

إمبراطورية "والت ديزني" لتسليّة الأطفال: هيمنة نموذج

جمال العيفة

قسم علوم الإعلام والاتصال

جامعة عنابة

يشكل عصر الانفتاح الإعلامي، تحديا كبيرا أمام ثقافة الطفل العربي عموما والجزائري خصوصا، حيث انطلقت وسائل الإعلام الأجنبية تحمل أنماطا ثقافية ومنظومة قيمية، وسلوكيات اجتماعية واستهلاكية دخيلة على المجتمعات العربية تحت عناوين مختلفة؛ كالتسليّة والترفيه وغيرها... وذلك بتدبير من القوى السياسية والاقتصادية المهيمنة على وسائل الإعلام الدولية العابرة للقارات. وتستهدف هذه البرامج بقاء صورة ذهنية لدى الطفل، تتوافق مع التوجهات الأيديولوجية والاستراتيجية لهذه القوى.

حيث ترسم أفلام الكارتون المستوردة بعض الصور السلبية عن المجتمعات العربية، مقابل غرس صور نمطية إيجابية عن الغرب بشكل عام.

ومن أبرز الشركات العالمية المتخصصة في صناعة المواد الترفيهية الموجهة للأطفال، نجد شركة "والت ديزني المتحدة للإنتاج الفني" التي تُعد من أكبر المشاريع الصناعية في أمريكا والعالم.

حيث أنها ليست فقط مجرد ظاهرة أهلية في حقل التسليّة، فمنتجات الشركة تزخر بها قنوات الاتصال على مستوى العالم، ومنذ بداية الثلاثينيات من القرن الماضي ظهرت كتب ديزني الفكاهية والقصصية فيما لا يقل عن سبع وعشرين لغة عالمية، جرى توزيعها في كل أنحاء العالم، حتى وُصفت بأنها: (المعلم الأعظم في القرن العشرين).

ويمكن طرح التساؤل التالي بناء على ما سبق: ما مدى تأثير المواد الإعلامية الترفيهية لشركة "ديزني" على الأطفال؟

كما يمكننا معالجة الموضوع من خلال التساؤلات الجزئية التالية:

- فما هي حقيقة هذه المؤسسة العالمية المتخصصة في صناعة الترفيه الموجه للأطفال؟
- وما هي وسائلها في تمرير أفكارها؛ وهل هي تقدم التسليّة والترفيه الخالصين فقط كما يؤكد القائمون على شؤونها أم تقدم القيم والأفكار في قوالب هزلية؟
- ما هو تأثيرها على شخصية الطفل عموما؟
- ما هو تأثيرها على شخصية الطفل العربي والجزائري على وجه الخصوص؟

كل هذه التساؤلات سوف نجيب عنها من خلال العناصر التالية:

- نشأة شركة والت ديزني ونشاطها الاستثماري في مجال الترفيه.
- نماذج من طرق عرض الشركة لمضامينها (مناقشة إشكالية علاقة الترفيه بالقيمة في نموذج والت ديزني).
- مدى تأثيرها على ثقافة الطفل عموماً وعلى تشكيل صورة ذهنية لديه من خلال المواد الترفيهية التي تقدمها.

- مناقشة إشكالية علاقة الترفيه بالقيمة في نموذج ديزني.

- مدى تأثيرها على ثقافة وشخصية الطفل العربي عموماً والجزائري على وجه الخصوص.
- إن تأثر الطفل بوسائل الإعلام أمر لا يمكن تجاهله، حيث تتمتع هذه الوسائل - بدرجة متفاوتة - بتأثيرها المباشر أو غير المباشر على الأطفال الذين يتعرضون لها، سواء كان هذا التعرض انتقائياً أم غير انتقائياً، إذ يهيئ الاتصال عبر هذه الوسائل الأطفال للمشاركة، ويمكنهم من إشراك أنفسهم في مواقف وخبرات قد لا يمرّون بها في حياتهم العادية، وتقمص أدوار ذاتية وأخرى اجتماعية في العديد من الجماعات قد لا يُتاح لهم في الواقع أدائها.

