

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية الأدب العربي والفنون

قسم الأدب العربي - خروبة -



هدية تخرج لنيل شهادة الماستر في اللغة العربية والإعلام موسومة بـ:

لغة الفنون التلغرافية وتأثيرها على الطفل

إشراف الدكتور:

أ.د. حنفي بن ناصر

إعداد الطالبة:

بلمقداد نورية

السنة الجامعية:
2015-2016

كلمة شكر

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ وَالصَّلَاةِ وَالسَّلَامِ عَلَى أَشْرَفِ الْمُرْسَلِينَ
وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ:

إِذَا أَرَادَ الْإِنْسَانُ أَنْ يَشْكُرَ فَعَلَيْهِ أَنْ يَشْكُرَ اللَّهَ جَلَّ جَلَالُهُ الَّذِي أَعَانَنَا
وَمَنْحَنَا الصَّبْرَ عَلَى إِتْمَامِ هَذَا الْعَمَلِ بِكُلِّ فَخْرٍ وَاعْتِرَازٍ
نَتَقَدَّمُ بِالشُّكْرِ الْجَزِيلِ

إِلَى الدُّكْتُورِ الْعَزِيزِ "حَنِيفِي بِنِ نَاصِر" الَّذِي لَمْ يَبْخُلْ عَلَيْنَا بِنِصَائِحِهِ وَتَوْجِيهَاتِهِ،
وَكَذَلِكَ أَشْكُرُ الشُّكْرَ الْجَزِيلَ لِلْأَسْتَاذَةِ "خَيْرَةَ بَلْجِيلَالِي" عَلَى صَبْرِهَا
وَإِرْشَادَاتِهَا الْقِيَمَةَ ثُمَّ زَمَلَائِي وَأَصْدِقَائِي الَّذِينَ كَانُوا لِي سِنْدًا وَعَوْنًا
وَكَم يَطُولُ ذِكْرُ أَسْمَائِهِمْ مِنْهُمْ: فَتَحِي وَزَمِيلَتِي غَالِيَةَ وَالْجِيلَالِي، اسْمُهُانِ
وَمُحْجُوبَةٌ.

فَشُكْرُ الْكُلِّ هُوَ لَاءٌ وَعِذْرُ اللَّائِزِينَ مَنْحُوا لِي الْمُسَاعَدَةَ مِنْ قَرِيبٍ أَوْ بَعِيدٍ وَلَمْ أُنْذِرْ
أَسْمَاؤَهُمْ.



الإهداء

أهدي هذا العمل إلى من قال أمين فيهما جل جلاله "وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحساناً" صدق الله العظيم. إلى من جعل الله الجنة تحت قدميها، إلى النور الذي أنار حياتي، إلى رمز الحب والعطف والحنان إلى التي رعنتي برعايتها وحسنتني بدفئها الناعم إلى من تتسابق الكلمات لتخرج معبرة عن مكنون ذاتها إلى من عانت الويلات لأصل إلى الذي أنا فيه إلى من علمتني الصبر، إلى التي حرمت نفسها وأعطتني، إلى التي سهرت الليالي لأجلي لكي أكون سعيدة إلى التي بكت لتفرحني، إلى التي لَوَّبْتُ ساهر الليالي لأخدمها ما كفيتها حقها إلى أمي الغالية والحببية أدامها الله بالصحة والعافية "جمعية".

إلى الذي منحني الاسم الكريم وكان لي سندا طول مشواري الدراسي، إلى من كان مثلي الأعلى في الرجولة، إلى من علمني الجدية والتجديد، إلى من دعمني بالإرادة وكان قدوة لي في التربية والأخلاق والتواضع، إلى التي نظرت إليه شعرت بالخجل إلى أبي الفاضل "عبد القادر" رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه.

إلى من ساندني ووقف بجانبني ودعمني مادياً ومعنوياً إلى من أكن له كل الاحترام والحب، إلى من سهر معي الليالي من أجل المساعدة، إلى زوجي حبيبي الغالي "نور الدين" إلى فلذة كبدي، وقرّة عيني، إلى من حملته في بطني ابني الغالي "محمد أمين" إلى من كبرت معهم وترعرعت بينهم إخوتي وأخواتي: محمد، فاطمة، كمال، كريم، كنزة. إلى عائلة زوجي إلى الذي اعتبره أبي "شعبان وزوجته حليلة، فتحي، خالد، خديجة، سميرة الصغيرة".

نورية.



بِسْمِ اللَّهِ
الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقدمة:

يعيش طفل اليوم عصر التغيرات السريعة، وبالتالي هو يواجه العديد من التحديات، والصراعات بدايةً بصراعات الثقافات واللغات وانتهاءً بالاقتراع من أجل إتباع ذاته في خصم هذا المعترك المتسارع من تطور وتغير، ويتعرض المجتمع العربي منذ حوالي عقدين من الزمن لانفتاح إعلامي مكثف عبر الأقمار الصناعية وشبكات الانترنت، وهذا ما زاد طبعاً من مسؤوليات الإعلام العربي للحفاظ على الهوية الثقافية، والقيم والعادات والمثل الاجتماعية لاسيما بالنسبة للأطفال إذا أخذنا بعين الاعتبار التغيرات التي أصابت الأسرة العربية بنائياً من مسؤوليات التنشئة الاجتماعية للطفل إلى مسؤوليات أخرى.

وبعد وصول الطفل إلى الحياة مصحوباً بفرحة الأسرة نجد بأن لهذا الطفل إمكانات قابلة للتطور في نطاق الأسرة التي هي جزءٌ من مجتمع مهتم به، ويتيح له تطوراً بناءً في انجاز ذلك الدور الذي سيقوم به في المستقبل.

وهنا تبرز أهمية البرامج الإعلامية الموجهة للطفل، بتأثيرها الكبير، واسمها الفاعل في تكوين الطفل، ومن ثمّ الإسهام في بلورة اتجاهاته وميوله ووجدانه وقدراته العقلية والبدنية وسلوكه بصورة عامة، وتلك ينبغي على الإعلام أن يكون وسيلة جذب للطفل على اختلاف مراحل عمره وبيئته بما يخدم أهداف المجتمع، وتلك بتقديمه لبرامج ذات أسس تربوية ونفسية مستخلصة من آراء وتوجهات الخبراء والمثقفين، وما انتهت إليه الأبحاث العلمية في مجالات علم النفس والاجتماع والتربية والإعلام من نتائج يمكن أن تقدم أشياء محببة إلى الطفل العربي وذلك انطلاقاً من تأكيد كافة الدراسات العلمية على حرص الطفل العربي على متابعة الإعلام عامة والتلفزيون بوجه خاص.

وللطفل عموماً مجموعة من الحاجات منها الجسدية، ومنها الاجتماعية والنفسية فحاجة التحكم في مشاعره وانفعالاته، وحاجته إلى دفيء العاطفة والحنان واكتساب القيم الاجتماعية، والفضائل الأخلاقية والحاجة إلى معرفة بعض المعلومات الصحيحة عن الكون وعن طبيعة ذلك كله يستلزم إعداد برامج إعلامية متخصصة على أسس تربوية، ونفسية وعلمية الأمر الذي يحتم منذ البدء إعداد الكادر الإعلامي المتخصص والمدرب للعمل مع الطفل إعدادات تتيح له فهم أبعاد شخصية وتوظيف الإمكانيات الإعلامية في خدمة الرسالة

والهدف الذي يسعى إليه أولياء الأمور لتنشئة مواطن يسهم في بناء مجتمع العَد لأن ذلك هو المفتاح الحقيقي للنهضة والتقدم.

إنَّ الراصد للدراسات التي تناولت البرامج الإعلامية الموجهة للطفل والتي تعالج قضايا الطفولة، سواء من خلال أنفسهم أو من خلال الخبراء في هذا المجال يلاحظ أنها ترصد العديد من نقاط الضعف التي يجب التعامل معها ومواجهتها، وتشير النتائج إلى أن الأطفال مازالوا أنفسهم يفضلون برامج الكبار والمواد الإعلامية الموجهة إليهم على نظرياتها الموجهة للطفل، وإلى برامج الأطفال داخل الاستوديوهات وعدم اشتراك الأطفال في تقديم هذه البرامج أو افتقارها إلى الدراما التي تجذب الطفل.

فالتلفزيون هو الوسيلة الإعلامية التي تستطيع بدورها جعل الفعل يواكب تقدم العالم الخارجي لما يحتويه من برامج تعليمية وترفيهية، وتثقيفية ودينية تساعد على اكتساب خليط من المعارف والثقافات وهذا ما دفعنا إلى دراسة هذا الموضوع محاولين تسليط الضوء على أهم التأثيرات التلفزيونية كوسيلة إعلامية في لغة الأطفال ومحاولة الوصول إلى معرفة مدى مساهمة الطفل للتطور الإعلامي الحاصل ولمعالجة هذا الموضوع ارتأينا أن نقسم الدراسة كما يلي:

مدخل وعنوانه بوسائل الاتصال وأهميتها ثم ايجابياته وسلبياته ويليه الفصل الأول المعنون بلغة الطفل والبرامج التلفزيونية ففيه تطرقنا إلى اللغة ونموها عند الطفل، ثم مفهوم اللغة ووظائفها وبعدها اللغة الإعلامية المفهوم والخصائص، وبعد ذلك تناولنا طرق ومناهج دراسة اكتساب اللغة عند الطفل وبعد ذلك نمو اللغة عند الطفل وأخيراً البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال.

أمَّا بالنسبة للفصل الثاني فهو جانب تطبيقي أي الفصل الميداني الذي تعرضنا فيه إلى منهج الدراسة قمنا بتحليل البيانات المتحصل عليها من الدراسة الميدانية وتفسيرها والنتائج المتحصل عليها وفي الأخير قدمنا اقتراحات بهدف ترشيد استعمال التلفزيون والذي بدوره كوسيلة إعلامية هادفة تؤدي بدورها بكل نجاح وفي الأخير نأمل أن تساهم دراستنا هذه في إثراء وتدعيم بحوث الإعلام والاتصال التي تعرضت لتأثير التلفزيون والبرامج: الموجهة للطفل بغية الوصول إلى مجتمع راق ومتطور ومتحضر يحسن استعمال التلفزيون من أجل تكوين جيل مثقف واعد ومتشبع بقيمه وثقافته.

وعلى الرغم من الصعوبات والعراقيل وضيق الوقت وقلة المراجع في بعض الأحيان التي تعكس الهفوات والنقائص في طيات بحثي المتواضع إلى أننا نتمنى أن يجد فيه القارئ ما ينفعه ويزيد في تحصيله المعرفي شاكرة الأستاذ الدكتور حنيفي بن ناصر والأستاذة بلجيلالي خيرة التي أمدتني يد العون والمساعدة وصبرت معي فجزاها الله خيرًا ووفقها في مشوارها العلمي والمعرفي.

(1) مفهوم الاتصال:**أ- لغتنا:**

تعد كلمة الاتصال من الوصل والبلوغ (وصل إليه وصولاً أي بلغه)، وفي المعجم الوسيط في مادة وصل يُصل فلان وصولاً... ووصل الشيء إليه وصولاً أي بلغه وانتهى إليه"، ومعناها في الاتصال Communication هو المعلومات المبلغة، رسالة شفوية، أو كتابية، تبادل الآراء والأفكار والمعلومات عن طريق الكلام والإشارة.¹

وتعني كلمة الاتصال التعبير والتفاعل من خلال بعض الرموز لتحقيق هدف معين وهذه الكلمة مشتقة من الأصل اللاتيني Commuis بمعنى المشاركة وتكوين العلاقة، أو بمعنى عام أو مشترك من خلال هذه الشروحات يتضح لنا أن الاتصال عمليات تتضمن (المشاركة، التفاهم) حول (الموضوع، فكرة) لتحقيق (هدف، برنامج).²

ب- اصطلاحاً:

الاتصال هو عملية مشاركة الآراء، ومعتقدات، ومعلومات واتجاهات الآخرين الفكرية مع آرائنا ومعتقداتنا واتجاهاتنا الفكرية.

ويعرفه ألكسندر: " بأنه العملية أو الطريقة التي تتم عن طريقها انتقال فكرة، أو معنى أو مفهوم، أو إحساس أو اتجاه أو مهارة، أو خبرة من طرف إلى آخر حتى تصبح مشتركة بينهما".

ويعرفه لوندبرج Land Berg: " بأنه نوع من التفاعل الذي يتم عن طريق الرموز وقد تكون الرموز ركلة أو تشكيلية أو مصورة، أو منطوقة، أو أية رموز أخرى تعمل كثير للسلوك، لا يثيره الرمز ذاته ما لم تتوافر ظروف خاصة لدى الشخص المستجيب له".

ويعرفه عبد القاهر الجرجاني: " أنه نقل الرسالة بين فردين، أو أكثر باستخدام رمز أو مجموعة رموز مفهومة لمجموعة باستخدام قنوات اتصالية لتحقيق أهداف متعددة وبشكل يتضمن التفاعل والتأثير.³

¹- عبد الحافظ محمد سلامة، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، دار الفكر للنشر والطباعة، عمان، ط2، 1998، ص 13.

²- هناء حافظ البدوي، الاتصال بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي، الإسكندرية، 2009، ص 14.

³- محمد منير حجاب، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر، القاهرة، ط2، 1999، ص 23.

(2) المبادئ الأساسية للاتصال:

هناك مبادئ أساسية للاتصال حددتها جمعية إدارة الأعمال الأمريكية تضمن لكل من يعمل بها نظاماً أولياً للاتصال الفعال وهي كما يأتي:

حاول استيضاح أرائك قبل الاتصال، تقضي تلك القاعدة بالترام المرسل بتحليل موضوع الرسالة، وتوضيح كل جوانبها قبل البدء في الاتصال.

أ- تحقق من هدفك الفعلي: وهذا يقتضي من المسؤول الإجابة عن مجموعة من التساؤلات حتى يستطيع تحديد هدفه النهائي، ومن ثم صياغة الرسالة وتحديد طريقة للمستقبل، وترتيب كيفية تنفيذ موضوع الاتصال وهذه الأسئلة هي: ما الذي ينبغي تحقيقه من الرسالة؟ هل يهدف إلى تقديم معلومات؟ هل يرمي إلى تغييرات شخص، أو أشخاص آخرين.

ب- استشر الآخرين كلما أمكن تخطيط الاتصال: فطالما أن موضوع الاتصال يمس الإدارة والعاملين، والمجتمع، فلا بد من الوقوف على آراء الجميع حتى يقتنع المجتمع بموضوع الاتصال.

ج- تنكر أثناء الاتصال الظروف الطبيعية والإنسانية: يقتضي ذلك اختيار الوقت المناسب للاتصال، فلا يتم في آخر دقيقة من ساعات العمل.

د- اجعل نبرات صوتك ملائمة لموضوع الاتصال، و يقتضي ذلك توفير كافة العوامل التي تساعد على جذب الانتباه للرسالة.

