الأطفال والإعلام

نظرة عالمية

تأليف

Dafna Lemish

ترجمة

د. محمد زيد ملك

أ. عبد الإله بن عبدالله الجاسر

مركز الترجمة – جامعة الملك سعود

دار جامعة الملك سعود للنشر
KING SAUD UNIVERSITY PRESS

ص.ب ٦٨٩٥٣ - الرياض ١١٥٣٧ المملكة العربية السعودية

ح دار جامعة الملك سعود للنشر ، ١٤٤٣هـ (٢٠٢١م)

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

هاردن ، رونالد م.

الأطفال والإعلام: نظرة عامة./ رونالد م هاردن ؛ جنيفير م لايدلاو ؛ فاطمة سعيد القحطاني - الرياض، ١٤٤٢هـ

٣٧٤ ص، ١٧×٢٤سم

ردمك: ١-٩٦٣-٥٠٧-٦٠٣-٩٧٨

١- وسائل الإعلام ٢ - وسائل الإعلام - الجوانب الاجتماعية ٣- التلفزيون و الاطفال أ.ملك، محمد زيد (مترجم)

ب. الجاسر ، عبدالإله (مترجم) ج. العنوان

ديوي ٣٠١,١٦١ ١٤٤٢/٩٠٠٢

رقم الإيداع: ١٤٤٢/٩٠٠٢

ردمك: ١-٩٦٣-٥٠٧-٦٠٣-٩٧٨

هذه ترجمة عربية محكمة صادرة عن مركز الترجمة بالجامعة لكتاب:

Children and Media: AGlobal Perspective.
By: Dafna Lemish
John Wiley & Sons, Inc , 2015

وقد وافق المجلس العلمي على نشرها في اجتماعه السادس عشر للعام الدراسي ١٤٤٢هـ المعقود بتاريخ ١٦/ ٨/ ١٤٤٢هـ الموافق ٢٩/ ٣/ ٢٠٢١م.

جميع حقوق النشر محفوظة. لا يسمح بإعادة نشر أي جزء من الكتاب بأي شكل وبأي وسيلة سواء كانت إلكترونية أو آلية بما في ذلك التصوير والتسجيل أو الإدخال في أي نظام حفظ معلومات أو استعادتها بدون الحصول على موافقة كتابية من دار جامعة الملك سعود للنشر.

دار جامعة الملك سعود للنشر
KING SAUD UNIVERSITY PRESS

مقدمة المترجمين

لقد أصبح الأطفال والإعلام مسألة دولية. وهذا الكتاب يجعلنا نبدأ رحلتنا المشتركة في الميدان الممتع لدراسة الأطفال والإعلام.

يستخدم الأطفالُ الإعلامَ بانتظام، ويستمتعون به بشكل هائل، ويتعلمون من وسائل الإعلام عن العالم أكثر من تعلُّمهم من أي وسيلة اجتماعية أخرى. إنها ظاهرة منتشرة ومركزية في حياة الأطفال إلى درجة أنها يجب أن تحظى باهتمام كلِّ معنيٍّ بعالم الأطفال أو له اهتمام خاص بهم، مثل الآباء والأمهات والأساتذة والعلماء والسياسيين والمهنيين وصُنَّاع القرار والمواطنين المهتمين، أو باختصار كلنا.

تُعَدُّ وسائل الإعلام من أكثر الوسائل استخدامًا من قِبل الأطفال على مستوى العالم إلى حد أننا قلما نفكر في طفولة خالية منها، سواء كان ذلك التلفاز أو الحاسوب أو الألعاب على الجهاز اللوحي (التابليت) أو الرسائل النصية عبر الهاتف. لقد أصبحت وسائل الإعلام اليوم جزءًا بديهيًّا من الحياة اليومية لمعظم أطفالنا. ولا يزال الأطفال حول العالم يمرون باستمرار بتجربة ما مع وسائل الإعلام.

ظهور مجالات بحثية جديدة هو إحدى النتائج الملحوظة لانتشار استخدام وسائل الإعلام. فالحاسب الآلي عمومًا والإنترنت على وجه الخصوص، وكذلك تقنيات الهاتف الجوال في الآونة الأخيرة – قد أصبحت خلال الأعوام القليلة الماضية موضوعًا للبحوث الريادية التي يقوم بها العلماء الذين يدرسون تأثير الإعلام على الأطفال. ولكن يبقى البحث في دور التلفاز في حياة الأطفال في الوقت نفسه مركزيًّا إلى حد كبير في الدراسات العلمية؛ لأنه لا يزال وسيلةً إعلاميةً مسيطرة على الأطفال الصغار حتى في الثقافات التي وصل فيها الحاسب الآلي إلى نسبة انتشار عالية.

وأخيرًا، نستطيع القول إننا قد استمتعنا بترجمتنا لهذا الكتاب وتعلَّمنا الكثيرَ في هذا الميدان، حيث قطعنا طريقًا واسعًا ومعقدًا مرَّ من تقاطع الأطفال والإعلام، وقدَّم لنا هذا الكتاب وجهة نظر شخص انشغل بهذه الرحلة العالمية لفترة طويلة من الزمن، وحلَّل ما تراكم من الأدبيات خلال السنوات الخمسين الماضية للعلماء الذين درسوا موضوع العلاقة بين الأطفال والإعلام، وذلك بنية المساعدة في فهم المشكلات الأساسية في العلاقة بين الإعلام والمجتمع والثقافة، وخدمنا كنقطة انطلاق لرحلتنا الشخصية في هذا الميدان.

د. محمد زيد ملك

عبد الإله الجاسر

إلى

لِيا مارغريت ليميش

وإلى أشقائها وشقيقاتها المستقبليين وأبناء عمها

وإلى والديها اللذين يعطيان معنى لهذا كلِّه

تمهيد
Preface

هل يستطيع كتابٌ واحدٌ أن يغطي مجالًا واسعًا ومعقدًا مثل التداخل ما بين الأطفال والإعلام، وأن يقوم بذلك من منظور عالمي؟ من الواضح أنه لا يستطيع.

إن ما يتطلع إليه هذا الكتاب هو أن يُقدِّم لك تقريرًا من عالِم عن منظر أو خريطة – إنْ أحببت – لتضاريس ميدان الأطفال والإعلام، مُسلطًا الضوءَ على الأماكن المفضَّلة وقمم الجبال والوديان المخفية، وذلك من وجهة نظر شخص انشغل بهذه الرحلة العالمية لفترة طويلة من الزمن. لذا، وبالتعريف، هذا الكتاب ليس شاملًا لجميع نواحي الموضوع، ولا يمكن الاعتماد كليًّا عليه وحده في كتابة مشروعك البحثي أو أطروحتك الخاصة. ولكن، إذا كنتَ تبحث عن خارطة للميدان، فأرجو أن تجد مبتغاك في هذا الكتاب. وإذا كان الأمر كذلك، فإنه سيخدمك ويكون بمثابة نقطة انطلاق لرحلتك الشخصية.

ووفقًا لذلك، فإن هذا الكتاب يُنظِّم ويحلِّل ما تراكم من الأدبيات على مدى السنوات الخمسين الماضية من علماء درسوا موضوع العلاقات بين الأطفال والإعلام، مع رؤية لمساعدة الطلاب والمنتجين الإعلاميين وصنَّاع القرارات والتربويين والآباء على فهم المشكلات الأساسية في العلاقات بين الإعلام والمجتمع والثقافة التي دُرست وينبغي أن تُدرس، ونُوقشت وتمَّ التصدي لها على شكل أبحاث وسياسة عامة وتربية وإنتاج.

إن البنية العامة للكتاب ومحتوياته تتبع إصدارًا سابقًا بعنوان: "الأطفال والتلفاز: نظرة عالمية (٢٠٠٧)"، والذي كان مبنيًّا في الحقيقة – بعد أَخْذ الموافقة – على كتاب دراسي كتبته للجامعة

المفتوحة في إسرائيل بعنوان (التقدُّم في العمر مع التلفاز: الشاشة الصغيرة في حياة الأطفال والشباب في عام ٢٠٠٢ باللُّغة العبرية)، وحدَّثته في عام ٢٠١٣ بعنوان (التقدُّم في العمر مع التلفاز والإنترنت). ولا أزالُ شاكرًا للجامعة المفتوحة في إسرائيل لإذنها السخي بالسماح لي بالتوسُّع في هذا الموضوع الشيق. وعلى كل حال، ينتقل هذا الكتاب إلى ما وراء التركيز على التلفاز، بما في ذلك عملي السابق، ليُقدِّم تحليلًا تكامليًّا أوسع لما نعرفه عن الأبحاث التي أُجريت على مستوى العالم حول العلاقات بين جميع أشكال الإعلام والأطفال كظاهرة عالمية.

التوسُّع في النقاش يعني أكثر بكثير من مجرد "إضافة" جميع أنواع الوسائل الإعلامية إلى التحليل السابق للأطفال والتلفاز. وبالفعل، فإن كثيرًا من افتراضاتنا ومخاوفنا حيال استخدام التلفاز قد انقلبت رأسًا على عقب مع ظهور الإعلام الرقمي. خُذْ – على سبيل المثال – انهماك معظم الخطاب العام بالطبيعة السلبية والعازلة لمشاهدة التلفاز. لقد قادنا النمو السريع لوسائل التواصل الاجتماعي خلال العقد الماضي إلى مناقشة مدى مشاركة الأطفال الفعَّالة في الإنتاج الإعلامي والتواصل الاجتماعي على الإنترنت، وكيف أنها تغير طبيعة التكيف الاجتماعي. لذا، فإن دمج الدراسات الجديدة التي أُجريت في العقد الماضي في هذا المجال الواسع للأطفال والإعلام يتحدانا بأن نعيد النظر في كثير من المفاهيم السابقة حول أدوار التلفاز.

