

دراسة بعنوان:

برامج التليفزيون الفضائية العربية والهوية الثقافية لأطفال التعليم الاساسى

أ.د/محمد معوض ابراهيم

استاذ الاعلام بجامعة عين شمس

وعميد معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال

تمهيد:

الاعلام بكل قنواته وأساليبه يؤدي دورا مهما في تكوين وتعزيز الهوية الثقافية لأطفال التعليم الاساسى، والذين يشكلون نسبة كبيرة في كثير من الدول العربية تصل الى ما يقرب من 40% من سكانها، والتي تحتل القنوات التليفزيونية الفضائية فيها مكانه مرموقه كمصدر للاعلام والتنقيف، وتعتبر مرحلة التعليم الاساسى قاعدة السلم التعليمي فى هذه الدول، وتقابل ثلاث مراحل مهمة من مراحل النمو الإنساني للفرد هي مرحلة الطفولة الوسطى (6-9سنوات) ثم الطفولة المتأخرة (9-12 سنة) ثم المراهقة (12-15 سنة) ولكل مرحلة منها سماتها وخصائصها ومتطلباتها، وهي من أخطر مراحل النمو فى حياة الانسان حيث تتشكل فيها أساسيات شخصيته وسماته وقيمه، مبادئه وعاداته وسلوكياته .

لماذا القنوات التليفزيونية الفضائية العربية؟:

تتعدد وتتنوع القنوات التليفزيونية الفضائية العربية بين قنوات حكومية وأخرى خاصة، عامة بمعنى أنها تقدم مضمونا متنوعا في مجالات شتى أو خاصة تقدم مضامين متخصصه رياضية أو ثقافية أو اجتماعية وغيرها أو تخاطب فئة بعينها من المشاهدين كاطفال ما قبل المدرسة أو أطفال التعليم الاساسى أو المراهقين وغيرهم.

وتأتى القنوات التليفزيونية الفضائية فى مقدمة ما يتعرض له أطفال التعليم الاساسى وبنسب تزيد عن 94% حتى أن بعض الباحثين يشير الى أن الطفل يقضى فيها حوالى 15-16 الف ساعة فى مشاهدته برامجها بينما يقضى فى المدرسة 13 الف

ساعة، لهذا لا تكاد تخلو القنوات الفضائية العربية من برامج متخصصة تخاطبهم بهدف واضح تحرص على تحقيق وتأثير مطلوب فى مختلف جوانب ثقافتهم المعرفية أو المهارية أو الوجدانية أو السلوكية لتكسيهم معرفه أشمل وثقافة اكمل لأنهم شباب الغد ورجال المستقبل والذين يتسلمون قيادة مجتمعاتنا العربية فى كل مجالات النشاط الثقافي وغيرها وأن توفر لهم الزاد الثقافي الذى يمكنها من تحمل مسؤولياتها بنجاح فبناء الدول لا يمكن أن يقوم بدون بناء الانسان الجديد والعناية بثقافته، وهو معيار مهم من معايير تقدم الامم وراقبها وبناء مستقبلها. من جهة أخرى لم يسبق لأى وسيلة اعلامية اخرى أن أثبتت قدرتها الفائقة فى جذب انتباه الأطفال وإثارة اهتماماتهم مثل القنوات الفضائية العربية والتي تقدم مشاهد متكاملة ومسلية للأطفال.

ولهذا تحاول هذه الورقة الاجابة على السؤال التالي :

هل يمكن لبرامج القنوات الفضائية العربية بما تقدمه من معارف ومعلومات دقيقة وخبرات متنوعة ان تعزز الهوية الثقافية لهؤلاء الاطفال من تلاميذ التعليم الاساسي؟ ونستعرض التراث السابق الذى يمثل ركيزة مهمة من ركائز دراستنا على النحو التالى:

الدراسات السابقة:

1- دراسة ناريمان محمد عوض غنام (2019) بعنوان تعرض المراهقين لأساليب اللغة المستخدمة فى البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية وعلاقته بالتأثيرات غير المرغوبه اجتماعيا
تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى تستخدم منهج المسح الاعلامى لعينة عشوائية قدامها 450 مبحوثا ومبحوثة سن 18 سنة بالجامعات المصرية (حكومية - خاصة) مناصفه بين الذكور والاناث واجريت الدراسة فى الفترة من أول اكتوبر 2018 وحتى نهاية اكتوبر 2018 باستخدام المقابلة والاستبيان وانتهت الدراسة الى مجموعة كبيرة من النتائج من أهمها تشاهد عينة الدراسة برنامج يحدث فى مصر mbc بالقنوات الفضائية المصرية فى الترتيب الأول، تلاه برنامج 90 دقيقة فى الترتيب الثانى، يليه برنامج هنا العاصمة فى الترتيب الثالث، واخيرا برنامج على مسؤوليتى 7.8%

أشار 48% من المبحوثين أنهم غير راضيين عن أساليب اللغة المستخدمة في البرامج الحوارية كما يرى المبحوثون أن هناك تأثيرات غير مرغوب فيها إجتماعيا نتيجة لمشاهدة البرامج الحوارية كالتالى (عدم تقبل الآخر المختلف عنه ، واستخدام كلمات غريبة عن اللغة العربية ، والسخرية والاستهزاء بالآخر، والعنف ضد الآخر ، والتشهير بالآخرين .

2- دراسة zahid yousaf (2016) بعنوان القنوات التليفزيونية الخاصة كاداة للوعى السياسى فى باكستان، وتهدف الى التعرف على دور البرامج الحوارية فى الفضائيات الخاصة فى تثقيف المشاهد سياسيا ،وتشير نتائج الدراسة ،إلى أن البرامج الحوارية فى القنوات الخاصة تخلق نوعامن الوعى السياسى اكثر من المجلة والصحف كما تلعب دوراها ما فى تحقيق التفكير، الوعى فى المجتمع وثم الاتفاق بين 87.5% من المجموعتين أن ،البرامج الحوارية تلعب دورا فعلا فى تشكيل الرأى العام والتأثير عليه فى المناطق الريفية بالمقارنة بالمناطق الحضرية بأستثناء 7 % وافق أفراد العينة على أن البرامج الحوارية تؤدى دورا فعلا فى خلق الوعى بنسبة 12.5% من المبحوثين ،كما يرى 8% من المبحوثين أن البرامج الحوارية تؤدى دورا كبيرا فى حل النزعات ،كما يرى 65% أن البرامج الحوارية والسياسية تعمل على تحفيز الناس على المشاركة فى العملية السياسية

3- دراسة ايمان عاشور (2016) بعنوان تعرض الشباب للبرامج الساخرة فى القنوات الفضائية وعلاقته بالقيم التربوية وتهدف الى التعرف على العلاقة بين تعرض الشباب للبرامج الساخرة فى القنوات الفضائية بقيمهم التربوية وهى دراسة وصفية استخدمت منهج المسح لعينة من الشباب الجامعى قوامها 500 مفردة واستخدمت أداة الاستبيان لجمع بياناتها بالاضافة الى تحليل مضمون خمسة برامج فى اربعة قنوات فضائية، وأشارت نتائج الدراسة الى أن الديمقراطية جاءت فى مقدمة القيم التربوية بنسبة 43.3% والانتهاى بنسبة 38.3% ومكارم الأخلاق بنسبة 33.3% ثم العدالة بنسبة 31.3% وتحمل المسئولية بنسبة 28.3% ثم المساواة بنسبة 23.3% ثم الصدق بنسبة 21.7% والتعاون 13.3% ثم قيمة التسامح فى المرتبة الاخيرة بنسبة 1.7% بينما كانت السلبيات المعروضة بالبرامج الساخرة