هـ- متابعة الاتصال: من أجل تحقيق هدف محدد، أو لبعض الأهداف يحتاج إنجازها إلى عدّة ساعات أو أيام وبالتالي ينبغي أن يكون هناك متابعة مستمرة حتى يتحقق الهدف من الاتصال.

و- اتصل للمستقبل¹ مثلما تتصل للحاضر: ينبغي عند التخطيط الإداري للواقع الحالي مراعاة ما ستكون عليه الإدارة في الغد من أدوات الكترونية وغيرها.¹

¹- محمد منير حجاب، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، المرجع السابق، ص 49 – 51.

ز- على المرسل والمستقبل أن يمارسا الاتصالات: فالاتصالات من المهارات الأساسية في العملية الاتصالية، وهو تجارب مع المرسل، ومحاولة فهم ما قاله ولذلك يقال أن الاتصالات فن، ومادام الاتصال فنا فإن الإنصات والاتصال توأمان.¹

3) أهمية الاتصال وأهدافه:

أ- أهمية الاتصال: تكمن أهمية الاتصال فيما يلي:

- يوفر الاتصال الفرصة لإعلام الرؤساء بما تم انجازه، أو بما يتم إنجازه أو بالمشكلات التي ظهرت في التنفيذ، أو الانحرافات التي لم تكن في الحسبان وكيفية التغلب عليها، وباقتراحات ومشاكل المرؤوسين بصفة عامة وبذلك تتحدد أهمية الاتصال في تضيق الفجوة بين التخطيط والتنفيذ، وتحقيق التفاعل الإنساني بين العاملين وزيادة التفاهم والتعاون والتلاحم بينهم.

- يعد الاتصال ضرورياً في أحكام الرقابة على سير العمل في برنامج العلاقات العامة.

- يساعد الاتصال من خلال الرقابة والمتابعة على رفع مستوى الأداء، كما يؤثر على اتجاهات وسلوك العاملين، ودوافعهم للعمل من خلال توفير المعلومات لهم عن الأهداف، والخطط والنظم، والتعليمات إذ من خلال الاتصال الفعال يمكن تحفيز العاملين على العمل بجد وإخلاص، والشعور بالانتماء نحو المنشأة.

- يتوقف على هذه المهارة نجاح الأخصائي في ممارسته لدوره المهني سواء داخل المؤسسة أو خارجها.

- إمكانية زيادة معدلات في جانب أفراد المجتمع في مشروعات التنمية، وكذا زيادة انتمائهم لمجتمعهم، وذلك لأن المعلومات التي سيحصلون عليها من خلال عملية الاتصال التي تتسم بالصدق، والصراحة، والوضوح والشمول.

- اكتساب معلومات جديدة كما تزيد فرص التفاعل الاجتماعي فيما بينهم من خلال ما يتم نشره بالصحف والمجلات، والإذاعة والتلفزيون.

- أداء مهمة ربط كافة المكونات الداخلية للمؤسسة مع بعضها البعض.

¹- محمد منير حجاب، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، المرجع السابق، ص 49 - 51.

- خلق فرص التقارب والاحتكاك بين الأفراد، والمجتمعات والمؤسسات والجماعات.
- يعتبر أداة فعالة لمواجهة أي شائعات أو معوقات تواجه المؤسسة.¹
- إضافة على ما سبق فهو يساهم في إقامة علاقات ودّية بين الأفراد فالناس يعبرون عن عواطفهم ومشاعرهم من خلال وسائل الاتصال فهو يستهدف إمداد المرؤوسين بالمعلومات عن المؤسسة، وأهدافها، والخطط، والسياسات، والاجراءات الواجب إتباعها وذلك لتحقيق التعاون وحسن سير العمل، كما أنه يساعد على تحقيق ضبط سلوك الموظفين، فبواسطته، يعرف كل عضو دوره وواجباته، ومسؤولياته.²
- وعليه يمكن القول بأن للاتصال أهمية بالغة، إذ يمكن تشبيهه داخل المنظمة بالدم الذي يجري في عرق الإنسان، يحمل الغذاء إلى كافة أنحاء الجسم وبالمثل لا يمكن تسيير أمور المنظمات ولا يمكن للمديرين أن يؤدوا أعمالهم ما لم يكن هناك أنظمة اتصالات جيّدة داخل المنظمة، وما لم يكن لديهم المهارات الفردية اللازمة للاتصال الفعال بغيرهم.³

ب- أهداف الاتصال:

- يحقق الاتصال البشري أكثر من هدف، وتختلف تلك الأهداف باختلاف الاحتياجات من فرد لآخر، وبصفة عامة يمكن تضييق استخدامات الاتصال في فئات نوجزها فيما يلي:

1. الإعلام:

- يعد الاتصال من أجل الإعلام جزء لا يتجزأ من كل عمل تقوم به وبدون إعلام فإن المؤسسات تتوقف عن العمل بحيث يقوم الإعلام بعدة مهام اجتماعية:

- قيادة الجماهير نحو عمل معين.
- القيام بالتغيرات الضرورية للأحداث والربط بينهما سواء على المستوى الاستراتيجي أو التكتيكي.
- يعمل الإعلام على تأكيد تدعيم الاتجاهات، وتعديل السالبة، أو المعوقة منها.

¹- هناء حافظ البدوي، الاتصال بين النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص 23.

²- حسين عبد الحميد الشواف، العلاقات الإنسانية في مجالات علم النفس، علم الإدارة وعلم الاجتماع، مصر، ص 121.

³- أحمد ماهر، كيف ترفع مهاراتك في الاتصال، الدار الجامعية، 2000، ص 24.

- يقوم الإعلام بعملية تنوير، وتثقيف الناس، وللمساعدة على تماسك الجماعة والبناء الاجتماعي.

2. التعليم والتدريب:

وبخصوص هذا لا يستطيع الفرد أن يشارك مشاركة فعالة في الحياة الاجتماعية، والاقتصادية الحديثة بدون تدريب، وبدون تعليم إضافة إلى التعليم الإجباري تمكن الفرد من اكتساب العادات، والتقاليد، والقيم الاجتماعية للجماعة التي ينتمي إليها الفرد، أو خبراته، ومهاراته من الناحية الوظيفية أو المهنية، ولا يحدث هذا إلا اعتماداً على الاتصال حيث يقوم القائم به في الآراء وزيادة إنتاجه، وهذه العملية تقوم بين المدرب الذي تكون لديه هذه المعرفة، وبين المتدرب المستقبل الذي يراد إكسابه هذه المعرفة أو المهارة.

3. الإقناع:

لا يمكننا في هذا المجال أن ننسى هذا الهدف لأنه كثيراً ما تجد الفرد نفسه في حالة اختلاف في الرأي، أو الصراع مع أفراد آخرين، حيث يريد الفرد أن لا تكون علاقته بهم مبنية على الاتفاق، ومن ثم فإن جزء كبير من النشاط الاتصالي للفرد في سبيل التخلص من حالات التعارض، أو التصارع أو الاختلاف في الرأي ففي نفس الوقت الذي يقوم به الفرد محاولة إقناع الآخرين بوجهة، نظره فإن الآخرين أيضاً يفعلون نفس الشيء، ويقومون بالاتصال لتحقيق التوازن من ناحية أخرى فإن الرؤساء، ومدراء المؤسسات، أو المؤسسات الخدمية التي تريد من الأفراد الإيمان بأفكارهم، أو سلوك معين، أو الكف عن سلوك آخر يجدون أنفسهم يخدمون الاتصال لإقناع الأفراد بإنتاج أنماط هذا السلوك، أو الكف عنه باختصار، فهذه الوسيلة الاتصالية هو الوصول لاتفاق المرسل، والمستقبل، ويكون أساس التعاون، ويهدف لتحسين الظروف الاجتماعية لأحدهما، أو لكليهما.

4. الترفيه:

يعد من أهم استخدامات الاتصال للأفراد غالبًا ما يشتركون في عملية الاتصال بهدف الترفيه أو الاستماع، يمكن القول أن معظم الأفراد في المجتمع يجدون المتعة في السلوك الاتصالي، وهم غالبًا ما يقدمون به بهدف الترفيه والترويح بحيث ينطبق هذا على الاتصال بكافة أنواعه (الرسمي أو الغير رسمي).¹

وهناك أهداف أخرى تتمثل فيما يلي:

- إعلام المرؤوسين بالأهداف المطلوب تحقيقها، والسياسات التي تم إقرارها والبرامج والخطط التي وضعت، والمسؤوليات، والسلطات التي تم تحديدها.
- إعلام المرؤوسين بالتعليمات المتعلقة بتنفيذ بعض الأعمال، أو كيفية تعديلها، وتحديد الوقت المناسب لتنفيذ كل عمل من الأعمال.²

5. خصائص الاتصال:

يتميز الاتصال بأشكاله المختلفة بالعديد من الخصائص التي يمكن الإشارة إليها فيما يلي:

- للاتصال عدّة أشكال مختلفة فيما بينها من طبيعتها، ومتطلباتها وتأثيرها.
 - يدور الاتصال حول موضوع معين سواء في المجال الإعلامي، أو الثقافي أو التجاري، أو الاقتصادي، أي جهود الاتصال لا تعمل في فراغ.
 - تتكون شبكة الاتصال من المرسل، الرسالة، المستقبل، وفي حالة الاتصال الجماهيري يضاف عنصر آخر هو وسيلة الاتصال التي تنقل الرسالة إلى المستقبل.
 - يتخذ الاتصال اتجاهات تتأثر بشكل الاتصال، وهو إما اتجاه واحد، أو اتجاهين، وهو النمط الأمثل في عملية الاتصال.
 - الرسالة الاتصالية فقد تكون مطبوعة أو مسموعة، أو مرئية مسموعة كما قد تكون علامة، أو شعار أو رمز.³
- وهناك خصائص أخرى يمتاز بها الاتصال وهي:

¹- محمد الطنوبي، نظريات الاتصال، المرجع السابق، ص 17.

²- هناء حافظ البدوي، الاتصال بين النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص 250.

³- المرجع نفسه، ص 68 - 43.

- إنَّ الاتصال عملية لها صفة تلقائية.
 - الاتصال ظاهرة اجتماعية لها صفة الانتشار.
 - الاتصال عملية موضوعية وواقعية.
 - الاتصال طريقة تحقق ترابط المجتمع.
 - الاتصال عملية لها صفة الجاذبية¹.
- 6. مهارات الاتصال وكفاءاته:**
- أ- **مهارات الاتصال:** تتضمن هذه المهارات القدرة على استخدام كل الوسائل المؤثرة، فلا ترتبط ذلك باستخدام اللغة اللفظية فقط ولا اللغة غير اللفظية أيضاً بل إضافة إلى ذلك:
- قراءة واستيعاب تجاوب رد فعل المستقبل.
 - سرعة الاستجابة لها.
 - معرفة اتجاهات، ودوافع المستقبل.
 - طبيعة الموقف الاتصالي.
 - الإلمام بفنون الإقناع والتأثير في الآخرين.
- كما تتضمن هذه المهارات مهارات الاتصال، وأهميتها:
- مهارة الاستماع، مهارة الحديث، مهارة السؤال، مهارة القراءة، مهارة الكتابة.
- ب- **كفاءة الاتصال:** تتميز الاتصالات ذات الكفاءة العالية بالخصائص التالية بصفة عامة:
- **السرعة:** مدى السرعة أو البطء في نقل المعلومات قد يعود إلى الوسيلة المستخدمة فعند التلفزيون بالخطاب يتبين أن الأول أسرع بكثير من الثاني وهناك بعد آخر للسرعة وهو وصول المعلومات في الوقت المناسب حيث تفقد المعلومات قيمتها إن لم تنقل أو تصل في وقت اتحاد القرار أو التصرف.

¹ - سلوى عثمان الصديقي، وهناء حافظ البدوي، أبعاد العملية الاتصالية، رؤية نظرية وعلمية وواقعية، المكتب الجامعي الحديث، 1999، ص 43.

➤ **الارتداد:** تسهل الوسائل الشفهية في الاتصال إمكانية الحصول على أطراف الاتصال، وإتمام عمليات الاتصال بنجاح، أما الوسائل المكتوبة كالخطابات والمذكرات والتقارير، فهي بطيئة وغير فعالة في تقديم معلومات مرتدة إلى أطراف الاتصال.

➤ **التسجيل:** يمكن لبعض وسائل الاتصال، أن تحفظ السجلات والملفات وذلك مثل الخطابات، والمذكرات والتقارير، ويفيد هذا في إمكانية الرجوع إليها لمتابعة التقدم في إنجاز الموضوعات محل الاتصال أو الوسائل الشفهية للاتصال فيصعب تسجيلها، والاحتفاظ الرسمي بها.¹

➤ **الكثافة:** تتميز بعض الوسائل بقدرتها على تقديم المعلومات الكثيفة مثل الخطابات والتقارير، الأمر الذي يمكن أن تستخدمه في عرض المعلومات المعقدة مثل المعلومات غير السارة، أو في عرض معلومات الوقائع المعقدة أو الخطط أو النتائج المتابعة أو الرقابة وكلما قدمت وسيلة اتصال معلومات كثيفة كلما كان أفضل.

➤ **الرسمية:** إذا كان موضوع الاتصال رسمياً (أي متعارف عليه مكتوب) أمكن استخدام وسائل تناسب ذلك فأخبار فرد بالترقية أو النقل من خطاب يعتبر وسيلة مناسبة، والاتصالات الداخلية بين زملاء العمل، والأقسام قد تحتاج إلى وسائل أقل رسمية مثل المذكرات الداخلية، والتلفون، وهناك اتصالات داخلية فتحتاج إلى الشكل الرسمي مثل الاجتماعات واللجان، والتقارير.

➤ **التكلفة:** كلما كانت وسيلة الاتصال غير مكلفة كلما كان أفضل وتشمل التكلفة الأدوات المكتبية المستخدمة، والطبع والبريد بالإضافة إلى:

- وضع الرسالة المراد نقلها.
- التكرار أو التأكد من أن الرسالة قد نقلت، وفهمت من قبل المستقبل كالتأكيد على موعد معين لأحد الاجتماعات.

- التدقيق على عناصر عملية الاتصال، وهذا يعني القيام بتحليل عملية الاتصال المتعلقة بنشاطات الإدارة الرئيسية، ومحاولة الكشف عن الصعوبات قبل وقوعها، وبالتالي تجنب ارتكاب الأخطاء فيما يتعلق بمثل هذه النشاطات الرئيسية.

¹- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلس السادس، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 36.