لقد كنتُ أدرسُ موضوعَ الأطفال والإعلام لثلاثين سنة في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا وإسرائيل، وكذلك تأثيراته التكميلية على تطور تعليم القراءة والكتابة في الإعلام. لقد قرأتُ ودرَّست وأجريتُ البحوث وكتبتُ عنها، وقدَّمت أعمالي في كثير من البيئات العلمية وأيضًا المهنية. وأنا أفتخر بكوني في موقع فريد لسدِّ الفجوة بين تقليدين للبحث حول الأطفال والإعلام والمشار إليهما بشكل تقريبي على أنهما: التقليد الأمريكي لعلم النفس التنموي مع تركيز عام على الطفل كفرد ودراسات التأثيرات والمنهجيات الكمية، والتقليد الأوروبي لعلم اجتماع مرحلة الطفولة والدراسات الثقافية مع تركيز عام على المسائل الاجتماعية والثقافية وتطبيق المنهجيات النوعية. يتيح لي تعليمي وخبرتي في هذين التقليدين وضعًا مميزًا لأشارككم دمجي لهذين التقليدين في رؤية أكثر شمولًا لهذا المجال غير محدودة بأحدهما وغير منحازة لأي منهما.

أجلبُ معي إلى عملي هذا كلَّ شيء في حياتي المهنية والشخصية: نظرة عالمية نسوية ومجموعة قيم نسوية. ما أعنيه بهذا هو قلق خاص واهتمام بمسائل المساواة والتنوع، ورؤية نقدية للطبيعة

المركبة للحياة الاجتماعية كلها، وأخلاقيات الرعاية. لقد حثتني النظرة النسوية العالمية في إطار بحثي على إعادة التفكير في التعارضات الثنائية التقليدية المتعلقة بالأطفال والإعلام، مثل: التمييز بين مرحلة الطفولة ومرحلة البلوغ، والفصل بين الحياة العامة والخاصة للأطفال، وردود الفعل المنطقية والعاطفية على الإعلام، والأنشطة المدرسية الرسمية والترفيهية، والبنى الثقافية والنظريات التنموية، واستهلاك وإنتاج المحتوى الإعلامي. وقد اتخذتُ أيضًا بعين الاعتبار بشكل جدي فهمًا للتراتبيات السلطوية التي تميز العلاقات بين الباحثين الكبار والأطفال قيد الدراسة، ومكانتي المتميزة بصفتي امرأة أكاديمية بيضاء متعلمة من الطبقة المتوسطة.

إن أهم ما يتميز به أي عمل نسوي هو الالتزام، ليس فقط بالإسهام في البحث والنظرية الاجتماعية فحسب؛ وإنما الالتزام بأن يكون المرء محفِّزًا لتغيير اجتماعي عميق. وبالفعل، فإن وجهة النظر النسوية غالبًا ما تنتقد علم الاجتماع المعاصر؛ لتفريقه بدلَ توحيده بين العلم والعمل، وتركز بدلًا من ذلك على الإمكانية التحررية للعاملين المشاركين. وبناءً على ذلك، فأنا منخرطة بعمق في: جَعْل المعرفة الأكاديمية متوفرةً للعامة من خلال الجهود المبذولة في تدريب الأساتذة، وتطوير مناهج تعليم القراءة والكتابة الإعلامية، والظهور في الإعلام، وتقديم الاستشارات للمنظمات الأهلية، والمشاركة في التبادلات مع المنتجين. وما ربحتُه من هذه الجهود يشغل مكانًا مهمًّا في الصفحات القادمة.

العمل المنجز هنا كبير وطموح. ولقد قمتُ بمقاربة هذا التحدي مع شكر عميق إلى كثير من الناس الذين ساهموا في تطوُّري وحياتي المهنية على مدى السنين. وفي حين أن هناك أشخاصًا أكثر من أن أحاول تسميتهم فردًا فردًا، إلا أنني مدينة لهم كلهم. هناك قلة يتميزون بكونهم "معالم" مهمة في طريقي الفكري، ويستحقون شكري العميق؛ لذا أودُّ أن أُقدِّم شكريَ الجزيلَ لـكلٍّ من ديفيد بكنكهام (David Buckingham)، ولندا ريني بلوش (Linda Renée Bloch)، وأكيبا كوهن (Akiba Cohen)، ومير ديفيس – مسنجر (Maire Davies-Messenger)، وكرستن دروتنر (Kirsten Drotner)، ونيلي إلياس (Nelly Elias)، وشالوم فيش (Shalom Fisch)، ومايا غوتز (Maya Gotz)، وآمي جوردان (Amy Jordan)، وباربرا كولوكي (Barbara Kolucki)، وسونيا ليفينغستون (Sonia Livingstone)، وريفكا ريباك (Rivka Ribak)، ومايكل ريتش (Michael Rich)، وشافا تدهار

(Chava Tidhar)، وباربرا ولسون (Barbara Wilson)، وباتي فالكنبورغ (Patti Valkenburg). لقد تعلَّمتُ منهم الكثير عن الأطفال والإعلام وكذلك عن تعقيدات الأبحاث العابرة للثقافات. كما أشكرُ كلًّا من أليثا هوستون (Aletha Huston) ومابل رايس (Mabel Rice) والراحل جون رايت (John Wright)، الذين ساعدوني في فهم التقاليد النمائية للطفل، وكذلك إلين وارتيلا (Ellen Wartella) التي بدأت معها على هذا الدرب في دورتي الأولى قبل أكثر من ثلاثة عقود، والتي استمرت في تزويد اهتماماتي بالطاقة منذ ذلك الحين.

أقدِّمُ شكري إلى زملائي وأصدقائي في قسم المنح النسوية التابع للاتحاد الدولي للتواصل (ICA)، وعلى وجه الخصوص إلى كارولين بايريلي (Carolyn Byrely) وسينثيا كارتر (Cynthia Carter) وماريان مايرز (Marian Meyers) ولانا راكو (Lana Rakow) وكارن روس (Karen Ross) وأنغاراد فالديفيا (Angharad Valdivia)؛ لتذكيري باستمرار بمعنى ومسؤولية كوني مواطنةً في هذا العالم، وبقيم عملنا اليومي في محاولة صنع فَرْق فيه.

إنني مدينةٌ كثيرًا لإليزابيث سويز (Elizabeth Swayze) المحرِّر المسؤول في ويلي بلاكويل، التي آمنت بهذا المشروع وبي منذ لقائنا الأول، ولـجوليا كيرك (Julia Kirk) المحرر المسؤول للمشروع، ولفيونا سكرين (Fiona Screen) المحرر المنقِّح وأيضًا لموظفي الإنتاج في ويلي بلاكويل؛ وذلك لتعاونهم المهني والفعَّال والوديِّ. وأشكرُ أيضًا من أعماق قلبي جيم بيغونيو (Jim Bigogno) مدير مكتب عميدنا في كلية وسائل الاتصال العامة والفنون الإعلامية بجامعة إلينوي الجنوبية على مساعدته الإدارية ودعمه الشخصي المستمر طوال العام، وأشكرُ جينيفر سيغلر (Jennifer Sigler) طالبة الدكتوراه الموهوبة والباحثة المساعدة في الدراسات العليا على مساعدتها القيمة. وفي النهاية، أنا مدينةٌ بالشكر لزملائي سن سن ليم (Sun Sun Lim) وريستينا بونتي (Cristina Ponte) والمراجعين المجهولين الكثيرين لتعليقاتهم القيمة ومساهماتهم في مقترح الكتاب ومُسوَّدته النهائية.

أرجو أن يجد هؤلاء الزملاء والأصدقاء شيئًا منهم يرن في الصفحات القادمة.

إلى أطفالي: ليشاي (Leeshai) وناعوم (Noam) وإرغا (Erga) الذين كانوا محظوظين بالاستمتاع باستهلاك وسائل الإعلام في مختلف أنحاء العالم، ولم يفشلوا قط في التحدي والإلهام والسرور، وفاجأوني. أشكرهم على تحفيزهم لبحثي متتبعة نموهم من الرضاعة وحتى البلوغ.

وأخيرًا، أشكرُ بيتر ليمش (Peter Lemish) شريك حياتي المراجع والمحرر لهذا العمل الأكثر انتقادًا، ولكن المحب في الوقت نفسه؛ وذلك للحفاظ عليَّ واقفةً على رؤوس أصابع قدمي فكريًّا وشخصيًّا.

هذا الكتاب فوق أي شيء آخر هو تحسين حياة الأطفال في أنحاء العالم.

المراجع

Lemish, D. (2002). *Growing up with television: The little screen in the lives of children and youth*. Tel-Aviv: The Open University (in Hebrew).

Lemish, D. (2007). *Children and television: A global perspective*. Malden, MA: Blackwell.

Lemish, D. (Ed.). (2013). *Growing up with television and the internet: The screens in the lives of children and youth: A reader.* Tel-Aviv: The Open University of Israel (in Hebrew and English).

الموقع المصاحب على الإنترنت
Companion Website

تفضَّل بزيارة الموقع المصاحب التالي على الإنترنت، من أجل رؤية محتوى إضافي لهذا العنوان:

andmediawww.wiley.com/go/lemish/children

متاح مجانًا

- فيديو تمهيدي بعنوان "قابِل المؤلِّف".
- المصطلحات الأساسية.
- أسئلة من أجل المناقشة والتقييم.
- روابط على الإنترنت.