بنسبة 48.3% دكتاتورية وبنسبة 46.7%، 45% ظلم و36.7% تفرقة
و36.6% الخيانة و31.7% الاعتماد على الغير وعدم تحمل المسؤولية و10%
للفجور ثم الانانية بنسبة 3.2%

4- دراسة تغريد على محمد (2015) بعنوان: الفضائيات العربية المتخصصة و دورها فى التنشئة الاجتماعية للطفل : دراسة وصفية ،تحليلية بالتطبيق على عينة من آراء الخبراء والمختصين حول برامج قناتي الجزيرة للأطفال وتلفزيون mbc3

وتهدف هذه الدراسة الى التعرف على دور الفضائيات العربية المتخصصة كقناة الجزيرة للطفل وتلفزيون mbc3 فى العملية تدعيم التنشئة الاجتماعية السليمة للأطفال من خلال تحليل عينة برامجية من برامج الفضائيتين وتحليل آراء الخبراء فى مجالي الاعلام والتربية، استخدمت الباحثة المنهج المسحي واستخدمت الدراسة العينة العمدية وتوصلت الى عدة نتائج منها:

- أن الفضائيات العربية المتخصصة تؤثر على الأطفال من خلال توظيف الصوت والصورة بفاعلية وباستخدام أساليب عالية الجودة، كما أشارت النتائج الى أن الأطفال اكثر تأثرا بما يشاهدونه فى بما القنوات الفضائية ويقوموا بتقليده ،من جهة اخرى تفتقد مضامين برامج القناتين لثقافة المجتمع العربي والاسلامى (تغريدة على مجلد، 2015)

5-دراسة أحمد محمد زكى (2015) بعنوان ادراك المراهقين لعلاقة المسلم والمسيحى كما تناولتها الأفلام السينمائية المقدمة بالقنوات الفضائية بهدف التعرف على ملامح العلاقة بين المسلم والمسيحى المتضمنة فيها ، وهى دراسة وصفية استخدمت منهج المسح لعينة عمدية من الافلام المعروضة فى القنوات الفضائية قوامها 15 فليما كما استخدمت عينة بشرية قوامها 327 طالبا وطالبة بالتساوى بين المسيحيين والمسلمين (ذكور - اناث) واستخدمت عددا من الادوات فى جمع بياناتها كالاستبيان وتحليل المضمون وانتهت الى مجموعة من النتائج الخاصة بعلاقة المسلم والمسيحى (احمد محمد ،2015)

6- دراسة محمد جمال دسوقي مصطفى (2015) بعنوان العلاقة بين المشاهدين عينة من أطفال الجالية المصرية بالمملكة العربية السعودية لقنوات الأطفال الفضائية والهوية الثقافية لديهم

وتستهدف الدراسة التعرف على العلاقة بين تعرض عينة من أطفال الجالية المصرية بالمملكة السعودية لقنوات الأطفال الفضائية العربية وعلاقته بهويتهم الثقافية، وهي دراسة وصفية تستخدم منهج المسح لعينة قوامها 300 طفل وطفلة من أبناء الجالية المصرية الجالية المصرية بمدينة الرياض في المرحلة العمرية سن 9-12 سنة واعتمدت في جمع بياناتها على استمارة الاستبيان ومقياس للهوية الثقافية وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج منها (محمد جمال دسوقي مصطفى 2015):

- وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين تعرض أطفال الجالية المصرية بالمملكة السعودية لقنوات الأطفال الفضائية والهوية الثقافية لديهم
- وجود فروق دالة احصائيا في متوسطات درجات المحبوثين على مقياس الهوية الثقافية تبعا لنوعيتهم (ذكور - اناث)
- عدم وجود فروق دالة احصائيا بين درجات المحبوثين على مقياس الهوية تبعا لنوع التعليم (حكومي - خاص) (عربي - اجنبي)
- وجود فروق داله احصائيا في متوسطات درجات المحبوثين على مقياس الهوية الثقافية وفقا لمعدل تعرضهم لقنوات الأطفال الفضائية العربية.

7-دراسة الشيماء صبحى (2015) معالجة المحتوى الكوميدي فى الفضائيات المصرية الخاصة للقضايا الاجتماعية وتأثيراتها النفسية على المراهقين

- هدفت الدراسة الى التعرف على مدى معالجة المحتوى الكوميدي فى الفضائيات المصرية الخاصة للقضايا الاجتماعية على المراهقين وهى دراسة تجريبية تم تطبيقها على عينة قوامها 120 مبحوثا من المراهقين الشيماء صبحى (2015)
- وانتهت الدراسة الى مجموعة نتائج مهمة منها قدرة البرنامج الساخر على جذب المشاهدين والعمل على تعديل حالتهم المزاجية

8- دراسة pilar c.blitvch (2014) بعنوان قدرة البرامج الكوميديية على بناء سياق الهوية فى المجتمع الامريكى دراسة حالة لعروض كل من مارجرين تشو

وجورج لويز، وهدفت الدراسة الى التعرف على دور الكوميديا فى بناء الهويات الاجتماعية ومعرفة دور البرامج الساخرة فى الغاء التفرقة العنصرية بين السور والب، واستخدمت منهج المسح لعينى قوامها 700 مبحوث من الأقليات المقيمين فى أمريكا من الجاليات الهندية واللاتينية وغيرها وتوصلت الى قدره البرامج الكوميديا على الغاء التفرقة العنصرية (انظر خلفه)

9- دراسة وردشان عبد المتطلب (2014) بعنوان دوافع تعرض المراهقين للبرامج الساخرة بالفضائيات العربية والاشباعات المتحققة منها،هدفت الدراسة الى التعرف على دوافع تعرض المراهقين للبرامج الساخرة والاشباعات المتحققة منها وتحديد أهميتها فى زيادة الوعى السياسى ومعرفة الموضوعات التى تتناقشها استخدمت منهج المسح لعينة قدامها 400 مفردة (وردشان عبد المتطلب 2014) انتهت الى مجموعة من النتج من أهمها ،جاءت اولى القنوات المفضلة بنسبة 43% قناة B.B.C العربية ،تليها قناة مصر mbc بنسبة 36% ،وجاءت بنسبة التعرض لها من قبل المبحوثين 32% وائما 60.5% احيانا ولا يشاهدونها 7.5%