- الإنصات الجيد أثناء نقل الرسالة فالاستمتاع لوحده لا يكفي فقد تكون أثناء الاستماع مشغولاً بعمل آخر، مما يجعلك تستمتع، وبدون فهم ما يقال أمامك.
- القراءة الممتعة والمركزة أثناء استلام الرسالة من قبل المستقبل، فالقراءة السطحية قد توصل المستقبل إلى فهم شيء للرسالة.¹
- اختيار وسيلة الاتصال المناسب فمن المعروف أن اختيارها يؤدي إلى وصول رسالة إلى الجمهور المستهدف وبالتالي تحقق فعالية عملية الاتصال فإذا كان معظم أفراد الجمهور المستهدف الذي يرى توصيل الرسالة إليه أمي لا يعرف القراءة، فإنه لا يجوز اختيار الصحف والمجلات كوسيلة اتصال لهؤلاء الأفراد.
- اختيار الظروف المناسبة، والوقت المناسب للاتصال، وقد تساعد المستقبل على التفكير السليم والتركيز الجيد لفهم ما جاء بالرسالة.²
- من خلال كل هذا يمكننا القول بأن الاتصال هو نوع من النشاط الإنساني الذي يحدث باستمرار ولا يمكن الاستغناء عنه بحيث يعمل على نقل الأفكار، والمعلومات، والخبرات بين الأفراد باستخدام وسائل وقنوات اتصالية مختلفة، وذلك لضمان تحقيق أهداف متعدّدة تخدم الفرد والمجتمع، وبشكل يضمن التفاعل المتبادل وهذا كله يساهم في نجاح العملية الاتصالية وفعاليتها.

¹- منال طلعت محمود، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، 2002، ص 85.

²- المرجع نفسه، ص 86.

أولاً : التلفزيون:

1- نشأة التلفزيون:

مرّ التلفزيون في نشأته بعدة تطورات، وقد كان ظهوره أولاً في الدول الغربية حيث تعود البدايات الأولى لاختراع التلفزيون إلى عام 1839 من طرف العالم الفيزيائي اليكسندر بيكوريل "A Becurul"، ولعلّ أهم الأبحاث والدراسات التي ساعدت على ظهور التلفزيون هي أعمال الألماني بول نيكون "P.Nipkown" الذي اخترع أسطوانة عام 1884 تورّع الجسم على عناصر تتكوّن من الصّورة¹، وجاءت نقطة التّحول عام 1923 باختراع جهاز تصوير تلفازي اسمه الايكونوسكوب على يد فلاديمير زوريكين "Vlodinur Zvorykine"، وهذا ما أتاح للعالم جون بيرد "John Baird" عام 1923 تحقيق تصميم تلفزيون ميكانيكي الذي استعمله في عدّة بلدان، إلا أنّ الصّورة الواصفة لم تبدأ إلاّ بواسطة التلفزيون الكهربائي ففي عام 1924 استطاع هذا العالم نقل صورة لصليب صغير عن طريق أجهزته التجريبية على شاشة معلّقة على الحائط، كرّس بيرد حياته من أجل تطوير هذه الأجهزة، والتّجربة ليصل إلى الإرسال والاستقبال التلفزيوني الذي نعرفه الآن.²

¹- عبد الفتاح أبو المتعال، أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتنقيفهم، عمّان، دار الشروق، د ط، 2006، ص77.

²- أمجد صفوري، مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، كلية الصحافة والإعلام، جامعة الزّرقاء، د ط، ص97.

2- تعريف التلفزيون:

إنّ كلمة التلفزيون هي كلمة مركبة من مقطعين اثنين هما:
تيلي "Tele" وتعني عن بُعد، وفيزيون: "Vision" وتعني الرؤية وبهذا يكون معنى التلفزيون: الرؤية عن بعد.¹

كما يمكن تعريف التلفزيون من الناحية العلمية بأنه طريقة إرسال واستقبال الصورة المرئية المتحركة والغير متحركة بأمانة، ومن مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية، وكذلك يرسل في نفس الوقت الصوت المصاحب حتى تصل في جهاز الاستقبال على برنامج متكامل بصرياً وسمعيّاً.²

وبهذا نجد أنّ التلفزيون كالرّاديو من ناحية الصوت، ويمتاز أيضاً بحركة الصورة مثل السينما التي تزيد من حيوية الجماهير.

3- خصائص التلفزيون:

استطاع التلفزيون تصغير الكرة الأرضية وتحويلها إلى قرية عالمية كما قال عالم الاتصال المعروف "مارشال ماكلوهان" خاصّة بعد إطلاق الأقمار الصناعيّة الخاصّة بالاتجاهات حيث يستطيع المرء أينما كان بمتابعة ومشاهدة ما يجور في مختلف أنحاء العالم، فهو يتميز بعدّة خصائص جعلته يحتلّ الصّدارة على مختلف وسائل الإعلام الأخرى وذلك لأنه يجمع بين مختلف خصائصها من صوت وصورة كما يخاطب المتعلّمين، والغير متعلّمين، ويمكن تلخيص الخصائص فيما يلي:

أ- الخصائص العالمية: يتميز التلفزيون بالتغطية الواسعة حيث يمكن لوسائله أن تصل لملايين المشاهدين بالصّوت والصّورة رغم التباين الشّديد بين المشاهدين من حيث الرّقعة الجغرافية، وثقافة الجمهور، وما إلى ذلك من الاختلافات بين مختلف المشاهدين على شساعتهم.

ب- البعد السّمي والبصري: إنّ أول خاصية تتحقّق من اختراع التلفزيون هي توفّر الصّورة والصّوت، في عملية الإرسال والبث، وهذا ما لم يتوفّر في جهاز الرّاديو الذي سبق اختراع التلفزيون مباشرة، حيث استحوذ على اهتمام الناس بشكل كبير وواسع لدرجة

¹ علي شيبية، مذكرة في تاريخ الإعلام، دار المعرفة الجامعية، د ط، 2005، ص88.

² نبيل الجردى، مقدمة في علم الاتصال، مكتبة الإمارات، د ط، 1985، ص191.

أن دفع أحد مدير الإذاعة البريطانية إلى تذكير العاملين في التلفزيون أن يتخيلوا دائماً بأنهم يتوجهون إلى من فقد نعمة السمع.

وتكمن الوظيفة القبية للصورة بأنها تستخدم لخدمة المضمون أو المحتوى وتقل الحقيقة المرئية إلى المشاهد وتساهم الصورة أيضاً في تكوين العقلية البصرية له حيث تبين أن التجربة البصرية هي أعمق أثراً من سائر التجارب سواء كانت سمعية أو لمسية أو حسية وأن 75% من المعرفة تكتسب عن طريق حاسة البصر.

أما بالنسبة لأهمية الصورة عند الطفل فتبرز جملة من المزايا يمكن توضيحها على الشكل التالي:

- أنها تجذب الانتباه للطفل للمتابعة والتركيز.
- تصاحب الصورة دائماً المعلومة التي يمكن أن تقدم في التلفزيون فتدعمها وترسخها في ذهن الطفل.
- توفر البعد المرئي الذي يميل الطفل إلى تصديقه أكثر من البعد اللفظي فقط.
- يمكن للصورة أن تعمل على تقريب الأماكن والأشياء البعيدة أو الصغيرة وجعلها في متناول البصر، وهذا يمثل جانباً قنياً لا توفره العين المجردة.
- فيما يتعلق بالسمع الذي يوفره التلفزيون فإنه يأتي مكملاً للبعد المرئي وعاملاً يساعد بدرجة كبيرة في إيصال الموضوع، أو ترسيخ الفكرة وأكدت بعض الاختبارات أن استيعاب الفرد للمعلومة يزداد بنسبة 35% عند استخدام الصوت والصورة معاً، وإن مدة الاحتفاظ بهذه المعلومات تطول عندئذ بنسبة 55%.¹

- الحركة التي يوفرها التلفزيون لمشاهديه تعطي مضامينه حياة فاعلية وتشبعها بالديناميكية التي تزيل طابع الجمود والسكون في الصرة المتقدمة حيث تجعل اللاقطات تعرض اتباعاً وبشكل منسجم ومتوافق، وتؤدي تسلسلاً منطقياً يوحى بالتقل الصادق والحقيقي كما يعيشه الإنسان في حياته فبالنظر إلى الإمكانيات التصويرية والقبية المتوفرة

¹- باسم علي حوامدة وآخرون، وسائل الإعلام والطفولة، دار جرير للطباعة، عمان، ط1، 2008، ص 102، 103.

في الكاميرات وأجهزة المونتاج فإنّ الحركة يمكن أن تقدّم للمشاهد بشكل بطيء أو سريع وذلك وفق أغراض العرض وأهدافه.¹

- من المعروف مقدارها تلعب التواحي الإخراجية في التعبير عن البعد المكاني والزّماني لأي مشهد يراد عرضه ساعات الإرسال أو تقديم مواد متنوعة ومحدّدة بأقل تكلفة ممكنة والأرشيف التلفزيوني بشكل المصدر الأساسي والرئيسي لهذه المواد المتكرّرة، والتي تكتسب طابعًا تراثيًا مع مرور الوقت، ومهما يكن فعند الحديث عن هذه النقطة لا بدّ من الإشارة والتذكير إلى أنّ التكرار يمثّل حاجة جماهيرية في بعض جوانبه وخاصّة إذا كانت المادّة المعروضة قد لقيت نجاحًا واسعًا.²

والمؤسسة التلفزيونية التي تحرص على معرفة أذواق الجماهير لا تتردّد في إعادة بثّ ما يحبّ الناس مشاهدته مرّة أخرى، ومن الناحية النفسية هناك إجماع على أنّ الإنسان يميل إلى حد كبير إلى ظاهرة التكرار وخاصّة إذا حملت في مضمونها طابعًا توجيهيًا، ولكن نظرًا لغياب التوجيه المباشر في برامج التلفزيون فإنّ المشاهد لا يلاحظ إلاّ في حالات نادرة، وهذا يعود إلى قدرة العمل التلفزيوني على تقسيم الأفكار والمعاني الفئّة المختلفة. وقد تجد التكرار بشكل عام، وما يبرزه لونه يفتح مجالاً أمام الأفراد ذوي الثقافات البسيطة كي يستوعبوا ويفهموا ما يعرض عليهم من معلومات وأفكار على المستوى التعليمي.

إنّ قدرة التلفزيون على تكرار بعض موضوعاته بأساليب مختلفة ومتنوعة يساعد الأطفال على ترسيخ معلوماتهم والاحتفاظ بها مدّة زمنية أطول. ويشير سمير حسن إلى أنّ الدّراسات قد أثبتت أنّ الإنسان يستوعب ما لا يزيد عن 10% ممّا يسمعه أو يشاهده، وينسى 60% ممّا تعلّمه خلال ساعة، و90% خلال 24 ساعة³، وهذا يجعل عملية الإعادة والتكرار في البرامج التعليمية والتنقيفية أمرًا ضروريًا محببًا لدى الجماهير.

1- الدّسوقي عبده إبراهيم، التلفزيون، المرجع السّابق، ص112.

2- سهيل حداد، وسمية أحمد علي، البرامج الثقافية في الرّاديو والتلفزيون، دار الفجر، مصر، ط2، 68.

3- أسامة ظافر كباره، برامج التلفزيون والنّشئة الاجتماعية، ط1، دار النهضة للأطفال العربية، لبنان، د ط، المعلوماتية، 2003، ص92.

- **الجمع بين التثقيف والترفيه:** كثيراً ما يجري الجدل حول طبيعة التلفزيون كوسيلة إعلامية، فهل هو وسيلة ترفيه أم تثقيف؟، يميل بعض الإعلاميين إلى اعتباره وسيلة للترفيه والتسلية كما يشكك فريق من التربويين في جدوى استخدام التلفزيون للأغراض التربوية والتعليمية غير أنه لا بد من الإشارة إلى أنه قد دخل في كثير من بلدان العالم إلى مؤسساتها التربوية من أجل تعليم الأطفال باعتباره وسيلة تربوية تساعد الأطفال في عملية استيعاب المواد التعليمية، ويمكن إيجاد قدر من التوفيق بينهم ما يشرحه المعلمون من دروس، وما تقدمه البرامج التلفزيونية من إيضاحات وشروح ودعم، وبالتالي فإن التلفزيون يثقف ويرفّه لأنه يجمع بين التسلية والتعليم، فهو يوفر المتعة للأفراد ولا سيما الأطفال، ومن جهة أخرى يقدم الكثير من المعلومات والأفكار التي تفيدها في الحياة اليومية.

- **القدرة على التشويق والإثارة:** بالتظر إلى القدرات القوية التي يوفرها جهاز التلفزيون من حيث سرعة الإرسال وكثرة اللقطات وتنوع الألوان وكذا القدرة على التقاط المشاهد المثيرة عن قرب أو عن بعد، والقدرة على إبطاء حركة المشهد أو تسريعها أو ما توفّره كاميرات التلفزيون من خدع سينمائية أخاذة، كل هذه الأمور جعلته يكون أداة تشويق وإثارة، فلما يقدر المشاهد على عدم التأثر بها أو الإعراض عن متابعتها والوقوف على تفاصيلها المتتابعة.

- **القدرة على نقل خبرات الأفراد والشعوب إلى جميع المشاهدين:** تحوّل العالم بفضل وسائل الإعلام وخاصة بعد ظهور التلفزيون إلى قرية صغيرة، حيث يمكن لكل فرد من أية بقعة من العالم أن يتعرّف على ما يجري في بلاد العالم أن يتعرّف على ما يجري في بلاد العالم من أحداث وتطورات بالتظر للفضول الذي يعتري الإنسان ورغبته في معرفة العالم من حوله، فإنّ التلفزيون يمدّه بدرجة عالية من المعرفة الثقافية حيث يعرض عادات وتقاليد الشعوب، وأساليب حياتها وينقل إليه أهم معالم الحضارة في كل بلد من بلدان العالم.¹

¹ - مذكرة تخرّج لنيل شهادة اللّسانس في علوم الإعلام والاتصال، البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال في عصر المعلوماتية، 2010-2011، ص11.

إنّ ميزة التلفزيونية عن باقي وسائل الإعلام هي أنه يمكن المشاهدين من تكوين ثقافة هامة حول مختلف شعوب العالم، وذلك بنقل الخبرات التي تصل إلى الأفراد.

- سهولة اقتنائه في المنزل:

مع كلّ اختراع جديد لأية وسيلة إعلامية يتساءل العلماء حول قدرة هذه الوسيلة على إلقاء ما سبقها من وسائل إعلامية، فعند اختراع الرّاديو وما تميّزه به من قدرة على نقل الأخبار بأقصى سرعة ممكنة عبر الأثير، أصبح ينظر إلى الصّحف باستخفاف وذلك للبطيء السيئ الذي تميّزت به، حيث تستغرق مدّة لا تقلّ عن أربعة وعشرين ساعة من أجل تحرير الأخبار وطباعتها وتوزيعها على المناطق والأقاليم¹، وحين انتشر التلفزيون توقع عدد كبير من الكتاب أن يكون هذا الجهاز عاملاً أساسياً في تراجع الإقبال على دور السينما، فوجود التلفزيون في المنزل يحقّق درجة عالية من الإشباع لدى الجماهير وبعينه على التفكير إلى حدّ كبير في الإعراض عن التّهاب إلى دور تنوّع القنوات وموجات البثّ، باتت توفّر له درجة كبيرة من الأخبار للبرامج والأفلام التي يرغب في مشاهدتها.