متاح للمدرسين فقط

- واجبات لكل فصل.
- عينة مناهج للطلاب الجامعيين وطلاب الدراسات العليا والمقررات ذات التوجه الاحترافي.

المقدمة
Introduction

لماذا نحتاج إلى دراسة دور الإعلام في حياة الأطفال؟ ولماذا هذا الاهتمام الخاص بجمهور الأطفال؟ ولماذا أصبح الأطفال والإعلام مسألة دولية؟ دعونا نبدأ رحلتنا المشتركة في الميدان الممتع لدراسة الأطفال والإعلام بالانخراط في التحديات المركزية الثلاثة المتضمَّنة في عنوان هذا الكتاب.

لماذا الإعلام (الآن، أكثر من قبل)؟
Why Media (Now, More than Ever)?

موضوع دراسة علاقات الأطفال مع الإعلام مهم للغاية لأسباب عديدة ومهمة. السبب الأول: يستخدم الأطفالُ بجنسيهم من جميع الأعمار والأجناس والأديان والطبقات والمنتمين إلى كافة المناطق الجغرافية في العالم الإعلامَ بانتظام، ويتمتعون به بشكل هائل، ويتعلمون من وسائل الإعلام عن العالم أكثر من تعلُّمهم من أي وسيلة اجتماعية أخرى. إنها ظاهرة منتشرة ومركزية في حياة الأطفال إلى درجة أنها يجب أن تحظى باهتمام كلِّ مَن هو معنيٌّ بعالم الأطفال أو له اهتمام خاص بهم، كالطلاب والآباء والأمهات والأساتذة والعلماء والسياسيين والمهنيين وصنَّاع القرار والمواطنين المهتمين؛ أي باختصار كلنا.

هناك القليل باستثناء الإعلام مما يمكن أن يدعي بكل ثقة أنه تجربة يشترك فيها معظم الأطفال في العالم اليوم. ومع بداية الألفية الثالثة، فإن تربية الأطفال تتم بأنواع مختلفة من الترتيبات الاجتماعية: الوالدين معًا، أحد الأبوين، أم مطلقة أو أب مطلق، والدين مثليين، والدين جماعيين، أو

بدون الوالدين. إضافةً إلى ذلك، وفيما يتعلق بالطبيعة الوجودية لحياتهم، فيمكننا القول إنه لا يتعلم جميع الأطفال القراءة والكتابة، أو لهذا السبب يذهبون إلى المدرسة. يتكلم الأطفال المئات من اللغات المختلفة، ويأكلون أطعمةً مختلفة، ويلعبون ألعابًا مختلفة، ويلبسون ألبسةً مختلفة. يواجه الأطفال تحدياتٍ مختلفةً تمامًا في حياتهم اليومية، ولديهم أحلام وطموحات مختلفة فيما يتعلق بحياتهم المستقبلية. إلا أنهم كلهم تقريبًا يقضون أوقاتهم مع الإعلام بانتظام.

يعتبر الإعلام – باختصار – أكثر الآليات من ناحية المجانسة والمشاركة التي ينخرط فيها الأطفال في جميع أنحاء العالم، إلى حد أننا قلما نفكر في طفولة خالية من الإعلام. وسواء كان لدى الأطفال جهاز تلفاز أو جهاز حاسوب في غرفة نومهم، أو كانوا يشاركون أسرهم في هذه الأجهزة في غرفة الجلوس، أو كانوا يلعبون ألعاب الكمبيوتر على التابليت (Tablet) وهم في سيارتهم متجهون إلى المدارس، أو يرسلون رسائل نصية من هاتفهم الجوال وهم في الملعب، أو يستخدمون وسائل الإعلام في الفصل أو في المركز الاجتماعي؛ فقد أصبحت وسائل الإعلام اليوم جزءًا بدهيًّا من الحياة اليومية لمعظم أطفالنا. يمكن أن تراهم يشاهدون التلفاز وهم يلعبون على السجادة، أو يرسلون رسائل نصية وهم يتعشون، أو يرسلون البريد الإلكتروني وهم مشغولون في كتابة واجباتهم المدرسية، أو يستمعون إلى الموسيقى وهم يبحثون على الإنترنت، ولكنهم لا يزالون يستخدمون وسائل الإعلام في جميع هذه الحالات. الأطفال حول العالم – وبشكل مستمر – يمرون بتجربة ما مع وسائل الإعلام.

هل هناك من المظاهر الثقافية الأخرى ما له مثل هذا التأثير القوي الذي للإعلام، أو هل وصل إلى مستوى عالمي؟ لا شك أن مفرداتنا قد اتسعت في الآونة الأخيرة بتقديم مصطلح "mediatization" (أي التأثير بالإعلام) لتدل على طبيعة عالمنا المتغيرة، حيث أصبحت وسائل الإعلام والمؤسسات التي تقوم بإدارتها تتدخل في جميع أمور وجوانب حياتنا الشخصية والاجتماعية.

وفي حين أن العلاقات بين الأطفال والإعلام ظاهرة عالمية كونية تجذب انتباه مئات العلماء في جميع أنحاء العالم، إلا أن المراجع البحثية المتزايدة تستمر في التغير مع مواجهتنا عددًا من التحديات المهمة. فعلى سبيل المثال، وكما سبق أن وضَّحنا في هذه المقدمة المختصرة، فإنه لا يمكن

دراسة أي وسيلة إعلامية بمعزل عن غيرها. ولقد أصبح من المعتاد في هذه الأيام أن يُستبدل بمصطلح الحوار عن التلفاز – على سبيل المثال – مصطلح ثقافة الشاشة؛ وذلك لتمييز ميل وسائل الإعلام المختلفة التي تستخدم الشاشة إلى التقارب: الشاشة بما في ذلك توصيلات الكابل والقمر الصناعي، ومسجل الفيديو وألعاب الفيديو، وألعاب الكمبيوتر، والإنترنت، ومسارح الأفلام، والألعاب الإلكترونية اليدوية، والتابليت، وشاشات الهواتف الجوالة. فهذه الوسائل كلها تشترك في سيطرة النظام السمعي البصري الكبيرة في استخدام رموز ومصطلحات متشابهة لنقل كمية هائلة من المحتويات. وبالفعل، فإن حوارنا حول التلفاز مدمج بعمق في جميع الأشكال المذكورة آنفا.

ظهور مجالات بحثية جديدة هو إحدى النتائج الملحوظة لتقارُب وسائل الإعلام. لقد أصبح الحاسب الآلي عمومًا، والإنترنت على وجه الخصوص، وكذلك تقنيات الهاتف الجوال في الآونة الأخيرة، موضعًا للبحوث الريادية التي يجريها العلماء الذين درسوا الأطفال والإعلام في الأعوام القليلة الماضية، متتبعين في ذلك التَسَلّل السريع وانتشار هذه التقنيات في حياة الأطفال حول العالم.

إلا أن البحث في دور التلفاز في حياة الأطفال يبقى في نفس الوقت مركزيًّا إلى حد كبير في الدراسات العلمية؛ وذلك لعدة أسباب أساسية:

أولًا: لا يزال التلفاز وسيلةً إعلامية مسيطرة على الأطفال الصغار حتى في الثقافات التي وصل فيها الحاسب الآلي إلى نسبة انتشار عالية، وذلك سواء كانت مشاهدة التلفاز على الهواء أو من خلال الكابل أو القمر الصناعي أو التحميل من الإنترنت أو عن طريق الأقراص الخاصة أو مشغل أقراص الفيديو الرقمية. لا تزال وسيلة الهاتف الجوال والإنترنت على وجه الخصوص – مع انتشارهما السريع – امتيازًا لأقلية من الأطفال المنتمين إلى الطبقتين الوسطى الميسورة والعليا في المجتمعات ذات الدخل العالي والمنخفض على حد سواء.

ثانيًا: توسَّعت في الوقت نفسه الدراسة العلمية حول الحصول على الكمبيوتر إلى ما وراء التركيز المحدود على تملُّك الجهاز نفسه (أي الطفل الذي عنده الكمبيوتر في البيت أو يستطيع الوصول إليه في مكان عام) إلى طرح أسئلة تتعلق بالوصول المعرفي والتحفيزي (أي مَن لديه المعرفة وعلم اللُّغة والمهارة الضرورية في استخدام الحاسوب للوصول المباشر إلى الكمبيوتر؟ ومَن منهم

يدرك أن الكمبيوتر له صلة بأهدافه الشخصية وفُرصه المستقبلية، ومن ثَمَّ لديه الدافع ليواصل استخدامه للكمبيوتر؟)

ثالثًا: تقدِّم لنا دراسة التلفاز من منظور عالمي أيضًا أساسًا قويًّا، نستطيع من خلاله أن نتوسَّع ونُلقي الضوءَ على المجالات المتطورة لدراسات الإعلام الرقمي.

أخيرًا: نُدرك عن طريق مثال آخر للتغييرات الواردة في مجال بحثنا المتعلق باستخدام الأطفال للتقنيات الناشئة أن معظم تفكيرنا عن استهلاك وسائل الإعلام قد واجه التحدي من خلال الدور النشِط الذي يلعبه الأطفال اليوم في ثقافتهم الترفيهية. وكنتيجة، فإننا نفهم أن هناك حدودًا مبهمة بين الاستهلاك والإنتاج.