10- دراسة ريهام عبد الرزاق خطاب 2012 بعنوان فاعلية استخدام برنامج للتربية الاعلامية فى ادراك عينة من الأطفال المصريين العنف التلفزيوني وهدفت الى معرفة مدى فاعلية البرنامج المقترح لمهارات التربية الاعلامية (معرفة – تحليل – تقييم – مشاركة – ابتكار رسائل رسائل اعلامية) فى إدراك أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة للعنف بالأفلام السينمائية ،وهى دراسة تجريبية ثم تطبيقها على عينة من الأطفال سن 9-12 سنة ولقياس الفاعلية ثم استخدام مقياس ادراك العنف بالأفلام من خلال مهارات التربية الاعلامية وكان من أهم نتائجها فاعلية استخدام برنامج التربية الاعلامية فى ادراك العينة للعنف التلفزيوني وميز أطفال العينة بين تداعيات العنف بالواقع والعنف الخيالى المقدم بالأفلام السينمائية مما ساعد على رفضهم تقليد العنف المقدم بالأفلام (ريهام عبد الرزاق خطاب 2012)

11-دراسة الهام يونس (2010) بعنوان العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الاخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصري واتجاهاته نحوها – دراسة مسحية .وتهدف الى التعرف على دور الفضائيات العربية الاخبارية فى تزويد الجمهور بالمعرفة نحو القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية ودراسة العوامل المؤثرة بين اعتماد الجمهور بالقضايا العامة

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج هامة أهمها (أن نسبة المشاركة الجماهيرية فى البرامج الاخبارية لقناة الجزيرة 28.3 % مقابل 707 لقناة النيل للأخبار)الهام (يونس 2010)

12-دراسة بشار عبد الرحمن مطهر بعنوان :دور الراديو والتلفزيون فى تشكيل معارف واتجاهات النخبة اليمينية نحو القضايا دراسة مسحية (2007) واهتمت الدراسة بمعرفة العلاقة بين طبيعة معالجة القنوات الفضائية العربية للقضايا السياسية العربية والدولية البارزة،وادارك النخبة اليمينية لبروزها وتقديمها لها ودراسة العوامل التى تدعم او تصنف تشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو القضايا العربية ،وتوصلت الى عدة نتائج (بشار عبد الرحمن 2007) من أهمها وجود اختلاف بين اتجاهات المبحوثين نحو القضايا السياسية باختلاف اخر المعالجة الخبر لهذه القضايا بكل من القنوات الفضائية

13-دراسة محمود عثمان 2007 بعنوان معالجة القنوات الاخبارية العربية المتخصصة للأحداث السياسية الجارية واتجاهات النخبة المصرية نحوها،واهتمت بالتعرف على الدور الذى تقوم به التغطية الاخبارية فى القنوات المتخصصة للأحداث السياسية الجارية وذلك من خلال حجم التغطية واخر تناول الاخبارى لهذه الاحداث وادراك النخبة المصرية لأهمية هذه الاحداث واتجاهاتهم نحوها (صفاء محمود عثمان، 2007)

14- دراسة رانيا أحمد محمود 2006 بعنوان :تأثير الدراما العربية المقدمة فى القنوات الفضائية على قيم واتجاهات الشباب العربى ،تهدف الدراسة الى التعرف على مدى إقبال الشباب العربى على الدراما المقدمه فى القنوات الفضائية العربية وتحديد اتجاهات الشباب نحو الاخلاقيات المقدمة من خلال الدراما العربية والأجنبية والواقع المناسب وهى دراسة وصفية استخدمت منهج المسح العينة قوامها 400 مبحوث اسفرت عن مجموعة من النتائج:

- قدمت المسلسلات العربية القيم الاجتماعية بنسبة اكبر من المسلسلات الاجنبية وقد اوضح المبحوثون وبنسبة بلغت 18.3% منهم أن الدراما العربية تسهم فى دعم قيم المجتمعات العربية او قدمت المسلسلات الأجنبية العلاقات الجنسية غير الشرعية بنسبة 8.7% بينما قدمت المسلسلات العربية

بنسبة 2.2 % و اوضح 43 من المبحوثين أن الانحلال الخلقى من اكثر السليبات التي تقدمها الدراما الأجنبية .

15- دراسة يوسف سليمان سعد 2005، وعنوانها القيم الثقافية التي تعكسها استمالات الاعلان التلفزيوني دراسة مقارنة لعينة من اعلانات القنوات الفضائية تهدف الدراسة الى اختيار الافتراضات الاساسية لأبعاد الثقافة الدولية في المضمون الاعلاني بالتطبيق على اعلانات ثمان قنوات تلفزيونية عربية ثم تصنفها الى مجموعات ثقافية متميزة في إطار الثقافة العربية الواحدة ودراسة التشابه والاختلاف بين استخدام القنوات الفضائية الاستمالات

في الاعلانات ثم الكشف عن أهم الاستمالات الاعلانية استخدمها وظهرها في اعلانات قنوات الدراسة، وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح لعينة من اعلانات القنوات الفضائية العربية وبلغ عدد الاعلانات التي تم تحليلها بعد حذف الاعلانات المتكررة 4000 اعلان بواقع 500 اعلان لكل قناة من قنوات الدراسة و انتهت نتائج الدراسة الى ما يلي (يوسف سعد محمد، 2005)

أوضحت الدراسة وجود علاقة داله احصائيا بين مضمون الاعلانات في كل قناة من قنوات الدراسة ونوعية الاعلان المعروض وقوالبه الفنية وأسلوب عرض السلعة والمستويات اللغوية المستخدمة والشخصيات الاعلانية الظاهرة في الاعلان وأنواعها وانتماءتها.

-كما أشارت نتائج الدراسة الى استخدام استمالات الاثارة الجنسية في عرض السلع الشخصية والعناية بالجسم.

17-دراسة حسين أبو شنب 2004 التي اهتمت برصد العلاقة بين الشباب الجامعي وبرامج الأغاني المصورة (الفيديو كليب) ومدى تأثير ذلك على القيم والعادات الهوية الوطنية الفلسطينية والدوافع وراء مشاهدتها وتأثيرها على متابعة القنوات الاخبارية الفلسطينية وعلى الانتفاضة الفلسطينية والحالة السياسية بوجه عام وتوصلت الدراسة لعدة نتائج (حسين ابو شنب 2004) ،اقبال الشباب الشديد في الجامعات الثلاث التي خضعت للدراسة على مشاهدتها وان الميل لهذا النوع من الأغاني كنوع من تخفيف الأوضاع الصعبة بالترقية والتسليه وطالب البحوثون بزيادة حصة برامج الشباب ذات الاتجاه البنائي النوعية وتدعيم القيم و الوعي الديني في مواجهة

الغزو الثقافي والإعلامي والرقابة الواعية على الأغاني والابتعاد بها عن الإباحية والهبوط وان يتم تنوع البرامج التليفزيونية في مضمونها

18- دراسة ايناس محمد غزال (2001) وعنوانها الاعلانات التليفزيونية وثقافة الطفل: ودراسة سيكولوجية، استهدفت الدراسة توضيح الاستخدام الإعلاني المقدم شكلا ومضمونا عبر شاشات التليفزيون والاحاطة بكل الاساليب المستخدمة فيها، والتي تؤدي إلى تعميق تأثيرها على ثقافة الطفل المشاهد لها والدور الذي تؤديه إعلانات التليفزيون في صياغة وتشكيل ممارسات هذه الثقافة. وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح لمحتوى عينة الإعلانات التليفزيونية واستخدمت الاستبيان بالمقابلة لأطفال عينة الدراسة البشرية المكونة من ثلاثين تلميذا في مرحلة الأولى من التعليم الأساسي سن (6-12) سنة من الذكور والإناث. ومن أهم النتائج التي توصلت لها (ايناس محمد غزال، 2001) - اعتماد بعض الإعلانات التليفزيونية على الرسوم المتحركة (الكاراكتيه) بما يعطي جاذبية للإعلان المقدم والذي يستهدف تبسيط المضمون الثقافي للأطفال.

