيات وذلك من جانب أطفال الحلقة الثانية من التعليم الأساسى، وقد توافقت آراء المراهقين ذكورا، وإناثاً من حيث رفضهم المؤكد، وأن علامات الضيق والتوتر تظهر عليهم حينما يظهر إعلان يقطع عليهم إنتباهم ومتعتهم بالمشاهدة مقارنة فيما لو ظهر ذلك الإعلان فى أوقات عادية.

وهذا يعنى أن الإعلانات التى يعرضها التليفزيون لها تأثير واضح فى مرحلة المراهقة سواء من جانب الذكور أو من جانب الإناث، هذا التأثير قد يؤدى إلى تشكيل سلوكهم عن طريق التقليد والمحاكاة، وتقمص شخصيات من خلال ما يعرض عليهم، وهذا يتفق مع عدد من الدراسات التى أوضحت تأثير المواد المعروضة والمشاهد التى تبرز بطولات، أو تشير فى الأطفال انفعالات بتأثير الجاذبية التى تدفعهم لمتابعة وتكرار ما يعرض مثل دراسات كل من " كوفمان Kufman " (١٩٨٣م) و " كارول Carol " (١٩٩٩م) .

لذا يجب حماية أطفال هذه السن من خلال التوجيه المدروس ضمانا لإبعادهم عن مصادر التوتر وإبعادهم عن ينتظر من أخطار، وذلك بإنشاء قنوات مفيدة تربى فيهم قيماً وسلوكاً يتفق وصالحهم وصالح المجتمع وهذا يتفق مع دراسات كل من " شحاته محروس " (٢٠٠١م) و " محمد عمادالدين، وحسين كامل " (١٩٩٠م) حيث أشارت إلى عدم الإساءة إلى الأطفال بإنتاج مواد لا تحميهم أو تعرضهم لثقافات تدعو إلى إنحرافهم ولا تصل بنموهم معرفياً ووجدانياً إلى مستوى طيب .

المراجـــع

أولا : المراجع العربية :

١- أحمد المخزنجى (١٩٩٨) : الطفل العربى، واقعه وحاجاته الأساسية، الشركة العالمـــية، الزقـــازيق، ص١٣٢ .

٢- أديب خضور (١٩٨٥) : عادات مشاهدة الطفل السورى للتليفزيون وأنماطهـــا، دمشـــق، ص٢٤٨ .

٣- أمل دكـــاك (١٩٨٨) : دور التليفزيون فى تنشـــئة الأطفال فى القطر العربى الســـورى ، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد ١٣، دمشق، ص .

٤- إيزابيـــل بورديـــل (١٩٩٤) : تأثير العنف التليفزيونى فى الأطفال، مجلة الثقافة العالمية، العدد (٦٦)، السنة الحادية عشر سبتمبر ص٣٤ .

٥- حامد عبدالسلام زهران (١٩٩٧) : علم النفس النمو، القاهرة

٦- سعيد أحمد حســـن (١٩٩٥) : ثقافـــة الأطفال، واقـــع وطمـــوح، مؤسســـة المعـــارف، بـــيروت، ص٦٩ .

٧- شحاته محروس طه وآخرون (٢٠٠١) : العنف اللفظى لدى الأطفال ما قبـــل المدرســـة، ومدى تأثره بمشاهدة العنف فى أفلام الرسوم المتحركـــة، ودور المعلـــم إزاؤه، مجلة القاهرة والمعرفة، العدد ٤، ص٥٤ .

٨- عاطف عدلى العبد (٢٠٠٠) : الإعلام المرئى الموجه للطفل العربى، دار الفكر العربى، القاهرة ص ٢٨ .

٩- عالية محمد ضباط (١٩٩٠) : التليفزيون وتربية الطفل المسلم، مطابع الوفاء بالمنصورة، ص١٣٠ .

١٠- عبدالرحمن إبراهيم الشـــاعر (١٩٩٢) : الأبعاد التربوية لبرامج الأطفال المعـــده محليـــاً، مجلة الثقـــافة العالمية، العدد ٦٦، السنة ١١، القاهرة .

١١- عزيزة المـــانع (٢٠٠١) : الأدب المترجم للأطفال، دراســـة تحليلية للمضمون التربـــوى، المجلة العربية للتربية، المنظمة العربية للتربيـــة والثقافـــة والعلـــوم، تـــونس، إدارة التربية، العدد ٢، مجلد ٢، ديسمبر، ص٢٣ .

١٢- عصـــام نصر، فوزيـــة العلـــى (١٩٩٦) : علاقـــة الطفل بـــالإعلان التليفزيـــونى فـــى الأمارات، مجلة شئون اجتماعية، العدد ٩٠، ص٢٥ .

١٣- على وطفـــــة (١٩٩٧) : العلاقات بين الطفل والتليفزيون فى محافظة درعا، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة دمشق، المجلد ١٣، ص ٧٩ .

١٤- فاديـــه حطيـــط (٢٠٠١) : أدب الأطفـــال فى لبنان، دار الفكر اللبنانى، ص٢٩-٣٠ .

١٥- قاسم حسين صالح (١٩٧٥) : العلاقة بين التليفزيون والتحصيل الدراســـى عنـــد أطفـــال الصف السادس من التعليم الابتدائى، مؤسسة العين للطباعة والنشر .

١٦- مارى وين (١٩٩٩) : الأطفال والأدمان التليفزيونى، ترجمة عبدالفتاح الصبحى، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٢٤٧، ص٤٩ .

١٧- محمد الكمبى (١٩٨٥) : مضمون ما يقدم للطفل العربى فى المجال التليفزيونى، مكتبة الإمارات العربية، ص٥٨ .