دُرِس في القرن الماضي كثير من الأسئلة المماثلة التي يتعين مناقشتها في النص التالي تحت موضوع "مكانة التلفاز في حياة الأطفال"، ولا تزال هذه الأسئلة ذات صلة وقابلة للتطبيق وضرورية بالفعل لتطوير البحث في هذا المجال. ومن باب التوسُّع، يمكن تطبيقها ومقارنتها مع البحوث الجديدة حول تقارب وسائل الإعلام التي أساسها الشاشة، وحول تأثير وسائل الإعلام (mediatization) على مرحلة الطفولة. تقود هذه البحوث إلى نشوء أسس نظرية جديدة كدراسات جديدة تقودنا إلى ميادين جديدة. إن هذا التوتر البنَّاء بين الاستمرار والانقطاع هو أحد أسباب أن موضوع الأطفال والإعلام موضوع حيوي ومثير للتجارب العلمية.

لماذا الأطفال (فقط)؟

Why Children (Only)?

على الرغم من أن الحوار العام يشير إلى أن الأطفال يعيشون حاليًّا في عالمٍ خالٍ مما كان يُدعَى الطفولة في السابق (أي، الإبهام المستمر للثنائيات السابقة بين البلوغ والطفولة، وبين التعلُّم واللعب، وكذلك المجالات الخاصة والعامة)، إلا أن هذا الكتاب يصرُّ على الاستمرار في التعامل مع الأطفال (المحددين بشكل ما اصطناعيًّا بسن ١٨ سنة كحد أعلى) على أنهم يشغلون وقتًا فريدًا في الدورة البشرية، والتي تستحق اهتمامنا الخاص وكذلك أحسن مواردنا واستثمارنا البشري.

علاوة على ذلك، لا يزال علماء الإعلام والأطفال مشغولين في إثراء فهمنا للحاجة إلى مقاربات أكثر دقةً لمفهوم "الطفولة" مثل طبيعتها المبنية اجتماعيًّا، وكذلك إلى الأبعاد المختلفة

المتشعبة المحيطة بها. ولذلك، فإن دراسات اختلافات الجنس والعِرق والثقافة والطبقة تكتسب أهميةً بشكل متزايد، إضافةً إلى تلك المتعلقة بعمر الأطفال. تضيف هذه الدراسات كلها أبعادًا جديدةً لدراسة وفهم الطبيعة المعقدة للعلاقات بين الأطفال والإعلام.

وعلى نحو مماثل، حينما نرسم خريطة الميدان اليوم ونُلخِّص ما فهمناه عن الأطفال والإعلام، نجد أن الطرق الفكرية التي أُعدت لفهم طبيعة ومعنى الطفولة قد أثَّرت بشدة في أنواع الأسئلة البحثية التي طُرحت والطرق التي طبَّقها العلماء الذين حاولوا الإجابة عنها.

وإلى درجة كبيرة، فقد كانت الدراسات عن الأطفال والإعلام التي سيطرت على الميدان حتى نهاية القرن العشرين عن الأطفال. فعلى سبيل المثال، أُجري اختبار لفهم الأطفال لمحتوى برامج التلفاز؛ فقد شاركوا في التجارب التي قاست تأثيرات ألعاب الفيديو عليهم، وأُجريت أيضا مسوحات ميدانية عن كمية ونوع تعرُّضهم للتقنيات الرقمية.

إن الافتراض الفكري لمعظم ما جاء في هذه الأبحاث كان تصوُّر البلوغ كهدف نهائي لنمو الأطفال وكأداة لقياس جميع أداءاتهم. وبناءً على ذلك، تصوير الأطفال كمفتقرين: كانوا غير قادرين على فهم محتوى الإعلام تمامًا كما يفهمه البالغون، ولم يكونوا كذلك محصنين ضد تأثيراته السلبية؛ وعلى عكس البالغين، كانوا سُذجًا ومن السهل إقناعهم بشراء منتجات أو إعطاء معلومات شخصية للغرباء على الإنترنت. إضافةً إلى ذلك، وحسب هذه المقاربة، فقد اعتُبر الأطفال "مشاركين" عديمي الخبرة في الأبحاث، ولديهم صعوبة في تفسير تجاربهم الشخصية وفهمهم للإعلام في حياتهم. وبالتالي، فقد اعتمدت هذه الأبحاث بشكل كبير على البالغين (مقدمي الرعاية والمعلمين والوالدين والباحثين) ليقدموا تقارير عن عالم الأطفال الداخلي وأنماط صنعهم للمعاني واستمتاعهم بوسائل الإعلام.

وحاليًّا، فإن المقاربة المعروفة كدراسات ثقافية وأيضًا كأبحاث موجَّهة اجتماعيًّا تحدت الفرضية بأن الأطفال يجب أن يُنظر إليهم على أنهم في صدد عملية "أن يصبحوا" بالغين تمامًا. وبدلًا من ذلك، فقد اقترحت هذه الأبحاث أن تُعتبر الطفولة شكلًا من أشكال "الكينونة" في حد ذاتها. يلقي هؤلاء العلماءُ بناءً على ذلك الضوءَ على ضرورة إعطاء الأطفال في كل مرحلة من مراحل نموهم فرصةَ الاعتراف بهم كأشخاص لديهم صوت شخصي فريد يستحق أن يُسمَع ويُفهَم

بتعاطف. ومثل هذه الأبحاث يُحفّز لدراسات مع الأطفال وللأطفال مثلما هي عن الأطفال. لقد قاد هذا التحوُّل الفكري والنظري إلى تطبيق نطاق واسع من المنهجيات لدراسة الأطفال والإعلام. فعلى سبيل المثال، وإضافة إلى استخدام المسوحات والتجارب، يضمّن الباحثون دورًا أكثر نشاطًا للأطفال كمشاركين بصوت مستقل، مثل المقابلة المتعمقة وملاحظة المشارك لسلوكياتهم الإعلامية ولعبهم العفوي، وكذلك تحليل أعمالهم الفنية وتقاريرهم المكتوبة.

لماذا على المستوى العالمي؟

(لكن هل هو هكذا؟) Why Global (But Is It?)

يُشكِّل الأطفال والإعلام – كما رأينا في الصفحات السابقة – ظاهرةً عالمية؛ وذلك لأن الإعلام موجود في كل مكان، ومن المستحيل تقريبًا الفصل بين الإعلام ومفاهيم الطفولة المعاصرة. هناك أيضًا عددٌ من الأسباب المرغمة على الزعم بأن الإعلام أصبح ذا شهرة عالمية: أولًا، بدأت في جميع أنحاء العالم نقاشات متشابهة حول دور الإعلام في حياة الأطفال. فمن جهة، نرى تواجد التلفاز وانتشاره منذ أواسط القرن العشرين، ثم تبعه الحاسوب والإنترنت والهواتف الجوالة واندماجها في الحياة في جميع المجتمعات. وقد حصل هذا بطرق شتى مثلما حصل عند انتشار تقنيات أخرى سبقتها (كالكتب والصحف والإذاعة والأفلام). وقد أطلق العلماء على هذه العملية اسم *الحتمية التكنولوجية*، حيث تقرر التقنيات إلى حد بعيد خصائص المجتمع. وبناءً على ذلك، يدعي كتَّاب كثيرون بأن آمالًا عالية وتوقعات كبيرة قد تمَّ التعبير عنها بأن كل وسيلة جديدة من وسائل الإعلام ستثري حياة الأطفال، وتُخصب تخيُّلهم وابتكارهم، وتوسِّع علمهم ومعرفتهم، وتُشجِّع التسامح المتعدّد الثقافات، وتُضيِّق الفجوات الاجتماعية، وتُنشِّط عمليات التنمية وإقامة الديمقراطية. وهناك من جهة أخرى قلق شديد بأن التعرُّض الكثير لوسائل الإعلام قد يخدِّر الحواس، وينمِّي في المشاهدين عنصر عدم الاكتراث تجاه آلام الآخرين، ويُشجِّع السلوك التخريبي، ويقود إلى انْحِطاط القيم الأخلاقية وكبت الثقافات المحلية، ويساهم في القطيعة الاجتماعية.

لقد نُوقش ودُرس الموقف المتناقض من دور التلفاز كوسيلة إعلامية في حياة الأطفال كثيرًا –"كمسيح" من جهة و"كشيطان" من جهة أخرى – في كل ثقافة من الثقافات التي استوعبت هذه

الوسيلة. ولقد شهدنا نفس النقاشات في الأعوام الأخيرة حول انتشار الإنترنت وألعاب الكمبيوتر وكذلك تقنيات الهاتف الجوال. أما الاهتمامات التي تكرر الإفصاح عنها فكانت عن تأثير العنف الإعلامي على الأطفال، والخطر الكامن في تعرُّضهم للصور الجنسية، وتأثير الإعلانات على التكيُّف الاجتماعي تجاه ثقافة المستهلك، وكان هناك مخاوف عامة بخصوص سلبية الأطفال والقطيعة الاجتماعية. لقد مُورِس ضغط عام على الدوائر الحكومية في إطار ما سُمِّي من قِبل العلماء *بالذعر الأخلاقي* من خلال المناقشات والمناظرات في وسائل الإعلام والمنتديات العامة والوالدين والمنشورات المجتمعية والمنتديات، إضافةً إلى شهادات الخبراء المقدَّمة في المرافعات القانونية من قِبل القادة وصانعي القرار الذين يظهرون في البث التلفزيوني.

تخصِّص الدولُ التي تستطيع أن تفعل ذلك الأموالَ العامة لمعاهد البحوث للبحث عن أجوبة أكثر قطعيةً وجامعةً عن هذا السؤال المستمر: "ماذا تفعل وسائل الإعلام لأطفالنا؟".