- يمكن للإعلانات التليفزيونية أن تساهم في نشر الوعي الثقافي لدى الطفل.
- الاعتماد بصفة أساسية على (العامية) في تقديم معظم الإعلانات مما يؤدي إلى بساطتها والاهتمام بها من جانب غالبية الأطفال
- تطبيع الشخصيات الاعلانية بالطابع الغربى.

19-دراسة بي رشى شنج (2000) حول الثقافات الأخرى والهوية الوطنية فى وسائل الاعلام فى تايوان وكوريا الجنوبية من خلال تحليل كفيى لصورة الأخر التى تم صناعتها أو ابتكارها فى اعلام الدولتين مركزة على اعادة تقديم الهوية الوطنية فى اربعة مؤسسات اخبارية وكيف ثبتت المعانى المقدمة فى المقابلات الهوية الوطنية للدولتين اوضحت النتائج أن وسائل اعلام تايوان وكوريا الجنوبية اساس بناء الوطنية وهى الإدراك الشخصى من خلال المعالجة وتفضيل احترام الأخر فى الصين وكوريا الجنوبية وأن وسائل الاعلام تؤدي دورا هاما فى ذلك بالسماح للحكومات التايوانية والكورية الجنوبية لخلق عبارات توضح الخصوصية الوطنية

20- دراسة عائض بن سالم، 2000 حول ضياع الهوية فى الفضائيات العربية والخطر الذى يهدد القيم الثقافية والاخلاقية والاجتماعية وأن

الفضائيات العربية تعبير عن الواقع العربي الزائف وأن 50% من المبحوثين فور مشاهدتهم لبرنامج اجرامى يفكرون فى تقليدة وبشكل جدى ونسبة تقلده بالفعل وان مشاهدة الفضائيات العربية وغيرها واصبح واقعا تضيع معه الهوية العربية.

21-ابتهاج عبد القادر محمد (1998) حول العلاقة بين ثنائية اللغة وبين تشكيل الهوية الثقافية لدى المراهقين، أوضحت الدراسة ان الهوية الثقافية هى حجر الزاوية فى تكوين الامم لانها نتيجة تراكم تاريخى طويل يعززه التراث الثقافية واللغة والدين وان تحديدها مهم وكشفت الدراسة عن ضعف الهوية الثقافية لدى طلاب مدارس اللغات عينة الدراسة مقترنة بالمدارس الأخرى وأن طلابها يعيشون صراعا بين لغتهم الأم وبين اللغة الاجنبية التى يدرسون بها (ابتهاج عبد القادر 1995)

التعريفات الإجرائية:

الهوية:- هى الخصائص والسمات التى تتميز بها أمه عن غيرها من الأمم وتترجم روح الانتماء لدى أبنائها، ولها أهميتها فى رفع شأن الامة تقدمها وازدهارها ومن اهم عناصرها (الثقافة – التاريخ – الاقتصاد- الحقوق والواجباتالخ)(جهاد محمد الصفتى، 2018 ص ص70-71) وهناك علاقة قوية بين الهوية والانتماء حيث يعمل الانتماء على تعزيزها وتوطيد ها.

الهوية الثقافية:

يشير الباحثون الى ان للهوية الثقافية جانبان احدهما مادي والآخر معنوي وحجر الزاوية منها اللغة وهى عدد من الخصائص والسمات والتصرفات لمجموعة بشرية متجانسة نسبيا تنعكس على المعرفة والعادات والتقاليد والمهارات والخبرات والمعتقدات وأساليب الانتاج والعلاقات الاجتماعية والانتاج الفكري والثقافي والفني وللثقافة اثرها فى حياة الافراد وهى التى

تبنى هوية الامة وتميزها الثقافي فقدت هويتها من جوانب الهوية الثقافية لغة واحدة وتراث مشترك وثوابت جغرافية واطار تاريخي محدد وعادات وتقاليد مشتركة ورموز دينية في ضوء السياق الاجتماعي (ايناس ابو يوسف، 2002)

مرحلة التعليم الاساسي

هي قاعدة اساسية للسلم التعليمي في كثير من الدول وتقابل مرحلة التعليم الاساسي ثلاث مراحل مهمة من مراحل النمو الإنساني وهى مرحلة سن (6-9 سنوات) ثم مرحلة الطفولة المتأخرة (9-12 سنة) ثم مرحلة المراهقة سن (12-15 سنة) ولكل مرحلة منها سماتها وخصائصها التي تميزها عن غيرها وكذلك متطلباتها المختلفة وتعتبر أخطر مراحل النمو في حياه الفرد حيث تتشكل فيها اساسيات شخصيته وخصائصه وقيمة وسلوكياته.

تساؤلات الدراسة:

تحاول هذه الدراسة الاجابة عن التساؤل الرئيسي التالى:

ما دور برامج التليفزيون الفضائية العربية فى تعزيز الهوية الثقافية لأطفال التعليم الاساسى فى مصر والدول العربية؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيس مجموعة اسئلة على النحو التالى:

- 1- ما حجم ومعدل تعرض أطفال التعليم الاساسى للقنوات الفضائية العربية؟
- 2- ما اكثر القنوات يشاهدها الأطفال؟
- 3- لماذا أطفال التعليم الاساسى؟
- 4- ما اهم انواع قنوات التليفزيون الفضائية العربية التى يتعرض لها الأطفال؟

- 5- ما الجوانب التي تقوم فيها البرامج بتعزيز الهوية الثقافية؟
6- ما اهم التأثيرات فى هذا المجال؟

نوعية الدراسة واجراءاتها المنهجية:

تتنمى هذه الدراسة الوصفية وتستخدم منهج المسح لعينة عمدية من الأطفال سن (6-15 سنة) من سكان القاهرة والجيزة من مشاهدى القنوات الفضائية العربية قوامها 420 مفردة مناصفة بين الذكور والاناث من تلاميذ التعليم الاساسى (الحكومى والخاص) من الريف والحضر، واستخدمت الدراسة المقابلة والاستبيان كأداتين لجمع بياناتها مع مراعاة اجراءات الصدق والثبات للاستبيان والتي تم عرضها على مجموعة من الزملاء هيئة التدريس فى الاعلام، كما تم تطبيقها مسبقا على عينة مصغرة من التلاميذ قوامها 20 مفرده.

نتائج الدراسة:

اولا:التعرض للقنوات الفضائية العربية:

تشير نتائج الدراسة أن جميع المبحوثين يتعرضون القنوات الفضائية العربية بصفة منتظمة 382 مبحوثا منهم نسبتهم 95.5% من المبحوثين بصفة منتظمة و18 مبحوثا يشكلون 4.5% يشاهدونها من حين لآخر كما فى جدول رقم (1) التالى.