وعلى هذا يمكن القول أن للاتصال الجماهيري دور مهم في التأثير على مدارك الأطفال ودوافعهم واتجاهاتهم ومستويات فهمهم واهتماماتهم، إذ يتعرض الأطفال لما تقدمه وسائل الإعلام الجماهيري الموجه إليهم بشكل دائم وإن كان غير منتظم.⁽¹⁾

ويشكل عصر الانفتاح الإعلامي والتراحم الفضائي تحدياً كبيراً أمام ثقافة الطفل العربي، حيث تبث القنوات الفضائية أنماطاً ثقافية ومنظومة قيمية وسلوكيات اجتماعية واستهلاكية دخيلة على المجتمعات العربية. ويجدر بنا التطرق أولاً لشركة والت ديزني المتحدة للإنتاج الفني الخاص بالأطفال من حيث النشأة والأهداف وطرق العمل ووسائل الترويج.

البدايات لشركة والت ديزني:

لم يستخدم يوماً كلمة "التضليل" ولا حتى "التعليم"، ولم يقل في حياته إلا أنه "يقدم التسلية ولا شيء أكثر من ذلك"، ولم تكن بدايته في ولاية ميسوري الأمريكية، ونهايته في هوليوود إلا ممارسة للتضليل. بمنتهى البراعة التي ادعاها "الت ديزني".

وقد استطاع والت ديزني في مطلع القرن العشرين أن يُختار رفقة هنري فورد وأندرو كارنيجي، وجون د. روكفلر الأصغر وغيرهم من مشاهير الرأسماليين كواحد من أكبر عشرة رجال أعمال في التاريخ الأمريكي. وقبل وفاته أعلن ديزني رضاه التام عن أدائه لرسالته وقال: "إنني سعيد.. سعيد جداً، إن مشاعري بعيدة تماماً عن أي اكتئاب، ولست مستعداً لأن أعاني من أي حزن".

التطور والانتشار: (عولمة الترفيه الموجه للأطفال):

خلال سنة 1927 أكدت مجلة "فورشيون" ما كان محل شك لفترة طويلة، وهو أن إمبراطورية التسلية التي أقامها والت ديزني تُعد واحدة من أكبر المشاريع الصناعية في أمريكا، إذ احتلت المرتبة 502 في قائمة أكبر الشركات في أمريكا كلها، بحجم مبيعات تجاوز 175 مليون دولار.

وقد بلغ العمل تحت إشراف ديزني درجة غير مسبوقة من الرواج، شددت أعين وآذان وعقول وأجسام عشرات الملايين التي تلتقي سنويا مع رسالة ما، أو إنتاج ما لوالد ديزني.

وقد كتب ريتشارد سكيكل، كاتب سير القصص البطولية لديزني يقول: "في عام 1966، قُدر عدد مشاهدي أفلام ديزني في مختلف أنحاء العالم بحوالي 240 مليون شخص، كما شاهد مائة مليون إنسان عرضا من عروض ديزني كل أسبوع، وقرأ 800 مليون إنسان كتابا أو مجلة لديزني، واستمع 50 مليوناً أو رقصوا على موسيقى أو تسجيلات لديزني، كذلك اشترى 80 مليون إنسان بضائع مجازة من ديزني، وقرأ 150 مليون شخص سلسلة كوميدية لديزني.

وفضلا عن ذلك فقد شاهد 80 مليون فرد أفلام ديزني التعليمية في المدارس والكنائس وفي أماكن العمل..."⁽²⁾

وقد وصفها الرئيس الأمريكي السابق إيزنهاور بعد فوزها بالجائزة الكبرى - ميدالية جورج واشنطن - سنة 1963 بما يلي: "والد ديزني هو سفير الحرية للولايات المتحدة الأمريكية... من أجل جهده المتفاني الذي لا يعرف الكلل في سبيل الأشياء الأعظم أهمية - الكرامة الإنسانية والمسؤولية الشخصية - من أجل طليعيته الخلاقة والتمكينة في توصيل آمال وطموحات مجتمعنا الحر إلى أركان كوكبنا البعيدة".

وخلال عامي 1971 و1972 اجتذبت حديقتنا الملاهي "ديزني لاند" في كاليفورنيا و"ديزني وورلد" في فلوريدا 30.3 مليون زائر، أي حوالي ضعف عدد مشاهدي مباريات كرة القدم التابعة لاتحاد اللعبة خلال موسم 1971⁽³⁾.