- القدرة على مخاطبة النّاس:

تفترض الصّحف على قرّائها الإلمام بالقراءة من أجل الاطلاع على الأخبار والأحداث ولا يمكن لمجتمع تسود فيه الأمية أن تنتشر فيه الصّحف، أمّا التلفزيون فإنّه لا يفرض على مشاهديه خاصيّة التّعليم والمعرفة وذلك ما يقدّمه من بُعد سمعي وبصري فإنّه يخاطب الجمهور بطريقة حيّة ومباشرة لا تختلف عن طريق التّخاطب المباشر بين أفراد المجتمع.² وقد انتبه رجال الإعلام إلى هذه الخاصيّة فاستغلّوا التلفزيون في التّوجيه الجماهيري وإعداده البرامج التي تساعد على محو الأمية، بالإضافة إلى استخدام اللّغة العامية في البرامج ذلك للمساهمة في إرضاء أذواق المشاهدين سواء متّقين ومتعلّمين أو أميين، ودو المستوى المحدود، فالإضافة إلى جميع هذه الخصائص الخاصّة ببرامج التلفزيون فإننا نجد ميزة أخرى تتّصل بالجهاز ذاته، وهي توفير الجهد والمال والوقت.

¹ - الدّسوقي عبده إبراهيم وسائل الاتصال الجماهيري والاتجاهات الاجتماعية، المرجع نفسه، ص19.

² - سهيل حداد، وسمية أحمد علي، البرامج الثقافية في الرّاديو والتلفزيون، المرجع نفسه، ص69.

من خلال كلّ هذه الخصائص التي تميّز التلفزيون عن بقية وسائل الإعلام الأخرى فهو في الصّدارة، وذلك بقيامه بعدّة أعمال في ميادين مختلفة، وقد استطاع التأثير على جمهور كبير وتمكن من المحافظة على مكانته.

4- إيجابيات وسلبيات التلفزيون:

أ- الإيجابيات:

- يجمع بين المرئي والمسموع، ويستغل الصّورة والصّوت، ويعرض برامج إلى الناس فينتقل إليهم، ولا يكلّفهم عناء التّقل إليه، لاستخدامه للّون والحركة وما يضيفانه من تأثير على المشاهد.¹

- يعمل على تزويد الناس بالثقافة والمعرفة، والتّعليم والوعي الاجتماعي والسياسي.

- مناسبة البرامج التلفزيونية لجميع المراحل العمرية على اختلاف مستوياتها الثقافية وبيئتها الاجتماعية.

- يبقى المشاهد على تواصل مستمرّ مع الأحداث المحليّة والعالمية بتقديمه للمادّة وقت حدوثها.

- أجهزة التلفزيون متوّرة بمختلف أنواعها وأحجامها، وبأسعار مناسبة يمكن اقتناؤها من طرف جميع شرائح المجتمع.

- يوفّر محطات فضائية مختلفة الثقافات، والاتجاهات ما يسهّل حرية الاختيار.

- يجمع أفراد الأسرة حول شاشته ممّا يخلق نوعاً ما من التّقاش حول مواضيعه.

- سهولة تشغيله، فهو لا يحتاج إلى مهارات معيّنة، وكذا قابليته للتّطور التكنولوجي والإضافات التّقنية الحديثة.

ب- السّلبات: رغم الإيجابيات العديدة التي يتميّز بها التلفزيون إلاّ أنّ هذا لا ينبغي وجود عدّة سلبيات منها:

- يعرض برامج تدعوا إلى العنف والقسوة وتؤدّي إلى شيوع الرذائل والتّصب والاحتيال.

¹ عزيز شرف، مدخل إلى وسائل الاتصال، دار الكتاب المصري، القاهرة، د ط، 1989، 369.

- مكوث الفرد أمام شاشة التلفزيون لمدة طويلة يكسبه عادة الخمول والكسل ويؤثر على حاسة البصر بما يصدره من إشاعات تضعف قدرة العين.
- ينشر بعض المفاهيم والمصطلحات التي تتعارض مع الدين والأخلاق والقيم والعادات...
- قد يثير الخلاف بين أفراد الأسرة الواحدة لعدم وجود اتفاق بينهم على مشاهدة برنامج واحد.
- التلفزيون يغفل الأفراد عن أمور أخرى كالمطالعة، وإنجاز الأعمال وأداء الواجبات.
- قد يعتاد الفرد من خلاله على الانطواء والانفراد والوحدة.¹

¹- باسم علي حوامدة وآخرون، وسائل الإعلام والطفولة، المرجع السابق، ص 09 .

ثانياً: اللّغة:

أ- تعريف اللّغة:

لا شك أنّ وضع تعريف جامع مانع للّغة أمرٌ ليس باليسير، كما يتبادر إلى التّهن ولعلّ علماء اللّغة لم يختلفوا، وكثيراً ما اختلفوا حول أمر من أور اللّغة كما اختلفوا على وضع دقيق لها، حتّى يبدو لنا أحياناً الهدف التّهائي من الدّراسات اللّغوية كلّها بمنهاجها، ومدارسها المختلفة ليست إلاّ محاولة لفهم هذه الظّاهرة التي تسمّى اللّغة للوصول إلى تحديد دقيق لها ثمّ تعريفها.

فنحن نعلم أنّ اللّغة فضلاً عن كونها عربية، أو انجليزية، أو حبشية، أو صينية هي ظاهرة عقلية وعضوية خاصّة بالإنسان دون غيره من الكائنات الحيّة، فهي صفة مميّزة للتّوع البشر، ولعلّ هذا ما دعي أرسطو لتعريف الإنسان بأنّه حيوان ناطق، وما دامت اللّغة بهذه الصّفة فهي تطرح على الباحث ما لا يحصى من المشاكل والمسائل.

لذلك يقف الباحث أمام هذه الظّاهرة محاولاً الكشف والتّعبير والتّحليل، فقد ظهرت في تاريخ الفكر اللّغوي عدّة تعاريف، اختلفت، وتداخلت، وتعارضت أحياناً، لتعدّد وتداخل المدارس اللّغوية والفكرية التي ينتمي لها علماء اللّغة وغيرهم من العلماء الذين اهتمّوا بهذه الظّاهرة منهم القدماء والمحدثون والمعاصرون.

سنكتفي هنا بذكر ثلاث تعريفات ينتمي كلّ تعريف منها إلى مدرسة لغوية مختلفة، من أهم هذه التعريفات وأشهرها في التّراث العربي التّعريف الذي وضعه العالم أبو الفّتاح عثمان بن جّي يقول فيه: "أمّا حدّها فهي أصوات يعبر كلّ قوم عن أغراضهم"¹

وقد نكتفي هذا التّعريف عدد من الباحثين المعاصرين في علم اللّغة، وعلى ضوء ما انتمى إليه الفكر اللّغوي الحديث، انتموا جميعاً إلى أنّ هذا التّعريف يتضمّن عدّة حقائِق تتّصل بماهية اللّغة ووظيفتها، وهي الطّبيعة الصّوتية للّغة ثمّ الوظيفة الاجتماعية للّغة، من حيث كونها أداة للتّعبير والاتّصال، وكذلك اختلاف اللّغة باختلاف المجتمع.

أمّا التّعريف الثاني الذي تناوله أيضاً بعض الباحثين وارتضاه عدد منهم على رأسهم الأستاذ الدكتور حسن ظاظا كتعريف دقيق للّغة، فهو التّعريف الذي وضعه عالم اللّغة

¹ ابن جّي أبو الفّتاح عثمان، الخصائص، تحقيق محمّد علي التّجار، القاهرة، دار الكتب المصرية، ج1، د ط، 1952، ص01 - 33.

الأنثروبولوجي إدوارد سابينر (E.Sapir) (ت 1939)، يقول: "اللغة ظاهرة إنسانية وغير غريزية لتوصيل العواطف والأفكار والرغبات عن طريق نظام من الرموز الصوتية الاصطناعية".

وهذا التعريف يضع بين أيدينا الحقائق الآتية عن اللغة:

- اللغة نشاط مكتسب إنساني وليس غريزيًا.

- اللّغو وسيلة للاتصال الإنساني.

- اللغة نظام.

- اللغة رموز.

- اللغة اصطلاح.

- اللغة أصوات إنسانية.

أمّا التعريف الثالث والأخير قد وضعه عالم اللغة المعاصر تشو مسكي (Chomsky)

يقول: "اللغة ملكة فطرية عند المتكلمين بلغة ما لفهم وتكوين جمل لغوية"¹.

بالرغم من أنّ تعريف تشو مسكي ي يختلف في ظاهره عن كثير من التعريفات التي

قدّمها بعض علماء اللغة، إلاّ أنّه يضع بين أيدينا عدّة حقائق جديدة عن اللغة هي:

- الإنسان مزوّد بقدرة لغوية فطرية عامّة تمكّنه من استخدام اللغة.

- اللغة وسيلة لفهم طبيعة العقل البشري.

ومن هذا كلاًّ نستطيع أن نتعرّف على عدّة حقائق أساسية تتصل بماهية اللغة

وظيفتها، وتتمثّل هذه الحقائق فيما يلي:

- اللغة أصوات إنسانية إرادية.

- وظيفة اللغة الاجتماعية هي الاتصال والتعبير.

- اللغة نظام رمزي.

- اللغة قدرة فطرية عامّة في الإنسان.

¹ - حلمي خليل، اللغة والطفل، دراسة في ضوء علم اللغة النفسي، دار النهضة العربية، بيروت، د ط، ص48.

1- وظائف اللغة:

حيث تصف اللغة بالتغير والتطور، وهي محكومة بقواعد وقوانين، وتظهر وظائف اللغة في تعريفها، وقد تعدت هذه التعريفات بتعدد اهتمامات الباحثين، وتعددت العلوم فالعالم يركز في أثناء تعريفه للغة على قواعد اللغة أو يركز عالم الاجتماع على الجانب الاجتماعي.

واللغة عند علماء اللغة نظام من الكفايات والأداءات للتعبير عما في النفس والتواصل مع الآخرين، ويوضح من التعريفات للغة أنها تحقق وظيفة ذهنية ووظيفة انفعالية ووظيفة تواصلية، حيث يتفق أغلب علماء اللغة المحدثين على أن وظيفة اللغة هي التعبير والتواصل والتفاهم رغم أن بعضهم يرفض تقييد وظيفة اللغة بالتعبير والتواصل، فالتواصل إحدى وظائفها إلا أنه ليس الوظيفة الرئيسية وقد حاول هاليداي (Halliday) تقديم أهم وظائف اللغة فتمحصت محاولاته عن الوظائف الآتية:

- **الوظيفة النفعية (الوسيلة):** وهذه الوظيفة هي التي يطلق عليها "أنا أريد"، فاللغة تسمح لمستخدميها منذ طفولتهم المبكرة أن يشيعوا حاجاتهم وأن يعبروا عن رغباتهم.

- **الوظيفة التنظيمية:** وهي وظيفة "أنا وأنت" حيث تستخدم اللغة للتفاعل مع الآخرين في العالم الاجتماعي باعتبار أن الإنسان كائن اجتماعي لا يستطيع الفكك من أسر جماعته، فتستخدم اللغة في المناسبات والاحترام والتأدب مع الآخرين، وتتمثل الوظيفة الاجتماعية في الفهم والإفهام وأبرز مظاهره:

- التعبير عن الآراء المختلفة: السياسية والدينية والاجتماعية.¹
- التعبير عن الأحاسيس والمشاعر تجاه الآخرين.
- المجاملات الاجتماعية في المواقف المختلفة.
- التعبير عن الحاجات.
- التأثير في عواطف الآخرين وعقولهم.

¹ - محمد فوزي، أحمد بني ياسين، اللغة خصائصها، مشكلاتها، قضاياها، نظرياتها، مهاراتها، مداخل تعليمها ومداخل تعلمها، مؤسسة حمادة للدراسات الجامعية والنشر والتوزيع، أربد، الأردن، ط1، 2010، ص25.

- **الوظيفة الشخصية والوجدانية (الوظيفة النفسية):** بالّغة يستطيع الفرد أن يعبر عن مشاعره واتجاهاته نحو موضوعات كثيرة مثل: الحزن، والسّرور، والتّصر، والشّعور بالظلم، ويثبت هويته وكيانه الشّخصي ويقدم أفكار للآخرين، إذ يكون الفرد هويته الشّخصية نتيجة التّغذية الرّاجعة في أثناء التّغير واستقبال وجهات نظر الآخرين.
- **الوظيفة الاستكشافية التّعليمية:** وهي التي تسمّى الوظيفة الاستفهامية بمعنى: يسأل عن الجوانب التي لا يعرفها في البيئة المحيطة به حتّى يستكمل التّقص عن هذه البيئة.
- **الوظيفة التّخيلية:** تتمثّل فيما ينسجه من أشعار في قوالب لغوية، كما يستخدمها الإنسان للترويح، ولشحن المهمّة والتغلب على صعوبة العمل، وإضفاء روح الجماعة كما هو الحال في الأغاني والأهازيج الشعبيّة.
- **الوظيفة الإخبارية (الإعلامية):** بالّغة يستطيع الفرد أن ينقل معلومات جديدة ومتنوّعة إلى أقرانه، والمجتمع والعالم، بل ينقل المعلومات والخبرات إلى الأجيال المتعاقبة وإلى أجزاء متفرّقة من الكرة الأرضية خصوصًا بعد الثورة التكنولوجية الهائلة أو تمكن أن يمتدّ هذه الوظيفة لتصبح وظيفة تأثيرية إقناعية، تحتّ الجمهور على الإقبال على سلعة معيّنة والعدول عن نمط سلوكي غير محبّب ويطلق عليها بالوظيفة الثقافية، فاللّغة وسيلة حفظ التراث الأدبي والديني والعلمي، وهي وسيلة التعلّم والتعليم.
- **الوظيفة الرّمزية:** تستخدم الدّلالة على كلّ ما هو مجرد، ويرى البعض أنّ ألفاظ اللّغة تمثّل رموزًا تشير إلى الموجودات في العالم الخارجي، واللّغة كالكائن الحيّ، فهي تنمو وتترعرع وتشيب وتشيخ، وقد تموت إذا لم تتوافر بها عوامل الدّيمومة والاستمرار مرهونة في ذلك يتنوّع الأوضاع الاجتماعيّة والاقتصاديّة والسياسيّة والعلمي، فعندما يتطوّر المجتمع حضاريًا وإنتاجيًا تتطوّر اللّغة والعكس، فهي في الطّور البدوي تختلف عنها في المدينة والحضارة ويتعلّم الفرد هذه الرّموز بالطّريقة نفسها التي يتعلّم بها الحروف والكلمات والجمل، ويكتسب النّظام اللّغوي الذي يمكنه من إنتاج الكلام وفهمه.
- وقد اهتمّ هيلمسليف (Hjelmslev) بتحليل المعنى، وذلك بالكشف عن الوظائف التي تحدده، مثيرًا إلى أنّ دخول الشّكل اللّغوي في إطار علاقات بنية معيّنة هو الذي يحدّد وظيفته ويعطيه معناه.