وثانيًا، يستخدم الأطفال في جميع أنحاء العالم تقنيات مختلفة عندما يكملون واجباتهم المنزلية أو أعمالًا أخرى، وذلك باستماعهم إلى الموسيقى المفضَّلة لديهم من أجهزة الموسيقى التي عندهم. وحينما يحلمون أحلام اليقظة، فإن بإمكانهم أن يتخيلوا أنفسهم في الحب والمغامرة أثناء مشاهدتهم لأفلام بلاك بستر التي تُبثُّ على قنواتهم المحلية أو محملة على أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف الجوالة لديهم. وهم يشجعون فريقَهم الرياضي المفضَّل ولو كان عبر القارات والبحار، ويتابعون أخبار النزاعات المسلحة في عوالم بعيدة عنهم، ويعجبون بنفس المشاهير، ويجمعون ذكرياتهم، ويُعلِّقون صورهم الكبيرة، ويلبسون قمصانهم، ويتبعون حياتهم الشخصية من خلال المجلات ومواقع الإنترنت. إنهم يناقشون تجارب حياتهم اليومية على شبكات التواصل مع الآخرين في عالم بعيد عنهم ومع الجيران في نفس الحي على حد سواء. إنهم يضغطون على زر "الإعجاب" (like)، في أي فيديو من ملايين الفيديوهات الموجودة على اليوتيوب، ويحمِّلون تطبيقًا مشهورًا على هاتفهم الجوال أو جهازهم اللوحي.

أظنُّ أنك لو زرتَ أيَّ دولة من دول العالم اليومَ، فإن بإمكانك أن تُجريَ حوارًا مع الأطفال المحليين، وذلك بسؤالهم عن برامجهم المفضَّلة أو ألعاب الفيديو أو الأفلام أو الأغاني أو الإعلانات التجارية أو مواقع الإنترنت. وحتى وإن كنتَ لا تعرف لغتهم، فإن الإشارات باليد إلى الصور

والدعايات والضغط على الروابط وشاشات اللمس أو فقط ذكر أسماء المشاهير العالمية والبرامج والألعاب المشهورة كفيلة بتحفيز ما يكفي من التعاون. وعلى الأقل، ستكون بعض البرامج أو المحتويات معروفةً لديك من خلال وسائل الإعلام في بلدك أيضًا، أو اطلعتَ عليها في بيت صديق أو في النقل الجماعي أو أثناء انتظارك في طابور.

وكجزء من جمهور دولي، يُوظِّف الأطفال التقنيات التي تؤهِّلهم للوصول إلى محتويات تتخطى الحدود الحسية والثقافية المحلية أو حتى الإقليمية في تجاربهم الإعلامية. وهذا يقودنا إلى أن نسأل: هل يعيش الأطفال اليوم في قرية عالمية كما تصوَّرها مارشال ماك لوهان (Marshall McLuhan)؟ هل بإمكاننا أن نُناقش جدلًا أنهم يعيشون في ثقافة دولية مشتركة تستنبط قيمها من خلال عملية *الماكدونالدية* (McDonaldization) (أي انتشار الثقافة والقيم الأمريكية حول العالم)؟ وإذا كان الأمر كذلك، فهل يرون العالم الاجتماعي بطريقة مشابهة؟ هل هويتهم المحلية على طريق الاندثار؟ هل يطوِّرون نفس الرؤية لأنفسهم كمستهلكين وأفراد ومواطنين في العالم؟

نحن نعرف أن الأطفال يحصلون من خلال التقنيات الدولية على طرح دولي إلى حد كبير مكوَّن من الرسوم المتحركة وكوميديا الموقف والمسلسلات التلفازية الطويلة ومسلسلات الحركة والمغامرات وأفلام على طراز ديزني (Disney) وهوليوود، معظمها أُنتجت في الغرب في ثقافات أمريكية – أوروبية. إضافة إلى ذلك، يرى الأطفال البرامج التي تأتي من شتى أنحاء العالم ويستمتعون بها، مثل: البرامج التلفازية من أمريكا اللاتينية، والمسلسلات اليابانية والكورية للرسوم المتحركة، أو الإنتاج المحلي للمسلسل الأمريكي المسمَّى شارع سمسم (أو افتح يا سمسم في النسخة العربية). وبذلك فإننا نستطيع أن نعرف أن الأطفال في جميع أنحاء العالم، في تحوُّلهم من التركيز على التواصل الدولي إلى التقنيات ومن ثَمَّ إلى المحتويات التي توزع، يجدون تسليتهم من خلال تقنيات تجلب لهم منتجات مشهورة ذات أسلوب ثقافي تأتي في المقام الأول من الولايات المتحدة الأمريكية ومن أجزاء أخرى من العالم أيضًا. وتُنشر هذه المنتجات عن طريق عملية أُعطيت نظريًّا اسم "تأثير البوق" (The Megaphone Effect). وبناءً على هذه الأطروحة، فإن الولايات المتحدة الأمريكية تجمع وتتبنى مؤثرات ثقافية من جميع أنحاء العالم ثم تُكيِّفها وفق "الذوق" الأمريكي، وبعد ذلك

يأتي دور التكتلات الإعلامية الأمريكية التي تقوم بوظيفة البوق من خلال نشرها في الأسواق الأخرى وتحويلها إلى ظاهرة عالمية.

يترافق مع تبني وسيلة إعلامية جديدة في المجتمع، كتقنية في بادئ الأمر، إدخال لنظام قيم واقتصاد سياسي كاملين، يمكن أن يكونا غريبين تمامًا بالنسبة للدولة المستقبِلة. وكظاهرة عالمية، تروج وسائل الإعلام بشكل رئيس لما سُـمِّي قيم الحداثة المتأخرة (late modernity values)، المتجسدة أساسًا في الروح التجارية والعولمة والخَصْخَصَة والفردية. إلا أن وسائل الإعلام كانت في الوقت نفسه من بين إجراءات التدخُّل التي استُخدمت لبناء الأمة والحفاظ على الثقافة والثورات الاجتماعية.

ثالثًا: أصبح ميدان "الإعلام والأطفال" مجالَ اهتمام بحثي عالمي للعلماء، ارتباطه الأساسي بعلم النفس والدراسات الإعلامية وعلم الاجتماع والصحة والتربية. وتتسبب هذه الاختصاصات المُتَنَوِّعة باختلاف كبير في طبيعة الأبحاث؛ على سبيل المثال، في نوع الأسس النظرية المستخدَمة وفي الأسئلة المطروحة وفي مناهج البحث المطبَّقة، وبالتالي في أنواع النتائج المستخرَجة وتأويلاتها.

يُضاف إلى ذلك بهذا الخصوص أن ملاحظة التغييرات في تأثير التخصصات الأكاديمية المنخرطة في دراسة العلاقات التبادلية بين الأطفال والإعلام أمرٌ حاسم لفهم الإثراء المعرفي المنبثق عن هيئة الأبحاث هذه. ويستمر علم النفس الذي هو أبرز المجالات الأكاديمية المطبَّقة في هذا المجال بالتركيز على الطفل كفرد، وأيضًا كمضيف للمسائل ذات الصلة مثل: التعلُّم الاجتماعي من الإعلام، أو تأثيرات الإعلام على السلوك، أو تطور فهم المحتوى الإعلامي، أو استخدامات الأطفال للإعلام والرضا الذي يكتسبونه من سلوكياتهم ذات الصلة.

ومع تراكم الأدبيات من المؤسسات الأوروبية وأمريكا الشمالية بشكل رئيس، اتضح أن استنتاج "التأثير القوي" الذي ذُكر سابقًا والذي يفترض تأثيرًا إعلاميًّا أحادي الاتجاه على الأطفال؛ إنما هو تبسيط مفرط. بيَّنت المقاربات البحثية الأخرى شيئًا افترضه الحس السليم والبيانات السردية منذ أمد بعيد، وهو أن الأطفال ليسوا صفحات خالية سلبية تترك رسائل وسائل الإعلام علاماتها عليها. فالأطفال على النقيض من ذلك مستهلكون حيويون لوسائل الإعلام: يتفاعلون معها ويتفكرون ويخلقون معانيَ. وبقيامهم بذلك، فإنهم يجلبون للإعلام مواجهات مع مضيف

لاستعدادات وقدرات ورغبات وتجارب. يستخدم الأطفال الإعلام في حالات شخصية واجتماعية وثقافية مختلفة تؤثر أيضًا وهي جزء من حديثهم وتفاعلاتهم مع الإعلام.