وقد قُدم عرض ديزني في الاستعراض العسكري الذي شهده ما يزيد عن سبعة ملايين متفرج في الولايات المتحدة وكندا، وفي أستراليا واليابان وزيلندة الجديدة، ومكسيكو سيتي، وفي عام 1972 تحول العرض لمدة سنتين في أوروبا، ويقدم هذا العمل القصص وشخصيات أفلام الكارتون الكلاسيكية لوالد ديزني لجيل جديد من الأطفال في مختلف أنحاء العالم⁽⁴⁾.

مشروع استثماري ضخم يجمع بين التسلية والتجارة والتعليم:

إن البنية متعددة الأنشطة التي توجه النشاط الهائل من ألوان التسلية والثقافة الشعبية هي نموذج للتكثيف الحديث، فهي تشرف على مجموعة من الشركات التابعة التي تعمل في التوزيع الداخلي والخارج وعلى شركة للنشر الموسيقي، وشركة لإنتاج الوسائل التعليمية، ومؤسسة فرعية للأبحاث والتصميمات، ووحدة ضخمة مهمتها إدارة مجمع فلوريدا، ووحدة أخرى تدير الفنادق التابعة لها في المنطقة، كما تملك مؤسسات أخرى تعمل في الخدمات المتعلقة بالاتصالات والتنمية العقارية، وقد حققت إيرادات هذه المشروعات أرباحا طائلة.

فقد أعلنت شركة والت ديزني ثاني أكبر شركات الإعلام الأمريكية ارتفاع أرباحها بنسبة 20 في المائة خلال الربع الثالث من العام الحالي 2004 نتيجة إقبال الزائرين على مدن الملاهي التابعة لها وزيادة الإعلانات على قنواتها التليفزيونية.

وذكرت الشركة من مقرها في بربانك بولاية كاليفورنيا في بيان إعلامي أن صافي إيراداتها ارتفع إلى حوالي 604 ملايين دولار أو 29 سنتا للسهم في الربع الثالث مقارنة بدخلها الصافي في نفس الفترة من العام السابق الذي بلغ 502 مليون دولار أو 24 سنتا للسهم.

وكانت توقعات المحللين أشارت إلى أن أرباح ديزني سترتفع إلى 27 سنتا للسهم، كما ارتفعت مبيعات الشركة خلال الربع المنتهي في 30 حزيران/يونيو بنسبة 17 في المائة إلى 7.47 مليارات دولار⁽⁵⁾.

ورد حاكم فلوريدا جيب بوش - وهو الشقيق الأصغر للرئيس الأمريكي جورج بوش - على الهجوم الذي شنه روان ويليامز على شركة والت ديزني بقوله: "إن مؤسس والت ديزني كان رائدا صاحب رؤية، وأن شركة عالم ديزني القائمة في فلوريدا الأمريكية والعداد المتزايدة من أعمارها الصناعية كانت دعامة رئيسة من دعائم الاقتصاد الحديث في فلوريدا، وكان الدكتور روان ويليامز قد شن هجوما على إمبراطورية والت ديزني في صحيفة التايمز، وذلك لاستخدامها الأطفال في عمل احترافي غير مسبق.

وقد سمع بعض المساعدين وهم يقولون عن الصورة التي نشرتها التايمز للدكتور وليامز: من يكون هذا الرجل؟ هل هو أحد الكهنة؟

والإجابة هي نعم ويثار جدال ونقاش كبير حول الدكتور وليامز وقد أثار جدلا باستهدافه والت ديزني. وعلى الرغم من ذكر إمبراطورية والت ديزني مرارا وتكرارا في بريطانيا ككلمة مرادفة للاستغلال التجاري الواسع إلا أن تلك الإمبراطورية التي أسسها ديزني مازالت تحتفظ باحترام لا يضاهي في الولايات المتحدة كعلامة على مسؤولية الشركات وبوصفها مكانا آمنا يمكن للآباء ان يرسلوا أولادهم إليه، وهي أيضا واحدة من أكبر الشركات الدافعة للضرائب في فلوريدا⁽⁶⁾.

أساليب الترويج: الاعتماد على الطفلية الخيالية...

لقد أدركت إدارة والت ديزني مدى فعالية التلفزيون في تركيز الانتباه حول ألوان التسلية الأخرى التي يقدمها ديزني وترويج إنتاجها التجاري، فقد بلغت عائدات الشركة من التلفزيون مبلغا فاق 08 ملايين دولار عام 1971.