جدول رقم (1) يوضح تعرض أطفال التعليم الأساسى للقنوات الفضائية العربية

النسبة%	التكرارات	التعرض للقنوات الفضائية العربية
95.5%	382	بانتظام

4.5%	18	من حين لآخر
100%	400	اجمالي

من جهة اخرى تبين أن 205مبحوثا نسبتهم 51.25% من المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية العربية من ساعة الى ساعتين ،بينما يشاهدها 99 مبحوثا نسبتهم 24.75% من المبحوثين ويوضح جدول رقم (2) معدل الساعات التي يشاهد فيها المبحوثون القنوات الفضائية العربية ويشاهد ثلاث ساعات فاكثر 18 مبحوثا نسبتهم 4.5%، اما حسب الظروف فهناك 53 مبحوثا يشاهدونها حسب الظروف بنسبتهم 13.25% وهناك 25 مبحوثا نسبتهم 6.25% يشاهدونها اقل من ساعة يوميا.

جدول (2) حجم أو معدل مشاهدة أطفال التعليم الاساسي

الترتيب	النسبة %	ك	معدل
الخامس	6.25	25	أقل من ساعة
الأول	51.25	205	من ساعة الى ساعتين
الرابع	4.50	18	من ساعتين الى ثلاث ساعات
الثاني	24.75	99	من ثلاث ساعات فاكثر
الثالث	13.25	53	حسب الظروف
	400.-	400	اجمالي

ثانياً: أهم القنوات الفضائية العربية التي يتعرض لها أطفال التعليم الاساسي:

يوضح جدول رقم (3) اهم القنوات العربية التي يتعرض لها اطفال التعليم الاساسي كالتالى:

جدول (3) اهم القنوات العربية التي يتعرض لها اطفال التعليم الاساسي

النسبة %	ك	القنوات العربية
95.5%	382	القنوات الفضائية العربية
95.-%	380	قنوات الأطفال العربية المتخصصة للأطفال
90%	360	القنوات المتخصصة فى عرض الافلام والمسلسلات
79%	316	القنوات الرياضية
400		م ج ن

- جاءت قنوات الاطفال التلفزيونية العربية المتخصصة فى مقدمة القنوات الفضائية التي يتعرض لها اطفال التعليم الاساسي ،حيث يشاهدها 382 مبحوثا يشكلون نسبة 95.5 % من المبحوثين وهى نسبة عالية اكدتها بحوث الاعلام الأخرى ومن اهم هذه القنوات المتخصصة للأطفال المشاهدين قناة سبيس تون فى المرتبة الاولى بنسبة 95% من مشاهدى القنوات المتخصصة للأطفال ثم الجزيرة للأطفال بنسبة 94.8% ثم قناة mbc3 بنسبة 94.2% وطيور الجنة بنسبة 81% ومن المبحوثين والاسرة والطفل بنسبة 80.5%

- كما جاءت القنوات المتخصصة فى عرض الأفلام والمسلسلات والتمثيلات والسلاسل الدرامية فى المركز الثانى حيث يشاهدها 90% ومن المبحوثين ومن أهم هذه القنوات بانوراما دراما بنسبة 89% من المبحوثين والقنوات الرياضة بنسبة 79% من المبحوثين وأدى الى ذلك زيادة المسابقات والمواسم الرياضية كالدورى العام، كأس مصر، دورة للأمم الأفريقية ،و يشير بو سمان الى أن أطفال المدارس يقضون حوالى 15-16 الف ساعة

فى مشاهدة التلفزيون بينما لا تشغل المدرسة من وقتهم سوى 13 الف ساعة وبهذا يعتبر أطفال (التعليم الاساسى) اكثر افراد الأسرة مشاهده لبرامج القنوات الفضائية العربية، وتعتبر هى الوسيلة الأولى المفضلة لم كما تشير العديد من البحوث والدراسات الى أن مشاهده برامج الفضائيات العربية والوطنية بصفة خاصة تزيد من حب أطفال التعليم الاساسى نحو وطنهم، وتشير الدراسات السابقة الى أن هناك علاقة ارتباط بين واقع التعرض للقنوات الفضائية ومنظومة القيم المجتمعية (محمد هلال، 2003) رغم أن المبحوثين اكدوا على تصدر العامية فى المقدمة وبنسبة 87% ثم إختلاط الفصحى بالعامية وكذلك بعض اللغات الأجنبية 13% ، كما فى جدول التالى:

جدول (4)

المستويات اللغوية التي تستخدمها القنوات الفضائية العربية

النسبة	ك	اللغة المستخدمة
87%	348	العامية
13%	52	العربية مختلطة ببعض اللغات الأخرى
100%	400	اجمالي

دوافع تعرض الأطفال للقنوات التلفزيونية الفضائية العربية.

اشارت النتائج الى ان الاطفال يرغبون فى معرفة ثقافة الشعوب المختلفة وما يحدث فى العالم من أخبار وبنسبة بلغت 93.75% وانهم ينشدون التسلية والاقناع بنسبة تصل الى 93% هناك عن رغبتهم فى التخلص من الملل والشعور بالضيق وبنسبة تصل الى 85% كما يسعى 76% منهم الى شغل اوقات فراغهم ويرى 74% منهم انهم يتعلمون السلوكيات التي تمكنهم من اتخاذ القرار فى المواقف المختلفة. كما فى جدول رقم (5)

يوضح دوافع تعرض أطفال التعليم الأساسي للقنوات الفضائية العربية

النسبة	التكرارات	الدوافع
%93.75	375	معرفة ثقافة الشعوب واهم أخبارها
%93.-	372	التسلية والاقناع
%85.-	340	التخلص من الملل والشعور بالضيق
%76	304	شغل وقت الفراغ
%74	396	تعلم السلوكيات فى مختلف المواقف
400		مج ن

- ثالثا البرامج التي تتعرض لها أطفال التعليم الاساسى:

تشير بيانات جدول رقم (6) الى أن مشاهدة برامج الأطفال تأتي فى مقدمة الأنشطة المفضلة لدى الأطفال حيث تأتي برامج الأطفال فى مقدمه البرامج التي يفضل المبحوثون مشاهدتها حيث يشاهدها 382 مبحوثا ومبحوثة نسبتهم %95.5 يتابعون فيها برامج الاطفال على النحو التالى

جدول (6)
البرامج التي يقبل عليها أطفال التعليم الاساسي

النسبة	التكرارات	البرامج
%95.5	382	برامج الأطفال (الرسوم المتحركة)
%95.25	381	الاغاني المصورة
%90.-	360	الاعلانات التليفزيونية
%86.-	344	برامج المسابقات
%80	320	دراما التليفزيون (افلام - تمثيليات - مسلسلات ..الخ)
%79	316	البرامج الرياضية
%65	260	برامج الخيال العلمى
%25	100	برامج الحوار
%45	180	برامج تليفزيون الواقع
%43	173	الأخبار والبرامج الاخبارية

وجاءت برامج الرسوم المتحركة فى المرتبة الأولى وبنسبة بلغت %95.5
كما تشير نتائج الجدول السابق .