ومع النمو المطرد للتقنيات الرقمية، أخذت علاقات الأطفال والمراهقين مع الإعلام منعطفًا تفاعليًّا مثيرًا مع تحوُّل جمهور الشباب إلى ما أصبح العلماء يسمونه "المنتخدمين" (المنتجين + المستخدمين) أو "المنتهلكين" (المنتجين + المستهلكين) للإعلام بدل النظر إليهم كمستهلكين فقط. وبذلك أصبح واضحًا أن سؤال "ماذا يفعل الأطفال مع الإعلام؟" و"كيف يتفاعل الإعلام والطفولة لتعريف أحدهما للآخر" هو بنفس أهمية سؤال "كيف تؤثر وسائل الإعلام على الأطفال؟"

إن تأثير هذه العملية يبقى ذا أهمية؛ لأنه نتج عن ذلك ما يشير إليه العلماء بـتحول الأنموذج (paradigm shift). أحد أمثلة غنى هذا التأثير هو أنه زاد الحاجة إلى الأبحاث العابرة للثقافات. ومن الواضح أن الأبحاث المقارِنة لهذه الظاهرة العالمية تلقي الضوءَ على كثير من الأسئلة في صميم أجندة البحث الناشئ باستمرار في هذا الميدان: هل يؤثر العنف في الإعلام بطريقة مختلفة على الأطفال إذا كانوا يعيشون في مركز مدني عنيف بالمقارنة مع الأطفال الذين يعيشون في قرية هادئة منعزلة؟ وهل يخاف الأطفال الذين ينمون وسط النزاعات المسلحة أكثر من التغطية الإخبارية للحروب بالمقارنة مع الأطفال الذين تُعتبر الحرب بالنسبة لهم مفهومًا خياليًّا؟ وهل يتفاعل الأطفال بشكل مختلف مع الممثلين والممثلات الذين هم من أصل أوروبي والذين يظهرون أفلامهم وبرامجهم المفضَّلة إذا كان هؤلاء الأطفال يعيشون في مجتمع أوروبي شمال أمريكي بمعظمه، وذلك بالمقارنة مع الأطفال الأفريقيين أو الأمريكيين اللاتينيين أو الآسيويين؟ وماذا عن الاستهلاكية؟ هل يفسِّر الأطفال الذين ينمون في ثقافات استهلاكية غنية وسط وفرة من المنتجات يختارون منها ما يريدون الإعلانات بطريقة مختلفة عن أولئك الذين لا يملكون أي موارد مالية أو لديهم أموال شخصية محدودة؟ لقد أصبح البحث في هذه الأسئلة المتعلقة بالأطفال والإعلام مسعى عالميًّا للباحثين؛ لأنه لا يمكن لأي هيئة علمية واحدة مبنية على دراسات سياقية في ثقافة واحدة مهما كانت غنية ومتشعبة أن تُقدِّم لنا الصورة المتعمقة والمتعددة الأوجه الضرورية لفهم مثل هذه الظاهرة في تجليها العالمي الكامل.

وأخيرًا، وبمصطلحات الاستثمار، فإن الأطفال والإعلام يمثلان تجارة عالمية بحصص وقيمة هائلتين. بالنسبة لشركات الترفيه الضخمة، فإن الأطفال أولاً وقبل كل شيء مستهلكون

حاليون أكثر منهم مواطنين مستقبليين. ومن وجهة النظر هذه، فإن الطفولة ليست مرحلة متميزة في دورة الحياة ينبغي إيلاؤها الانتباه والتعاطف والمسؤولية. إنها على العكس من ذلك، فرصة سوق متميزة. تُشبك أجهزة التلفاز مع الكابل و/ أو صحن القمر الصناعي، وتستقبل البرامج التي تغذيها شركات تجارية عالمية ضخمة من خلال عشرات القنوات، والمعركة على جودة القنوات المحلية معركة على جودة قطرة واحدة في المحيط. ولذلك، فإنه لا يمكن القيام بأي محاولة بشكل منعزل للتطوير أو التأثير من أجل التغيير في محتويات البرامج التلفازية للأطفال، أو تطوير المبادئ التوجيهية الإستراتيجية لمواقع الإنترنت أو ألعاب الفيديو المطورة خصيصًا لهم، أو تقييد الإعلانات والتسويق المقدَّم للأطفال، أو تَدْعِيم مهارات القراءة والكتابة في الأنظمة التعليمية من خلال الإعلام. فالاهتمام بجودة العلاقة بين الأطفال والإعلام هو مسألة عالمية، والجهود التعاونية العالمية فقط هي ما يصنع فرقًا جوهريًّا مستدامًا على الأرجح.

نبذة عن هذا الكتاب
About this Book

تبدأ الرحلة الفكرية المعروضة عليك أيها القارئ في هذا الكتاب من المكان المألوف لتجربة مشاهدة الأطفال للتلفاز، وهذا المكان هو بالطبع بيتهم.

يدرس الفصل الأول "الأطفال والإعلام في البيت" التغييرات في دور الإعلام في حياة الأسر على مستوى العالم، وعلى وجه الخصوص المكانة التي حصلت عليها وسائل الإعلام في ترفيه الأطفال. يتناول النقاش مسائل، مثل: ما مدى اندماج الإعلام في الحياة اليومية للأطفال، وما الأدوار المختلفة التي يلعبها الوالدان والأخوة في التدخُّل في عادات استهلاك الإعلام؛ على سبيل المثال: في تحديد الوقت المكرَّس لوسائل الإعلام، وأيضًا نوع المحتويات التي يستهلكها الأطفال، وكذلك الرسائل التي يتم إيصالها، ودمج الإعلام في المحادثات الأسرية.

وكما تختلف أنواع الأسر والسياقات الاجتماعية التي يتربى فيها الأطفال اختلافًا شديدًا، كذلك هي شخصياتهم الفردية ومهاراتهم المعرفية وتجاربهم الحياتية. ولذلك، فإننا سنستكشف في الفصل الثاني "الإعلام ونمو الفرد" أهمية هذه الاختلافات الفردية لفهم استعمالات الأطفال للإعلام؛ وذلك بطرح بعض الأسئلة مثل: ماذا نستطيع أن نتعلم من الأدبيات عن الأبعاد المختلفة

لنمو الأطفال وارتباطهم باستهلاك الإعلام؟ على سبيل المثال: كيف تطوَّر انتباه الأطفال وفهمهم للإعلام؟ ما الأدوار التي تلعبها السمات الشكلية للنصوص السمعية البصرية في هذه العمليات؟ كيف يتعلَّم الأطفال التمييز بين الأبعاد الحقيقية والخيالية للمحتوى الإعلامي؟ كيف يتدرَّج تطوُّر التعرُّف على الأسلوب واستيعاب القصص والشخصيات والمسائل الأخلاقية؟ ما أشكال تماهي الأطفال مع شخصيات الإعلام؟ ما أنواع الاستجابات العاطفية للمحتوى الإعلامي التي يبديها الأطفال؟ إضافةً إلى ذلك، سنُفكر مليًّا في مسألة مدى قابلية ما نعرفه من الأبحاث للتعميم على الأطفال كمجموعة متجانسة عبر الثقافات والمجموعات العمرية، في مقابل مدى تغيير علاقاتهم مع الإعلام حينما يكبرون ضمن سياقات خاصة.

لقد أدركت المؤسسات والأنظمة التعليمية حول العالم إمكانيات الإعلام بالنسبة للتعلُّم الرسمي وغير الرسمي، وعلى وجه الخصوص بالنسبة لأولئك الأقل حظًّا. يتحدى التعليم المتلفز والإعلام التربوي كثيرًا من افتراضاتنا التقليدية بخصوص أصول التدريس الصحيحة. وفي هذا الخصوص، سيتضمن الفصل الثالث "التعلُّم من خلال الإعلام وتعلُّم القراءة والكتابة" نقاشًا حول العلاقة بين الإعلام وأشكال التعلُّم المختلفة. سنخوض عند قيامنا بذلك في أسئلة مثل: ما العلاقات البينية بين مشاهدة التلفاز والأداء في المدرسة وتعلُّم القراءة والكتابة؟ وهل لمشاهدة التلفاز علاقة باكتساب اللُّغة – اللُّغة الثانية أيضًا؟ حالات مشهورة مثل الأبحاث التي أُجريت على برنامج "شارع السمسم" (النسخة العربية منه معروفة باسم "افتح يا سمسم") هي إحدى نقاط التركيز للتحليلات المشتركة. يحتوي هذا الفصل أيضًا على نقاش حول دمج وسائل الإعلام الجديدة – على وجه الخصوص الإنترنت – في التدريس ودور الثقافة الرقمية، بما في ذلك الألعاب في التعلُّم والمهارات المعرفية وتعلُّم القراءة والكتابة.

سنكون مع الفهم المكتسب من الفصول الثلاثة الأولى جاهزين في الفصل الرابع "الإعلام والسلوك المتعلق بالصحة" لمعالجة القضية التي أُثير حولها جدلٌ كبير، وهي التأثير السلوكي للإعلام على الأطفال. وبناءً على فرع أدبيات البحث الذي يعتبر الأطفال جمهورًا خاصًّا بسبب قابليتهم للتأثر، سيكون هناك اهتمامٌ خاصٌّ بالتقاليد البحثية والفرضيات الساعية لتوضيح آثار العنف الإعلامي على المديين القصير والطويل. وسيتبع تأثير الإعلانات الإعلامية على السلوك

الاستهلاكي وعلى التفاعلات الأسرية والسعادة العاطفية أَخْذ الأبحاث عن دور الإعلام في ترويج السلوك غير الصحي (مثل: التدخين وشرب الكحول، إضافة إلى التأثيرات على السمنة واضطرابات الأكل) في الاعتبار. سيتناول هذا الفصلُ – علاوة على ذلك – الجدالَ الدائر حول تأثير الإعلام على السلوك الجنسي للمراهقين، وسيناقش كذلك المواد الإباحية.

