

نحو استراتيجية إعلامية للطفل العربي

فيروز زرارقة

جامعة فرحات عباس - سطيف -

مقدمة

تعتبر الحياة الإنسانية مجموعة من الحلقات العمرية المتصلة مع بعضها البعض أولها وأكثرها أهمية نجد مرحلة الطفولة، والتي تنسب في اشتقاقها إلى الطفل ويعرف الطفل بأنه الصغير من كل مولود ذكرًا كان أو أنثى، الذي لم يصل بعد إلى مرحلة الحلم" (1) ولا يمكن لشخصية الطفل أن تنمو أو تتطور إلا عن طريق مجموعة من المؤسسات تعرف بمؤسسات التنشئة الاجتماعية، التي تتمثل على وجه الخصوص في الأسرة، المدرسة، دور العبادة، النوادي ووسائل الإعلام، والتي تعمل مجتمعة على تطبيع الطفل وصقله بقوالب المجتمع وقيمه ومعاييره. وتعد الأسرة أقوى هذه المؤسسات وأكثرها تأثيرًا على نمو الطفل لاحتكاكه الدائم بها، لذلك وجب عليها أن ترعى الجوانب النفسية والجسمية والعقلية للطفل، إلى جانب المؤسسات الأخرى للتنشئة الاجتماعية. إن النمو السليم للطفل لا يمكن أن يتم إلا في إطار اجتماعي وثقافي يتفاعل معه ويرعى متطلبات نموه ومراحل تطوره، ويتمثل هذا الإطار الاجتماعي الثقافي في بيئة الطفل الاجتماعية وفي أسرته التي يعيش فيها وفي المؤثرات والعلاقات الثقافية التي يتعرض لها في مراحل نموه، ومن بينها وسائل الإعلام العديدة والمتنوعة ببرامجها وموضوعاتها.

الطفل أكثر تأثرا بوسائل الإعلام

لقد فرضت وسائل الإعلام وجودها على الإنسان وسيطرت على نمط حياته، بعد التطورات التكنولوجية الكبيرة التي تم التوصل إليها في مجال الاتصال والإعلام. ولم يعد بمقدور أيا كان أن يعيش بدونها، حيث تطارده في كل مكان من خلال التنوع الكبير في وسائلها، سواء بالصوت من خلال الإذاعة، أو من خلال الكلمة في الصحف والمجلات وبالصوت والصورة من خلال التلفزيون والفيديو والسينما والإنترنت لتتنقل له الخبر والمعلومات وتفسرها له. ولم يعد جمهور وسائل الإعلام والاتصال مقصورا على الكبار بل أصبح الأطفال أكثر عرضة لهذه الوسائل وأكثر استجابة لمضمونها بحكم قابليتهم للاستهواء والتقليد والتقبل، وشدة التأثير بمختلف المواقف والآراء.

إن الأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام في الطفل تراكمي، وهو يتفاوت في شدته حسب نوع وسيلة الإعلام وخصائصها، وأن أكثر هذه الوسائل تأثيرا هو التلفزيون، بحكم انتشاره، وما لديه من طواعية في الاستخدام

من خلال الصوت والصورة، لذلك وجب على القائمين على وسائل الإعلام تكييف البرامج العربية المحلية الموجهة للطفل في ظل الغزو الإعلامي الأجنبي وما يقدمه من معلومات وبرامج، خاصة تلك التي تعرض ثقافته ونمط حياته واستهلاكه إلى جانب تلك القصص الخيالية وأفلام العنف والجريمة، ذلك أن الطفل وفي هذه السن المبكرة تكون لديه القدرة على تقليد أبطال الروايات المعروضة والتعاطف مع شخصياتها، مما قد يؤدي في النهاية إلى الانحراف أو التعرض له.

وحتى تتمكن من مواجهة مخاطر وآثار هذه الوسائل ينبغي علينا بناء وتحديد استراتيجية إعلامية قائمة على أسس علمية وتربوية تكون موازية للإعلام الغربي، وتعمل في نفس الوقت على إعداد وتنشئة الطفل العربي بما يتوافق وخصوصيته الثقافية والاجتماعية والدينية وتراعي ميولاته وقدراته.