ويوفر التلفزيون لديزني أداة دعاية فعالة، تُعلن عن أفلامها، وحدثات الملاهي التابعة لها، ومنتجاتها التجارية. كماهتم ديزني بالمادة المطبوعة، حيث يتم طبع الملايين من النسخ للكتاب الهزلي المطبوع طبعة شعبية، فضلا عن الأفلام الروائية الطويلة، وآلاف الكتب القصصية والهزلية.

ومن ناحية المضمون فإن ديزني ليس مجرد ظاهرة أمريكية محلية في حقل التسلية، فمنتجاتها تزخر بها قنوات الاتصال على مستوى العالم، ومنذ بداية الثلاثينيات من القرن العشرين، ظهرت كتب ديزني الفكاهية والقصصية فيما لا يقل عن سبع وعشرين لغة عالمية، وجرى توزيعها في كل أنحاء العالم.

وقد صف "ماكس رافيرتي" المراقب السابق للتعليم العام في كاليفورنيا والت ديزني بأنه: "المعلم الأعظم في هذا القرن" - القرن العشرون - وعلّق على تلك المقولة المفكر وعالم الاتصال "هربرت شيلر" بقوله: "إذا كانت العظمة معادلة لدرجة التأثير... فإن رافيرتي قد أصاب من الحقيقة ما لا يتخيله الكثيرون.. لكن بقي السؤال: إذا كان ديزني معلمًا، فما نوع التعليم الذي قدمه؟".

إن أفضل طريقة لفهم طرق تمرير شركة ديزني لرسائلها الموجهة للناشئة هو القيام بعملية التحليل النسقي لإنتاج الشركة، حيث تُعتبر الوسائط في هذه الحالة ثانوية، بينما تظل الرسالة هي العامل المسيطر. ولقد قام باحثان من أمريكا اللاتينية، منذ أكثر من ربع قرن؛ هما آريل دروفمان، وأرماند ماتيلارت، بتحليل الكتب الهزلية لشركة ديزني؛ فاكتشفا نتائج مثيرة للاهتمام أبرزها:

- أن العنصرية والإمبريالية والجشع والعجرفة تخللت الهزليات التي تقدمها شركات والت ديزني وتوزعها في جميع أنحاء العالم، فأكثر من ثلاثة أرباع القصص التي يقدمها والت ديزني تصور رحلة تستهدف البحث عن الذهب.

- أما الربع الباقي فتتنافس فيه الشخصيات على المال والشهرة.

- ووفق البحث الذي تم على أعمال ديزني وشركاته للإنتاج الفني، فإن نصف القصص تدور أحداثها خارج كوكب الأرض، بينما تقع الأحداث في النصف الآخر في أراضٍ أجنبية حيث يعيش بشر يتصفون بالبدائية، وكلهم من غير البيض!!.

- استخدام ديزني لنسيج متشابك ساحر... الحيوانات والأطفال والطبيعة، لتغطية مزيج متشابك من المصالح والأفكار.

- وفي هذه القصص لا نرى غير الرجال، وهم في الأغلب الأعم يتصفون بضخامة الجسم وقوة العضلات، إلا إذا كانوا أقزاما.

إن المتأمل في الرسالة المتسامية لديزني التي ينقلها الفيلم، وشريط الموسيقى، والكتاب الهزلي في السينما، والقصّة، والمقطوعات الموسيقية وفي غيرها يصل إلى النتيجة التالية: "شاهد عالمًا ليس فيه صراع اجتماعي"⁷

كما يحاول القائمون على ديزني غرس مجموعة من القيم والمسلمات تركز على ما يلي:

- تعزيز المصلحة الشخصية، وحب المكسب، واستهداف النجاح الفردي.

- تكريس التزعة الاستهلاكية، أي البحث عن الألوان المختلفة للإشباع المادي بوصفها بدائل لكل

الحاجات الإنسانية الأخرى.

- الاعتقاد بطبيعة إنسانية ثابتة لا تقبل التغيير، ذلك أن إمكان وجود بدائل اجتماعية، أو طرائق أخرى لتنظيم الجهود الإنسانية يتم إنكارها، وإذا وُضعت في الاعتبار يُهون من شأنها. والمحصلة أن هناك قدراً كبيراً من العنف، وهناك بعض الرجال الأشرار، إلا أنهم أفراد، وليسوا بعمثلين لتقسيمات اجتماعية ذات أهمية.