ويعدّ جاكوبسون (Jakobson) من أبرز علماء اللسانيات الذين لفتوا الانتباه إلى وظائف اللّغة، وأنّ مفهوم اللّغة يجب أن يدرس بوصفه نظاماً وظيفياً، وأنّ الكشف عن هذا النظام إنّما يجري بوظيفة العناصر الدّخلة فيه.

فقد رأى أنّ هناك ستّ وظائف الاتصال وقد صنّفها على الشكل الآتي:

- الوظيفة التعبيرية.
- الوظيفة التّروعية (الأمرية).
- الوظيفة الإدراكية (الإرجاعية) المركزة على السّياق.
- الوظيفة التوكيدية.
- الوظيفة مابعد اللّغوية.
- الوظيفة الشعريّة: المركزة على الرّسالة بالذات (جابر، 1990).¹

¹ - محمّد فوزي، أحمد بني ياسين، اللّغة خصائصها، مشكلاتها، قضاياها، نظرياتها، مهاراتها، مداخل تعليمها ومداخل تعلّمها، المرجع السّابق، ص28.

اللغة الإعلامية:

1- مفهومها:

على الرغم من شيوع مصطلح اللغة الإعلامية، وتداولها في كثير من الكتب والدراسات فإنه لا يوجد تعريف محدد أو معين لهذا المصطلح، إذ أن كل الكتب والدراسات تجنح لتوظيف هذه اللغة أكثر مما تجنح لتعريفها، وتميل إلى ذكر خصائصها وسماتها أكثر مما تميل إلى ذكر عناصرها، ومحددات اختلافها وتمييزها، ومن ذلك ما ذهب إليه البعض من أن اللغة الإعلامية هي "اللغة التي تشيع على أوسع نطاق، في محيط الجمهور العام، وهي قاسم مشترك أعظم في كل فروع المعرفة، والثقافة، والصناعة، والتجارة والعلوم البحتة، والعلوم الاجتماعية، والإنسانية، والفنون والآداب... ذلك لأن مادة الإعلام في التعبير عن المجتمع والبيئة تستمد عناصرها من كل فن وعلم ومعرفة".

ويذهب الدكتور محمد سيّد محمد (1986) إلى أن الحقل المشترك بين اللغة والإعلام في العلاقة بين اللغة والمعنى هو حقل الدلالة، فعلماء اللغة يعنون "بعلم الدلالات" وعلماء الإعلام يهتمون بالإطار المشترك، ولا تسقط الرسالة خارجه، ويمثل اللفظ القاسم المشترك في هذا الحقل حقل لدلالة بين اللغة والإعلام.

ويذهب الدكتور عبد العزيز شرف (1985) إلى أن " لغة الإعلام هي لغة الحضارة.. وقد كان طبيعياً أن يسعى الإعلام للإفادة من مزايا اللغة العربية حضارياً، ويحقق التحوّل العظيم بتضييق المسافة بين لغة الخطاب ولغة الكتابة ويفتح الطريق أمام اللغة الفصحى لتتسرّب في كل مكان، وليكون لها في التعبير الإعلامي سلطان، واللغة هي وسيلة الإعلام أو المنهج الذي تنقل به الرسالة من المرسل إلى المستقبل فاللغة اللسانية والإشارات، والصّور، والسينما كلّها وسائل لنقل الرسالة".¹

ويشترط الدكتور محمد سيّد لإتمام عملية الاتصال يجب أن تكون الألفاظ مقننة، فالمستقبل يقبّل الرسالة الإعلامية على أساس المقياس الذي يعرفه من اللغة وعلى ذلك فإن قيمة اللغة ليست فيما تنقله وسائل الإعلام المختلفة وإنما قيمتها في تملك المرسل لناصريتها، إذن اللغة في ذاتها ليست وسيلة اتصال (إعلام) إنما يمكننا القول بأن اللغة تؤدي وظيفة

¹ - سامي الشريف، أيمن منصور، اللغة الإعلامية، المفاهيم- الأسس- التطبيقات، ندا كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2003، ص34، 35.

اتصالية، أو بمعنى آخر إنّ الاتصال وظيفية من وظائف اللّغة، ويجلي بعض الباحثين موقع الاتصال بين وظائف اللّغة فيقول: " لقد كان الاتجاه السائد قديماً يؤكد أنّ اللّغة وعاء الفكر وأنّ وظيفتها هي التعبير عن الفكر البشري سواء كان متعلقاً بأمر عقليّة محضة، أو بالعواطف والأحاسيس والرّغبات الإنسانيّة، أمّا المحدثين فكثير منهم يفضّلون أن يقصروا وظيفة اللّغة على الاتصال.

إنّ اللّغة لها علاقة وثيقة بالإعلام، وتعتبر اللّغة الإعلاميّة هي لغة الحضارة، وقد كان طبيعياً أن يسعى الإعلام للإفادة من مزايا اللّغة العربيّة حضاريّاً واللّغة في ذاتها تؤدّي وظيفة اتصالية من أجل الإعلام.

2- أهم الخصائص للّغة الإعلاميّة:

بغضّ النظر عن طبيعة كل وسيلة من وسائل الإعلام وخصوصيتها وحاجاتها إلى لغة خاصّة بها متلائمة معها، فإنّ هناك عدّة خصائص عامّة يجب توافرها في اللّغة الإعلاميّة، يمكن أن تختار أهمّها على النحو التالي:

أ- **الوضوح:** تعتبر هذه السّمة من أبرز لغة الإعلام وأكثرها بروزاً، ويرجع ذلك إلى طبيعة وسائل الإعلام من ناحية وإلى خصائص جمهورها من ناحية أخرى، فإذا كانت الكلمات غير واضحة في الرّاديو فقدّ المستمع المضمون المقدّم ولم يستطع استرجاعه للتأكد منه أو للاستفهام عمّا غمض منه، وجمهور وسائل الإعلام هم فئات متنوّعة، ويميلون إلى العجلة في تعرّضهم للوسائل وليست لديهم الرّغبة من ناحية والوقت من ناحية أخرى للتركيز في المضمون المقدّم، ولذا يجب أن تكون الكلمات والجمل والمعاني واضحة كل الوضوح حتّى تحقّق أهدافها.

ب- **المعاصرة:** ويقصد بها أن تكون الكلمات والجمل والتراكيب والتعبيرات اللّغوية متماسية مع روح العصر، ومشتقة مع إيقاعه فالجمل الطويلة، والكلمات المعجمية، والجمل المركبة قد لا تكون مناسبة للّغة الإعلاميّة إلاّ في موضوعات معيّنة، وفي حالات محدّدة.

ج- **الملائمة:** ويقصد بها اللّغة متلائمة مع الوسيلة من ناحية، ومع الجمهور المستهدف من ناحية أخرى فلغة الرّاديو هي لغة ذات طابع وصفي، وهي لغة تتوجه إلى حاسة السّمع ولذا يجب أن تكون مفردات هذه اللّغة ملائمة لهذه الحاسة، ولغة الصّحافة

تستهدف فئات اجتماعية وتعليمية واقتصادية معيّنة وتتوجّه إلى حاسة البصر، فيجب أن تكون ملائمة أيضاً، وهكذا.

د- **الجاذبية:** يقصد بها أن تكون الكلمة قادرة على الحكي والشرح والوصف بطريقة حيّة ومسلّية ومشوّقة في وجود الجمهور يتوق إلى الاستماع أو المشاهدة أو القراءة لمضمون خال جاف من عوامل الجاذبية والتشويق.¹

ه- **الاختصار:** تتبع هذه الخاصية من طبيعة الوسيلة المحدودة من ناحية وطبيعة الجمهور غير القادر على الاستمرار في المتابعة طويلاً من ناحية أخرى، فمهما كان حجم الصّحيفة كبيراً فإنّها محدودة في صفحاتها والمطلوب كتابته أكبر من عدد أوراقها ومهما كان وقت البرنامج كبيراً فالموضوعات أكبر منه، ولذلك فلا بدّ من الاختصار و لا بدّ أن تكون اللّغة قادرة على الاختصار والإيجاز ومساعدة عليه.

و- **المرونة:** ويقصد بها أن تكون اللّغة قادرة عن التّعبير عن مختلف الموضوعات بسلاسة وبدون تعسّف ويقصد بها أن تكون متعدّدة المستويات بحيث تستطيع مخاطبة أكثر من جمهور ومعالجة أكثر موضوع وقضية.

ز- **الاتّسع:** ويقصد به أن يكون عدد المفردات كبيراً بحيث تلبي الاحتياجات المختلفة واللّغة الإعلامية مّسّعة، وتّسع بشكل يومي، وقد يكون للاتّصال مع الثقافات الخارجية وضرورة التّرجمة اليومية لكثير من المصطلحات أثره في زيادة حجم اللّغة الإعلامية وفي اتّساعها.

ح- **القابلية للتطوّر:** وهي سمة ملازمة للّغة الإعلامية، فلغة الإذاعة في الثلاثينيات غير مثيلتها في الخمسينيات والستينيات، وهذه بدورها تختلف عن مثيلتها في السبعينيات وحتى التسعينيات، ولغة وسائل الإعلام في السّنوات الأخيرة مختلفة عمّا سبقها صحيح أنّ بها عناصر ضعف ولكنّها أصبحت على الجذب.

ولغة الإعلام ليست خاصّة، فالإعلام يعالج كآفة الرّوايا القانونية والدينية والاجتماعية وغير ذلك ولكن بلغة أي لغة الإعلام.²

1 - سامي الشّريف، أيمن منصور، اللّغة الإعلامية، المفاهيم- الأسس- التطبيقات، المرجع السّابق، 38.

2- سامي الشّريف، أيمن منصور، اللّغة الإعلامية، المفاهيم- الأسس- التطبيقات، المرجع السّابق،

رابعاً: طرق ومناهج دراسة اكتساب اللغة عند الطفل:

1. الطرق: إنَّ أقدم الطرق التي استخدمها الباحثون في دراستهم لاكتساب اللغة عند الأطفال هي:

أ- طريقة الأساليب البيوغرافية (Biographique): والتي بدأت على الصّورة مجموعة من الملاحظات العارضة لحالات فردية، وكانت تعتمد على حد كبير من الملاحظة المباشرة دون استخدام الأدوات والأجهزة ومن ثم كان لها دور كبير في الدراسات التي أجريت في أواخر القرن الماضي، وأوائل القرن الحالي، وكانت أغلب الدراسات التي طبقت هذه الطريقة التي تدور حول اكتساب المفردات اللغوية منذ ظهور وبروز الكلمة الأولى عند الطفل إلى أن يصل عام الرابع، أو الخامس حينما يصبح محصوله اللغوي من الكثرة بحيث يتعذر على الباحث القيام بملاحظة.

ورغم ما قدمته هذه الملاحظات من ثراء في المادة العلمية، ما أوحى به إلى الباحثين في هذا الميدان في أفكار إلا أن قيمتها العلمية ظلت محدودة، كما كانت التقارير العلمية تكتب في ظروف، وملابسات متعددة بحيث يصعب على الباحث تحديدها، غير أن الباحثين المحدثين الذين اهتموا بهذه الطريقة استطاعوا إدخال بعض التغيرات والاحتياجات عليها بحيث أصبحت أكثر موضوعية، ومع نهاية النصف الأول من هذا القرن ظهر نوعان أساسيان من الدراسات، فالأول اهتم بنطق الطفل، واستخدام الأصوات اللغوية، أمّا الثاني تميز بالطابع الإكلينيكي الذي يدرس ما قد يصيب الطفل من عيوب في النطق والكلام وكانت معظم هذه الدراسات تتصل بتطبيق الأساليب البيوغرافية.¹

¹ - حلمي خليل اللغة والطفل، دراسات في ضوء علم اللغة النفسي، دار النهضة العربية، بيروت، 1986، ص 33 - 34.

إنَّ اهتمام الباحثين لم يقف عند هذا الحد من البحث النظري، بل ظهر أيضاً، في نفس الفترة تقريباً اهتمام بدراسة الكمية Quantité التي تجري على عدد كبير من الأطفال، والتي تستخدم عوامل الضبط الاجتماعي.

فقد حرصت هذه الدراسات على إخضاع العينات الممثلة للأطفال لا أنواع من التحليل، مثل طول استجابة الطفل، وتعتمد تركيب الجملة، ونسبة الأجزاء المختلفة للكلام، كما درست العلاقة بين هذه التحليلات والسّن، والجنس، والعمر العقلي للطفل، وبذلك خرجت دراسة اللغة من إطار البحث النظري إلى مجالات الدراسات التي تخضع للمقاييس العلمية.

ب- الطريقة الطويلة: والتي تتضمن دراسة عدد كبير نسبياً من الحالات، تتبعها على مدى عمري طويل نسبياً، وذلك بدلاً من الأساليب البيوغرافية التي كانت تقتصر غالباً على عدد محدود من الأطفال الذين كانوا في الأغلب من أبناء الباحثين.

وتمتاز الدراسات التي طبقت الطريقة الطويلة بأنها جعلت عينة ممثلة بقدر الإمكان لأكبر عدد من الأطفال، وتخضعهم أثناء الملاحظة لظروف واحدة تقريباً كما يلتزم الباحثون بمعايير واحدة تطبق أيضاً على جميع الأطفال، وغالباً الباحث نفسه يطبق تلك المعايير، أو ينوب عنه في ذلك ملاحظون مدربون تدريباً جيّداً، وغير مرتبطين بالأطفال في موضوع البحث مما يجعل ملاحظاتهم أكثر دقة، وموضوعية.

ج- الطريقة المستعرضة: ظهرت هذه الطريقة نتيجة للصعوبات التي تكثف في الطريقة الطويلة التي تتطلب جهداً، ووقّنا من الباحث، وكذلك ما يمكن أن ينجم من اضطرابات نتيجة تخلف بعض الأطفال عن الاستمرار في الدراسة إلى نهايتها.¹ وتقوم هاته الطريقة على أساس أخذ عينات من الأطفال عن أعمار مختلفة بحيث تعتبر كل مجموعة ذات سن واحدة ممثلة للأطفال في مثل هذا العمر، وتمتاز هذه الطريقة بسرعتها عند بعض الباحثين وهي مكتملة للطريقة الطويلة.

¹ - حلمي خليل، اللّغة والطفل، المرجع السابق، ص 35 - 37.

من أحدث الدراسات التي طبقت الطريقة المستعرضة تلك الدراسة التي قامت بها **جوان Joan Tough** لدراسة المعنى. حيث تتبعت عددًا من الأطفال ذوي العمر الواحد في بيئات

كلامية مختلفة، مثل البيت، والمدرسة والملاعب، وهي دراسة استخدمت أدوات الضبط الحديثة وفي مقدمتها التسجيلات الصوتية للأطفال في البيئات المختلفة وهي دراسة لغوية تستخدم التحليل اللغوي للكلام، واستخداماته في ظروف معينة.