- وجاءت الأغاني المصورة فى المرتبة الثانية حيث يفضلها 95.25% ثم الاعلانات فى المرتبة الثالثة بنسبة 90.0% وتأتى فى مقدمه ما يفضله الأطفال سن (6-12) سنة كما تشير النتائج فى الدراسات السابقة الى ما يشاهده الأطفال فى هذه المرحلة بشراء السلع المعلنة عنها فى التلفزيون رغبة منه فى الحصول على الجوائز .
- كما يقوم الأطفال باستخدام المفردات الاعلانية وتقليدها وترديدها ويحفظون أغانيها ويميلون الى محاكاة الاعلانات باستمرار تشير الدراسات الى ان الاناس اكثر تأثرا نفسيا وعاطفيا من الذكور.
- الاعلانات التي تتضمن روح الدعاية والفكاهة والسخرية اكثر تأثرا على مشاعر وانفعالات المشاهدين.
- من جهة اخرى الشخصية الرئيسية فى الاعلانات 54% من الاناث بينما ظهر الذكور بنسبة 38% من الاعلانات وظهر الرجل والمرأة فى 31% اعلان واحتل الشباب 65.6% من الشخصيات الرئيسية فى الاعلانات كأحد اهم الدلائل على استخدام روح الشباب (نجوي الجزار، 1998)
- من جهة أخرى سيطرت قيم الثقافة النمطية وركزت الاعلانات على القيم الثقافية الرمزية الخاصة بالمشاركة الانسانية، ارتفاع نسبة الاعلان.
- وجاءت برامج المسابقات للأطفال فى المركز الرابع بنسبة 86% من المبحوثين.
- جاء بعد ذلك الافلام السينمائية والدراما التلفزيون (تمثليات – المسلسلات – سلاسل تليفزيونية) فى المرتبة الخامسة وبنسبة بلغت 80% من المبحوثين، وتشير الدراسات الى انه كلما ازدادت كثافة المشاهدة للأطفال الدرامية التليفزيونية كلما ازداد مضمون القيم الثقافية المتضمنة بها على أن تعكس الواقع مع ارتفاع الاتجاه نحو القيم الواردة فيها .
- ثم جاء فى المرتبة السادسة البرامج الرياضية وخصوصا البرامج الحية التي يتم من خلالها النقل المباشر لمباريات كأس العالم دورة الأمم الافريقية أو مباريات الدوري العام الخ وبلغت نسبة مشاهدتها 79% من المبحوثين.
- وفى المرتبة السابعة جاءت برامج الخيال العلمي وبنسبة بلغت 65% من المبحوثين والتي من خلالها يتعرض الأطفال لروية وتصور المستقبل حيث تمدهم بصورة شقية لما تمكن اداركه والسعر من اجله (عبد الناصر

النحراوى ،2018ص 106)وتساعد فى اثاره حواس أطفال التعليم الاساسى ومشاعرهم وتنشيط دوافعهم للطفل وزيادة مستويات تفكيرهم وخيالهم واثارة رغبتهم فى المشاركة بالفوز

- وفى المرتبة الثامنة جاءت برامج الحوار حيث يشاهدها 25.2% من المبحوثين ولقد اصبحت برامج الحوار عاملا مهما فى انتاج الاعلام المعاصر ومؤثرا فى صياغة المجتمع الحديث وقد ادركت كثير من الدراسات أثر تلك البرامج فى المجال الثقافى والاجتماعى والترفيهى ودورها فى توجيه الرأى العام وتشكيل قيمه وأفكاره ،وهى تقوم بالقاء الضوء على المشكلات المتعلقة بحياتهم وعرضها من خلال وجهات نظرهم المختلفة تمهيدا لتكوين رأى عام حولها من خلال عرض الأدلة والبراهين، كذلك تعد البرامج الحوارية من اكثر الاشكال البرمجية التليفزيونية انتشارا ونجاحا فى توصيل الرسالة الاعلامية حيث تنتج المشاركة الجماهيرية فمن خلالها يعبر المشاهدين على رأيههم وطرح مشكلاتهم، كما تعد مصدرا اساسيا لتزويدهم، بالمعلومات عن الموضوعات المستخدمة والمطروحة (سهام محمد عبد الخالق،2012،ص 523)ويتعرض لبرامج الحوار 25.2% من المبحوثين(محمد عبد الخالق)

- جاءت برامج تليفزيون الواقع فى المرتبة التاسعة وبنسبة بلغت 45% رغم ما تشير اليه احدى الدراسات التى ترى برامج تليفزيون الواقع تقدم سلبيات بنسبة عالية فى مضامينها المختلفة بنسبة 43.2% كالغرور والعصبية والانانية والتشاؤم والاهمال والاستنهاء (دنيا احمد سليمان،2013)

وفى المرتبة العاشرة تأتى الأخبار البرامج الاخبارية حيث يشاهدها 43% من اطفال التعليم الاساسى ،هناك 12% يشاهدها بانتظام ،31% منهم يشاهدونها احيانا ويتابعون فيها الاخبار أو الفقرات الرياضية وكذلك أخبار الكوارث والزلازل والبراكين وغيرها برامج تليفزيون الواقع.

برامج القنوات الفضائية وتعزيز الهوية:

يشير جدول (7) الى ايجابيات وسلبيات البرامج المستوردة

النسبة	التكرارات	البرامج
60%	240	البرامج المستوردة تثير انتباههم
40%	160	لا تحترم العادات والتقاليد
35%	140	الاشارة الى الكسب بطرق غير مشروعة
32%	128	عدم اتباع قواعد الآداب العامة والسلوكيات
28%	112	عدم الالتزام بالقوانين
25%	100	عدم الالتزام بقيم الحياة الزوجية
23%	92%	العنف

حيث يشير غالبية المبحوثين 60% الى ان البرامج المستوردة تتميز بالقدره على الجذب وإثارة الانتباه والاهتمام الا انها لا تحترم العادات والتقاليد الوطنية 40% والاشارة الى الكسب بطرق غير مشروعة 35% وعدم اتباع قواعد الآداب العامة والسلوكيات 32% عدم الصدق وعدم الالتزام بالقوانين 28% وعدم الالتزام بقيم الحياة الزوجية 25% والعنف بنسبة 23% كما يشير المبحوثون الى أن هذه المظاهر فى برامج الرسوم المتحركة والمدبلجة باللغة العربية تقدم وبنسبة كبيرة تصل الى 55% بين المبحوثين ،اما لبرامج الوطنية فيشير المبحوثون الى ان نسبة القيم فيها عالية وبنسبة بلغت 52% بين المبحوثين.

المستويات اللغوية العربية:

جدول رقم (8) تفصيلات الأطفال فى لغة برامجهم

النسبة%	تكرارات	تفصيلات الأطفال اللغوية
---------	---------	-------------------------

يفضلون اللغة العربية المبسطة	240	85%
أهمية الارتقاء بمستوى العربية	180	45%
مج ن	400	

يفضل كثير من المبحوثين تقديم البرامج التليفزيونية الفضائية باللغة العربية المبسطة بنسبة 85% مع الابتعاد عن اللهجات المحلية حتى تحقق البرامج البرامج الاهداف المنشودة وأشار 45% من المبحوثين الى ضرورة الارتقاء بمستوى اللغة العربية من خلال التركيز على فصحي العصر فى برامج القنوات التليفزيونية الفضائية خاصة وأنه ليس لنا خيار فى أن نصون لغتنا العربية بكل وسيلة ولانشارك الذين يفضلون العامية فى جرمهم.