إن العالم مكان مليء بالسعادة، والطبقة المتوسطة الأمريكية تعيش العالم وهي في أحسن حالاتها، ويتم نقل الرسالة من خلال مناظر طبيعية قدر الإمكان، وتُفضل المناظر التي تجسد ذلك المزج السينمائي الساحر بين الأطفال والحيوانات والطبيعة⁽⁸⁾.

والت ديزني يواجه محاولات احتوائه من قبل جماعات المصالح:

كانت البداية قبل حوالي ستين عاماً عندما أنتج الشاب الأمريكي "والت ديزني" فيلماً من أفلام الرسوم المتحركة بعنوان "الخنازير الصغيرة الثلاثة"؛ ويحتوي الفيلم مشهداً يتكرر فيه الذئب الشرير في هيئة بائع يهودي لكي يخدع الخنازير الصغيرة الطيبة ويقنعهم بأن يسمحوا له بالدخول إلى بيتهم، وأقام اليهود الأمريكيون - المسيطرون على هوليوود - الدنيا وشنوا حملة شعواء على "ديزني" حتى اضطر لحذف هذا المشهد من فيلمه، ولم يكتفوا بذلك بل عمدوا تواطؤاً مع المستشار المالي لـ "بنك أمريكا" "جوزيف روزنبرج" إلى القضاء على "ديزني" مالياً عن طريق إغرائه بالحصول على مبالغ ضخمة كقروض ائتمانية أدت إلى إفلاسه حين لم يستطع ردها بعد عجز موارده عن الوفاء بقيمتها؛ إذ كان هؤلاء يتحكمون في سوق الفيلم الأمريكي يومها. وبعد الحرب العالمية الثانية وجد "والت ديزني" - هكذا ظن - أن الفرصة قد سنحت له لرد الصفحة إلى اللوبي اليهودي ومحاوله وضع حدٍ لهيمته على هوليوود، فشكل مع بعض السينمائيين ما سُمّوه "ائتلاف السينمائيين من أجل صيانة المثل العليا الأمريكية"، وتعاون هذا الائتلاف مع اللجنة المعروفة باسم "لجنة مكارثي" أو "لجنة التحقيق في النشاطات المعادية لأمريكا"، وأدلى "ديزني" بشهادة ضد الشيوعيين ظناً منه أنه بذلك يشهد ضد اللوبي اليهودي الذي كان له وجود كبير في أوساط اليساريين.

واستمرّ الصراع بين "ديزني" و"اللوبي اليهودي"، ووجد والت ديزني نفسه متهمًا بالنازية بدعوى أنه وضع علامة الصليب المعقوف في أحد أفلامه "ميكي ماوس" على صورة نوتة للتدوين الموسيقي. وكان السبب الحقيقي لهذا الاتهام هو أن "والت ديزني" كان يحضر في تلك الفترة اجتماعات تنظيم يسمّى "أمريكا أولاً" وهو تنظيم ارتاب فيه اليهود منذ نشأته وناصره العداء...

وتمكّن ديزني من بيع عدد من أفلامه القصيرة، وحقق بعضها نجاحاً معقولاً مثل: فيلم "التقط فيليكس"، بينما حقق فيلمه "الأرنب أوزوالد" نجاحاً كبيراً؛ لفت إليه أنظار موزع يهودي اسمه "تشارلز منتز" كان يعمل لحساب بعض كبار المنتجين في هوليوود، وتعاقد "منتز" مع "والت ديزني" على دفع مبلغ 1800 دولار كمقدمة لإنتاج 18 فيلماً قصيراً من أفلام الرسوم المتحركة المستمدة من قصة "أليس في بلاد العجائب".

وقد شجع هذا والت ديزني وشقيقه على تأسيس أستوديو صغير لإنتاج أفلام الرسوم المتحركة، لكنهما فوجئا بـ "منتز" يلغي العقد معهما مبرراً ذلك بضعف الإقبال على مسلسل "أليس في بلاد العجائب" بعد أن كان ديزني -نظراً لخبرته القليلة- وقع على بند في العقد يتنازل بمقتضاه عن كافة حقوقه الشخصية التي ابتكرها باسم "الأرنب أوزوالد"، وعندما ابتكر والت ديزني شخصيته الشهيرة "ميكي ماوس" رفض كبار المنتجين اليهود في هوليوود توزيعها عبر شركاتهم، لأن ديزني كان قد رفض توقيع عقد مع أحدهم يمنحه جميع الحقوق المتعلقة بهذه الشخصية.