أيا كانت الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته اكتساب اللغة ونموها عند الطفل سواء اتبع الطريقة البيوغرافية أو الطويلة، أو المستعرضة، فمن الضروري أن يهتم الباحث اهتمامًا كبيرًا بالظروف التي تتم فيها الاستجابات اللغوية حيث اتضح من الدراسات المختلفة التي طبقت بعض هذه الطرق أنّ الاختلاف في استجابة الطفل، وتكراره أحيانًا يتوقف على السياق، أو المقام Contexte الذي يتم فيه مثل اللعب، أو المحادثة، أو المتعلم. تلك أهم الطرق التي استخدمها الباحثون في دراسة اكتساب، ونمو اللغة عند الطفل، ولاشك أن تقدم الأجهزة العلمية، الآلات الحديثة من تصوير وتسجيل، وغير ذلك قد وضع في أيدي الباحثين المعاصرين، وسائل أكثر تطورًا، ومع ذلك فما زالت تلك الطرق، والدراسات، التي ذكرناها، وأشرنا إليها سابقًا يعول عليها ما يقدمه العصر من وسائل حديثة لم تكن بين يدي الباحثين في نهاية القرن الماضي، ومطلع هذا القرن مما أدى إلى كثير من الضبط، والدقة في نتائج هذه الدراسات.¹

¹ - حلمي خليل، اللغة والطفل، المرجع السابق، ص 36-37.

2. اكتساب اللغة ونموها عند الطفل:

لابد أن نفرق بين لغة الأطفال Baby Language، واكتساب اللغة عند الطفل ذلك لأن لغة الأطفال عند علماء اللغة هي اللغة التي يتكلم بها الطفل مع البالغين أو يتكلم بها البالغون مع الطفل، ويختص بدراستها علم اللغة الاجتماعي Socio Linguistique حيث تتميز لغة الأطفال بمستويات صوتية، وصرفية، ونحوية، ودلالية تختلف عن اللغة التي يستعملها البالغون فيما بينهم.¹

أمّا اكتساب اللغة Language Acquisition عند الطفل أو تعلم لغة أجنبية كلغة ثانية Second Language فهما من موضوعات علم اللغة النفسي Psycholinguistiques. كما أشرت من قبل، والمقصود باكتساب الطفل للغة هو دراسة المراحل المختلفة التي يمر بها الطفل منذ لحظة الميلاد حتى يستطيع التحكم في لغة المجتمع الذي ولد فيه، ويستعملها غالباً عندما يكون في السنة الرابعة أو الخامسة أو السادسة من عمره على الأكثر.

وقد اعتمد الأستاذ خلف الله رحمه الله في عرضه لهذا الجانب من حياة الطفل على الأبحاث العلمية التي قام بها فريق من علماء النفس واعتمد الأستاذ خلف الله على دراسات علماء النفس في هذا الصدد أمر لا يخطئه الباحث كما يتفق أيضاً مع نظرتهم للموضوع، إذ يضعه كاملاً في نطاق الدراسات النفسية دون اللغوية التي لم يكن قد شاع عنها حينما كتب كتاب الطفل باهتمام واضح بدراسة اكتساب الطفل للغة من وجهة النظر اللغوية، وإنما كان اهتمام علماء اللغة بلغة الأطفال منذ نهاية القرن الماضي وحتى أوائل هذا القرن لهم أصل اللغة الإنسانية ونشأتها.²

ويقول ماريو باي Mario Pei: "كان من الطبيعي أن يلجأ الباحثون إلى دراسة تطور مهارات الكلام عند الطفل منذ مولده، إبان محاولاتهم إلقاء الضوء على نشأة اللغة

¹ - حلمي خليل، اللغة والطفل، دراسة في ضوء علم اللغة النفسي، المرجع السابق، ص 59.

² - رمضان عبد التّواب، مدخل إلى علم اللغة، المرجع السابق، 109-124.

وتطورها إلى نتائج غير مقنعة فكل ما دلّت عليه التجارب هو أنّ الطفل يحاكي حديث الكبار في المجتمع الذي يعيش فيه.¹

لقد كانت محاولات من بعض العلماء اللغة المحدثين لدراسة اكتساب اللغة ومن هؤلاء عالم اللغة الإنجليزي فيرث "Firth" الذي يوصي أن تتبع مراحل التّمو اللغوي عند الطفل، وذلك بأن تكون مرتبطة بالتجارب الهامة التي تمر بها حياته وهذه التجارب كما يراها فيرث هي:

- **مرحلة المهد Nursery:** وتبدأ منذ ولادة الطفل إلى ما قبل استطاعته الجلوس.
- **مرحلة الجلوس Setting Up:** وفيها تبدأ مرحلة الكلام، واللعب بالدمى وغيرها.
- **مرحلة الحبو Crawling:** وفي هذه المرحلة يتسع عالم الطفل شيئاً ما لأن الحبو ينقله إلى أبعد من مجلسه.
- **مرحلة السير بالمساعدة Walking With Help:** وفي هذه المرحلة ينتقل إلى عالم أوسع، وأرحب.
- **مرحلة السير وحده Walking Alone:** أي في الأماكن القريبة من المنزل وحوله.
- **مرحلة السير خارج المنزل Walking Outside:** وهي مرحلة أكثر حرية من المرحلة السابقة.
- **مرحلة الذهاب إلى المدرسة:** في المجتمعات التي يكون فيها المدارس، أو مرحلة التربية الخاصة التي يتلقاها الطفل في بيئته لتؤهله لنوع معين من العمل في المجتمعات التي ليس بها مدارس وهذه المرحلة من أهم المراحل بالنسبة لاكتساب اللغة.

¹ - حلمي خليل، اللغة والطفل، دراسة في ضوء علم اللغة النفسي، المرجع السابق، 61.

3. البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال:

تشير البرامج المعدة للأطفال كثيرًا من المناقشات، والتساؤلات بين القائمين والمهتمين بالشأن الإعلامي للأهمية التربوية التي يكتسبها والتي ينبغي أن تتركها هذه البرامج في نفوس الأطفال وتساهم من جانبها في تنشئتهم وإعدادهم للقيام بمهامهم ودورهم المطلوب في المستقبل.

أ- برامج الأطفال في الولايات المتحدة:

والت ديزني **Walt Disney**: تعتبر من أهم شركات إنتاج البرامج الموجهة للأطفال في العالم وبالنظر للنجاح الباهظ والهائل والرواج الكبير الذي حققته هذه المؤسسة فقد سماها ماكس رافيرتي **MAX REVERTY** بالمعلم الأعظم في القرن.

ويشير ريتشارد سكيكل **RICHARD SKIKEL**: كاتب ساير القصص البطولية لـديزني أنه في عام 1966. قدر عدد مشاهدي أفلام ديزني في مختلف أنحاء العالم بحوالي 240 مليون شخص كما يشاهد مائة مليون إنسانًا عرضًا من عروض ديزني كل أسبوع ويقرأ 800 مليون إنسانًا كتابًا أو مجلة لـديزني ويستمتع 50 مليون شخص كموسيقية وتسجيلات ديزني وقام 6.7 شخص بزيارة تلك المدينة الفريدة التي تلح الشركة على تسميتها مملكة ديزني السحرية والمعروفة على نطاق أعم بـديزني ويحاول " شيلر " إعطاء التصوير العام الذي يحرص منتج ديزني على تقديمه للمشاهد أو القارئ فيقول " شاهد عالما ليس فيه صراع اجتماعي، إنَّ هناك قدرًا كبيرًا من العنف وهناك بعض الرجال الأشرار إلا أنهم أفراد وليسوا بممثلين لتقسيمات اجتماعية ذات أهمية، إن العالم مليء بالسعادة والطبقة المتوسطة الأمريكية تعيش العالم وهي في أحسن حالاتها.¹

ويتوقف " شيلر " عند المقولة التي اعتبرت فيها ديزني المعلم الأعظم في القرن فينتساءل عن نوع التعليم الذي تقدمه ومتى كان التعليم مفضلاً عن نطاق القيم وهنا يؤكد على ضرورة تحليل العمل الترفيهي لـديزني سياقه الكلي ويذكر في هذا العدد بما توصل إليه

¹ - أسامة ظافر كجارة، برامج التلفزيون والتنشئة الاجتماعية، دار النهضة العربية، ط1، ص 162.

الباحثان: "أربيل دورفمان" و "أرماند ماتيلارت" عند تحليلها لكتب ديزني الهزلية فاكتشفا العنصرية والجشع وجملة من القيم السلبية التي يجري توزيعها على نطاق جماهيري واسع في كل أنحاء أمريكا اللاتينية بأكثر من ثلاثة أرباع القصص، التي قرأها تصور رحلة تستهدف البحث عن الذهب، في الربع المتبقي تتنافس الشخصيات عن المال والشهرة وفي نصف القصص تقع الأحداث في أماكن خارج كوكب الأرض حيث تعيش أقوام تتصف بالبدائية بوجه عام وهما جميعا ولا نرى في هذه القصص غير الرجال وهم في الغالب يتصفون بضخامة الجسم وقوة العضلات وهم يتصرفون كالأطفال وليسوا بحاجة إلى الإنتاج حتى يعيشوا وهم في النهاية مستهلكين نموذجين.

ويرى "ماتيلارت" أن الطفلة الخيالية التي تخصص فيها ديزني تمثل الحياة السياسية لطبقة ما، ففي كل الهزليات يستخدم ديزني الجانب الحيواني الهزلي و البراءة لتغطية النسيج المتشابك من المصالح الذي يؤلف نظامًا يشير من الجهة الاجتماعية والتاريخية إلى الواقع الملموس للامبريالية الأمريكية.¹

برنامج روجرز نيوبورهود: "Rogersheighbourhood" من البرامج التي اعتمدت لتعليم الأطفال الأصول الاجتماعية بغية الوصول إلى علاقة أفضل بين الإنسان وأخيه الإنسان وتدل الدراسات على أنّ هذا البرنامج قد أظهر 1224 تصرفًا إيجابيًا في مقابل 67 تصرف سلبي البشر كما دلت أنه بعد مشاهدة البرنامج ظهر تعاطف وتعاون وحسن نية بين الأشخاص أما بين الأطفال فتفوق نسبتها إلى نسبتها إلى نسبة أخرى في الحياة العادية حيث تبنت بعض البلدان الأخرى فكرة هذا البرنامج وسارت على منوال بعد إدخال بعض التعديلات عليه بشكل يتناسب مع الطابع المحلي لكل دولة فنجد مثلاً: المكسيك وألمانيا والبرازيل وفرنسا واليابان، وبعض دول الخليج العربي قد نجحت في إنتاج برامج متشابهة فقد قامت الكويت مثلاً بإنتاج مسلسل "افتح يا سمسم" ولو نظرنا إلى النسخة الأمريكية منه لرأينا تشابهاً كبيراً مع النسخة العربية، أو أنّ هذا الأخير صورة مكررة عن الأولى من حيث المنهجية العلمية والأهداف التربوية والتعليمية والمهارات التي يدعوا إليها البرنامج.

¹ - أسامة ظافر كباره، برامج التلفزيون والتنشئة الاجتماعية، المرجع السابق، ص 162.

ب- برامج الأطفال في الدول العربية:

في دراسة أجريت سنة 1988 على مجموعة من الدول العربية وهي: مصر، العراق، الأردن، الإمارات العربية المتحدة، البحرين، سوريا، قطر، والسعودية تبين أن عدد البرامج المعروضة للأطفال يتراوح بين واحد فأكثر من ثلاثين برنامج في الأسبوع حيث تسعى هذه البرامج من خلال عروضها إلى تحقيق الأهداف التالية:

- توجيه الأطفال إلى أنماط وقيم مقبولة اجتماعياً وتنمية ملكات الطفل العقلية وتنشيط وتنمية معلوماته من خلال التسلية والترفيه عنه، وتنمية الروح الوطنية لدى الطفل مع الحرص على ارتباطه بالعالم من حوله، وتدريب الذاكرة وقوة الانتباه وإشباع الحاجات النفسية لديه وعلى الرغم من حرص الأطفال في العالم إلا أنه من الملفت بشكل واضح، وغياب أي إنتاج عربي في هذا القطاع رغم جماهيريته الكبيرة، وتذكر إحدى الدراسات أن حجم ما تم إنتاجه في نصف القرن من الأفلام الكرتونية لا يزيد عن أربع ساعات مجتمعه.

ويذكر " يعقوب الشاروني " رئيس مركز ثقافة الطفل في مصر أن هذا راجع إلى ارتفاع كلفته بالدرجة الأولى، وأنه يمكن تجاوز هذه المعضلة إذا ما عرضت تلك الأعمال عروضاً جماهيرية وبذلك تحقق دخلاً يتيح الفرصة لدوران عجلة الإنتاج.

لكن هذا لم يتحقق فالأهالي لا يذهبون بأولادهم إلى دور السينما لمشاهدة ما أنتج في هذا القطاع، كما لا يوجد منتج يؤمن بهذا الدور.

بالرغم من كل هذه الصعوبات إلا أنه ظهرت مؤخراً العديد من القنوات العربية الخاصة بالأطفال والمتمثلة في JSC Cheldren Spacetoon وطيور الجنة و MBC3 إلا أن هذه الأخيرة هي عبارة عن قناة مليئة بالبرامج التعليمية المواكبة للعصر حيث أن برامجها متنوعة.¹

¹ - مذكرة نخرج لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال، البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال في عصر المعلوماتية، السنة الجامعية ، 2010-2011.

ت- برامج الأطفال الجزائرية:

يحرص التلفزيون الجزائري على الطفل الجزائري وتنشئة اجتماعية وتربوية نابغة من ديننا وعاداتنا وقيمنا وتقاليدينا من خلال برامج الأطفال التي تحرص على انتقائها وتقديمها له.

- برامج الأطفال في الجزائر وخصائصها:

عمل التلفزيون الجزائري على عرض مجموعة برامج أطفال متنوعة من إنتاج عربي מדبلج و مترجم للغة العربية وأخرى من إنتاجه الخاص والتي تتميز بعدة خصائصها ومميزاتها.

- برامج الأطفال في التلفزيون الجزائري:

فعلى سبيل المثال عرض التلفزيون الجزائري بفترة ليست بعيدة مسلسلاً من الرسوم المتحركة للأطفال تحت عنوان " اسألوا البيئة " وتناولت كل حلقة منه سيرة حياة شخصية علمية ما ساهمت في إثراء الفكر الإنساني وخدم الإنسانية باكتشافاتها العلمية واختراعاتها في مختلف الميادين كالاتصال أو الثقل أو الطّب أو الفلك...ومثل هذه المسلسلات ضرورية لأطفالنا في هذه المرحلة من البناء الوطني الذي يوحي الأهمية الأولى لبناء الفكر حيث يتجاوب والمتطلبات العصرية وبالتالي يساير مسيرة التطور الإنساني.