١٨- محمد حمدان (١٩٨٩) : أهمية دور الإعلام فى إنتقال أثر المعلومات، بيروت، دار المستقبل .

١٩- محمد عمادالدين، وحسين كامل بهاء الدين (١٩٩٠) : دليل الوالدين إلى تنمية الطفل، المجلس القومى للطفولة والأمومة، القاهرة، ص٢١٠ - ٢١٤ .

٢٠- نصرالدين العياضى (١٩٩٨) : التليفزيون والبرمجة والمشاهدة، آراء ورؤى، وزارة الثقافة، دمشق، ص٧ .

٢١- هيلد هيلموت وآخرون (١٩٧٦) : التليفزيون والطفل، دراسة تجريبية لأثر التليفزيون على النش، الجزء ٢، ترجمة أحمد سعيد عبد الحليم ومحمود شكرى، القاهرة، ص١٠٢ .

٢٢- ولى عبدالجبار (١٩٨٦) : التليفزيون أداة جديدة فى التعليم، ماذا يريد التليفزيون من الاعلاميين، مكتب التربية العربى لدول الخليج، ط٢، الجزء الثانى، الرياض، ص١٩١ .

ثانياً : المراجع الأجنبية :

٢٣- Andresson, M.S.(١٩٩٠) : Evaluation in the family,s use of television : normative data from industry and academe. Inj. Bryant (Ed.), television and the americam family PP.٣-٥٥ Hillsdale., Nj., Lawrence eribaum associates.

٢٤- Barnitz, Laura (٢٠٠١) : Effectively responding to the commericial sexyal exploitation of children, Acomprehensive approach to prevention, protection and reintegration services, J. of educational research, Vol.٦٢, No.٩, P.١١٨.

٢٥- Calvert, Sandra; Katler, et al., (٢٠٠١) : Impect of the children's television actom childrem's Learming. J. of educational research, Vol.٦٢, No.٩, D.١١٣.

٢٦- Carlo, M., Carlsom, Les Ed. (١٩٩٩) : Advertising to childrem, Comcepts and contrversies J. of Psychology, Vol.١٠, No.٣ P.٢٢١.

٢٧- Fletcher, Alan, D. (٢٠٠١) : Educators and practitioners look at the advertising curriculum hand book of ehild psychology, Vol.٧, P.٣١١ Newyork.

٢٨- Fox, Royf. (١٩٩٧) : Mirroring blurring and replaying how students respond to TV. Commircial dejelopmental psychology, New Delhi, T.M.H. P.٤٠٩.

٢٩- Gage, N.L. and David, C. (١٩٨٢) : Educational Psychology College publishing company chicago, PP.١١٥-١٤١.

٣٠- Gohen, Edward E. (١٩٨٨) : Children television commericalization survey, Aspecial Report from research & Planing. P.٢١٠.

٣١- Hake, Karin, (٢٠٠١) : Five year olds, Fascination for television, A Comparative Study, Jurnal Citation. Childhood aglobal Journal of child research, Vol.٨, N٤, P.٤٢٣-٤١.

٣٢- Jennings, Clara M., : Gillis –dion, Marion (١٩٩٨) :The impact of television Cartoons on child behavior, social psychology bulletion, Vol,١٣, No.٤. P.١١٦.

٣٣- Kaufman, Lois; Sandman, Peter M. (١٩٨٣) : Countering childrem`s sugared food commercils : Do rebuttals help. Educational and attitude .

٣٤- Kodairs, S.I. (١٩٨٦) : Television for children in Japan : Trends and studies, Psychology west publishing company, Newyork.

٣٥- Kunkel, Dale, (١٩٨٧) : Children and host satting television commercials. Omega, No.٧, P.١٧٦.

٣٦- Murray, Johonp., Ed., & others, (١٩٧٢) : Tlevision and `social behavior; Reports and papert, vol.١١, Telelevison and social learning. P.٥٠٧.

٣٧- Schmidt, Richard and others (١٩٩٠) : Suggestions to bay : tlevlevison commonercials from the U.S. Jaban, china, and korea, Rural psychology, No, ٢١, P.٢١٤.

٣٨- Wallach, Lowrence, and others, (١٩٩٠) : Tv.beer commercials and children : Exposure, attention, beliefs, and Expectations about drinking as and adult, The child`s conception of the world, New york ; routledge and kegan paul. P.٣٧.

٣٩- Woodard, Emory H., (١٩٩٩) : State of childrem`s televisiom report programming for children over broodccast and cable televission.

٤٠- Woodard, Emory. H., (١٩٩٩): The state of children s television roport programming for children over broodcast and cable television J. of counseling psychology, No.٣١,P.٣٦١.

٤١- Zang, Xiaoping, Sigel, Irving E. (١٩٩٤) : Two kindergarten programs and childrem's Perceptions of school, Across, Cultural study. New ways in psycholoanalysis, Newyork, w.mation and co. INC. P.١٨٣.

٤٢- Winter, Paula. (١٩٩٧) : Faculty position advertisements in educational administration : Analysis and atheoretical farme work of improving administrative practice Elements of folk psychology, Now york, Allen and un win. P.٧٩.

Summary

The Television needs many minds in Egypt and Oman (Psychological and educational experts, and writers for children literature, theatre and aiming programs) to contribute in forming the successful social behavior of children and this is the idea upon which this research is based.

The Sample included too of Egyptian and Oman adolescents. The results of the study indicated the Serious Influence of T.V. ads and the effective values upon Children.

The research also indicated thee strong effect of T.V. Programs on social values of Arabic child.

Males acquire more aggressive tendencies than females especially after being exposed to advertisements and programs that contain aggressive situations which will support unsocial behaviour.