وقبل نهاية القرن أبي القائمون على أمر "عالم ديزني" إلا أن يعلنوا عن انخيازهم وولائهم لـ "الموبي الهوليوودي اليهودي"، فأتى مندوب عن "ديزني لاند" إلى إسرائيل في أغسطس 1999م يقترح عليهم إنشاء قسم خاص من معرض عالم ديزني للألفية الثالثة تحت عنوان "القدس عاصمة إسرائيل". وأبلغهم أن ديزني ستكفل بـ 6 ملايين ومائتي ألف دولار من تكاليف الجناح المذكور، وسيتم تصميم المعرض بحيث يمر أي زائر به بالجناح الإسرائيلي، وبالفعل وافقت الحكومة الإسرائيلية على هذا العرض المغربي وصممت جناحها بحيث تبدو ممراته كشوارع القدس القديمة مع وضع شمعدان يهودي على مدخل الجناح، وسوف يعرض فيلم ضخيم يضم التاريخ اليهودي في المدينة (لم يتصل هذا التاريخ أكثر من سبعين عاماً)، ويتجاهل التاريخين المسيحي والإسلامي.

وبعد اعتراضات من جانب المنظمات الأمريكية الإسلامية العربية ومن جانب دولة الإمارات العربية المتحدة، وتهديدات بمقاطعة كل إنتاج "ديزني" من جانب الدول العربية والإسلامية وافقت ديزني مؤخراً على حذف عبارة "القدس عاصمة إسرائيل" مع بقاء محتوى الجناح كما هو دون تغيير.

وفي حين رأت الجامعة العربية أن هذا إيجابي وأعلنت أنها لن تقاطع منتجات ديزني، صرح سفير إسرائيل في واشنطن تعليقاً على قرار ديزني بقوله: "لقد انتصرت إسرائيل!!"⁽⁹⁾

الترفيه والقيمة: استمرار الجدل

دأب القائمون على ديزني على نفي ارتباط التسلية بالقيمة، معتبرين أن المضامين التي يروجون لها موجهة فقط لتسلية الأطفال وتجزية أوقات الفراغ بشكل عام، مقابل بث الفكرة القائلة بأن الترفيه والتسلية مستقلان عن القيمة، ولا ينطويان على وجهة نظر، وبذلك فهما يوجدان خارج العملية الاجتماعية، ومقابل ذلك يصرون على أن الهدف النهائي لإنتاج الشركة هو تجزية وقت الفراغ، والهروب المؤقت من الواقع.

غير أن الواقع يبين أنها أشكال من التعليم تقوم على تلقين المبادئ، وهو الرأي الذي يؤيده مؤرخ التلفزيون الأمريكي "إريك بارنو" الذي يؤكد: "إن الترفيه هو مفهوم شديد الخطورة، إذ تتمثل الفكرة الأساسية للترفيه في أنه لا يتصل من بعيد أو قريب بالقضايا الجادة للعالم، وإنما هو مجرد شغل أو ملء ساعة من الفراغ، والحقيقة أن هناك إيديولوجية مُضمرة بالفعل في كل أنواع القصص الخيالية، فعنصر الخيال يفوق في الأهمية العنصر الواقعي في تشكيل آراء الناس.

والت ديزني وتنميط فكر الطفل العربي:

قبل التعرض للقيم التي يستهلكها الطفل العربي يجب التوقف عند أهم خصائص الطفل العربي والبيئة المحلية والعالمية المتواجد فيها وأهمها:

- أن جميع المجتمعات العربية دون استثناء تُصنف على أنها مجتمعات رضية ديمغرافيا، فما يقرب من 45 بالمائة من سكان الأوطان العربية أقل من 14 سنة.

- أن أفلام الكارتون هي الشكل التلفزيوني الأكثر جاذبية عند طفل ما قبل المدرسة، ويزيد الاهتمام بها مع زيادة عمر الطفل، ويفضل الطفل في هذه المرحلة استخدام الصور المتحركة والدمى.

- بدائية الأساليب المتبعة لتأكيد هوية الطفل العربي، وتقوية اعتزازه. بمآثر تراثه الثقافي والحضاري، مما يؤكد وجود ثغرات تسرب من خلالها القيم الغربية المبتوثة عبر أفلام الكارتون.

- أن الطفل العربي يواجه طفلا آخر من نتاج المجتمعات المتقدمة مزودا بأقصى أسلحة التفوق العلمي والتكنولوجي⁽¹⁰⁾.