فهذه السلسلة من الرسوم المتحركة حيث تنطرق إلى الجهد الإنساني الذي قام به رجال البشرية في العصر الحديث أمثال: ماركو ني، باستور، غاليليو...الخ، تساهم في تقديم خدمة جليلة إلى أطفالنا بحيث تطلعهم على النظريات العلمية بأسلوب واضح وبسيط ومكث ورغم السرعة التي تعرض بها المعلومات لأطفالنا حيث لا يمكنهم فهم بعض الأمور العلمية كأسماء النظريات للإطلاع على ما تقدّمه من أفكاره فهو بذلك يفتح مجال سيرة العلماء والمفكرين أمام الأطفال، وبالتالي يحقّهم للمضي قُدماً وفق كل ما اطلعوا عليه من توجيهات وقيم إيجابية وبتّاءة.

إنّ في بداية كل حلقة يتم التّساؤل عن تسيير هذا الكون وحول بدائع خلق الله في الكائنات حيث ينطلق المسلسل من نقطة إيجابية وهي استشارة غريزة حبّ الإطلاع لدى الطّفل وتغذية هذه الغريزة بمعلومات جدّ مفيدة وعصرية لكن المأخذ الذي يمكن تسجيله

حول هذه المسلسلات هو أنها تقتصر على شخصيات غريبة مقدّمة للأطفال ونحن نمتلك ذاتية خاصّة متميّزة إلاّ أنه يمكن أن تتوحد جهود التلفزيون العربي لتقدّم مسلسلاً من الرسوم ويتم التركيز فيه على أهم اكتشافاتهم العلمية في مختلف المجالات كالطب والفضاء والهندسة والكيمياء وعلوم الأرض، وعلوم البحار...

إنّ أطفالنا يسألون التلفزيون العربي حول مثل هذه الخطوات التي قطعها لأنه من حق أطفالنا علينا أن توفّر لهم ما ينور عقولهم وما يثبت شخصيتهم من جانب إن لهم حضارة عريقة لها فضل على الحضارات الإنسانية.¹

إنّ التنشئة التربوية لكل بلد يجب أن تأخذ بعين الاعتبار مثل هذه الإجراءات الإعلامية في عصر أصبح فيه الفرد لا يؤمن حتّى على نفسه.

إنّ أطفالنا يسألون مرّة أخرى التلفزيون الغربي ويلحّون ويسرّون في طلبهم على أن يعرفوا ثرواتهم وإسهام جهود الأجداد في بناء حضارات ملهمة لمختلف حضارات اليوم، فتلك البرامج الغربية الموجهة للأطفال وإن كانت تساعد أطفالنا على تنمية قدراتهم المختلفة من معرفة ولغة، وكذا ثقافة فهي تهدف بطريقة غير مباشرة إلى إبعاد الطفل عن كل مقوماته الراسخة وتجرد من شخصيته وذلك من خلال:

- **تعليم الأطفال صفة العدوانية:** فيعمد الطفل إلى تقليد بعض الحركات والأصوات أو السلوكيات معتقداً ذلك من التحضير لاسيما العنف والقوة.

- **تشويه القيم الساندة في المجتمع العربي الإسلامي:** ففي دراسة نقدية للبرامج الكرتونية على سبيل المثال برنامج " ميكي ماوس " يتجلّى لنا أن الفأر هو الأشر والتمكي وأن القط هو الغبي والمفسد بينما نجد فيما هو معروف لدينا أنّ الفأر حيوان مفسد ومعاف بينهما القط هو حيوان مألوف.²

ومثال آخر عند مشاهدتنا لبرنامج كرتوني مدبلج، ولأنّ المدبلج اللساني عربي لكن غير مسلم فهو يحتفظ بالكلمة كما هي فتسمع مثلاً: اقرأ صلاتك وهذه الكلمة يقولها الأنصاري أمّا المسلمون فيقولون إذا ضاقت بك الدنيا فادع الله.

¹ - ساحل عبد الحميد، أطفالنا يسألون التلفزيون العربي، د ط، 1987، ص108.

² - أسامة ظافر كباره، برامج التلفزيون والتنشئة الاجتماعية، المرجع السابق، ص169.

بالتسبب لنا كمسلمين مشاهدة الصليب مثلاً أو الخنزير على أنه حيوان أليف ينافي تماماً ما هو معروف لدينا حيث يعتبر هذا الأخير حيواناً خبيثاً ولا يجب تربيته وهذا ما يحمل تشويهاً كبيراً للقيم العربية الإسلامية وقلب الموازين.

- ربط الجيل بصورة مرجعية لمجتمعات أخرى يفتسمع مثلاً " الكابتن ماجد أو قريندليزر أو سانشيرو "...فهي صورة خاصة باليابانيين بشكلها ومضمونها، أما نحن المسلمين فتلزمها صور خاصة بمجتمعنا العربي أو الجزائري حيث نجد على سبيل المثال كرتون: أحكام القرآن أو بعض المسلسلات الكرتونية الخاصة بدور الطفل أثناء الثورة التحريرية المجيدة.

- التأثير السلبي في العامل النفسي: ففي دراسة سويدية تبين لنا أن كل الأطفال الذين يشاهدون البرنامج الكرتوني " كوجاك " ينامون بطريقة غير مريحة فيكون نومهم مزيجاً من الأحلام والكواليس مما يؤثر على نفسياتهم.

- تقييم برامج الأطفال:

في إطار التعرف على مدى توفّر عملية التقييم لبرامج الأطفال المذاعة في الدول العربية تبين من الإجابات الرسمية لهذه الدول أنّ 46.1% منها تمارس تقييمها دورياً بينهما تمارس 23.1% في بعض الأحيان وتتساوى هذه النسبة مع عملية التقييم المحدودة التي تقدّم بها الدول أخرى، أمّا الدول التي صرّحت بعدم وجود تقييم فيها فنالت 7.7%، وامتداد لهذا الأمر فقد تبين أنّ 38.5% من هذه الدول تقوم بإجراء بحوث حول هذه البرامج بينهما صرّحتا 61.5% منها أنها لا تجري هكذا بحوث وهذا ما يدلّ على الاستخفاف بهذا الجانب.

والمقصود بعملية تقييم البرامج أن تكون عملية التخطيط عملية دائمة ومستمرّة فهي تأخذ عدّة مراحل متكاملة لتصل في النهاية إلى إنتاج وبتّ برامج فعّالة ومؤثّرة وذلك على النحو التالي:

- تحديد بنود وأهداف الخطة.
 - قيام الأجهزة والمبرمجين لهذه البرامج بإنتاج وبتّ برامج تحقّق هذه الأهداف.
 - متابعة جهاز التخطيط لهذه البرامج وتقديم تقارير موضوعية عنها من خلال تحليل مضمون البرامج ومقارنة نتائج هذه التحاليل مع أهداف الخطة¹.
- من خلال هذه العملية وبتّابع هذا الأسلوب الموضّح يمكن في النهاية تحقيق أهداف الخطة ممّا يشكل إنجازاً هامّاً في هذا المجال وصولاً إلى تطوير المجتمع وتحديثه.

¹ - المرجع نفسه، ص116.

استمارة استبيان

ضع علامة (x) في الخانة المناسبة:

المحور الأول: السمات العامة

- الجنس: ذكر أنثى
- السن: من 12 إلى 16 من 16 فما فوق
- المستوى التعليمي: السنة الأولى متوسط السنة الثانية متوسط
- السنة الثالثة متوسط السنة الرابعة متوسط
- الوضع الأسري: فقير ميسور الحال بحالة جيدة

المحور الثاني: مدى مشاهدة البرنامج الكرتوني توم وجيري في قناة سبايستون

- هل تشاهد توم وجيري: دائما أحيانا
- ما هو وقت المشاهدة: صباحا مساء

لماذا؟

- ما هي أيام الأسبوع التي تشاهد فيها توم وجيري:
- كل يوم نهاية الأسبوع يوم محدد
- هل تفضل مشاهدة توم وجيري لوحده: نعم لا

لماذا؟

- باعتبار اللغة نظام رمزي هل تفهم الرموز والسلوكات التي يقوم بها توم وجيري؟

- نعم لا

المحور الثالث: تأثير برنامج توم وجيري على ثقافة الطفل.

- ما هي أكثر اللقطات التي تفضل مشاهدتها؟
- ما هي المعلومات التي أخذتها من خلال مشاهدة كرتون توم وجيري؟
- هل ساعدك برنامج توم وجيري في حياتك اليومية؟ نعم لا
- هل ساعدك في الترفيه عن نفسك؟ نعم لا
- ماذا تفضل: توم جيري

لماذا؟

- هل يتعلم الطفل الأخلاق من خلال برنامج توم وجيري؟

المحور الرابع: السلوكيات الناتجة عن مشاهدة توم وجيري.

- ما هو السلوك الذي اكتسبه من برنامج توم وجيري؟
- هل تطبيق النصائح التي تصلك من خلال المشاهدة؟ نعم لا
- هل تعلمت صفة العدوانية من خلال مشاهدة توم وجيري؟ ما هي؟

- هل تكرر بعض السلوكيات التي تشاهدها في البرنامج؟ نعم لا
- هل تجد سهولة في حفظ الأدوار التي يقوم بها توم وجيري؟ نعم لا
- من تحب أن يتغلب على الآخر؟ توم جيري
- هل ترغب في القيام بالمشاركة في مسرحية تقلد فيها أدوار توم وجيري؟

- نعم لا

المحور الأول: السمات العامة

الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

النوع	التوزيع	التكرار	النسبة %
ذكور		50	50 %
إناث		50	50 %
المجموع		100	100 %

وصف وتحليل: نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الذكور والإناث متساوية وهذا يدل على أن نسبة المشاهدة لتوم وجيري متساوية أيضا.

الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن.

السن	التوزيع	التكرار	النسبة %
من 12 إلى 16		60	60 %
من 16 إلى ما فوق		40	40 %
المجموع		100	100 %

وصف وتحليل: نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول أن أغلبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 12 و 16 سنة والتي تقدر بنسبة 60% ويلبها أفراد العينة التي تتراوح أعمارهم من 16 سنة إلى ما فوق وتقدر نسبتهم ب 40%.

ونستنتج من خلال النتائج أن الفئة من 12 إلى 16 سنة أكثر تعرضا لمشاهدة توم وجيري.

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

النسبة %	التكرار	السن / التوزيع
30%	30	سنة أولى متوسط
28%	28	سنة ثانية متوسط
22%	22	سنة ثالثة متوسط
20%	20	سنة رابعة متوسط
100%	100%	المجموع

وصف وتحليل: يتضح لنا من خلال الجدول أن أعلى نسبة هي السنة الأولى متوسط بنسبة 30% ثم تليها السنة الثانية بنسبة 28% ثم السنة الثالثة بنسبة 22% وأخيرا السنة الرابعة ب 20%.

إذا نستنتج أن الفئة الأكثر تعرضا لمشاهدة توم وجيري هم السنة الأولى متوسط.

الجدول رقم (04): يوضح توزيع الأفراد حسب الوضع الأسري.

النسبة %	التكرار	السن / التوزيع
20%	20	فقير
50%	50	ميسور الحال
30%	30	بحالة جيدة
100%	100%	المجموع

وصف وتحليل: يتضح من الجدول أن نسبة الوضع الأسري ميسور الحال هي أعلى نسبة تقدر ب 50% ثم تليها نسبة الأفراد ذوي الحالة الجيدة إذ قدرت نسبتهم ب 30% وأخيرا الفقراء إذ قدرت نسبتهم ب 20%.

إذا نستنتج أن ذوي المستوى المعيشي ميسور الحال أو المتوسط هم أعلى نسبة.

المحور الثاني : مدى مشاهدة توم وجيري في قناة سبائسون.

الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى مشاهدة.

النسبة %	التكرار	السن / التوزيع
75%	75	دائما
25%	25	أحيانا
100%	100	المجموع

وصف وتحليل: من خلال الإحصائيات المبينة في الجدول نرى أن أغلبية المشاهدين لتوم وجيري يتابعونها دائما إذ قدرت نسبتهم 75% أما الذين يتابعونها أحيانا فقدرت نسبتهم بـ 25%.

نستنتج أن الأطفال يقبلون إقبالا كبيرا على مشاهدة توم وجيري.

الجدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب أيام الأسبوع التي يشاهدون فيها توم جيري:

النسبة %	التكرار	أيام الأسبوع / التوزيع
72%	72	كل يوم
28%	28	نهاية الأسبوع
00%	00	يوم محدد
100%	100	المجموع

وصف وتحليل: من خلال النتائج التي تحصلنا عليها في الجدول تبين لنا أن أغلبية المبحوثين يشاهدون توم وجيري كل يوم بنسبة 72% ثم تليها المبحوثين الذين يشاهدونه في نهاية الأسبوع بنسبة 28% إذ تنعدم نسبة الذين يشاهدونه في يوم محدد.

الجدول رقم (07): يوضح توزيع أفراد حسب مشاهدة بوم وجيري لوحدهم:

النسبة %	التكرار	مشاهدة توم وجيري التوزيع
50%	50	نعم
50%	50	لا
100%	100	المجموع

وصف وتحليل: يتبين لنا من خلال الجدول أن نسبة الذين يفضلون مشاهدة توم وجيري مع أقاربهم قدرت ب 50% إذا كانت نسبة الذين يفضلون مشاهدة لوحدهم أيضا 50%. فنلاحظ أن نسبهم متساوية فهناك من يحب التقليد أما العائلة والآخرين يفضلون التقليد لوحدهم.

الجدول رقم (08): يبين توزيع الأفراد الذين يفهمون الرموز والسلوكات التي يقوم بها توم وجيري:

النسبة %	التكرار	التوزيع
89%	89	نعم
09%	09	لا
100%	100	المجموع

وصف وتحليل: من خلال قراءتنا للجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة يفهمون رموز وسلوكات التي يقوم بها توم وجيري إذ قدرت النسبة ب 89% أما الذين يشاهدونها دون فهمها فقدرت ب 09% وقد يعود ذلك إلى صغر سنهم أو عدم التركيز أثناء المشاهدة.

المحور الثالث : تأثير توم وجيري على ثقافة الطفل.

الجدول رقم (09): الجدول يوضح توزيع أفراد العينة حسي اللقطات التي يفضل مشاهدتها

النسبة %	التكرار	اللقطات / التوزيع
20%	20	عندما يكون هناك الكلب
10%	10	عند العزف على البيانو
33%	33	عند ملاحقة القط للفأر
40%	40	عند وضع الفأر مقابل للقط
07%	07	عند إزعاجه لصاحبة البيت
100%	100	المجموع

وصف وتحليل: من خلال النتائج نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة يفضلون عندما يضع الفأر مقابل للقط إذ قدرت النسبة ب 40% ثم تليها ملاحقة القط للفأر و قدرت ب 33% ونسبة 20% الذين يفضلون تواجد الكلب و 10% الذين يحبون القط عندما يعزف على البيانو وأخر نسبة 07%.