الإستراتيجية إعلامية

الاستراتيجية الإعلامية هي الإطار النظري الذي توضع في ضوئه ومنهجه السياسات والخطط(2)، مع ضرورة الالتزام بالموضوعية والدقة في تقديم المعلومات والأخبار واستخدام الشواهد والأدلة والبراهين، للتحقق من مصادر الأخبار، وحتى يكون المضمون الإعلامي قادرا على التغيير المطلوب. ويمكن تحديد أهم خطوات هذه الإستراتيجية في النقاط التالية:

1- ضرورة التكامل بين وسائل الإعلام

يشكل الإعلام عنصرا أساسيا من عناصر أي مجتمع إنساني، مهما كانت درجة تطوره ولذلك فإنه يدرس على أنه ظاهرة اجتماعية(3).

والمعروف أنه من خصائص الظواهر الاجتماعية العمومية والانتشار والجبرية أو القهرية وأنها خارجية، وهذا يدعونا إلى القول أن تأثير وسائل الإعلام على الفرد، إنما هو تأثير كبير وخطير في نفس الوقت إذا لم توجه هذه الظاهرة وفقا للنمط الاجتماعي السائد في أي مجتمع.

كما أن ضرورة تحقيق التكامل بين مختلف وسائل الإعلام هو أمر ضروري حيث أثبتت الكثير من الدراسات أن أقوى وأنجح أساليب التأثير في الفرد هي التي تجمع بين الاتصال المباشر الذي يعتمد على التأثير الشخصي وكلمة الفم من مصدر موثوق به... والاتصال غير المباشر من خلال وسائل الإعلام التي تتميز بقدرتها على نشر المعرفة، وزيادة الدراية بالأفكار وتميز حملاته الإعلامية الناجحة في مجال ثقافة الطفل في الدول المتقدمة بأنها تجمع بين أكثر من أسلوب أو وسيلة(4)، إذا ما علمنا أيضا شدة التأثير الذي تمارسه هذه الوسائل السمعية البصرية، فما تقدمه الصحف والمجلات من أخبار ومعلومات ثقافية وتعليمية للأبناء طيلة شهر أو شهرين أو حتى سنة، فإنه بإمكان التلفزيون والفيديو والإنترنت أن يقدمه في ساعة أو ساعتين من البث أو العرض.

وعندما نتكلم أيضا عن التكامل بين وسائل الإعلام فإننا بذلك ندعو إلى ضرورة التنسيق بينها، لكي

نتمكن من مواجهة مشكلة توصيل المعلومات والمعارف إلى الطفل، فالتنوع في استخدام وسائل الإعلام بين

الوسائل المكتوبة والمسموعة والسمعية البصرية، يتيح لنا الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الأطفال، مهما كانت انتماءاتهم أو مستوياتهم التعليمي والاجتماعي.

2- الاهتمام بالبحوث التربوية والإعلامية المتخصصة في تنمية وعي الطفل العربي.

إن المزاوجة بين الإعلام والتربية أمر هام وضروري، حتى يتسنى وضع خطط للتنمية الإعلامية والتربوية في إطار متكامل، قائم على التخطيط المشترك ومرتكزا على أسس علمية هي في الأساس محصلة لأبحاث ودراسات علمية متخصصة، حيث أن الجامعات ومؤسسات التعليم العالي مطالبة بأن تولي اهتمامها بالدراسات التي تتناول العلاقة بين وسائل الإعلام والأطفال والبحث عن العوامل التي تساعد على رفع مستوى الوعي وتثقيف الطفل العربي، إلا أن أغلب الدراسات الحديثة تركز على دراسة الأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام في الطفل مثل دراسة أثر التلفزيون والإنترنت على الطفل ودراسة دور التلفزيون في تثقيف الطفل في مصر.