يخوض الفصل الرابع بشكل أساسي في الدراسات حول تأثيرات الإعلام الأكثر سلبيةً على الأطفال، وسنُذكِّر أنفسَنا بأنه يمكن تطبيق نفس الآليات التي تفسر تأثيرات الإعلام السلبية على الترويج لسلوكيات اجتماعية إيجابية. وفي النهاية، عند مراجعة المجال الكامل للمبادرات التربوية، سنهتم بأسئلة منهجية مهمة أخرى، مثل: ما مدى صحة المنهجيات المستخدمة بشكل شائع في دراسة هذه التأثيرات؟ وما مدى أهمية هذا المجال الكامل من الأسئلة للمجتمعات الأنجلو أوروبية؟ وما موضوعات الدراسة التي أهملناها؟

لا تُشكِّل دراسة التأثيرات السلوكية للإعلام إلا جزءًا من الحكاية، إذ هناك أسئلة كثيرة مطروحة في مجالنا تتعلق بتأثير الإعلام على تشكُّل هوية الأطفال وتطويرهم لنظرتهم للعالم ولقيمهم وأفكارهم النمطية. ووفقًا لذلك، يركز الفصل الخامس "الإعلام وإدراك الذات والمجتمع" على دور الإعلام في تنمية إدراك الذات والآخرين. سنسأل أنفسَنا: كيف يسهم الإعلام في بناء الهويّات الجنسية والجنس والصور الجسمية وكذلك التنشئة الاجتماعية لأدوار الجنس؟ هل يتبنى الإعلام مفهومًا عن العالم كمكان حقير وخطير للعيش فيه؟ وما دور الإعلام في تعليمنا عن "الآخرين"؟ (كلنا لديه "آخرون" مختلفون اعتمادًا على مَن نحن)، سواء كانوا أقلية عرقية في مجتمعنا أو أفرادًا لديهم إعاقات جسدية أو ذهنية أو أشخاصًا طاعنين في السن... إلخ. ما المكانة التي يحتلها الإعلام للأطفال المشردين والمهجَّرين في تَسْهِيل عملية دَمْجهم في دولهم المضيفة؟ هل يلعب الإعلام دورًا في مساعدة الأطفال في "اعرف العدو" أو في تنشئتهم اجتماعيًّا في العالم السياسي وجَعْلهم مواطنين منخرطين؟ هل يسهم الإعلام في تشكيل ثقافة شبابية عالمية تجتاز الحدودَ الثقافية والجغرافية؟

الفصل السادس "الإعلام والنشاط الاجتماعي والمشاركة" مُكرَّس لمجال بحثي جديد نسبيًّا، لكنه يبدو الآن أنه متغير بسرعة وجاذب للغاية؛ إنه مجال البحث في الجوانب الاجتماعية لاستخدام الأطفال الحالي للإعلام. سنناقش شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية

بين الأطفال والشباب عبر الإنترنت ومن دونها. وفي حين أن تحمُّل المخاطر جزء من عملية النمو بما في ذلك في العوالم الافتراضية، إلا أن هناك الآن أشكالًا عديدة أكثر خطورةً لتحمُّل المخاطر تشمل استخدام الإعلام، مثل التنمر السيبراني وإرسال محتوى جنسي. وكمقابل نقيض لذلك، سنجعل لنقاشاتنا علاقة بدراسات أخرى ركزت على أنواع مختلفة من المشاركة الإبداعية على الإنترنت، بما في ذلك المشاركة المدنية والنشاط المدني. يلخص الفصل السادس بذلك ما نعرفه اليومَ عن مشاركة الشباب على الإنترنت.

يناقش الفصل السابع تطبيق جميع ما ذُكِر أعلاه في ميدان "تعليم القراءة والكتابة من خلال الإعلام". سيتم تلخيص مبررات تضمين مثل هذا النوع من التعليم الآن أكثر من أي وقت مضى وكذلك النقاشات المحيطة به، وستفيد كأساس لتقديم نماذج مختلفة من التعليم عبر الإعلام مُستخدَمة حول العالم، وأيضًا لمناقشة الجوانب التطبيقية العديدة المتعلقة بتطوير المناهج وأصول التدريس وتقييم الفعالية. وسيتم إبراز عدم الكفاية المستمر في الأبحاث التي تُقيِّم فعالية تعليم القراءة والكتابة عبر الإعلام على المدى الطويل على وجه الخصوص.

يدرس الفصل الثامن "الإعلام والسياسة والمناصرة" مجموعةً من التدخلات في جميع أنحاء العالم بالنيابة عن الأطفال والإعلام في حياتهم. سنراجع تطوُّر سياسة الإعلام واللوائح حول العالم، خصوصًا المتعلقة بالمخاوف التاريخية من المسائل المتعلقة بالتلفاز، مثل: ساعات البث والمحتوى غير المناسب للأطفال، وممارسات الدعاية وعرض الأطفال على الشاشة ورعاية البرامج النوعية. سنستكشف بعد ذلك النقاش النابض بالحياة حول محاولات تنظيم الإنترنت ومراقبة استخدام الأطفال، وننظر في الأدوات التكنولوجية لتقييد الوصول. سنقوم بمراجعة أشكال مختلفة للفاعلية العامة وجهود المناصرة لتحسين إعلام الأطفال وتعزيز التعاون الدولي. تلقي هذه المحاولات الضوءَ على قيمة التعاون بين العوالم الأكاديمية والأنشطة، كل منهما بهيئاتهما المعرفية وخبرتهما المكرَّسة لتحسين حياة الأطفال في جميع أنحاء العالم.

يجمع الفصل الختامي للكتاب "النمو مع الإعلام" في طياته المواضيع الرئيسة المنسوجة على طول الكتاب، ليُقدِّم نظرةً عامة على المجال. وفي خضمِّ هذه العملية، يشرك الفصل دراسة الأطفال والإعلام في مناقشة الطبيعة المتغيرة للطفولات.

وعلى نحو لا يمكن إنكاره، ترسم هذه الفصول خريطة لمجال الإعلام والأطفال حسب مقاربة واحدة فقط من المقاربات الكثيرة الممكنة. كان بإمكاننا – على سبيل المثال – أن نتخذ قرارًا بالتركيز على موضوعات جوهرية مركزية عديدة (مثل: العنف، والإعلانات، والخيال، والأخبار) ونناقش كل واحد منها من زوايا مختلفة. أو كان بإمكاننا أن نتبع المجموعات العمرية كلًّا على حدة (الأطفال الرُّضَّع وأطفال الحضانة وأطفال المدرسة الابتدائية والمدرسة المتوسطة على سبيل المثال). وأخيرًا، كان بإمكاننا أن ندرس كلَّ وسيلة إعلامية على حدة. وبهذا نقر أن ما قُدِّم هنا ليس إلا طريقة واحدة لترتيب الكمِّ الهائل من المعرفة المتراكمة المتاحة.

وبالفعل، كان سيتوجب على أي مقاربة متبناة أن تعترف بأن المجالات والمشكلات متداخلة بعمق، ولا يمكن مناقشتها بشكل مستقل واحدة عن الأخرى. وبعد كل هذا، الأطفال بشر كاملون وفي حاجة إلى أن يُنظَر إليهم على أساس كونهم كذلك. وبالتالي، فإن نموهم المعرفي وتعلُّمهم لا يتطور أو يعمل بشكل مستقل عن سياقهم الاجتماعي أو سلوكهم ونظرتهم إلى العالم. ولذلك، فإن الكتاب يُقسِّم هذا المجال تقسيمًا مصطنعًا ليسهل على القارئ معرفة ودراسة هذا المجال الشيق للدراسة.

ستلاحظ أن النقاش حول وسائل الإعلام المختلفة يهيمن على فصول مختلفة؛ على سبيل المثال: النقاش الشامل حول دمج التلفاز في الأسرة في الفصل الأول، والنقاش حول الإنترنت والنشاط الاجتماعي في الفصل السادس. لا يرجع عدم التوازن هذا فقط إلى الفرص الفريدة التي تجعلها كل وسيلة إعلامية أولوية، بل إلى توفُّر البحوث المتاحة أيضًا. وفي حين أن لدينا ٦٠ سنة من الأبحاث المتراكمة حول التلفاز والأطفال، فإن النشاط البحثي حول الإنترنت والهاتف الجوال لم يبدأ إلا قبل عقدين من الزمن. لذا، فإن طبعة جديدة من هذا الكتاب ستصدر في المستقبل القريب قد تُقدِّم لنا شكلًا مختلفًا ونتائج مختلفة.

وعلى العموم ، يمكن أن أقول إنني حاولتُ أن أتناول المسائل من وجهات نظر نظرية ومنهجية مختلفة ما أمكن، مستندةً إلى دراسات أُجريت من قبل علماء في جميع أنحاء العالم. وهذا ليس عملًا سهلًا، إذ إن معظم الأعمال لا يمكن للمتكلمين باللُّغة الإنجليزية وأنا واحدة منهم الوصول إليه. وأعترفُ بعد هذا الإقرار أن معظم العمل المهم الذي نُشر في وسائل الإعلام المهنية والأكاديمية في اللُّغات الإسبانية والبرتغالية والفرنسية والألمانية والصينية واليابانية والعربية

واللُّغات الأخرى غير متاح لنا؛ لأن لغتنا البحثية هي الإنجليزية. وعمومًا، فإن هذا المجال يعاني من قلة التبادُل المعرفي بين هذه الجيوب الأكاديمية المنعزلة. وأحد أهدافي المهنية الأساسية – بصفتي باحثة ومحررة مؤسسة *لمجلة الأطفال والإعلام* – أن أبدأ مثل هذا الحوار الفكري. وأنا أعترفُ – مع الأسف – أن "المنظور العالمي" لا يزال حتى الآن وإلى حد كبير إنجليزيًّا؛ لأنه يعتمد في جُلِّه تقريبًا على الأبحاث المنشورة في اللُّغة الإنجليزية.