الجدول رقم (10): يوضح أفراد العينة حسب المعلومات الذي أحدها من خلال مشاهدة توم وجيري:

النسبة %	التكرار	التوزيع المعلومات المكتسبة
40%	40	الخفة
22%	22	الفطنة
38%	38	الصدق
100%	10%	المجموع

وصف وتحليل: يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن من بين المعلومات التي يتعلمها الطفل نجد الخفة وقدرت بنسبة 40% والمعلومة الثانية كانت الفطنة وقدرت ب 22% وأخيرا الصدق وقدر ب 38%.

إذ نستنتج أن أعلى نسبة هي الخفة وتليها الصدق ثم الفطنة.

الجدول رقم (11): يوضح أفراد العينة حسب مساعدة توم وجيري في حياتهم اليومية:

النسبة %	التكرار	التوزيع مساعدة توم وجيري
80%	80	نعم
20%	20	لا
100%	100	المجموع

وصف وتحليل: نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينة معظمهم ساعدهم توم وجيري في حياتهم اليومية إذ قدرت نسبتهم ب 80% أما الذين هم يستعملون ولم يساعدهم في حياتهم فقدرت لهم 20%.

الجدول رقم(12): يوضح أفراد العينة الذي يساعدهم توم وجيري في الترفيه عن أنفسهم:

النسبة%	التكرار	التوزيع / مساعدة توم وجيري
97%	97	نعم
03%	03	لا
100%	100	المجموع

وصف وتحليل: يوضح الجدول أعلاه توزيع العينة حسب مساعدة القناة في الترفيه ومن خلال الجدول نلاحظ أن نسبة عالية أجابت ب «نعم» وقدرت النسبة ب 97% ونسبة ضئيلة إلى نسبة شبه منعدمة أجابت ب« لا » وقدرت النسبة ب 03%.

الجدول رقم(13): يوضح الجدول لأفراد العينة الذين يفضلون توم وجيري:

النسبة%	التكرار	التوزيع / تفضيل توم وجيري
19%	19	توم
81%	81	جيري
100%	100	المجموع

وصف وتحليل: يتبين لنا من خلال الجدول أن الذين يفضلون مشاهدة توم وجيري أن معظمهم يحبون جيري إذ قدرت النسبة ب 81% ثم تليها الذين يحبون توم ب 19%.

إذ نستنتج أن معظم أفراد العينة يحبون جيري أكثر من توم.

الجدول رقم(14): الجدول يوضح العينة حسب معرفة الأخلاق التي يتعلمها الطفل من خلال مشاهدة توم وجيري:

النسبة %	التكرار	التوزيع الأخلاق المكتسبة
100%	100	نعم
00%	00	لا
100%	100	المجموع

وصف وتحليل: نلاحظ من خلال النتائج التي تحصلنا عليها في الجدول أن كل عينة أجابوا بنعم مقابل تعلمهم الأخلاق من مشاهدة توم وجيري قدرت ب 100% إذ انعدمت نسبة 00% الذين لم يكتسبوا منه.

المحور الرابع: السلوكيات الناتجة عن مشاهدة توم وجيري.

الجدول رقم(15): يوضح السلوك الذي يكتسبه الأطفال من توم وجيري:

النسبة%	التكرار	التوزيع السلوكيات المكتسبة
40%	40	الحيل
10%	10	العداوة
50%	50	السلام
100%	10%	المجموع

وصف وتحليل: يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب السلوكيات التي يقددها المبحوثين إذ وجدنا 40% من الأطفال يتعلمون الحيل و10% العداوة و50% السلام.

إذا نستنتج أن أغلبية الأطفال يتعلمون سلوك السلم ثم تليه الحيل وأخيرا العداوة.

الجدول رقم(16): يوضح مدى تطبيق الأطفال للنصائح المقدمة من خلال توم وجيري:

النسبة%	التكرار	التوزيع تطبيق النصائح
90%	90	نعم
10%	10	لا
100%	100	المجموع

وصف وتحليل: نلاحظ من خلال النتائج التي توصلنا إليها أن أغلب المبحوثين يطبقون النصائح التي يقدمها توم وجيري إذ قدرت النسبة ب 90% ثم تليها الذين لا يطبقونها و قدرت ب 10%.

الجدول رقم(17): يوضح النتائج التي توصلنا إليها من خلال إذ يتعلم الأطفال صفة العدوانية من مشاهدة توم وجيري:

النسبة%	التكرار	التوزيع / صفة العدوانية
40%	40	نعم
60%	60	لا
100%	100	المجموع

وصف وتحليل: نلاحظ من خلال الجدول أن 60% من أفراد العينة لا يقلدون العدوانية ونسبة 40% يقلدونها ومن بين السلوكات التي أجابوا بها هي الضرب- السرقة- نصب الكمائن – الكذب وإلى غير ذلك.

الجدول رقم(18): يبين السلوكات أو الحركات التي يعيدها الأطفال:

النسبة%	التكرار	التوزيع / تقليد الحركات
98%	98	نعم
02%	02	لا
100%	100	المجموع

وصف وتحليل: يتضح لنا من خلال النتائج المتوصل إليها في الجدول أن أغلبية أفراد العينة يقلدون حركات وسلوكات التي يقوم بها توم وجيري أما الذين لا يقلدون فحصلوا على نسبة ضئيلة جدا قدرت ب 02%.

الجدول رقم (19): يوضح أفراد العينة الذين يجدون حفظ الأدوار التي يقوم بها توم وجيري:

النسبة %	التكرار	حفظ الأدوار التوزيع
85%	85	نعم
15%	15	لا
100%	100	المجموع

وصف وتحليل: يتضح لنا من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة يحفظون أدوار توم وجيري بسهولة إذ قدرت النسبة بـ 85% ثم تليها الذين يجدون صعوبة في ذلك بنسبة 15%.

الجدول رقم (20): يوضح الجدول أفراد العينة الذين يحبون الذين يتغلبون على الآخر:

النسبة %	التكرار	التوزيع التغلب على الآخر
98%	98	جيري
02%	02	توم
100%	100	المجموع

وصف وتحليل: نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة المبحوثين يفضلون أن يتغلب جيري على توم إذ قدرت النسبة بـ 98% فما قدرت نسبة الأفراد الذين يفضلون تغلب توم بـ 02% .

الجدول رقم (21): يوضح الأفراد الذين يحبون لعب أدوار يقلدون فيها توم وجيري:

النسبة %	التكرار	التوزيع لعب أدوار توم وجيري
100%	100	نعم
00%	00	لا
100%	100	المجموع

وصف وتحليل: نلاحظ من خلال النتائج المتوصل إليها من خلال البحث والموضحة في الجدول أعلاه أن كل أفراد العينة المبحوثة يحبون لعب أدوار يقلدون فيها توم وجيري إذ كانت النسبة 100% والذين لا يرغبون بذلك 00%.

الاستنتاج:

بعد قيامنا بالدراسة الميدانية لمحاولة معرفة مدى تأثير برنامج توم وجيري على ثقافة الطفل في مرحلة الدراسة المتوسطة وبعد تحليلنا لإجابات أفراد العينة توصلنا إلى نتيجة عامة مفادها أن البرنامج يساعد الأطفال على اكتساب سلوكيات جديدة إيجابية متمثلة في الذكاء والترفيه وتلبي معظم احتياجاته التي تعتبر صعبة المنال بالنسبة له.

تعد مرحلة المراهقة من أهم مراحل تكوين ثقافة الطفل من خلال غرس القيم الاجتماعية وذلك بواسطة وسائل الإعلام خاصة التلفزيون الذي يعد أهم وسيلة إعلامية وقنواته التي تساهم في تنمية الوعي واكتساب الثقافة لدى الطفل ونخص بالذكر قناة سبايستون التي تبث برنامج توم وجيري الذي هو محل دراستنا ومعرفة الدور الذي يلعبه في غرس السلوكيات إيجابية وسلبية .

مما سبق عرضه نجد أن برنامج توم وجيري يعمل على نقل المقالب الترفيهية والمسلية إلى أطفالنا بالإضافة لدى تأثيرها على ثقافة وسلوكيات الطفل في هذه المرحلة من حياته.

الجانب التطبيقي

دراسة ميدانية لغنوسمة محمد شريف سي سعودي

الملاحق

قائمة المصادر والمراجع

المقدمة

الفصل الأول:

الظفر يورن واللغة عند الطقل

الطبخ

الأختام

الفهرس

خاتمة:

يعدّ كل ما استعرضناه وذكرناه في موضوع دراستنا والتي ساعدتنا على الوقوف على جملة من المعلومات والحقائق حول تأثير التلفزيون في لغة الأطفال، وقد تناولنا قناة برنامج توم وجيري نموذجًا نظرًا لأهمية الموضوع الذي أصبح حديث الساعة ومحطّة اهتمام الكثير، الذي دفعنا إلى الخوض والغوص فيه ومحاولة الوقوف على أهم تأثيرات برامج القنوات التلفزيونية إيجابية منها والسلبية بالنسبة للطفل خاصّة وأنه أصبح وسيلة هامّة لا غنى عنها في كل أسرة فهو الذي يقوم بتربية الطفل ما دفعنا إلى الاهتمام بهذا الموضوع وإكثار البحوث والدراسات حوله، فالتلفزيون من خلال قنواته المختلفة يعرض مجموعة من البرامج والقنوات التي تؤثر بدورها في الأفراد لا سيّما منهم الأطفال.

وعليه يمكن الحكم على القنوات المخصّصة للأطفال بأنّ برامجها إيجابية أو وسيلة بمجرد نظرة سطحية لما تقدّمه، بل يجب أخذ الحيطة والحذر ممّا تقدّمه وتعرّضه هذه القنوات من برامج قد يكون لها تأثير على حياة الأطفال ككل، هذا ما توصّلت إليه العديد من الدراسات من بينها الدراسة التي قمنا بها حيث خرجنا بعدة نتائج مفادها أنّ التلفزيون وما يحتويه من قنوات وما تتضمنه هي بدورها من برامج عبارة عن سلاح ذو حنين يجب التّقطن لكيفية التّعامل معه، فأغلب مظاهر العنف في سلوك الطفل يكتسبها من خلال تأثره بما يشاهده من برامج تلفزيونية، لكن رغم هذه السلبيات لا يمكن أبدًا أن ننفي الإيجابيات التي تنفرد بها هذه الوسيلة عن غيرها من وسائل الإعلام وذلك لقوّة تأثيرها على الجمهور عامة والأطفال بصفة خاصّة من خلال تثقيفهم وتعليمهم وتربيتهم وإمدادهم بأفكار جديدة وصقل شخصيتهم بمختلف القيم الإيجابية التي يطرحها هذا الفضاء الإعلامي مثل كيفية التّعامل وطرق التّحاور... إلخ.

من خلال النتائج التي توصّلتنا إليها دراستنا الميدانية فقد حاولنا تقديم بعض التوصيات والإرشادات التي نراها مهمّة للتخفيف والتقليل من حدّة تأثيرات التلفزيون خاصّة على الأطفال منها:

-
- يجب على الأولياء مراقبة أبناءهم أثناء مشاهدة التلفزيون إلى جانب اختيار البرامج المناسبة التي تساعد الطفل على تنمية قدراته الفكرية.
 - يجب على الآباء تنظيم أوقات مشاهدة أبنائهم للتلفزيون ومنعهم من المشاهدة في أوقات الدراسة لأن ذلك يؤثر عليهم وعلى تحصيلهم الدراسي.
 - يجب التحقق من حدث التبعية الثقافية والحفاظ على عاداتنا وتقاليدينا وثقافتنا من خلال التخطيط لتقديم إنتاج محلي عربي راقى وهادف يكون منافساً للإنتاج الأجنبي.
 - ينبغي ترشيد استهلاك برامج التلفزيون الخاصة بالطفل ونوعية الأفراد عن طريق القيام بحملات التوعية والترشيد.

قائمة المصادر والمراجع:

1. عبد الحافظ محمد سلامة وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، دار الفكر للنشر والطباعة، عمان، ط2، 1998.
2. هناء حافظ البدوي، الاتصال بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية، 2003.
3. محمد منير حجاب، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر القاهرة، ط2، 1999.
4. محمد عمر الطنوبي، نظريات الاتصال، ط1، 2001.
5. حسين عبد الحميد الشواق، العلاقات العامة الإنسانية في مجالات علم النفس علم الإدارة وعلم الاجتماع، مصر.
6. أحمد ماهر، كيف ترفع مهاراتك في الاتصال، الدار الجامعية، 2000.
7. سلوى عثمان الصديقي وهناء حافظ البدوي، أبعاد العملية الاتصالية رؤية نظرية وعلمية وواقعية، المكتب الجامعي الحديث، 1999.
8. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلس السادس، دار الفجر للنشر والتوزيع.
9. منال طلعت محمود، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، 2002.
10. عبد الفتاح أبو المعال، أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتنقيفهم، عمان، دار الشروق، 2006.
11. أمجد صفوري، مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، كلية الصحافة والإعلام، جامعة الزرقاء.
12. علي شبيبة، مذكرة في تاريخ الإعلام دار المعرفة الجامعية، 2005.
13. نبيل الجردي، مقدمة في علم الاتصال، مكتبة الإمارات 1985.

قائمة المصادر والمراجع:

14. الدسوقي عبد الله إبراهيم، التلفزيون والتنمية، دار الوفاء، لدنيا الطباعة الإسكندرية، 2004.
15. باسم علي الحوامدة وآخرون، وسائل الإعلام والطفولة، دار جرير للطباعة، عمان، ط1، 2008.
16. سهيل حداد، وسمية أحمد علي، البرامج الثقافية في الإذاعة والتلفزيون، دار الفجر، مصر، ط2، 2009.
17. أسامة ظافر، كفاءة برامج التلفزيون والتنشئة الاجتماعية، دار النهضة العربية، لبنان، 2003.
18. مذكرة التخرج لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال، البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال في عصر المعلوماتية، السنة الجامعية، 2010-2011.
19. عبد العزيز شرف، مدخل إلى وسائل الاتصال، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1989.
20. سامي الشريف، وأيمن منصور ندا، كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2003.
21. ابن الجني أبو الفتاح عثمان، الخصائص، تحقيق محمد علي التجار، القاهرة، دار الكتب المصرية، ج1، 1952.
22. حلمي خليل، اللغة والطفل، دراسة في ضوء علم اللغة النفسي، دار النهضة العربية، بيروت.
23. محمد فوزي، أحمد بني ياسين، جامعة البلقاء التطبيقية، كلية عجلون الجامعية، اللغة خصائصها، مشكلاتها، قضاياها، نظرياتها، مهاراتها ومدخلها، تعليمها، تقييم تعلمها، مؤسسة حمادة للدراسات الجامعية والنشر والتوزيع، الأردن، أربد، ط1، 2010.
24. رمضان عبد التواب، مدخل إلى علم اللغة.
25. ساحل عبد الحميد، أطفالنا يسألون التلفزيون العربي، 1987 – 1988.