3- مراعاة أسس وقواعد مخاطبة الأطفال واستخدام الأسلوب السهل والواضح

بمجرد أن تكون المادة الإعلامية المقدمة قائمة على دراسة علمية لخصائص الطفل وحاجاته، ومطالب نموه، كما يجب أن لا تتعارض القيم التي تقدمها وسائل الإعلام مع قيم المجتمع العربي، حتى نتفادى الصراع النفسي الذي قد تتعرض له شخصية الطفل، وفي هذا الإطار يقول حسن إبراهيم أنه ليس من المعقول أن يأتي التلفزيون مثلا ببرامج غربية أو شرقية تتعارض والمفاهيم التربوية والإسلامية التي تعلمها الأطفال فيشب مزدوج الشخصية(5)

إلى جانب ضرورة ربط الطفل ببيئته العربية، وتراثه الإسلامي، حتى لا يشعر أنه غريب عن واقعه وتاريخه مما قد يقلل من روح الانتماء لديه ويفقده هويته. والابتعاد بقدر المستطاع عن تقديم المادة الإعلامية التي تتضمن الثقافة الأجنبية المليئة بنماذج من العنف والسلوك الانحرافي، خاصة في الإنترنت والتلفزيون اللذان أصبحا يعجنان ببرامج العنف والسلوك المنحرف والأخلاق الهابطة، التي تضر أطفالنا مثل قصص السوبرمان والحاسوبية.

كما ينبغي أن تكون المادة الإعلامية الموجهة للطفل العربي باللغة العربية وسهلة وواضحة وأن تبعد بقدر الإمكان عن استخدام الكلمات والعبارات السطحية والعامية، خاصة في الإعلانات والحصص الترفيهية التي نشاهدها يوميا على شاشات التلفزيون ويردها أبنائنا.

4- دراسة وتحديد مضمون الرسالة الإعلامية الموجهة للطفل

إن الاستراتيجية الإعلامية لإعداد طفل عربي واعي ومتقف ومزود بالخبرات والمعلومات لا يمكن أن تتحقق إلا عن طريق رسالة إعلامية هادفة، قائمة على أسس علمية تراعي قدرات الطفل العربي وتساهم في تكوين شخصية مترنة وتوجهه إلى مبادئ التفكير السليم، وكيفية البحث عن المعلومات، خاصة إذا قدمت هذه المعلومات بأساليب وأشكال فنية متنوعة، فإن ذلك من شأنه أن يجعلها راسخة في أذهان الأطفال.

وفي هذا الجانب يشير الدكتور محمد معوض إلى ضرورة التقليل من الفقرات والأشكال التي تقدم العنف، نظرا لما يتميز به الطفل من قابلية للاستهواء وميل إلى التقليد، كذلك استبعاد كل المواد التي تعتمد على إثارة نوازع الجنس أو العدوان أو تسبب الفرع، أو تبرز العنف بشكل يتنافى مع القيم الإنسانية السائدة (6)

5- تدريب العاملين في مجال إعلام الطفل

التدريب هو كل شيء يحدث نمو لدى الإنسان، وهو يساهم في تنمية قدرات العاملين على إعداد برامج وموضوعات إعلامية تهم الطفل وتخدم تطور شخصيته، والرفع من مستوى أدائهم، ذلك أن التدريب يكفل استمرارية الإطلاع على كل ما هو جديد، كما يمكن العاملين من حسن اختيار المادة الإعلامية وتنقيحها وتكييفها بما يتوافق وخصوصيات المجتمع العربي ومتطلبات الطفل في الوقت الحالي.

ولعل أفضل البرامج التدريبية تلك التي تبنى على الكفاية Competency ويقصد بها كفاية جميع المعلومات والخبرات والمعارف والمهارات التي تنعكس على سلوك القائم بالإعلام.

كما يقصد بها أيضا تحديد الأهداف المرجوة من الإعلام تحديدا دقيقا وبشكل واضح، بحيث تلزمهم بالمسؤولية لبلوغ هذه الأهداف.