اهمية الصور الحية:

من جهة اخرى اكد 70% من المشاهدين على تقديم الصور الحية فى البرامج الفضائية والابتعاد عن الصور الثابتة فى البرامج الفضائية وكذلك النمطية وتفصيل اماكن التصوير الخارجى (خارج الاستديوهات) فى اماكن التجمعات والمناطق السياحية والاثرية والشوارع والنوادي مراكز التدريب وغيرها.

المحاورات والمناقشات:

جدول (9) تفضيلات المبحوثين من البرامج الحوارية

النسبة	تكرار	تفضيلات الاطفال
62%	248	الاهتمام بالمحاورات والمناقشات
60%	240	التنوع فى الأشكال الحوارية
55%	220	الاهتمام بالتحقيقات التليفزيونية الهادفة
50%	200	الاهتمام بالندوات التليفزيونية
25%	100	الابتعاد عن استخدام الحديث المباشر
	400	مج ن

من جهة اخرى طالب 62% من المبحوثين البرامج التليفزيونية بالاهتمام بالحوار والنقاش والرأى والرأى الاخر فى البرامج التليفزيونية الفضائية مع اهمية التركيز على المبدعين والنشطاء وذى الاحتياجات والتنوع فى استخدام الصيغ المختلفة كالمقابلات بنسبة 60% والتحقيقات التليفزيونية الهادفة بنسبة 55% والندوات بنسبة 50% والابتعاد عن استخدام الحديث المباشر بنسبة 25% من المبحوثين عينة الدراسة.

أهداف الأطفال من البرامج:

تشير نتائج الجدول رقم (10) الى الاهداف التى يبتغيها الاطفال من البرامج الفضائية

النسبة	ك	الاهداف
57%	228	ضرورة الاهتمام بالمعلومات
55%	220	تنمية المهارات والخبرات
54%	216	القدرة على التفكير والابتكار
48%	192	تقديم الحلول الجاهزة
40%	160	حل مشكلات الاطفال
35%	140	تقديم المثل والقوة
30%	120	التوجيه والارشاد
25%	100	الترقية المفيد
20%	80	شغل اوقات الفراغ بطريقة مفيدة
400		مجموع

أكد المبحوثون على ضرورة الاهتمام بالمعلومات بنسبة 57% من المبحوثين وتنمية المهارات والخبرات بنسبة 55% والقدرة على التفكير والابتكار بنسبة 54% وعدم تقديم الحلول الجاهزة بنسبة 48% وحل مشاكل أطفال والتعليم الاساسى بنسبة

40% وتقديم المثل والقيم بنسبة 35% والتوجيه والارشاد بنسبة 30% والترفيه المفيد بنسبة 25% وشغل أوقات فراغهم بنسبة 20%

المشاركون في البرامج وضيوفها:

جدول رقم (11) رأى المبحوثين فى المشاركين فى برامجهم

النسبة	تكرار	الرأى
58%	232	ضروره التنوع بين المشاركين فى البرامج من الذكور والاناث
56%	224	اشراك أقرانهم وزملائهم فيها
55%	220	الضيوف المخصصون
52.5%	208	مختلف فئات الرأى العام والمشاهدين
400		مج ن

يشير المبحوثون الى ضرورة التنوع بين المشاركين فى البرامج من الذكور والاناث من الشباب بنسبة 58% واهمية اشراك أقرانهم وزملائهم فيها بنسبة 56% والاستعانة بالضيوف المتخصصة فى مجالات المختلفة بنسبة 55% والتنوع بين فئات الرأى العام المختلفة بنسبة 52%.

مقترحات الاطفال:

من جهة اخرى أشار المبحوثون الى أن البرامج الفضائية التليفزيونية فى كثير من الأحيان ولاسيما الأجنبية تحط من قيمة وقدر المرأه فدائما تصور المرأه فى وضع ضعيف وفى وضع المغلوبة على امرها، واكد ذلك 53% من المبحوثين، من جهة ثانية أشار 55% من المبحوثين الى اهمية تطوير برامج الأطفال العربية والمحلية والانفتاح على العالم وعلى مختلف الثقافات العالمية، كما يشير غالبية المبحوثين الى ان الاغانى المصورة يجب ان تقدم بصورة لائقة وذلك بنسبة 51% خاصة وانها تثير النوازع الجنسية وتمجيد البطولات الزائفة وتشيع الانحلال وتبعدنا عن القيم العربية الاصيله كذلك أشار بعض المبحوثين بنسبة 40% الى ضرورة تقديم الحقائق والمعلومات بصورة موضوعية والاهتمام بالنقد الذاتى لسياساتها خاصة وانها صاحبة رسالة لأنها يشاع عنها انها اصبت مؤسسات تستهدف الربح وتهتم بالإعلانات التى تحقق لها الربح السريع، وذكر 22.1 من الاطفال أن مظاهر الصراعات والشجارات والعنف ارتفعت بين أفراد الاسرة، كما لاخطوا أن ارتفاع لحظات المشاجرة والصراع وبما يشير الى التأثير السلبى على سلوكياتهم وارتفاع مظاهر العدوان بنسبة 20% وميلهم الى أساليب الهزار او اللعب الذى يتسم بالعنف بنسبة 15% وتمتاز غالبية البرامج الدرامية الكارتونية بالعنف وتزداد نسبة العنف فى برامج الرسوم المتحركة وفقا للإحصاءات الأخيرة التى أشارت الى ان نسبة العنف بلغت 99.9% فى برامج الكارتون مما يدفع المهتمين برعاية الأطفال بضرورة تقليلها أو الحد منها وتقديم برامج هادفة ومسلية مع الاهتمام بحسن اختيارها وتقليل الفقرات العدوانية والخيالية ومنها الرجل الحديدي وفارس من الفضاء خوفا من اكتساب اطفال التعليم الاساسى السلوكيات التى يتحدى بها أطفال هذه المسلسلات الكارتونية والدرامية خاصة وتؤكد الدراسات على وجود علاقة سببية بين التعرض لهذه البرامج واكتساب العنف والسلوك الإجرامي من خلالها هذا بالإضافة الى التأثيرات السلبية كالخوف والفرع والقلق التى تصل نسبتها الى 36% بين المبحوثين كما أشارت احدى الدراسات من جهة أخرى تشير نتائج الدراسات التحليلية لبرامج الرسوم المتحركة المستوردة التى تقدمها القنوات الفضائية الى عدم توازن أفكارها وخبراتها التى تطرحها مع غياب المضامين الدينية فيها غيابا تاما وتدنى المضمون الأسرى با وتقديم مضامين اجتماعية سلبية فيها والبعد عن المضامين التى تخدم المهارات والاتجاهات العلمية غيابا كليا

بالإضافة الى غياب المضامين المتعلقة بالحفاظ على الهوية بصفة عامة والهوية الثقافية بصفة خاصة.