وإذا كانت بعض التلفزيونات العربية تهتم من خلال برامجها المنتجة محليا ببث القيم الإيجابية واختيار شخصيات من واقع البيئة المحلية العربية تتسم بالصفات العربية الأصيلة، كالشهامه والكرم ومساعدة الآخرين، والانتماء إلى الأهل والوطن، إلا أن معظم القيم والأنماط الثقافية والسلوكيات السلبية كان مصدرها أفلام الكارتون المستوردة -والتي غالبا ما تكون من إنتاج شركة ديزني- والتي برز من خلالها العنف في شكل مُحَبَّب إلى الأطفال، وفي إطار كوميدي يجذب الطفل إليه ويعتمد أساسا على الأساليب التالية:

- تقدم الأنماط والسلوكيات الثقافية والقيمية من خلال شخصيات مُحَبَّبة للطفل، تُستخدم كنموذج قدوة يحتذي الطفل العربي بسلوكها البطولي، ويحدث بينهما درجة من التوحد. بما يسمى "Catatonic State" وهي الحالة التي يعجز عندها الطفل عن التمييز بين الواقع والخيال، ويتصور نفسه محل هذه الشخصية، في حين يتم تقديم القيم والسلوكيات في البرامج العربية الموجهة للأطفال فيشكل حوارات وبرامج تنشيطية لا يقبل عليها الطفل في الأغلب الأعم.

- بث صور سلبية عن المجتمعات العربية، حيث تبدأ عملية الغرس الثقافي "Cultivation" بتكوين صور نمطية ذهنية لدى الأطفال العرب عن مجتمعاتهم العربية مقارنة بالمجتمعات الخارجية، مما يزعزع انتماء الطفل العربي إلى وطنه وإلى أمته.

و في المقابل لا تهتم البرامج العربية الموجهة للطفل ببناء صورة ذهنية محددة لدى الطفل سواء عن مجتمعه المحلي أو العربي⁽¹¹⁾.

وفي الأخير نتساءل عما قدمناه نحن لأطفالنا من منتج تعليمي وترفيهي يراعي خصوصيات مجتمعاتنا وثقافتنا المحلية المليئة بالحكايات والقصص والألغاز والأساطير، التي تصلح أن تُشكل إنتاجا ثقافيا مصنعا

وموجهها إلى ناشئتنا قد يغنيها عن الكثير من البضاعة المستوردة، والتي غالبا ما تكون غير ملائمة لهم _ انطلاقا من القيم الغربية التي تحملها؟

ولذلك فإن المسؤولية ملقاة على عاتق القائمين على شؤون قطاع الإعلام في بلادنا وكذا التربويين والأدباء وعلماء النفس، وذلك من أجل صياغة وتصميم مشاريع إعلامية وفنية ناجحة تُوجه للأطفال في شكل قوالب فنية عصرية تستفيد من التطورات التكنولوجية المتسارعة في مجال الإعلام والاتصال، بعيدا عن العشوائية والارتجال واللامبالاة، والرتابة التي تشكل أحد أبرز أوجه أزمنا الحضارية المعاصرة.

الهوامش:

1- ليلي عبد المجيد، العلاقة بين الأطفال العرب والتلفزيون: دراسة تحليلية للدراسات والبحوث الميدانية التي أجريت على الطفل العربي من 1960-2000، مجلة الطفولة والتنمية، المجلس العربي للطفولة والتنمية، العدد 6 مجلد 2 صيف 2002، ص ص 149-164.

2-Richard Schickel, The Disney Version, (New York: Simon and Schuster, 1968), p19.

3- وول ستريت جورنال، 08 ديسمبر 1972.

4- هيربرت شيلر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1999)، ص 146.

5-<http://www.alriyadh.com.sa/Contents/12-08-2004/RiyadhNet/index.ph>

6- <http://www.alwatan.com/graphics/2002/07july26.7/heads/et6.htm>

7- هيربرت شيلر، المتلاعبون بالعقول... مرجع سابق، ص ص 141-144.

8- المرجع السابق.

9- <http://www.islamonline.net/iol.arabic/dowalia/fan.2/alfanoos.asp>

10- نبيل علي، تحديات عصر المعلومات، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2003)، ص ص 177

-178.

11- سوزان القليني، وسائل الإعلام وثقافة الطفل العربي، مجلة الطفولة والتنمية... مرجع سابق، ص ص

101-105