6- الاهتمام بالأطفال ذوي الحاجات الخاصة

إن الاهتمام بالمعوقين في وسائل الإعلام من المسائل الهامة التي يجب على القائمين على الإعلام أخذها بعين الاعتبار، ذلك أن وضعيته النفسية والاجتماعية تتطلب رعاية ومعاملة من نوع خاص، ترتبط على وجه الخصوص بنوع الإعاقة ومدى تأثيرها على النمو الفكري والجسمي للمعوق وتوافقه وتكيفه الاجتماعي معها، خاصة إذا علمنا أن هناك طفلا واحدا من بين كل عشرة أطفال يولد معوقا (7) وتؤكد البحوث والدراسات المتخصصة في مجال الأطفال المعوقون أن 98 % من هؤلاء الأطفال لا يتلقون أي رعاية ومنه كان لزاما على وسائل الإعلام أن تهتم بهذه الشريحة من المجتمع من خلال تقديم مادة إعلامية تتوافق واحتياجات ومتطلبات هذه الشريحة.

وتتمثل هذه الرعاية على وجه التحديد في تقديم الإرشادات والبرامج التي تساعد على التعايش ومواجهة هذه الإعاقة، والاهتمام بالبرامج الهادفة التي تنمي قدراته وتبرز مواهبه وميولاته.

7- الحرص على غزارة الإعلام الهادف في ظل الغزو الإعلامي الأجنبي

شهد العقد الأخير من القرن العشرين تغيرات دولية كثيرة، منها ظهور النظام العالمي الجديد، والتوجه نحو الديمقراطية والسعي نحو مأسسة الأنظمة السياسية وخلق مجتمعات مدنية، وتزايدت وتيرة الثورة التكنولوجية وخاصة في مجال الاتصال والإعلام، ومنه دخلت الأنظمة الدولية في مجال العولمة الشاملة لكل القطاعات.

و العولمة عبارة عن عملية مستمرة ذات أبعاد كثيرة تشمل مجالات مختلفة من اقتصاد واجتماع وثقافة واتصال، إلا أن محركها الأساسي يتمثل في صناعة تكنولوجيا الاتصال بالأقمار الصناعية، والشبكات

المعلوماتية متعددة الخدمات والثورة الرقمية، وذلك للخدمات الكبيرة التي تقدمها هذه الشبكات المعلوماتية في عملية العولمة (8)

ومنه كان لزاما على وسائل الإعلام العربي، وخاصة تلك المتخصصة في مجال الطفل والطفولة الحرص على الاستخدام السليم لهذه الشبكات والاستغلال العقلاني لمختلف برامجها وموضوعاتها الثقافية، حتى نتجنب الوقوع في خطر العولمة المعلوماتية والثقافية. لذلك يجب أن نحرص على غزارة وتكثيف البرامج والمادة الإعلامية العربية المحلية، وضرورة غرلة تلك المادة الإعلامية والبرامج الغربية من كل ما يسيء للهوية الثقافية للطفل العربي.

خلاصة

وما يمكن أن يقال في الأخير أنه يجب أن تكون المادة الإعلامية المقدمة للطفل هادفة وشاملة تسهم في تنمية وبلورة شخصية ووعي الطفل، وكل ما من شأنه تطوير قدراته وملكاته اللغوية والثقافية والاجتماعية والوجدانية والأخلاقية، وتحفزه على التفكير الإبداعي وتنمي لديه القيم الدينية والأخلاقية كما يجب أن تراعي وسائل الإعلام العربية طبيعة جمهور الأطفال وخصائصه العمرية والجنسية واللغوية والثقافية المعرفية، وأن تحاطبه بناء على تلك الخصائص.

المراجع

- 1- محمد إسماعيل إبراهيم: معجم الألفاظ والأعلام القرآنية، دار الفكر العربي، د ت، ص 204
- 2- عبد العزيز شرف: الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1998، ص 228.
- 3- جيهان رشدي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، مصر، د ت، ص 215
- 4- محمد معوض: إعلام الطفل، دار الفكر العربي، مصر، 1998، ص 15
- 5- قسم التحقيقات: الإذاعة والتلفزيون والطفل، مجلة التربية، العدد 76، قطر، اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم، آذار 1974، ص 61
- 6- محمد معوض: مرجع سبق ذكره، ص 48
- 7- فوزية فهميم: الإذاعة والتلفزيون في خدمة الطفل المعوق، مجلة الفن الإذاعي، العدد 95، ص 38
- 8- فضيل دليو وآخرون: الجزائر والعولمة، منشورات جامعة منتوري، قسم علم الاجتماع، قسنطينة، الجزائر 2001، ص 135