أخيرًا، وفيما يتعلق بتجربة القراءة، فقد استخدمتُ "ضربات الريشة العريضة" في كتابة هذا الكتاب، مما يعطي "المنظور العالمي" معنى إضافيًّا يحمل معنى النظرة العامة. وكنتيجة لذلك، فإن تفاصيل معينة للدراسات البحثية لم يتم تضمينها؛ وذلك من أجل الحصول على نظرة تكاملية شاملة أكثر، وأيضًا للحفاظ على الاستمرار في جريان النقاش. ووفقًا لذلك، فإن المراجع الببليوغرافية غالبًا ما يُشار إليها مجتمعةً في نهاية نقاش لكلِّ موضوع، وتظهر كحاشية. هذه الحواشي، وفيما وراء وظيفتها من إعطاء الاعتماد المناسب للمؤلِّفين الذين اعتمدت على بحوثهم والذين نُوقشت أفكارهم ومعرفتهم في هذا الكتاب، تفيد بالدرجة الأولى في الإشارة إلى الاتجاهات لقراءات إضافية.

أنت مدعو بقراءتك لهذا الكتاب إلى استكشاف هذا المجال على مستويات مختلفة باختيارك المجالات التي تلبي حاجاتك بأحسن ما يمكن. قد تختار قراءة النص لوحده بأسلوبه السردي. وقد ترغب في أن تُوسِّع معرفتك وفهمك بالرجوع إلى القراءات المقترحة الغنية بالمعلومات في نهاية الكتاب. وفي كلتا الحالتين أتمنى أن تتحمَّس بشأن هذا المجال مثل تحمُّسي.

الملاحظات

Notes

1. Drotner, 1992.
2. Ritzer, 2013.
3. Bloch & Lemish, 2003.

المراجع

References

Bloch, L.R. & Lemish, D. (2003). The Megaphone Effect: International culture via the US of A. Communication Yearbook, 27, 159-190. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Drotner, K. (1992). Modernity and media panics. In M. Skovmand & K.C. Schroder (Eds.), Media Cultures: Reappraising transnational media (pp. 42-62). London: Routledge.

Ritzer, G. (2013). The McDonalization of society: 20th anniversary edition. Los Angeles: Sage.

المحتويات باختصار

التمهيد ..... ط
الموقع المصاحب على الإنترنت ..... س
المقدمة ..... ف
الفصل الأول: الأطفال والإعلام في البيت ١
الفصل الثاني: وسائل الإعلام ونمو الفرد ٣٧
الفصل الثالث: الإعلام والتعلُّم وتعلُّم القراءة والكتابة ٨٣
الفصل الرابع: الإعلام والسلوكيات ذات الصلة بالصحة ١١٩
الفصل الخامس: الإعلام وإدراك الذات والمجتمع ١٦٩
الفصل السادس: الإعلام والنشاط الاجتماعي والمشاركة ٢٢٥
الفصل السابع: تعليم القراءة والكتابة الإعلامي ٢٥١
الفصل الثامن: السياسة والتأييد ٢٦٩
الاستنتاجات: النمو مع وسائل الإعلام ٣٠٣
المراجع ٣١٥
ثبت المصطلحات ٣٤٧
أولًا: عربي - إنجليزي ٣٤٧
ثانيًا: إنجليزي – عربي ٣٥٨
كشاف الموضوعات ٣٦٩

المحتويات
Contents

تمهيد ..... **ط**

الموقع المصاحب على الإنترنت ..... **س**

المقدمة ..... **ف**

لماذا الإعلام (الآن، أكثر من قبل)؟ ..... ف

لماذا الأطفال (فقط)؟ ..... ر

لماذا على المستوى العالمي؟ (لكن هل هو هكذا؟) ..... ت

نبذة عن هذا الكتاب ..... غ

الفصل الأول: الأطفال والإعلام في البيت

دور السياق ٢

انتشار وسائل الإعلام في الأسرة ٧

دور الإعلام في نسيج حياة الأسرة ٩

استخدامات التلفاز الاجتماعية ١١

أساليب الأبوة والوساطة ١٥

الحوارات حول الإعلام ١٩

التلفاز ككتاب متكلم ٢٣

الحوارات مع الأشقاء والأقران ٢٦
الوساطة في تفاعلات الخوف ٢٨
ملاحظات ختامية ٣٠

الفصل الثاني: وسائل الإعلام ونمو الفرد

نظريات النمو ٤٢
الانتباه إلى محتوى الشاشة وفهمه ٤٨
تطوُّر الانتباه إلى المحتوى السمعي البصري ٤٩
العلاقة بين الانتباه إلى التلفاز والفهم ٥٠
تطوُّر أولويات المشاهدة ٥٢
تطوُّر التمييز بين الخيال والواقع ٥٥
تطوُّر تمييز النوع ٥٧
أهمية التمييز بين خيال الشاشة والواقع ٦٠
تطوُّر فهم الشخصيات التلفازية ٦١
تطوُّر إصدار الحكم الأخلاقي ٦٣
التماهي مع شخصيات الإعلام ٦٥
ردود فعل الخوف لدى الأطفال ٦٨
التلفاز والخيال والإبداع ٧١
تأملات مفاهيمية ومنهجية ٧٤

الفصل الثالث: الإعلام والتعلُّم وتعلُّم القراءة والكتابة

الإعلام والمدرسة – نظامان تعليميان ٨٤
مشاهدة التلفاز والأداء الدراسي ٩٠
اللُّغة السمعية والبصرية والمهارات المعرفية ٩٤

التطوير لمهارات مشاهدة خاصة ٩٦
التعلُّم من التلفاز التعليمي..... ٩٩
التعلُّم وتعلُّم القراءة والكتابة في الإعلام الجديد ١٠٤
اللعب والتعلُّم ١٠٦
التلفاز واكتساب اللُّغة..... ١٠٧
اكتساب اللُّغة الأم ١٠٨
اكتساب لغة ثانية..... ١١١
ملاحظات ختامية ١١٣

الفصل الرابع: الإعلام والسلوكيات المتعلقة بالصحة

الإعلام والسلوكيات العنيفة ١٢٢
تعلُّم السلوكيات العنيفة..... ١٢٥
الآثار التراكمية لعنف الإعلام..... ١٢٦
المتغيرات المتدخِّلة..... ١٣١
الإعلام والجنس والحياة الجنسية ١٣٥
نوع الجنس والتوقعات الاجتماعية ١٣٨
المواد الإباحية وحياة المراهقين الجنسية ١٤٢
الإعلام والدعاية ١٤٤
الدعاية للأطفال ١٤٦
الرفاه الاجتماعي والعاطفي والدعاية ١٤٨
هل تقوم الدعاية بعملها؟ ١٤٩
الإعلام والكحول والتدخين ١٥١
الإعلام والسمنة واضطرابات الأكل..... ١٥٣
شكل الجسم واضطرابات الأكل..... ١٥٥

وسائل الإعلام والسلوك الاجتماعي الإيجابي ١٥٨
ملاحظات ختامية ١٦٣

الفصل الخامس: الإعلام والتصوُّرات عن الذات والمجتمع

الإعلام ونوع الجنس ١٧٢
بناء أدوار نوع الجنس ١٧٤
بناء هوية نوع الجنس ١٧٨
هويات المثليين ١٨٣
البناء الاجتماعي للواقع ١٨٦
العنف وفرضية العالم اللئيم ١٨٦
النظرية المادية ١٨٨
تصوُّرات "نحن" بالمقارنة مع "الآخرين" ١٨٩
الاندماج الثقافي للأطفال المهاجرين ١٩٣
بناء الواقع السياسي ١٩٦
بناء الصراعات ٢٠٠
التدخلات البنَّاءة للسلام ٢٠٢
أنواع التعليم الترفيهي ٢٠٥
الأمركة والعولمة ٢٠٧
ما هي "أمريكا"؟ ٢١١
ملاحظات ختامية ٢١٤

الفصل السادس: الإعلام والنشاط الاجتماعي والمشاركة

الشبكات الاجتماعية ٢٢٧
مقارنة بين العلاقات على الإنترنت وخارجها ٢٢٩

الهويات المهمشة ٢٣٢
المخاطر والضرر ٢٣٤
التنمُّر السيبراني ٢٣٦
الإنتاج والمشاركة المنظمان ٢٣٨
المشاركة والنشاط المدنيان ٢٤١
ملاحظات ختامية ٢٤٥

الفصل السابع: تعليم القراءة والكتابة الإعلامية

المناظرات المركزية في تعليم القراءة والكتابة الإعلامية ٢٥٥
تعليم القراءة والكتابة الإعلامية حول العالم ٢٥٧
الجوانب العملية لتعليم القراءة والكتابة الإعلامية ٢٦١
المنهاج ٢٦١
التدريس ٢٦٢
التقييم ٢٦٣
تقييم تعليم القراءة والكتابة الإعلامية ٢٦٣

الفصل الثامن: السياسة والتأييد

معايير للإعلام النوعي ٢٧٠
سياسة البث للأطفال ٢٧٣
قضايا سياسية متعلقة بالمحتوى ٢٧٤
سياسة المحتوى العنيف والصريح جنسيًّا ٢٧٧
سياسة الإعلانات التلفازية ٢٧٩
اتفاقية البث التلفازي للأطفال والشباب ٢٨٢
قضايا السياسة المتعلقة بالإنترنت ٢٨٢

التدخلات نيابة عن الأطفال ٢٩٠
ملاحظات ختامية ٢٩٧
الاستنتاجات: النمو مع الإعلام ٣٠٣
الطبيعة المتغيرة للطفولة ٣٠٥
انخراط الأبحاث في النقاش ٣٠٨
ليس جيدًا أو سيئًا ٣١٠
المراجع **٣١٥**
ثبت المصطلحات **٣٤٧**
أولاً: عربي – إنجليزي ٣٤٧
ثانيًا: إنجليزي – عربي ٣٥٨
كشاف الموضوعات **٣٦٩**