جدول رقم (12) يوضح مقترحات اطفال التعليم الاساسى

النسبة	ك	مقترحات المبحوثين
%55	220	أهمية تطوير برامجهم (الأطفال المبحوثين)
%51	204	تقديم الأغاني المصورة بصورة لائقة
%40	160	مراعاة تقديم الحقائق والمعلومات باستمرار
%20	80	تخفيف مشاهد العنف والصراع
%15	60	تقديم برامج هادفة ومسلية
400		مج ن

توصيات الدراسة:

لهذا توصى هذه الدراسة بما يلى:

- اهتمام برامج القنوات الفضائية العربية بالموضوعات الحيوية التى لها دورها الواضح فى بناء شخصية الطفل العربى وتحقيق الانتماء العربى لديهم.
- دعم القيم الثقافية لدى أطفال التعليم الأساسى من خلال برامجهم التى تقدم لهم القيم مع اهمية تنويع أهدافها والتركيز على اهتماماتهم واحتياجاتهم المتنوعة من خلال مشاركتهم فيها
- الاهتمام بأجراء البحوث التى تهتم بتحليل وتقديم مضمون البرامج التى توجه لأطفال التعليم الاساسى وكذلك التعرف على موقفهم منها وتأثيراتها فيهم.

هوامش الدراسة:

- 1- ايمان عاشور سيد حسن(2016) تعرض الشباب للبرامج الساخرة في القنوات الفضائية وعلاقته بالقيم التربوية، دكتوراه غير منشوره جامعه المنيا كلية التربية النوعية قسم للاعلام التربوي

- 2- ابتهاج عبد القادر (1998) العلاقة بين ثنائية اللغة وبين تشكيل الهوية الثقافية لدى المراهقين، ماجستير ، معهد دراسات الطفولة ، جامعة عين شمس
- 3- الهام يونس احمد (2010) العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الاخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصري واتجاهاتها نحوها : دراسة مسحية , دكتوراه غير منشورة جامعة القاهرة كلية الاعلام
- 4- ايناس محمد غزال (2001) الاعلانات التلفزيونية وثقافة الطفل , دراسة سيكولوجيه , الاسكندرية دار الجامعة الحديثة للنشر
- 5- الشيماء صبحى , معالجة المحتوى الكوميدي في الفضائيات المصرية الخاصة للقضايا الاجتماعية وتأثيراتها النفسية والاجتماعية على المراهقين , دكتوراه غير منشورة جامعة المنيا كلية الاداب، قسم الاعلام
- 6- بشار عبد الرحمن مطر (2007) دور الراديو والتلفزيون في تشكيل معارف واتجاهات النخبة اليمينية نحو القضايا السياسية : دراسة مسحية دكتوراه غير منشوره , جامعه القاهرة كلية الاعلام
- 7- جهاد محمد الصفتي , (2018) تعرض الاطفال للبرامج الداخلية للعلاقات العامة بالقطاعات السياحية وعلاقتها بدعم الانتماء الوطني لديهم ماجستير غير منشور , جامعه عين شمس كلية الدراسات وثقافة الاطفال , قسم الاعلام
- 8- ايناس ابو يوسف (2003)،الخطاب الصحفى العربى بين الذات والآخر، دراسة تحليله تطبيقية على الازمة العراقية والأمريكية فبراير 1998 فى القادسية العراقية والنيويورك تايمز الامريكية والاهرام المصرية،المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة العدد31 يوليو سبتمبر.

- 9- صفاء محمود عثمان (2007)، معالجة القنوات الاخبارية العربية المتخصصة للأحداث السياسية الجارية واتجاهات النخبة المصرية، دكتوراه غير منشورة جامعة القاهرة، كلية الاعلام.
- 10- سها محمد عبد الخالق (2012)، دور البرامج الحوارية فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الدور السياسى للتيارات الاسلامية فى مصر، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، العدد 43، يناير يونيو، ص 523
- 11- عبد الناصر البحراوي (2018)، دور افلام الخيال بالقنوات الفضائية العربية فى تشكيل صورة المستقبل لدى المراهقين، جامعة عين شمس، كلية دراسات الطفولة، قسم الاعلام.
- 12- نجوى الجزار (1998)، تأثير القيم التى تعكسها الاعلانات التليفزيونية على الاتجاهات نحو الاعلان: دراسة تحليلية وميدانية، دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام.
- 13- يوسف سليمان سعد مجد (2005) القيم الثقافية التى تعكسها استمالات الاعلان التليفزيوني: دراسة مقارنة لعينة من اعلانات القنوات الفضائية العربية رسالة دكتوراه، غير منشور، جامعة الازهر، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والاعلام.
- 14- ناريمان محمد عوض غنام (2019) تعرض المراهقين لأساليب اللغة المستخدمة فى البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية وعلاقته بالتأثيرات غير المرغوب اجتماعيا، رسالة ماجستير، غير منشور، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الاعلام وثقافة الأطفال
- 15- رانيا محمود (2006) تأثير الدراما العربية والاجنبية المقدمة فى القنوات الفاضية على قيم واتجاهات الشباب العربى، دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتليفزيون.
- 16- ريهام عبد الرازق خطاب (2012) فاعلية استخدام برنامج للتربية الاعلامية فى أدراك عينة من الأطفال المصريين للعنف التليفزيونى

دكتوراه غير منشوره، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة
،قسم الاعلام وثقافة الأطفال.

17- روشان عبد المتطلب (2014) دوافع تعرض المراهقين للبرامج

السياسية الساخرة بالفضائيات العربية والاشباعات المتحققة منها، رسالة
ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس ،قسم الاعلام

هناء حفناوى (2017) التخبط فى افلام الرسوم المتحركة واثره على

تصورات الأطفال، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد 58 يناير -

مارس

1-pilar G (2014)Blitvich :the construction of race and identity in
the american stand up comedy of Margaret cho and George
lopes science and technolgy research laboratories. Japan
broadcasting corpation stagaya . tokyo

2- kay m .palan(2014). gender Identity in consumer behavior
research : liter ature review and ch.agenda academy of
marketing.scienc review vdclol 2001

3-Richardl .hazletl and sasha yassky. emotional response.to
television commercial .eacial .selef. journal of advertising
research.vol.33

والله الموفق والمستعان

سعادة الأستاذة الدكتورة/سعاد عبد الوهاب
عميدة كلية الآداب جامعة الكويت

تحية طيبة وبعد:

يسعدني أن ارفق لسيادتكم بحثي بعنوان:-

"برامج التليفزيون الفضائية العربية والهوية الثقافية لأطفال التعليم الأساسي"
للمشاركة في مؤتمر علمي الذي يعقده قسم الاعلام.

داعيا الله أن يوفقكم ويسدد خطاكم ويمتعمكم بالصحة والسعادة

أ.د/محمد معوض

استاذ الاعلام بجامعة عين شمس

عميد معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال

تحريرا 28 / 8 / 2019

دراسة بعنوان:

برامج التليفزيون الفضائية العربية والهوية الثقافية لأطفال
التعليم الأساسي

أ.د/محمد معوض ابراهيم
أستاذ الاعلام بجامعة عين شمس
وعميد معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال