

عادات وأنماط تعرض الطفل الإماراتي والأمريكي لبرامج التلفزيون

فوزية عبدالله العلي

مدرسة بقسم الاتصال الجماهيري ، كلية العلوم الإنسانية -
جامعة الإمارات العربية المتحدة .

الملخص

يهدف هذا البحث إلى تعرف واقع اهتمام برامج التلفزيون بالطفل في دولة الإمارات ومدينة ملواكي في الولايات المتحدة كما تهدف إلى دراسة اتجاهات الطفل الإماراتي والأمريكي نحو برامج التلفزيون . ولتحقيق هذه الغاية قامت الباحثة بطرح عدد من التساؤلات على عينات من الأطفال وتجميع الإجابات وتحليلها إحصائياً واستنباط أهم المؤشرات والنتائج منها . وقد شملت التساؤلات ما يتعلق بدورية برامج التلفزيون وعادات المشاهدة وما يختص بالمصادر الإعلامية الأخرى .

وانتهت الدراسة إلى عدد من النتائج والاقتراحات ذات الأهمية في مجال علاج الطفل الإماراتي ببرامج التلفزيون .

مقدمة

تعد مرحلة الطفولة من أهم المراحل في حياة الإنسان ، ففيها يتم تكوين ملامح شخصية الفرد وإعداده للمستقبل ؛ حيث تتشكل العادات والاتجاهات ، وتنمو الميول والاستعدادات ، ويتحدد مسار نموه الجسمي والعقلي والاجتماعي والنفسي والوجداني .

ولا يعتمد الطفل على نفسه فيما يكتسبه من معارف وعادات وميول بقدر ما يعتمد على المدرسة والأسرة ووسائل الإعلام ، وفي مقدمتها التلفزيون بوصفه أهم مصادر تكوين شخصية الطفل .

ويؤدي التلفزيون دوراً لا يستهان به في مجال التنشئة الاجتماعية لتعدد برامجها واتساع مدى اهتمامه وتوجهه للطفل .

هناك تساؤل مهم يفرض نفسه على واقع الدراسة : ما مدى اهتمام برامج التلفزيون بتنمية الطفل الإماراتي والأمريكي ، وما مدى اهتمام هذا الطفل بالبرامج التلفزيونية؟ إنها علاقة مزدوجة تتصل بالطفل من ناحية ، وبرامج التلفزيون من ناحية أخرى ، مع وجود نقص كبير في مثل هذا النوع من الدراسات .

وقد يواجه الطفل خاصة في المجتمعات التي تمر بفترات تغير فجائي ؛ مرحلة يعاني فيها ذلك التعارض بين ما يلقيه داخل الأسرة ويعرض على أنه من الأشياء المسلم بها من جانب ، وما يتضمنه المنهج الدراسي وما يبثه التلفزيون من برامج من جانب آخر ، ويؤدي هذا الخلط والتباين في الأدوار إلى اختلال سلبي في استجابات الأطفال للتنشئة الاجتماعية ؛ ومن ثم يؤدي ذلك غالباً إلى حدوث خلل في عملية التنشئة الاجتماعية ، لذلك كان تُعرف مدى اهتمامات الطفل ببرامج التلفزيون من الأمور المهمة التي تساعد على الاستفادة من هذه الدراسة في الاهتمام بالبرامج التي تقدم للطفل ؛ مستغلين في ذلك تأثيره ببرامج التلفزيون أو ببعضها ، حتى يمكن ضبط منظومة العلاقة بين الطفل وبرامج التلفزيون ، إسهاماً في توازن عملية التنشئة الاجتماعية من أجل مستقبل أفضل

لهذا الجليل . ولقد اختيرت مدينة (ملواكي Milwaukee) الأمريكية للمقارنة ، وذلك بسبب تقدم برامج الأطفال فيها من ناحية ، ونتيجة لإقامة الباحثة في تلك المنطقة (ملواكي) ، وللملاحظة العلمية التي قامت بها على برامج الأطفال في محطات التلفزيون في (ملواكي) .

تحديد المشكلة البحثية

أولاً : لعل الهدف الأساسي لهذا البحث هو تعرفُ واقع اهتمام برامج التلفزيون بالطفل في دولة الإمارات ومدينة ملواكي في الولايات المتحدة . وذلك لكون الولايات المتحدة من الدول المتقدمة والمهتمة ببرامج الأطفال .

ثانياً : التعرف إلى نظرة الطفل الإماراتي والأمريكي واتجاهات كل منهما نحو برامج التلفزيون .

ولتحقيق هذه الأهداف يحاول البحث المقارنة بين أنماط تعرض الطفل الإماراتي والأمريكي من حيث : التساؤلات المطروحة فيما يأتي :

1 - تساؤلات خاصة بدورية برامج التلفزيون في دولة الإمارات والولايات المتحدة .

- ما مدى مشاهدة الأطفال لبرامج التلفزيون؟

- ما أوقات المشاهدة المفضلة؟

- ما عدد الساعات التي يقضيها الطفل في المشاهدة؟

- ما البرامج التلفزيونية المفضلة لدى الطفل؟

2 - تساؤلات خاصة بعادات مشاهدة الأطفال لبرامج الأطفال التلفزيونية في كل من مدينة دبي ومدينة ملواكي .

- ما مدى مشاهدة الأطفال لبرامج الأطفال؟

- ما الأيام المفضلة لمشاهدة برامج الأطفال؟

- ما الأوقات المفضلة لمشاهدة برامج الأطفال؟
 - من الأشخاص الذين يشاهدون البرامج معهم؟
 - ما برامج الأطفال المفضلة؟
 - ما مدى الاستفادة من برامج الأطفال؟
 - ما أوجه الاستفادة من برامج الأطفال؟
- 3 - تساؤلات خاصة بالمصادر الإعلامية الأخرى .

- ما مدى الاستماع للراديو؟
- ما مدى مشاهدة الفيديو؟
- ما مدى الاستماع للكاسيت؟
- ما مدى ترددكم على دور السينما؟
- ما مدى التعرض لمجلات الأطفال؟
- ما مدى التعرض لصحف الأطفال؟
- ما مدى التعرض لكتب الأطفال غير المدرسية؟
- ما وسائل قضاء وقت الفراغ؟

ويستمد هذا البحث أهميته من أهمية الطفل بوصفه نواة للمجتمع ، وما تتسم به مرحلة الطفولة من حقائق وسمات تتحدد في البحث عن المعلومات واكتشاف ماهية العالم الخارجي ، ومدى توقعات الطفل لهذا العالم .

وتقترن رغبة الطفل في البحث عن معلومات اجتماعية لاكتساب خبرات متنوعة من مصادر عديدة بتزايد نموه ؛ لذا فإنه يتعدى حدود الوالدين ليتجه إلى مصادر أخرى مثل التلفزيون في المجتمع ، ولأن الطفل قابل للتأثر أكثر من غيره من أفراد المجتمع ، لذلك تزداد أهمية دراسة هذه العلاقة بين الطفل والتلفزيون .

ولعل هذه الدراسة هي أول دراسة من نوعها في دولة الإمارات تسعى إلى إلقاء الضوء على متغيرين هما الطفل والتلفزيون . وبذا فإننا نفسح المجال أمام القائمين على محطات التلفزيون لنعرف مدى تأثير برامج التلفزيون والطفل وتوجهاته نحوها ، ومدى إقباله عليها بما يسمح لمتخذي القرارات بأن

يكونوا على بيئة من هذا العالم المتصل بالطفل الإماراتي والأمريكي ، وهو عالم يحظى بقدر قليل من الاهتمام في قنوات التلفزيون في دولة الإمارات ، على عكس ما يحظى به الطفل الأمريكي ، وأن يكون لدى القائمين على هذه الأدوار صورة واضحة على مستقبلي الرسالة الاتصالية ، تفاديا لانعدام الرؤية أو تشويشها .

وتسمح هذه الدراسة بتوفير المعلومات والبيانات التي تحتاج إليها قطاعات عديدة في المجتمع ، كما تسمح برسم صورة واضحة لواقع برامج التلفزيون المهتمة بالطفولة في الدولة ، وهي بذلك تُعد مصدراً لمن يرغب في التعرف إلى مثل هذا النوع من المعلومات في دولة الإمارات .

وقد قامت الباحثة بمراجعة الدراسات السابقة في موضوع البحث . وتوصلت إلى عدم وجود بحوث تتصل مباشرة بموضوع البحث المقترح ؛ سواء في الولايات المتحدة أو في دولة الإمارات . فيما عدا الدراسات التي اقتصرَت على الطفل الأمريكي دون مقارنة بينه وبين الطفل الإماراتي .

أما في دولة الإمارات ، فلم تجر أية دراسة من هذا النوع ، سوى دراسة أجريت على برامج الأطفال في تلفزيون الإمارات ضمن رسالة دكتوراه أعدت عام 1998 ، ودراسة أخرى أجرتها الباحثة على برامج الأطفال في تلفزيون ملواكي ودبي دراسة تحليلية مقارنة عام 1995م .

أما فيما يتعلق بالدراسات السابقة في الولايات المتحدة ، فيمكن عرض نماذج منها فيما يأتي :

- دراسة قامت بها ألن روبن في عام 1997 عن استخدام التلفزيون واتجاهاته وسلوكياته ومشاهداته لدى الأطفال والمراهقين . وتحدد روبن في هذه الدراسة إطار النتائج المشتركة عن طريق استخدام الأطفال والمراهقين للتلفزيون . وكانت الدراسة متجانسة ، ويتنمي أفرادها إلى الأمريكيين البيض من الطبقة الوسطى ومن الأطفال المراهقين ، ويبلغ إجمالي عدد عينة الدراسة (40) طفلاً ، وتمثل أهم نتائجها في أن مشاهدة التلفزيون تظهر ما

بين سن العاشرة والثانية عشرة ، وتنقص خلال سنوات الدراسة بالمرحلة العليا . ومعدل المشاهدة حوالي 3 ساعات يوميا ، وكلما زاد سن الطفل انخفض معدل المشاهدة⁽¹⁾ .

● دراسة أخرى قام بها كل من سبرافكين وروبينشتين على عادات مشاهدة الأطفال للتلفزيون والسلوكيات المرغوبة اجتماعياً . وهي دراسة ميدانية (ارتباطية) ، وكان من أهم نتائجها أن الأطفال والفتيات الذين يتميزون بارتفاع المستوى التعليمي يشكلون السواد الأعظم من جمهور البرامج التي تعالج السلوك المرغوب اجتماعياً⁽²⁾ . وكانت هذه نماذج من الدراسات التي أجريت في الولايات المتحدة على الطفل والتلفزيون ، أما في دولة الإمارات ، فسنعرض الدراسة التي قامت بها الباحثة أثناء إعداد رسالة الدكتوراه في عام 1998م على برامج الأطفال بتلفزيون الإمارات دراسة تحليلية وميدانية ، وكان من أهم نتائجها :

- مشاهدة معظم أفراد العينة برامج التلفزيون وبرامج الأطفال . وتتراوح ساعات المشاهدة ما بين ساعتين وساعتين ونصف الساعة .

- الأيام المفضلة للمشاهدة هي أيام العطلات⁽³⁾ وأهم البرامج المفضلة الكرتون ، وأغاني المسلسلات . . . وهناك دراسة أخرى قامت بها الباحثة أيضاً على برامج الأطفال التلفزيونية في دولة الإمارات وملواكي دراسة مقارنة ؛ وهي عبارة عن تحليل مضمون برامج الأطفال في البلدين ، ومحاولة اكتشاف وجوه الاختلاف بين البرامج والاستفادة من هذا التحليل في تطوير برامج الأطفال في دولة الإمارات .

وكان أهم نتائجها :

- إعادة النظر في الخطة التلفزيونية بالنسبة لبرامج الأطفال ، ومناسبة ذلك للوقت المقترح بشأنها وضع البرامج من حيث الأوقات التي توضع في تلفزيون الإمارات .

- الاهتمام بالقلب الفني الذي يجذب الطفل ويلفت انتباهه .
- زيادة جرة المعلومات والقيم ببرامج الأطفال في دولة الإمارات ، كما حثت الدراسة على زيادة إنتاج البرامج المحلية التي تعكس بيئة الطفل وعدم الاعتماد كلية على البرامج المستوردة (4) .
- زيادة الجرعة المحددة لمهارتي المعلومات والقيم لدى الطفل بالإمارات مع الاهتمام بالجانب المحلي على حساب ما يصلنا من برامج خارجية لا تعبر عن واقع الوطن .

منهج البحث

يعد هذا البحث من الدراسات الوصفية ، ويتبع البحث منهج المسح ؛ حيث يتم القيام بدراسة ميدانية في إطار منهج المسح قائمة على اختيار عينة مكونة من 30 مفردة من تلاميذ الصفين الرابع والخامس من المرحلة الابتدائية ، ذكوراً وإناثاً بأسلوب العينة الحصصية حتى نضمن تمثيلها للمجتمع الأصلي ، حيث يكثر استخدام هذا النوع في البحوث الإعلامية عامة ، وبحوث الرأي العام والمستمعين والمشاهدين خاصة : وفي إطار استخدام المنهج المسحي ، إنما يتمثل ذلك في دراسة آراء الأطفال واتجاهاتهم نحو برامج التليفزيون في كل من الولايات المتحدة الأمريكية ودولة الإمارات ، مع الاعتماد في ذلك على تطبيق استمارة بحثية بأسلوب المقابلة الشخصية مع عينة البحث لجمع البيانات ، ثم تحليلها واستخلاص النتائج ، ثم مقارنتها بعد ذلك .

مجتمع الدراسة وأسلوب اختيار العينة

يتم اختيار عينة من الأطفال في دولة الإمارات ممن يدرسون في المرحلة الابتدائية ، يقابلهم عينة من الأطفال الأمريكيين في الولايات المتحدة في المرحلة والفترة العمرية نفسها ، وهي التي تقع بين 10 - 12 عاماً ؛ أي الصفوف من الرابع وحتى السادس ومجموعة العينة (300) طفل .

على أن يتم تحديدهم من خلال العينة الحصصية ، وهي العينة التي تمتاز فيها الوحدات والأفراد طبقاً لخصائص معينة موجودة في مجتمع البحث الذي

تمثله بنسب وجودها في ذلك المجتمع ؛ حيث يتم تقسيم المجتمع إلى طبقات أو فئات بالنسبة لخصائص معينة ، ثم يعمل الباحث على تمثيل فئة من العينة بنسب وجودها في المجتمع ⁽⁵⁾ .

وفيما يلي خطوات استخراج عينة الحصص في البحث .

أ - المدارس الحكومية الابتدائية في إمارة الشارقة وأبوظبي ودبي للبنين والبنات (الصفوف الرابع والخامس والسادس) .

ب - تم اختيار مدرستين في إمارة أبوظبي للذكور ومدرستين للإناث ، واختيار مدرسة واحدة للذكور وأخرى للإناث في كل من إماراتي دبي والشارقة ، وذلك حتى تتناسب العينة مع عدد المفردات في مجتمع كل إمارة على النحو الآتي :

ج - تم اختيار مفردات العينة المطلوبة في كل حصة عن طريق الاختيار العشوائي الطبقي من واقع الكشف الخاصة بأسماء الطلبة والطالبات في الفصل الدراسي . وذلك في ضوء العدد المطلوب من كل صنف بما يؤدي إلى تكملة العدد المطلوب ، والذي تنطبق عليه الضوابط الخاصة بالعينة . وذلك كما يلي :

جدول رقم (1)

تقسيم العينة حسب الصفوف الدراسية النوعية (ذكر/ أنثى) في الإمارات

النوعية	عدد الطلاب		عدد الطالبات		المجموع الكلي	
	العدد	النسبة داخل الصف	العدد	النسبة داخل الصف	العدد	النسبة من المجموع الكلي
الرابع	8542	51%	8212	49%	16754	61.8%
الخامس	3202	51%	3122	49%	6324	23.4%
السادس	1289	32%	3600	69%	3989	14.8%
الإجمالي	13133	49%	13934	51%	27067	100%

* إحصائية صادرة عن وزارة التربية والتعليم لعام 1995 م .

د - المدارس الحكومية الابتدائية في ملواكي ؛ الصفوف الرابع والخامس والسادس .

هـ - تم اختيار ٨ مدارس ذكور وإناث ، وذلك حتى تتناسب العينة مع عدد المفردات في المجتمع ، ثم قسمت العينة حسب نسب جنس الطلاب في ملواكي - ذكوراً وإناثاً - فقد بلغ إجمالي العينة في صفوف الابتدائية الرابع والخامس والسادس (22,255) .

وتم تقسيم العينة حسب الصفوف الرابع والخامس والسادس فقط كما هو موضح في الجدول رقم (2) .

جدول رقم (2)

الصف		الصف الرابع		الصف الخامس		الصف السادس		إجمالي	
المنطقة		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
ملواكي	ذكور	4525	59	3382	44	4120	51	13027	53,23
	إناث	3142	41	4225	56	4081	49	11448	46,77
إجمالي القيمة			33	7606	32	8201	35	24475	100

ويتم استخدام استمارة الاستعانة أداة رئيسة لجمع المعلومات عن طريق المقابلة الشخصية التي ستقوم بها الباحثة داخل المدارس الواقعة ضمن عينة الدراسة والمحددة عشوائياً . وتصمم الاستمارة طبقاً للمراحل والخطوات العلمية وذلك باتباع الأساليب الآتية :

- 1 - جمع البيانات ، وتحدد هذه الخطوة بعد تحديد مشكلة البحث وتساؤلاته .
- 2 - تحديد نوع الاستبانة ، حيث يجري بالمقابلة مراعاة لطبيعة المبحوثين ؛ حيث لا يساعدهم مستواهم الدراسي على قراءة الاستمارة وفهم محتواها وهدفها ، وحتى يسمح ذلك للباحثة بتوضيح بعض النقاط الغامضة للأطفال ، وتعرف بعض الملابس المرتبطة بالإجابة عن بعض الأسئلة بما يخدم البحث .

3 - الاختبار القبلي ، يتم اختبار الاستبانة على عينة من (10) مبحوثين من كل دولة ، كل على حدة تماثل إلى حد كبير مفردات العينة الأصلية لمعرفة مدى وضوح الأسئلة بشكل عام وقياسها مقارنة بما هو مطلوب قياسه . وبعد تطبيق هذه المراحل تعد استبانة الاستبانة بشكلها النهائي بعد مراجعتها ، ويجري البدء في تطبيقها على العينة تبعا لتقسيمها دون أية عقبات .

ويعتبر التليفزيون واحداً من أهم الأسس للمجتمع الذي يتسم بتعدد الأغراض الإعلامية ، فهو يسهم في عملية التنشئة الاجتماعية وتطورها ، ويؤدي دوراً رئيساً بالنسبة للأطفال ، حيث إنه يختلف عن الوسائل الإعلامية الأخرى لوصوله إلى الطفل في وقت مبكر . وهذا يعزز التأثير الفكري والتطوري العاطفي للمشاهدين الصغار .

وحيث إن مشاهدة التليفزيون ليست سلبية بالضرورة ، ويعتمد على عدم تشغيل المخ في عمل نشاطات أخرى للأطفال ، فهو موضوع مهم للذكاء عامة وللتنشئة الاجتماعية خاصة ⁽⁶⁾ ، إلا أنه موضوع مهم للذكاء وخاصة بالنسبة للأطفال .

وتتسم مرحلة الطفولة بأنها مرحلة البحث عن المعلومات ، وفيها يحاول الطفل أن يكتشف ماهية ما يتوقعه عن العالم الخارجي ، وماذا يتوقع العالم الخارجي منه ⁽⁷⁾ .

ومع تزايد نمو الطفل تتزايد رغبته في البحث عن معلومات إضافية لاكتساب خبرات متنوعة من عدة مصادر . ومن أجل ذلك يتعدى حدود الوالدين والأسرة ويتجه إلى الاعتماد على وسائل الاتصال المتنوعة الأخرى وأهمها التليفزيون .

ويعتبر التلفزيون وسيلة مهمة للطفل من أجل إشباع حاجاته ورغباته ، فهو يرى عالماً مبهرًا من الصور المتحركة والمناظر المختلفة . وتعد هذه الوسيلة من أهم مصادر الخبرة ⁽⁸⁾ .

كما يعد وسيلة مهمة للتعلم المباشر ، أو لنقل معلومات جديدة إلى الطفل ، كما أنه يمتلك القدرة على التثقيف والترفيه في آن واحد ، ومن ثم يستطيع التأثير على عقلية الطفل ووجدانه ⁽⁹⁾ . ونستطيع استعراض أثر التلفزيون في الطفل من خلال الخصائص المميزة للتلفزيون على النحو التالي :

أولاً ، يعد التلفزيون وسيلة اتصال تتميز بالإبهار البصري والسمعي عن طريق الصورة والصوت والحركة واللون والإضاءة والمؤثرات البصرية والصوتية ، وذلك لأنه يعتمد على خاصية مخاطبة الحواس المتمثلة في السمع والبصر . ويكتسب الإنسان عن طريق هاتين الحاستين ما نسبته 98% من المعرفة ⁽¹⁰⁾ .

ثانياً ، يعد التلفزيون من خلال الإحصاءات من أوسع وسائل الاتصال الجماهيري انتشاراً في كل مكان . ويعد جهاز التلفزيون المنخفض الثمن والمتنوع الأحجام من أكثر الوسائل توافراً داخل المنزل ، بصرف النظر عن الفروق الاجتماعية . في الوقت الذي يقدم مادة بشكل مجرد ، ويصرف النظر عن المشاهد تلك المادة ⁽¹¹⁾ . كما يتسم التلفزيون من حيث كونه وسيلة بسهولة التعرض له ؛ حيث إنه يصل إلى معظم أفراد الأسرة ؛ سواء كان ذلك بالمشاهدة المقصودة أو العرضية .

ومن السهل كذلك التحكم في التلفزيون من قبل كل الفئات العمرية ، إذ إن استخدامه لا يستوجب تقنية خاصة أو تدريبات معينة ، ولذا أصبح التلفزيون ، من واقع هذه الصفات وسيلة مهمة في تنشئة الطفل اجتماعياً ⁽¹²⁾ .

ثالثاً ، أصبح للتلفزيون المقدرة على التأثير ، سواء كان ذلك التأثير سلبياً أو إيجابياً ، ويتوقف على عدة عوامل من أهمها نوعية البرامج المقدمة ، والأسلوب الفني الذي يتم به إخراجها ، والمحتوى البرامجي الذي يتم تقديمه .

رابعاً ، يملك التلفزيون القيام بهذا الدور لقدرته على الانتقال بيسر وسهولة عبر الأزمان والأماكن ، وعرض ما يشاء من أشكال وألوان مختلفة ، ويرى الطفل فيه عالماً لم يكن ليراه لولا هذه الوسيلة التي جعلته يحلق بفكره في عوالم مختلفة المعارف والثقافات .

اتخاذ قرار الشراء .

غير أننا نؤكد أن مجرد التكرار ليس مفيداً ، ولكن التكرار بشكل متنوع هو الأكثر فاعلية ⁽¹⁸⁾ . وعملية تكرار البرامج التي تقدم الفكرة الواحدة بتنوع بسيط تحدث تأثيراً كبيراً ؛ حيث يكون هناك تأثير كاف يستمر مدة طويلة في نفس الطفل نتيجة للتأثير التراكمي لبرامج التلفزيون ، ذلك لأن التأثير التراكمي هو عبارة سلسلة من الترسيبات الناجمة عن العرض المثالي للأفلام والبرامج ، وفي نهاية الأمر يصبح التأثير عميقاً وقوياً على شخصية الطفل ⁽¹⁹⁾ .

وهذا ما يفعله منتجوا الإعلانات تماماً ؛ إذ إنهم يلحون على مشاهديهم بالتكرار مع تنوع الأسلوب الأدائي لتحقيق التأثير التراكمي للأفكار التي يودون توصيلها للمشاهدين ، بهدف التأثير على قرار الشراء لديهم في نهاية الأمر .

الآثار الإيجابية والسلبية للتلفزيون على الطفل

من المعروف أن معدل مشاهدة الطفل للتلفزيون تتراوح ما بين ساعتين وثلاث ساعات يومياً تبعاً للسن ⁽²⁰⁾ ، وأن سبب المشاهدة متنوع ويمكن حصره في ثلاثة أسباب أكدها ولبرشرام وزملاؤه في أوائل الستينيات ، وهي التسلية ، والهروب من الواقع ، وتقوية العلاقات الاجتماعية ⁽²¹⁾ . لذلك فإننا عندما نتحدث عن تأثير التلفزيون نتحدث حقيقة عن كيفية استخدام الأطفال للتلفزيون ، فالطفل يسعى إلى التلفزيون بحثاً عن إشباع حاجة ما لديه فيجد شيئاً ما هناك ويستخدمه ، ومن ثم فإن الدراسات المتعلقة بأنماط استخدام الأطفال اليومية للتلفزيون قد كشفت النقاب عن أن عملية المشاهدة غالباً ما تقدمه خلال محيط اجتماعي أو بيئة اجتماعية ⁽²²⁾ .

لذلك نجد أن الطفل حينما يجلس أمام التلفزيون ليشاهد ويسمع ويلاحظ ما يحدث أمامه فهو يتعلم بذلك نماذج السلوك التي قد تقدم أشكال السلوك السائدة ، أو تدعو لأشكال جديدة من السلوك المقبول والمتوافق مع معايير المجتمع ، أو تبث قيماً وآراء وأشكالاً جديدة للسلوك تتعارض بل تتصارع مع قيم الجماعة ⁽²³⁾ ، حيث إن الأطفال من سن 14 شهراً لهم القدرة على تقليد

ما يشاهدونه⁽²⁴⁾ .

وتشير الدراسات إلى أن للتلفزيون أكبر الأثر في تزويد الطفل بالقسط الأكبر من المهارة اللغوية في مرحلة العمر بين سن الثالثة والسادسة ، ففي تلك الفترة من العمر يستأثر التلفزيون وحده بكل اهتمام دون منافسة من الوسائل الأخرى . فضلاً على أن الطفل يكون محدود الخبرة في معرفة ما يجري خارج محيط البيت والأسرة . أما في المرحلة العمرية التي تلي ذلك فإن التلفزيون سرعان ما يتعرض للمنافسة من قبل المدرسة ، حيث تستأثر الدراسة المنتظمة بقدر لا يستهان به من انتباه الطفل واهتمامه . ولكن ذلك لا يعني تراجع اهتمام الطفل بالتلفزيون بوصفه أهم روافد المعرفة واستقاء المعلومات والمهارات⁽²⁵⁾ .

ومن أهم الآثار الإيجابية للتلفزيون على الطفل مشاركته في تنشئة الطفل الاجتماعية بجانب الأسرة والمدرسة⁽²⁶⁾ ؛ حيث إن التنشئة الاجتماعية تؤثر على التفكير في المجتمع بصورة حقيقية أو هي الطريقة التي يرى بها الإنسان المجتمع الذي هو فيه⁽²⁷⁾ . والتنشئة الاجتماعية هي الطريقة التي يستقي منها الناس معلوماتهم عن ثقافتهم ، والتي يتأتى من خلالها لشخص أن يتبنى سلوك الجماعة وقيمها ، وهي عملية مستمرة مدى الحياة⁽²⁸⁾ .

- 1 - يعمل التلفزيون على تكييف الجانب الاجتماعي في الطفل عبر تفاعله مع الآخرين والحديث معهم .
- 2 - يصقل التلفزيون وجدان الطفل وأحاسيسه بما يتناسب ورغباته من ترفيه وتسلية ، ويدرب حواسه منذ صغره على الإصغاء والربط والتخيل .
- 3 - يوسع التلفزيون خبرات الطفل بوصفه مصدراً للمعرفة يمدد بالقيم المعرفية والسلوكية ، وينقل له الثقافة والمعرفة من خلال الوظائف التي يقوم بها هذا الجهاز وهي التوجيه والتثقيف والتعليم والتربية .
- 4 - ينمي التلفزيون الملكات العقلية والفكرية لدى الطفل ويشبع لديه حب الاستطلاع من خلال برامجها الثقافية .
- 5 - يثير التلفزيون الخيال الواسع للطفل ، ويفتح أمامه من خلال ما يقدم من

صور وموسيقا وتمثيلات وألوان زاهية وجذابة آفاقا رحبة من الخيال تنقله خارج حدود البيت والشارع والمدرسة .

6 - يزود التلفزيون الطفل بالخبرات والمهارات التي تدفعه إلى اتباع العادات الصحية في كل نواحي سلوكه اليومي⁽²⁹⁾ .

فالمشاهد لا يستطيع الإفلات من جاذبيته لأنه يبحث عن رغبته الجامحة في متابعة الصور والأحداث⁽³⁰⁾ . وفي غياب الوعي التربوي لدى كثير من الأسر لا تتم مشاهدة التلفزيون بناء على اختيار واع أو تخطيط مسبق لتلبية احتياجاته المحدودة ، فغالبا تصبح مشاهدة التلفزيون لمجرد ملء الوقت وشغل الطفل بعيدا عن أسرته⁽³¹⁾ .

وكثير من الآباء يستخدمون التلفزيون مربية إلكترونية وهم سعداء بذلك ؛ لأن الطفل مشغول عنهم بالتلفزيون ، وذهب البعض إلى القول إن مشاهدة التلفزيون هي تجربة سلبية ، حيث يجلس الفرد ويشاهد ، ومن هنا فإن جزءا من التركيز والنشاط الجسدي يوجد في عملية المشاهدة⁽³²⁾ .

يمكن حصر الآثار السلبية للتلفزيون على جوانب نمو الطفل وشخصيته على النحو الآتي :

أولا ، الجانب الجسمي والعقلي ، يؤكد الأطباء وعلماء النفس أن جلوس الأطفال أمام التلفزيون لساعات طويلة قد يهدد صحتهم البدنية والعقلية ، ويؤثر في حواسهم البصرية والسمعية ، ويحد من حركتهم .

ثانيا ، الجانب الاجتماعي ، حيث يقتل التلفزيون وقت الأطفال ، ويبعدهم عن ممارسة هوايتهم في القراءة واللعب والتسامر مع الأهل والأصدقاء .

ثالثا ، الجانب النفسي ، حيث يؤثر التلفزيون في الأطفال أكثر من الوسائل الإعلامية التقليدية . والمعروف أن الطفل يكون مشدودا بالصور التي يراها ، وإن كان يخفف هذا التأثير أحيانا الشعور بالدفع العائلي .

رابعا ، الجانب التربوي ، حيث يروج التلفزيون أشكالا من التربية الموازية التي تلحق جزءا من الضرر بدور المؤسسات التربوية بما يعرضه من أفلام عنف

نتائج الدراسة

جدول رقم (3)

ملواكي						الإمارات						المنطقة المملكية
الإجمالي		إناث		ذكور		الإجمالي		إناث		ذكور		
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
100	75	100	75	100	75	100	150	100	75	100	75	يملكون
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	لا يملكون
100	100	100	75	100	75	100	150	100	75	100	75	الإجمالي

ملكية التلفزيون

- 1 - هناك 100% من أطفال العينة يملكون جهاز التلفزيون ؛ سواء كان ذلك في دولة الإمارات أو في مدينة ملواكي (الولايات المتحدة من إجمالي الأطفال) .
- 2 - هذا يبين من ناحية أهمية جهاز التلفزيون بوصفه وسيلة إعلامية بالدرجة الأولى ؛ وباعتباره من الضروريات وليس من الكماليات وذلك لاعتناء جميع أفراد العينة به بدون الاستثناء .
- 3 - يبين من ناحية أخرى أيضا اقتناع الأهل بأن التلفزيون - بالإضافة إلى كونه وسيلة ترفيهية - هو وسيلة تنشئة اجتماعية تساعدهم في تعليم الطفل .

4 - كما أنه يدل على المستوى الاقتصادي الذي عليه أفراد العينة من خلال اقتنائهم لجهاز التلفزيون .

جدول رقم (4) تكرارات مشاهدة الأطفال للتلفزيون

ملواكي						الإمارات						المنطقة تكرارات المشاهدة
الإجمالي		إناث		ذكور		الإجمالي		إناث		ذكور		
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
100	150	100	75	100	75	97,1	143	97,2	70	98,6	73	يشاهدون
-	-	-	-	-	-	0,06	1	4,7	2	1,3	1	لا يشاهدون
100	75	100	75	100	75	100	146	100	72	102	74	الإجمالي

5 - كذلك نجد 97,1% من الأطفال في العينة يشاهدون التلفزيون في دولة الإمارات على حين لا يشاهده حوالي 0,6% من إجمالي الأطفال في مدينة دبي بدولة الإمارات ، ويقابله بنسبة 100% من أفراد العينة في مدينة ملواكي يشاهدون التلفزيون .

6 - بالنسبة للأطفال الذين يشاهدون التلفزيون في مدينة ملواكي نجد أن النسبة 100% من الذكور والإناث .

7 - تدل النتائج السابقة على أن معظم أفراد العينة في كلا البلدين يشاهدون التلفزيون باعتباره أهم وسيلة إعلامية ، وأكثرها جذبا للمشاهد ، حيث يحتوي مميزات لا توجد في غيره من الوسائل الأخرى . ويعقد مقارنة مع نسبة الأطفال الذين يشاهدون التلفزيون المصري بالأطفال الذين يشاهدون التلفزيون الإماراتي نجد النسبة على التوالي 94% ، 95% (33)

8 - تم استبعاد 4 استمارات من عينة الإمارات ؛ حيث إنهم لا يشاهدون برامج

الأطفال ، وبذلك أصبح إجمالي المبحوثين في العينة (146) .

جدول رقم (5)
تكرارات فترات المشاهدة المتصلة

المنطقة	الإمارات						ملواكي					
	ذكور		إناث		الإجمالي		ذكور		إناث		الإجمالي	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
الصباح	12	12,3	13	13,9	25	13,9	14	15,1	19	22,3	33	18,8
الظهيرة	22	22,6	22	23,6	44	24,5	11	12,1	1	1,17	12	6,8
المساء	42	43,2	45	58	96	53,6	19	21,1	30	35,2	49	28
السهرة	10	10,3	4	4,3	14	7,82	40	44,4	20	23,5	60	34,2
ليس له خطة	11	11,3	-	-	11	6,14	6	6,6	15	17,6	21	12
الإجمالي	97	100	93	100	179	100	90	100	85	100	175	100

9 - أوضحت النتائج العامة لهذه الدراسة أن الأطفال يقبلون على مشاهدة برامج التلفزيون بصفة عامة خلال عدة فترات وهي على التوالي : بالنسبة للإمارات . فترة المساء 53,6% ، ويليها بفارق نسبي كبير فترة الصباح 13,9% ، والظهيرة 24,5% ، والسهرة 7,82% ، فترات حرة .

10 - وما سبق يتبين أن فترة المساء أكثر الفترات جذبا للمبحوثين بالنسبة للتلفزيون ، ويرجع ذلك لعدة أسباب منها :

11 - وجود الأطفال في المنزل في هذه الفترة ؛ حيث يوجد في دولة الإمارات نظام الفترة الصباحية بالنسبة للمدارس .

12 - تعرض معظم البرامج التي يقبل عليها الأطفال مثل المسلسلات العربية والأفلام والمسرحيات في فترة العصر . .

13 - بالنسبة لعينة ملواكي ، أوضحت النتائج الدراسية أن الأطفال يقبلون على مشاهدة التلفزيون بصفة عامة خلال عدة فترات أيضا ؛ فترة السهرة

34,2% ، وتليها فترة المساء بنسبة 28% ، والصباح بنسبة 18,8% ، والظهرية بنسبة 6,8% ، وفترات حرة 12% ، وبمقارنة عينة ملواكي نجد أن كلتا العينتين تفضل مشاهدة برامج التلفزيون في فترة ما بعد الصباح والظهرية بحكم وجودهم في المنازل . وتختلف فترة المشاهدة حيث يشاهد أطفال الإمارات التلفزيون في المساء وذلك لعدم وجود نظام التعليم المسائي كما سبق أن بينا ، أما بالنسبة لمدينة ملواكي فتوجد فترات الدراسة المسائية . وبذلك نجد أعلى نسبة المشاهدة هي فترة السهرة حيث يوجد الأطفال ، وربما يرجع السبب في ذلك إلى جذب المسلسلات والأفلام لأفراد العينة .

14 - أوضحت النتائج التفصيلية وجود عدة اختلافات فيما يتصل بتوزيع العينة حسب الزمن المخصص لمشاهدة التلفزيون وقد اقتصر على المنطقة فقط ؛ حيث إن التحليل على مستوى الصف والنوع لن يضيف أية نتائج جديدة ، لذا يوضح الجدول رقم (6) توزيع العينة المبحوثة حسب الذكور

جدول رقم (6)

توزيع المبحوثين حسب فئات زمن المشاهدة

المنطقة	الإمارات						ملواكي					
	ذكور		إناث		الإجمالي		ذكور		إناث		الإجمالي	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
أقل من نصف ساعة	2	2,7	2	2,7	4	2,7	2	2,6	3	4	5	3,3
نصف ساعة	6	8,1	6	8,3	12	8,2	3	4	-	-	3	2
ساعة	5	6,7	9	12,5	14	9,5	7	9,3	5	6,6	12	8
ساعتان	15	20,2	21	29,1	36	24,6	20	26,6	20	26,6	12	8
ثلاث ساعات فأكثر	46	62,1	34	47,2	80	54,7	43	57,3	47	62,6	90	60
أخرى تذكر	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع	74	100	72	100	146	100	75	100	75	100	150	100

* كاي المحسوبة (9,1) وهي أكبر من كاي بدرجات حرية (2) ومستوى دلالة (5%) والبالغ قيمتها (5,99) وذلك بعد إدماج فترات المشاهدة السهرة مع مستوى ليس له خطة .

والإناث . ويستدل من الجدول السابق (6) على عدة نتائج منها : أن زمن المشاهدة وهو (ثلاث ساعات فأكثر) يمثل الزمن الأكثر شيوعاً في كلتا العينتين (الإمارات وملواكي) . حيث بلغت نسبة من أدلوا بذلك (43,1%) من عينة دبي ، مقابل (60) من عينة (ملواكي) والفرق بين النسبتين ليس له دلالة إحصائية بدرجة ثقة (95%) . ويستدل من ذلك أنه لا خلاف بين الذكور والإناث بالنسبة لهذا الزمن في كلتا المنطقتين . وتبين أن فئة زمن المشاهدة (ساعتان) جاءت في المرتبة الثانية ، حيث أوضح ذلك (24,6%) من عينة الإمارات مقابل (26,6%) من عينة ملواكي . والفرق بين النسبتين ليس له دلالة إحصائية عند درجة ثقة (95%) ، ويعني ذلك أن عيتي دبي وملواكي من حيث زمن المشاهدة متماثلتان . وقد وجد أن فئة زمن المشاهدة (ساعة) و (نصف ساعة) و(أقل من نصف ساعة) ، جاء كأقل فئات الزمن حيث بين ذلك عينة الإمارات و9,5% ، 8,2% ، 2,7% يقابله عينة ملواكي 8% ، 2% ، 3,3% .

جدول رقم (7)
تكرارات فترات المشاهدة المتصلة

المنطقة	الإمارات						ملواكي			
	ذكور		إناث		الإجمالي		ذكور		إناث	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
الوقت الذي يحبه	37	50	40	55,6	77	52,7	57	76	69	92
الوقت الذي يحدده الأهل	37	50	32	44,4	69	47,2	18	24	6	8
الإجمالي	74	100	72	100	146	100	75	100	75	100

وقد أوضحت النتائج العامة لهذه الدراسة أن 52,7% من المبحوثين يشاهدون التلفيزيون في الوقت المناسب لهم في الإمارات ، على حين شاهد 47,2% في الوقت الذي يحدده الأهل بالنسبة للإمارات ، ويقابله في ملواكي

84% من المبحوثين يشاهدون التلفيزيون في الوقت المناسب لهم ، و 16% في الوقت الذي يحدده الأهل في ملواكي .

نستنتج من البيانات السابقة بالنسبة للمنطقتين ، ارتفاع نسبة الذين يشاهدون التلفيزيون في الوقت المناسب لهم ، وهذا دليل على عدم وجود رقابة مناسبة من الأسرة عليهم . هذا من ناحية .

وقد يكون للأسرة دور كبير في تحديد نمط سلوك الأطفال وعادات المشاهدة للتلفيزيون ، وهو ما يتطلب توجيهها أسريا للأطفال من حيث برامج التلفيزيون المشاهدة ؛ فكلما كانت حرية المشاهدة متروكة للأطفال زاد احتمال تعرضهم لاتجاهات سلبية في سلوكهم⁽³⁴⁾ .

وأوضحت النتائج التفصيلية وجود عدة اختلافات في مدى حرية المبحوثين في اختيار الوقت لمشاهدة التلفيزيون وحسب الذكور والإناث . وعليه نستنتج من الجدول السابق رقم (5) بالنسبة للإمارات الآتي : أن مشاهدة التلفيزيون في الوقت الذي يحبه المبحوث 50% من الذكور في مقابل 55% من الإناث ، والفرق بين النسبتين ليس له دلالة إحصائية بدرجة ثقة (95%) . ويستدل من ذلك على الاتفاق بين الذكور والإناث من حيث معدل الذين يشاهدون برامج التلفيزيون في الوقت الذي يختاره الأهل . كما أوضحت النتائج التفصيلية بالنسبة لمدينة ملواكي أن مشاهدة التلفيزيون في الوقت الذي يحبه الأهل من الذكور 76% ، في مقابل 92% من الإناث . والفرق بين النسبتين ليس له دلالة إحصائية بدرجة (95%) ، ويستدل من ذلك على أنه لا اختلاف بين الذكور والإناث من حيث معدل الذين يشاهدون البرامج التلفيزيونية في الوقت الذي يختاره الأهل . اقتصر التحليل على النوع (ذكر - أنثى) فقط ، حيث إن التحليل على مستوى الصف الدراسي لن يضيف نتائج جيدة .

جدول رقم (8)
توزيع إجابات المبحوثين حسب البرامج المفضلة في التلفزيون

المنطقة		الإمارات						ملوأكي					
		البرامج المفضلة		ذكور		إناث		الجمالي		ذكور		إناث	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
الرسوم المتحركة	60	81,1	47	65,2	107	73,2	53	30,2	45	60	98	65,3	
المسلسلات	31	41,8	1	29,1	52	35,6	15	20	19	25,3	34	22,6	
الأفلام	29	39,1	19	26,3	48	32,8	22	29,3	24	32	46	30,6	
الأخبار	7	9,4	11	15,2	18	12,3	12	16	12	16	24	16	
المسرحيات	19	25,6	15	20,8	34	23,2	9	12	18	24	27	18	
الإعلانات	10	13,5	21	29,1	31	21,2	14	18,6	20	26,6	34	22,6	
البرامج التعليمية	14	18,9	5	6,9	19	13	18	22,6	21	28	38	25,3	
الأغاني	30	40,5	29	38,8	58	29,7	15	20	19	25,3	34	22,6	
برامج الأطفال	29	39,1	24	33,3	53	36,3	29	36,6	23	30,6	52	34,6	
المجموع	74	-	72	-	146	-	75	-	75	-	150	-	

يستدل من الجدول (8) على عدة نتائج منها :

- 1 - تبين في حدود هذا البحث أنه لا توجد دلالة إحصائية بين معدل المبحوثين في الإمارات وملوأكي بسبع مواد : الرسوم المتحركة - المسلسلات - الأفلام - الأخبار - الإعلانات - الأغاني - وبرامج الأطفال .
- 2 - يوجد اختلاف في معدل مشاهدة المبحوثين في الإمارات وملوأكي لنوعين من البرامج ، وذلك بدرجة (95%) ، وهما البرامج التعليمية والمسرحيات . ويرجع ذلك إلى ارتفاع مستوى الوعي في ملوأكي عنه في دبي .
- 3 - وعلى مستوى المقارنة بين الذكور والإناث نجد أنه بالنسبة للإمارات ليس للمقارنة دلالة إحصائية في معدل المبحوثين بدرجة ثقة (95%) بين الذكور والإناث لأربع مواد : الرسوم المتحركة - برامج الأطفال - الأغاني - والمسرحيات .

- 4 - وبالمقارنة بين الذكور والإناث في مدينة ملواكي نجد أنه لا توجد دلالة إحصائية واضحة بالنسبة إلى : المسلسلات - الأفلام - الأخبار - المسرحيات - الإعلانات - البرامج التعليمية - الأغاني - وبرامج الأطفال .

جدول رقم (9)

تكرارات مدى مشاهدة العينة المبحوثة لبرامج الأطفال التلفزيونية

المنطقة	الإمارات						ملواكي			
	ذكور		إناث		الإجمالي		ذكور		إناث	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
نعم	74	100	72	100	146	100	75	100	75	100
لا	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
الجملة	74	100	72	100	146	100	75	100	75	100

تبين من الجدول السابق رقم (9) أن النتائج العامة للدراسة أوضحت أن جميع الأطفال عينة الدراسة الميدانية يشاهدون برامج الأطفال بصفة عامة . وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات والبحوث التي أجريت في جمهورية مصر العربية عام 1984 ، وفي دولة الإمارات 1988 ، وفي قطر 1985 ، إذ تبين أن معظم أفراد العينة يشاهدون برامج الأطفال⁽³⁵⁾ .

يستدل من الجدول رقم (10) على عدة نتائج منها :

- 1 - وجد أن الذين يفضلون برامج الأطفال في أيام معينة قد بلغت نسبتهم في الإمارات 78,7% من المبحوثين ، مقابل 86% في مدينة ملواكي ، والفرق بين النسبتين غير دال إحصائياً بدرجة ثقة (95%) ، مما يدل على أنه لا اختلاف في معدل تفضيل مشاهدة المبحوثين لبرامج الأطفال في الإمارات وملواكي . ولقد تأكد ذلك بتطبيق اختباري (كاي) على أرقام الجدول ؛ حيث يتبين أن كاي المحسوبة غير دالة إحصائياً ، مما يعني اتفاق أطفال الإمارات وملواكي على وجه العموم من حيث تفضيلهم لأيام معينة

جدول رقم (10)
تكرارات فترات المشاهدة المتصلة

المنطقة		الإمارات						ملوادي					
		ذكور		إناث		الإجمالي		ذكور		إناث		الإجمالي	
تكرارات المشاهدة		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
نعم	60	81,8	55	67,3	115	78,7	659	78	70	93,3	129	86	
لا	14	18,9	17	23,3	31	21,1	316	21	5	6,6	21	14	
الجملة	74	100	72	100	146	100	75	100	75	100	150	100	

لمشاهدة برامج الأطفال في التلفزيون .

- 2 - بلغت قيمة كاي المحسوبة (1,43) وهي أقل من (كاي) الجدولية بدرجة حرية واحد ومستوى دلالة (5%) والبالغ قيمتها (3,84) .
- 3 - بالنسبة للنتائج التفصيلية من الجدول السابق أيضاً ، وبالمقارنة بين الذكور والإناث في الإمارات ، وجد أن نسبة الذكور الذين يفضلون مشاهدة برامج الأطفال في أيام معينة قد بلغت 81,8% يقابلها 67,3% من الإناث . وبلغت نسبة الذكور الذين يفضلون مشاهدة برامج الأطفال في أيام معينة في ملوادي 78% يقابلها 93,3% من الإناث . وهذه النتائج تدل على أنه لا يوجد أي فروق دالة بين الذكور والإناث في كلتا المنطقتين في مدى تفضيلهم لمشاهدة برامج الأطفال في أيام معينة بدرجة ثقة (95%) .

يستدل من الجدول رقم (11) على عدة نتائج عامة ومنها :

- 1 - أوضحت النتائج العامة لهذه الدراسة أن 79,2% من أفراد العينة في الإمارات يشاهدون برامج الأطفال في أيام الدراسة ، فيما يشاهده 9,5% من أفراد العينة في أيام العطلات ، ويقابله في ملوادي 40% يشاهدون برامج الأطفال في أيام الدراسة ، بينما 60% يشاهدون برامج الأطفال في أيام العطلات .

جدول رقم (11)

يبين توزيع المبحوثين حسب الأيام التي يشاهدون فيها برامج الأطفال أكثر من غيرها

المنطقة	الإمارات						ملوأكي					
	ذكور		إناث		الإجمالي		ذكور		إناث		الإجمالي	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
أيام الدراسة	66	89,1	66	91,6	142	79,2	32	42,6	28	37,3	60	40
أيام العطلات	8	10,8	6	8,3	14	9,5	43	57,3	47	62,7	90	60
أخرى تذكر	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
الجملة	74	100	72	100	146	100	75	100	75	100	150	100

2 - نستنتج من البيانات السابقة بالنسبة للمنطقتين (الإمارات وملوأكي) ارتفاع نسبة الذين يشاهدون برامج الأطفال في أيام الدراسة ، وهذا دليل أيضاً على عدم وجود رقابة من الأهل لتوجيه الأطفال لمشاهدة التلفزيون في أيام العطلات وتقليل نسبة المشاهدة أيام الدراسة ، وحيث إن الأسرة لها دور كبير في توجيه أبنائها في اختيار الوقت المناسب للمشاهدة ، فإنه كلما كانت حرية المشاهدة متروكة للأطفال زاد احتمال نزول معدلاتهم الدراسية ، إذ إن مشاهدة التلفزيون تؤثر على التحصيل الدراسي للطلاب وقدرته على الكتابة والقراءة (36) .

3 - وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود عدة اختلافات في مدى حرية المبحوثين في اختيار الأيام التي يشاهدون فيها برامج الأطفال وحسب الذكور والإناث ، وعليه يستنتج من الجدول السابق رقم (11) أن مشاهدة التلفزيون في أيام الدراسة في الإمارات أو 89% من الذكور في مقابل 91,6% من الإناث ، والفرق بين النسبتين ليس له دلالة إحصائية بدرجة ثقة (95%) . ويستدل من ذلك على أنه لا خلاف بين الذكور والإناث من حيث معدل الذين يشاهدون برامج الأطفال في أيام الدراسة .

4 - كما أوضحت النتائج التفصيلية بالنسبة لمدينة ملواكي أن 42,6% من الذكور في مقابل 37,3% من الإناث يشاهدون برامج الأطفال في أيام الدراسة ، والفرق بين النسبتين ليس له دلالة إحصائية بدرجة ثقة (15%) ، ويستدل من ذلك على الاختلاف أيضاً بين الذكور والإناث من حيث معدل الذين يشاهدون برامج الأطفال في أيام الدراسة .

جدول رقم (12)

يبين توزيع المبحوثين حسب الأفراد الذين يشاهدون معهم برامج الأطفال للمنطقة

ملواكي						الإمارات						المنطقة الأفراد الذين يشاهدون معهم برامج الأطفال
الإجمالي		إناث		ذكور		الإجمالي		إناث		ذكور		
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
22,6	34	17,3	13	28	21	21,3	31	22,2	16	20,2	15	
22,6	34	25,3	19	20	15	50,6	74	41,6	30	59,4	44	الإخوة
10,6	16	8	6	13,3	10	8,2	12	12,5	9	4	3	الأقارب
2,6	4	2,6	2	2,6	2	7,5	11	9,7	7	5,5	4	الجيران
-	-	-	-	-	-	6,1	9	8,3	6	4	3	المربية
32,6	49	29,3	22	36	27	6,1	0,9	5,5	4	6,7	5	وحدتي
100	150	100	75	100	75	100	146	100	72	100	74	المجموع

يستدل من الجدول رقم (12) على النتائج العامة الآتية :

1 - تقارب نسبة الذين يشاهدون برامج الأطفال من المبحوثين مع الأسرة في الإمارات وملواكي ، حيث بلغت في الإمارات (21,3%) في مقابل (22,6%) في ملواكي والفرق بين النسبتين غير دال إحصائياً بدرجة ثقة (95%) مما يدل على أن نسبة الذين يشاهدون برامج الأطفال من المبحوثين مع الأسرة كلها واحد في دبي ومدينة ملواكي .

2 - بلغت نسبة الذين يشاهدون برامج الأطفال لوحدهم من أفراد العينة في الإمارات 6,1% في مقابل (32,6%) في ملواكي ، والفرق بين النسبتين دال إحصائياً بدرجة ثقة (95%) ، مما يدل على أن نسبة الذين يشاهدون برامج الأطفال من المبحوثين وحدهم في ملواكي أعلى منها في الإمارات .

3 - وفيما يتعلق بالأفراد الذين يشاهدون برامج الأطفال مع المبحوثين ، تبين أن أهمهم الإخوة ، حيث بلغت في الإمارات (50,6%) في مقابل (22,6%) في ملواكي والفرق بين النسب غير دال إحصائياً وبدرجة ثقة (95%) ، مما يدل على اتفاق آراء المبحوثين الذين يشاهدون برامج الأطفال مع الإخوة في مدينة دبي ومدينة ملواكي .

4 - أما المبحوثون الذين يشاهدون برامج الأطفال مع الأقارب فقد بلغت نسبتهم في الإمارات (8,2%) في مقابل (10,6%) في ملواكي ، والفرق بين النسبتين غير دال إحصائياً مما يدل على أنه لا اختلاف بين الإمارات وملواكي في معدل من يشاهدون المبحوثين مع الأقارب .

5 - أما الذين يشاهدون برامج الأطفال مع الجيران ، فقد بلغت نسبتهم في الإمارات (7,5%) في مقابل (2,6%) في ملواكي والفرق بين النسبتين غير دال إحصائياً ؛ مما يدل على أنه لا اختلاف بين عينة الإمارات وملواكي في معدل من يشاهدون برامج الأطفال من المبحوثين مع الجيران .

6 - أما الذين يشاهدون برامج الأطفال في المبحوثين مع المربية أو الشغالة فقد بلغت نسبتهم في الإمارات (6,1%) في مقابل (صفر) في ملواكي . والفرق بين النسبتين دال إحصائياً ويعود ذلك ربما لعدم توافر شغالات ومربيات في أميركا بالصورة الموجودة في دولة الإمارات . هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى الوعي والاختناك التام من قبل الوالدين في أميركا بترك حرية الاختيار والمشاهدة للأطفال .

جدول رقم (13)

يبين توزيع المبحوثين حسب الأوقات المفضلة لمشاهدة برامج الأطفال حسب المنطقة

المنطقة	الإمارات						ملوأكي					
	ذكور		إناث		الإجمالي		ذكور		إناث		الإجمالي	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
الصباح	14	18,9	8	11,1	22	15	22	29,3	22	29,3	44	29,3
المساء	57	77	61	84,7	118	80,8	32	42,6	40	53,3	72	48
الليل المتأخر	3	4	3	4,1	6	4,1	24	32	13	17,3	37	24,6
المجموع	74	100	72	100	146	100	75	100	75	100	150	100

يستدل من الجدول رقم (13) على النتائج العامة الآتية :

- 1 - جاءت فترة المساء من أكثر الفترات التي يشاهد فيها المبحوثون من عينة الإمارات وملوأكي برامج الأطفال ؛ فقد بلغت النسبة (80,8%) في الإمارات مقابل (48%) في ملوأكي . والفرق بين النسبتين غير دال إحصائياً عند درجة ثقة (95%) . ويدل ذلك على أنه لا خلاف بين العيّنتين في الفترة المفضلة لمشاهدة برامج الأطفال .
- 2 - جاءت فترة الصباح في الترتيب الثاني لدى المبحوثين في مشاهدة برامج الأطفال ؛ حيث بلغت النسبة في الإمارات (15%) ويقابلها (29,3%) في ملوأكي . ووجد أن الفرق بين النسبتين غير دال إحصائياً بدرجة ثقة (95%) .
- 3 - أما فترة (الليل المتأخر) في الترتيب الثالث لدى المبحوثين من عينة الإمارات حيث بلغت (4,1%) في مقابل (24,6%) والفرق بين العيّنتين دال إحصائياً بدرجة ثقة (95%) ، مما يدل على أن لدى عينة ملوأكي حرية أكثر في شمول الأهل في المشاهدة .
- 4 - وعلى مستوى الذكور والإناث ، جاءت نسبة الذين يشاهدون برامج الأطفال في فترة المساء من الذكور في الإمارات (77%) والإناث (84,7%)

في مقابل (42,6%) من الذكور و(53,3%) من الإناث في مدينة ملواكي .
ووجد أن الفرق بين النسبتين غير دال إحصائياً عند درجة ثقة (95%) ، بما
يدل على أنه لا خلاف بين الذكور والإناث في فترة المشاهدة المكثفة .

5 - وعلى مستوى الذكور والإناث بالنسبة لفترة المشاهدة لبرامج الأطفال في
فترة الصباح ، بلغت نسبة الذكور في الإمارات (18,9%) في مقابل
(11,1%) للإناث . أما في ملواكي فقد بلغت النسبة للذكور (29,3%)
والإناث (29,3%) والفرق بين النسبتين غير دال إحصائياً مما يدل على
اختلاف في فترة المشاهدة في الصباح بين العينتين .

6 - جاءت نسبة الذين يشاهدون برامج الأطفال في الليل المتأخر على مستوى
الذكور والإناث في الترتيب الثالث حيث بلغت نسبة الذكور في الإمارات
(4%) والإناث (4,1%) في مقابل (32%) ، (17,3%) في ملواكي . والفرق
بين النسبتين دال إحصائياً عند درجة ثقة (95%) ، مما يدل على أن هناك
اختلافاً بين المبحوثين في كلتا المنطقتين في فترة المشاهدة في الليل المتأخر
من الذكور والإناث . وهذا يدل على أن هناك حرية خيار أوسع للأطفال
في ملواكي ، منها في الإمارات في المشاهدة من قبل الأهل ورقابة أكثر من
قبل الأهل في الإمارات .

جدول رقم (13)

يبين توزيع المبحوثين حسب نوع مقدم البرامج حسب المنطقة

المنطقة	الإمارات						ملواكي					
	ذكور		إناث		الإجمالي		ذكور		إناث		الإجمالي	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
رجل	20	27	6	8,3	26	17,8	27	36	4	5,3	31	20,6
امراة	14	18,9	23	31	37	25,3	2	2,6	11	14,6	13	8,6
الاثنان معا	40	54	47	65,2	59,5	46	61,3	60	80	106	106	70,6
المجموع	74	100	72	100	146	100	75	100	75	100	150	100

يستدل من الجدول رقم (13) على النتائج العامة الآتية :

- 1 - أوضح (17,8%) من المبحوثين في الإمارات أنهم يفضلون أن يكون مقدم البرنامج رجلاً في مقابل (20,6%) في ملواكي . والفرق بين النسبتين غير دال إحصائياً بدرجة ثقة (95%) مما يدل على أنه لا اختلاف في العينتين في نوع مقدم البرامج .
- 2 - بلغت نسبة المبحوثين الذين يفضلون أن يكون مقدم البرنامج امرأة (25,3%) في الإمارات ، مقابل (8,6%) في ملواكي . والفرق بين النسبتين دال إحصائياً بدرجة ثقة (99%) ، مما يدل على أن هناك اختلافاً بين العينتين لجنس مقدم البرنامج ؛ حيث اختارت عينة مدينة دبي أن تكون امرأة بنسبة أكبر من ملواكي ، وهذا يعود إلى ميل تفضيل مدينة دبي للمرأة في تقديم برامج الأطفال أكثر من الرجل . أما بالنسبة للمواكي فلا فرق لديهم .
- 3 - بلغت نسبة الذين يفضلون أن يكون مقدم البرنامج من الجنسين معا (59,5%) في الإمارات ، مقابل (70,6%) في ملواكي ، والفرق بين النسبتين غير دال إحصائياً مما يدل على تساوي العينتين في هذا الاختيار .
- 4 - وعلى مستوى الذكور والإناث في كل من الإمارات وملواكي ، نجد أن نسبة الذين يفضلون أن يكون مقدم البرنامج من الذكور في الإمارات بلغت (27%) مقابل (8,3%) من الإناث . والفرق بين النسبتين دال إحصائياً عند درجة ثقة (95%) . أما بالنسبة للذكور في ملواكي ، فقد بلغت نسبة الذين يفضلون أن يكون مقدم البرنامج رجلاً (63%) و(5,3%) للإناث والفرق بين النسبتين دال إحصائياً عند درجة ثقة (95%) ، وهذا يعني أن هناك اختلافاً في اختيار مقدم البرنامج في عينة ملواكي . ويرجع سبب تفضيل الذكور أن يكون مقدم البرنامج من الذكور ، وتفضيل الإناث للمرأة إلى ربط ذلك بالتنميط الجنسي⁽³⁷⁾ ، فالطفل طبقاً لنوعه يتوحد مع دور الجنس المناسب .

جدول رقم (14)

توزيع المبحوثين حسب المراحل العمرية لمقدمي برامج الأطفال

المنطقة	الإمارات						ملواكي					
	المرحلة العمرية		المرحلة العمرية		المرحلة العمرية		المرحلة العمرية		المرحلة العمرية		المرحلة العمرية	
	للمقدمي برامج		للمقدمي برامج		للمقدمي برامج		للمقدمي برامج		للمقدمي برامج		للمقدمي برامج	
الأطفال	الذكور		الإناث		الإجمالي		الذكور		الإناث		الإجمالي	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
طفل	33	44,5	46	63,8	79	54,1	38	50,6	28	37,3	66	44
شخص كبير	23	31	19	26,3	42	28,7	5	6,6	16	21,3	21	14
سيان	18	24,3	8	11,1	26	17,8	32	42,6	42	56	74	49,3
المجموع	74	100	72	100	146	100	75	100	75	100	150	100

يستدل من الجدول رقم (14) على عدة نتائج منها :

1 - أن (54,1%) من المبحوثين في الإمارات مقابل (44%) في ملواكي يفضلون أن يكون مقدم البرنامج طفلاً . والفرق بين النسبتين غير دال إحصائياً بدرجة ثقة (95%) ، مما يدل على أنه لا اختلاف بين العيتين في أن يكون مقدم البرنامج طفلاً .

2 - ويفضل (28,7%) من عينة الإمارات مقابل (14%) من عينة ملواكي أن يكون مقدم البرنامج شخصاً كبيراً ، والفرق بين النسبتين غير دال إحصائياً . مما يدل على اتفاق آراء العيتين في اختيار مقدم البرنامج .

3 - بلغت نسبة الذين صرحوا بأنه يستوي لديهم أن يكون مقدم البرنامج طفلاً أو شخصاً كبيراً في الإمارات (17,8%) في مقابل (49,3%) في ملواكي ، والفرق بين النسبتين دال إحصائياً . مما يدل على عدم اتفاق العيتين في هذا الخصوص .

4 - وعلى مستوى الذكور والإناث بلغت نسبة الذكور في مدينة دبي الذين يفضلون أن يكون مقدم البرنامج طفلاً (44,5%) في مقابل (63,8%) من الإناث . والفرق بين العيتين ليس دالاً إحصائياً ، فيما بلغت في ملواكي نسبة الذكور الذين يفضلون أن يكون مقدم البرنامج طفلاً (50,6%) في

مقابل (37,3%) من الإناث . والفرق بين العينتين دال إحصائياً بدرجة ثقة (95%) .

5 - أما بالنسبة لمقدم البرنامج (شخص كبير) فقد بلغت نسبة الذكور في الإمارات (31%) في مقابل (22,3%) للإناث . وفي ملواكي بلغت نسبة الذكور (6,6%) في مقابل (21,3%) للإناث ، الفرق بين الذكور والإناث في عينة الإمارات ليس دالاً إحصائياً بينما يوجد في عينة ملواكي فرق دال إحصائياً ، مما يتبين معه أنه لا اتفاق بين الذكور والإناث في عينة ملواكي في كون مقدم البرنامج شخصاً كبيراً .

6 - أما بالنسبة لمقدم البرنامج (من الجنسين) فقد بلغت نسبة الذكور في الإمارات (24,3%) في مقابل (11,1%) من الإناث . وفي ملواكي الذكور (42,6%) في مقابل (56%) من الإناث مما يدل على اتفاق العينتين في أن يكون مقدم البرنامج (سيان) (من الجنسين) .

جدول رقم (15)

يبين توزيع المبحوثين حسب البرامج المفضلة في برامج الأطفال

المنطقة	الإمارات						ملواكي					
	البرامج		ذكور		إناث		الإجمالي		ذكور		إناث	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
كرتون	57	77,02	61	84,7	118	80,8	58	77,3	54	72	112	74,6
مسلسلات	23	48,6	25	37,5	48	32,8	16	21,3	18	24	34	22,6
عرائس	10	31,1	21	29,1	31	21,2	12	31,3	29,3	8	18	12
أغاني	19	25,6	23	31,9	42	28,7	16	21,3	22	29,3	38	25,3
فوايز المسابقات	27	36,4	14	19,4	41	28	12	20	21	25,3	33	22
معلومات	13	17,5	15	20,8	28	19,1	9	20	10	13,3	19	12
أخرى تذكر	-	-	25	34,7	25	17,1	7	9,3	8	10,6	15	10
المجموع	74	100	72	100	146	100	75	100	75	100	150	100

أوضحت النتائج العامة للدراسة في الجدول رقم (15) أن الأطفال يفضلون 8 أنواع من البرامج التي تقدمها لهم برامج الأطفال وهي كما يأتي :

1 - بلغت نسبة الذين يفضلون الكرتون في الإمارات (80,8%) في مقابل (74,6%) في ملواكي ، والفرق بين العيتين غير دال إحصائياً عند درجة ثقة (95%) .

وهذا ما يدل على اتفاق آراء العيتين في مدى تفضيلهم للكرتون .

2 - أما بالنسبة للسلسلات والعرائس والأغاني والمسابقات فقد بلغت نسبتها على النحو الآتي : في الإمارات (32,8%) ، (21,2%) ، (28,7%) ، (28%) ، على حين في ملواكي بلغت نسبها على التوالي (22,6%) ، (12%) ، (25,3%) ، (22%) .

ولا يوجد فروق إحصائية بين العيتين مما يدل على اتفاق الفئتين في البرامج المفضلة .

3 - أما بالنسبة للمعلومات فقد بلغت نسبتها في الإمارات (19,1%) ، وفي ملواكي (12%) ، واحتلت المرتبة الثالثة ولا يوجد فروق دالة إحصائية بدرجة ثقة (95%) ، مما يدل أيضاً على اتفاق العيتين في تفضيلهم للمعلومات . وأوضحت النتائج التفصيلية الآتي :

4 - نسبة تفضيل الذكور والإناث في الإمارات للكرتون بلغت (77,2%) من الذكور ، مقابل (84,7%) من الإناث ، والفرق بين النسبتين ليس دالاً إحصائياً مما يدل على آراء النسبتين في تفضيلهم للكرتون واحتلاله الدرجة الأولى .

5 - أما بالنسبة للسلسلات فقد احتلت المرتبة الثانية ، إذ بلغت نسبة الذكور (48,6%) في مقابل (37,5%) للإناث ، والفرق ليس دالاً إحصائياً مما يبين اتفاق آراء العينة من الذكور والإناث في تفضيلهم للقصص والحكايات .

6 - واحتلت كل من العرائس والأغاني وفواير المسابقات المرتبة الثالثة ، حيث

بلغت النسبة للذكور (31,1%) ، (25,6%) ، (36,4%) ، ولا يوجد فروق دالة إحصائية مما يدل أيضاً على اتفاق آراء الذكور والإناث في تفضيلهم لبرامج المسابقة .

7 - أما بالنسبة للمواكي فقد بلغت نسبة الذكور الذين يفضلون الكرتون (77,3%) ، في مقابل (72%) من الإناث . وتوجد فروق دالة إحصائية بدرجة ثقة (95%) مما يدل على اتفاق آراء الذكور والإناث بالنسبة لتفضيلهم للكرتون .

8 - أما بالنسبة للمسلسلات والأغاني والفوايز والمسابقات والقصص والحكايات فقد بلغت بالنسبة للذكور والإناث على التوالي :

(21,3%) ، (24%) ، (31,3%) ، (29,3%) ، (21,3%) ، (29,3%) ، (20%) ، (25,3%) ، ولا توجد فروق إحصائية بالنسبة لهذه البرامج مما يدل على اتفاق آراء الذكور والإناث في تفضيلهم لها .

جدول رقم (16)

يبين توزيع الباحثين حسب مدى الاستفادة من برامج الأطفال وحسب المنطقة

الإمارات												المنطقة
ملواكي												
الإجمالي		إناث		ذكور		الإجمالي		إناث		ذكور		
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
86	129	78,6	59	93,3	70	92,4	135	87,5	63	97,2	72	نعم
13,3	20	20	15	6,6	5	7,5	11	12,5	9	2,7	2	لا
100	150	100	75	100	75	100	146	100	72	100	74	الجملة

أوضحت النتائج العامة للدراسة في الجدول رقم (16) ما يلي :

1 - بلغت نسبة الذين أجابوا بـ «نعم» في أنهم يستفيدون من برامج الأطفال في الإمارات (92,4%) في مقابل (86%) في ملواكي . والفرق بين النسبتين

3 - أوضحت النتائج التفصيلية أن نسبة الذكور في الإمارات من الذين استفادوا من برامج الأطفال بلغت (97,2%) ، في مقابل (87,5%) من الإناث . والذين أجابوا بعدم الاستفادة بلغت نسبهم (2,7%) من الذكور ، في مقابل (12,5%) من الإناث . والفرق ليس دالاً إحصائياً على مستوى الذكور والإناث ، مما يدل على اتفاقهم في عدم الاستفادة . أما بالنسبة لعينة ملواكي فقد بلغت نسبة الذين أجابوا بـ«نعم» (93,3%) في مقابل (78,6%) من الإناث . وليس هناك فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث ، ما يدل على اتفاق الذكور والإناث في مدى الاستفادة من برامج الأطفال .

يبين توزيع المبحوثين حسب الأشياء المستفادَة وطبقاً للمنطقة

ملواكي						الإمارات						المنطقة
الإجمالي		إناث		ذكور		الإجمالي		إناث		ذكور		مظاهر الاستفادة
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
64,6	97	57,3	43	60	54	61,6	90	70,8	51	52,7	39	التسلية
35,3	53	42,6	32	28	21	38,3	56	29,1	21	74,3	55	زيادة المعلومات
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	أخرى
100	150	100	75	100	75	100	146	100	72	100	74	الجملة

أوضحت النتائج العامة للدراسة في الجدول رقم (17) التالي :

1 - تساوت عينتا الإمارات وملوأكى بالنسبة للتسلية ، حيث بلغت نسبته

(61,6%) في دبي، مقابل (64,6%) في ملواكي . والفرق بين العيتين غير دال إحصائياً، مما يدل على اتفاق العيتين في الأشياء المستفاد .
2 - أوضحت النتائج التفصيلية على مستوى الذكور والإناث بالنسبة لعينة الإمارات وملواكي ما يلي :

أولاً : عينة الإمارات بلغت نسبة الذكور في التسلية (52,7%) مقابل (70,8%) من الإناث . وليس هناك فروق جوهرية وبالنسبة لزيادة المعلومات حصل الذكور على نسبة (74,3%) في مقابل الإناث (29,1%) ، وهناك فروق دالة إحصائياً مما يدل على أن الذكور يستخدمون البرامج في الحصول على المعلومات أكثر من الإناث حيث يلفت نظرهم الدراما والرومانسية أكثر من الذكور .

ثانياً : بالنسبة لعينة ملواكي ، نجد أن نسبة الذكور الذين أجابوا بأنهم يستفيدون بالتسلية بلغت (60%) ، (57,3%) للإناث ، وتلت المرتبة الأولى ، بينما بلغت المعلومات بالنسبة للذكور (28%) في مقابل (42,6%) للإناث ، والفرق غير دال إحصائياً ما يدل على اتفاق آراء الذكور والإناث في الاستفادة من برامج الأطفال .

جدول رقم (18)

يبين توزيع المبحوثين حسب مدى الاستفادة من برامج الأطفال وحسب المنطقة

ملواكي						الإمارات						المنطقة مدى معرفة معلومات من برامج الأطفال
الإجمالي		إناث		ذكور		الإجمالي		إناث		ذكور		
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
74,6	112	84	63	65,3	49	99,3	145	100	72	98,6	73	نعم
42,6	64	38	12	34,6	26	6,8	1	-	-	1,35	1	لا
100	150	100	75	100	75	100	146	100	72	100	74	الجملة

أوضحت النتائج العامة للدراسة في الجدول (18) ما يلي :

1 - بلغت نسبة الذين يعرفون معلومات من برامج الأطفال في الإمارات

(99,3%) مقابل (74,6%) من عينة ملواكي . والفرق بين النسبتين دال إحصائياً مما يدل على اتفاق آراء العييتين في مدى معرفتهم بمعلومات من برامج الأطفال .

2 - أوضحت الدراسة التفصيلية على مستوى الذكور والإناث ، أنه بالنسبة لعينة الإمارات أجاب (98,6%) من الذكور مقابل (100%) من الإناث في مدى معرفتهم بمعلومات من برامج الأطفال . والفرق غير دال إحصائياً مما يدل على اتفاق الذكور والإناث في مدى معرفتهم بمعلومات من برامج الأطفال .

3 - أما بالنسبة لعينة ملواكي فقد بلغت نسبة الذكور الذين أجابوا بـ«نعم» (65,3%) في مقابل (84%) من الإناث وليس هناك فروق جوهرية ، مما يدل على اتفاق آراء الذكور في مدى معرفتهم بمعلومات من برامج الأطفال .

جدول رقم (19)

يبين توزيع المبحوثين حسب الوسيلة المفضلة لمشاهدة برامج الأطفال وطبقاً للمنطقة

المنطقة حسب الوسيلة المفضلة	الإمارات						ملواكي					
	ذكور		إناث		الإجمالي		ذكور		إناث		الإجمالي	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
الراديو أكثر	5	67	22	30,5	18,4	3	3	4	5	6,6	8	5,3
التلفزيون أكثر	69	93,2	50	96,4	81,5	72	96,2	70	93,3	142	94,6	
سيان	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
أخرى تذكر	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع	74	100	72	146	100	75	75	100	75	100	150	-

ويستدل من الجدول السابق رقم (19) على عدة نتائج منها :

1 - بالمقارنة بين الإمارات وملواكي ظهر أن ما يزيد على أربعة أخماس عينة

الإمارات وملواكي (81,5%) ، (94,6%) تفضل مشاهدة برامج الأطفال بالتلفزيون عن الاستماع إليها بالراديو . وليس هناك فروق بين العيتين في مدى تفضيلهم للتلفزيون .

2 - إذا انتقلنا على مستوى الذكور والإناث بالنسبة للإمارات بلغت نسبة الذكور الذين يفضلون التلفزيون بوصفه وسيلة لمشاهدة برامج الأطفال (93,2%) في مقابل (96,4%) من الإناث ، و(96,2%) من الذكور في ملواكي مقابل (93,3%) من الإناث ، والفرق بين العيتين غير جوهري عند درجة ثقة (95%) ، وبين ذلك أنه لا اختلاف بين الذكور والإناث من حيث تفضيلهم مشاهدة برامج الأطفال التلفزيون على الاستماع إليها من الراديو .

ويستدل من الجدول (20) على عدة نتائج منها :

1 - جاءت مشاهدة الفيديو على مستوى العيتين الإمارات وملواكي في الترتيب الأول ، حيث بلغت نسبة الذين يشاهدون الفيديو في الإمارات (89,7%) مقابل (94,6%) في مدينة ملواكي . وبالمقارنة بين العيتين وجد أنه لا يوجد اختلاف بينهما ، وليس هناك فروق دالة إحصائية مما يدل على اتفاق آراء العيتين في مدى مشاهدة الفيديو .

2 - جاءت الكتب غير المدرسية في الترتيب الثالث على مستوى الإمارات ومدينة ملواكي ، حيث بلغت نسبة مدينة دبي (80,8%) ، ومدينة ملواكي (85,3%) . وليس هناك فروق دالة إحصائية مما يدل على اتفاق آراء العينة في مدى التعرف للكتب غير المدرسية . جاءت مجلات الأطفال على مستوى العيتين الإمارات وملواكي الترتيب الثاني حيث بلغت نسبة الذين يقرأون مجلات الأطفال في الإمارات (82,1%) مقابل (63,2%) في مدينة ملواكي .

3 - أما صحف الأطفال ، فقد احتلت الترتيب الرابع حيث بلغت نسبة الذين

جدول رقم (20)
توزيع المبحوثين الذين يشاهدون التلفزيون حسب المصادر الإعلامية الأخرى التي يتعمرون لها

ملواكي					الإمارات					المنطقة
السينما	كتب غير مدرسية	صحف الأطفال	مجلات الأطفال	الفيديو	السينما	كتب غير مدرسية	صحف الأطفال	مجلات الأطفال	الفيديو	المصادر الإعلامية
150 18 132	150 22 128	150 85 65	150 55 95	15 08 142	146 81 36	146 36 118	146 58 88	146 26 125	146 15 131	العدد
12.0 88.0 100	14.6 85.3 100	100 56 43.3	36.6 63.2 100	100 5.2 94.6	55.4 24.6 100	25.3 80.8 100	39.7 60.2 100	17.8 82.1 100	10.2 89.7 100	%

يتعرضون لصحف الأطفال في الإمارات (60,2%) مقابل (43,3%) . وليس هناك فروق إحصائية مما يدل على اتفاق العييتين .

4 - وأخيراً يأتي الإقبال على السينما في المرتبة الخامسة والأخيرة بالنسبة للإمارات ، ولم يذكرها سوى (24,6%) ، على حين احتلت السينما في ملواكي المرتبة الثانية بعد الفيديو ، حيث ذكرها (88%) . وبالمقارنة نجد أن هناك فروقاً جوهرية ودالة إحصائية بين العييتين . ويعود ذلك إلى أن السينما في الولايات المتحدة متطورة ؛ إذ يوجد تصنيف للأفلام بالولايات المتحدة التي يسمح للأطفال بمشاهدتها عكس دولة الإمارات التي ليس بها تصنيف كاف للأفلام .

5 - وتتفق هذه النتائج مع نتائج الدراسات الإعلامية الأخرى التي أكدت أن التعرض لوسيلة إعلامية يزيد بشكل عام التعرض لوسائل أخرى ، حيث يتجه الشخص الذي يستخدم وسيلة إعلامية جماهيرية بدرجة عالية إلى استخدام وسائل إعلامية أخرى بدرجة عالية أيضاً⁽³⁸⁾ .

6 - ضرورة حث الأطفال على التعرض لوسائل الإعلام الأخرى ، وليس الاقتصاد على التلفزيون ؛ فالراديو مثلاً لم ينل إلا نسبة ضئيلة مع أنه يعتبر من الوسائل الإعلامية التي تثير الخيال ، خصوصاً في مرحلة الطفولة .

7 - ضرورة العمل على زيادة جرعة برامج الأطفال في إذاعة دولة الإمارات حتى يقبل الأطفال على سماعها والاستفادة منها .

أوضحت النتائج العامة لهذه الدراسة في الجدول (21) عدة نتائج منها :

1 - أن مشاهدة التلفزيون بلغت (90,4%) في الإمارات مقابل (84%) في ملواكي ، واحتلت المرتبة الأولى بين العييتين ، وبالمقارنة وجد أنه لا يوجد فروق دالة إحصائية ؛ مما يدل على اتفاق آراء العييتين في اعتبار مشاهدة

جدول رقم (21)

يبين توزيع المبحوثين حسب قضاء وقت الفراغ وطبقاً للمنطقة

المنطقة	الإمارات						ملواكي					
	ذكور		إناث		الإجمالي		ذكور		إناث		الإجمالي	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
مشاهدة التلفزيون	62	83,7	70	97,2	132	90,4	72	96	54	72	1267	84
القراءة	36	48,6	22	34,6	58	39,7	26	34,6	26	34,6	52	34,6
مشاهدة الفيديو	35	47,2	32	44,4	67	52	32	42,6	25	33,3	57	38
الاستماع للراديو	19	25,6	18	25	37	25,3	32	42,6	31	41,3	63	42
الاستماع للكاسيت	12	16,2	14	19,4	26	17,8	29	38,6	32	42,6	61	40
اللعب	15	18,9	12	16,6	27	18,4	65	86,6	55	73,3	120	80
النوم	10	13,5	8	11,1	21	14,3	25	33,3	20	26,6	45	30
أخرى تذكر	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع	74	-	72	-	146	-	75	-	75	-	150	-

التلفزيون الوسيلة الأولى لقضاء وقت الفراغ .

2 - وجد أنه لا اختلاف فيما يخص قضاء وقت الفراغ ، سواء في القراءة ومشاهدة الفيديو والاستماع للراديو والاستماع للكاسيت بالنسبة للعينتين ؛ حيث بلغت في الإمارات على التوالي : (39,7%) ، (52%) ، (25,3%) ، (17,8%) ، (34,6%) ، (38%) ، (42%) ، (40%) . والفروق بين العينتين ليست دالة إحصائياً ، مما يدل على اتفاق آراء العينتين في كيفية قضاء وقت الفراغ .

3 - أما بالنسبة للعب فقد بلغت النسبة في الإمارات (18,4%) يقابله في ملواكي بنسبة (80%) ، والفروق بين العينتين دال إحصائياً ، حيث توجد فروق جوهرية وهذا يدل على مدى تشجيع الوالدين في أمريكا للأبناء

للقيام بنشاطات أخرى أكثر إفادة للإنسان ، مثل اللعب بجانب التعرض لوسائل الإعلام عكس الحال في دبي ، ويعود أيضاً لعدم وجود وسائل ترفيهية خاصة باللعب في دبي خلافاً للحال في مدينة ملواكي .

وبالمقارنة بين الذكور والإناث ، فقد تبين أن قضاء وقت الفراغ يتم على النحو الآتي :

- 4 - مشاهدة التلفزيون وقد أجمع عليه المبحوثون من الذكور والإناث في الإمارات ومدينة ملواكي .
- 5 - القراءة وقد بلغت نسبة الذكور في الإمارات (48,6%) يقابله (34,6%) من الإناث ، وبالمقارنة بين الذكور والإناث في كلتا العينتين نجد أنه لا توجد فروق جوهرية دالة إحصائياً مما يدل على اتفاق الذكور والإناث في كيفية قضاء وقت الفراغ .
- 6 - أما بالنسبة للفيديو أيضاً تساوت أو تقاربت النسب بين العينتين في الإمارات وملواكي بين الذكور والإناث ، حيث بلغت النسبة لها الذكور في الإمارات (47,2%) يقابلها (44,4%) الإناث . وفي مدينة ملواكي (42,6%) يقابلها (33,3%) من الإناث . والفروق بين العينتين ليست جوهرية أو دالة إحصائياً مما يدل على اتفاق آراء الذكور والإناث في المشاهدة للفيديو بوصفه وسيلة لقضاء وقت الفراغ .
- 7 - أما بالنسبة للوسائل الأخرى ومنها : الاستماع للراديو والاستماع أو للكاسيت فقد احتلت المرتبة الثالثة وبلغت نسباً متقاربة بين العينتين .

النتائج

أهم النتائج التي أسفرت عنها الدراسة الميدانية الخاصة بالأطفال لعينة قوامها 300 مفردة من تلاميذ صفوف الرابع والخامس والسادس في كل من الإمارات ومدينة ملواكي ، فيما يأتي :

- 1 - أجمعت العينة المدروسة في كل من الإمارات ومدينة ملواكي على ملكية

أجهزة التلفزيون كما أجمعت على مشاهدتها لبرامج التلفزيون .

2 - أحرزت الفترة المسائية المركز الأول من حيث مشاهدة برامج التلفزيون ، حيث أوضح ذلك بنسبة (53,6%) من عينة الإمارات مقابل (28%) في مدينة ملواكي .

3 - أحرزت فترة السهرة المركز الأول بالنسبة لعينة مدينة ملواكي ، فقد بلغت (34,2%) مقابل (7,8%) في الإمارات .

4 - وجد أن زمن المشاهدة ثلاث ساعات فأكثر ، يمثل الزمن الأكثر شيوعاً في كلتا العينتين الإمارات ومدينة ملواكي ، حيث نال المركز الأول وبنسبة (47,2%) ، في الإمارات ويقابله (60%) في مدينة ملواكي .

5 - لوحظ ارتفاع نسبة الذين يشاهدون التلفزيون في الوقت الذي يحبونه في كلتا العينتين الإمارات ومدينة ملواكي ، حيث بلغت النسبة (52,7%) يقابله (84%) في مدينة ملواكي .

6 - وفيما يتعلق بمشاهدة العينة لبرامج الأطفال ، فقد أجمعت العينة على مشاهدتها لبرامج الأطفال في كل من الإمارات ومدينة ملواكي .

7 - تساوت نسبة الذين يشاهدون برامج الأطفال في أيام معينة بلغت (78,7%) في الإمارات ، مقابل (86%) في ملواكي .

8 - وجد أن نسبة (97,2%) من أفراد العينة في الإمارات مقابل (40,6%) من أفراد العينة في مدينة ملواكي يشاهدون التلفزيون في أيام الدراسة ، وقد يرجع الاختلاف بين العينتين لعدم وجود رقابة كافية من الأهل بالنسبة لعينة الإمارات .

9 - احتل الإخوة المركز الأول بالنسبة لعينة الإمارات بالنسبة لمشاهدة برامج الأطفال مع أفراد العينة ، وبنسبة (50,6%) ، على حين احتلت مشاهدة الطفل البرامج بمفرده في مدينة ملواكي المرتبة الأولى ، وبنسبة (32,6%) .

وهذا يدل كما سبق أن ذكرنا على قدر الحرية المتروكة للطفل في مدينة ملواكي لمشاهدة التلفزيون أو ربما لعدم وجود ترابط أسري ، كما في دولة الإمارات .

10 - جاء الاتفاق معاً بالنسبة لتقديم برامج الأطفال في المركز الأول في الإمارات وملواكي ، وبالنسب الآتية : (59,5%) ومدينة دبي (70,6%) على الترتيب .

11 - (أن يكون مقدم البرنامج طفلاً) في عينة الإمارات احتل المركز الأول ونسبة (54,1%) بينما احتل الإجابة (سيان) في ملواكي المركز الأول ونسبة (49,3%) .

12 - بالنسبة للعينة التي تفضل أن يقدم البرامج أطفالاً فقد احتلت أفلام الكرتون المركز الأول في العينة ونسبة (80,8%) ، (74,6%) ، وتليه المسلسلات والأفلام والعرائس والأغاني والفوايز والمسابقات .

13 - تقاربت آراء العينة في الإمارات وملواكي بالنسبة لمدى الاستفادة من برامج الأطفال ، حيث بلغت (92,4%) ، (86%) .

14 - بالنسبة لنوع الاستفادة احتلت التسلية المركز الأول في كل من الإمارات ومدينة ملواكي بنسبة (61,6%) ، و(64,6%) وتليها المعلومات .

15 - بلغت نسبة الذين يعرفون معلومات من برامج الأطفال في العينة (99,3%) و(74,6%) ، وقد وجد أن هناك اتفاقاً بين آراء العيتين .

16 - جاءت نسبة الذين يفضلون برامج الأطفال بالتلفزيون على الراديو في المركز الأول في كل من الإمارات ومدينة ملواكي بنسبة (81,5%) ، (94,6%) ، ويليه الراديو على التوالي ، والإجابة (سيان) .

17 - حصلت مشاهدة الفيديو على المستوى الأول بالنسبة لعينة الإمارات وملواكي ، حيث بلغت (89,7%) في دبي ، مقابل (94,6%) في ملواكي .

18 - حصلت مشاهدة التلفزيون بوصفه إحدى وسائل قضاء وقت الفراغ على المركز الأول بنسبة (90,4%) في مدينة دبي يقابله (84%) في مدينة ملواكي .

التوصيات

بعد ما سبق نوصي بما هو آت :

- 1 - العمل على إذاعة برامج الأطفال في فترة المساء ، حيث أجمعت العينة على مشاهدتها لبرامج الأطفال في تلك الفترة .
- 2 - العمل على وجود رقابة من قبل الأهل على الأطفال من حيث اختيار الوقت المناسب لمشاهدة برامج التلفزيون ، ذلك لأن معظم أفراد العينة أجمعت على أن لها الحرية المطلقة في مشاهدة التلفزيون ، واختيار الوقت الذي يناسبهم في المشاهدة .
- 3 - العمل على توجيه الأطفال في الاشتراك معهم في مشاهدة برامج الأطفال حتى يمكن للأسرة توعيتهم بالجوانب السليمة والإيجابية في البرامج في وقت البرنامج ، فتكون أكثر رسوخاً وثباتاً ، حيث إن معظم أفراد العينة شاهد مع الإخوان وليس مع الأهل ؛ أي الوالدين .
- 4 - العمل على زيادة حصيلة المعلومات في برامج الأطفال ، فإثراء برامج الأطفال بالمعلومات تجعلها متقدمة من حيث الاستفادة ، وذلك بجانب التسلية والترفيه .
- 5 - العمل على زيادة اختيار برامج الأطفال المناسبة لكل مرحلة من مراحل الطفولة ؛ حيث نجد أن نتائج الدراسة أوضحت أن الأطفال يقبلون على الكرتون بالدرجة الأولى ، يليها المسلسلات فالأغاني والإعلانات ، ولذلك لا بد من استغلال قالب الكرتون في جميع أنواع البرامج التي يقبل عليها الأطفال أو معظمها ، حتى يمكن الاستفادة من البرامج الأخرى .

- 6 - العمل على مخاطبة الجهات ذات الاختصاص بإنشاء دور عرض خاصة بالأطفال على غرار الدول المتقدمة باعتبارها وسيلة من وسائل الإعلام ذات الصلة بموضوع التنشئة الاجتماعية الموجه لصقل عقلية الطفل وتوجيه اتجاهاته الإيجابية تجاه المجتمع .
- 7 - العمل على إنتاج برامج الأطفال الخاصة لدور العرض أو استيرادها من الدول المتقدمة ، كالأفلام العالمية ، حتى يستفيد منها الطفل في دولة الإمارات .
- 8 - إنشاء لجنة متخصصة للإشراف على إنتاج برامج الأطفال ، ومراقبتها ، على أن تقوم بزيارات ميدانية ، والاشتراك في الدورات التدريبية في الدول المتقدمة في هذا المجال ، حتى يستفاد منها في إنتاج برامج أطفال ذات القيم والمعلومات التي يستفيد الطفل في دولة الإمارات .
- 9 - إجراء بحوث ميدانية على برامج الأطفال في تليفزيون دولة الإمارات حتى يأتي تخطيط البرامج الجديدة من خلال دراسة واقعية للبرامج السابقة .
- 10 - تحديد عدد ساعات المشاهدة للطفل في اليوم بساعة أو ساعتين يومياً ، على أن يقوم الطفل بإعداد واجباته المدرسية مسبقاً حتى لا يؤثر ذلك في المستوى التعليمي ، وحتى لا يستحوذ الجهاز التليفزيوني على كل اهتمامه مع مراعاة إيجاد وسائل أخرى مرادفة مثل الرياضة والهوايات والأنشطة المختلفة .
- 11 - تشجيع الأطفال على قراءة المجلات والصحف والكتب غير المدرسية لزيادة المحصول اللغوي .
- 12 - العمل على إيجاد برامج تعليمية للطفل في تليفزيون الإمارات على نمط البرامج التعليمية في الولايات المتحدة ، مثل برامج Barny, car bar, elec- tric company, Baby world وهي برامج تعليمية وغنية بالمعلومات والقيم والسلوك .

الهوامش والمراجع

- (1) - Alan, R. (1977) "Television Usage Attitude and Viewing Behavior of Children and Adolescence." **Journal of Broadcasting**, 21 p. 355-356.
- (2) Joyc, N. and eine, Rui "pro-social behavior, A field correlations study." **Journal of Broadcasting**, 23, p. 275.
- (3) العلي ، فوزية : برامج الأطفال في تلفزيون دولة الإمارات دراسة تحليلية وميدانية ، رسالة دكتوراه ، «غير منشورة» القاهرة ، 1988 ، ص 54 .
- (4) Digest of Middle East studies, 7 (1) p21-32.
- (5) حسن ، عبد الباسط : أصول البحث الاجتماعي ، القاهرة : مكتبة وهبة ، 1990 ، ص 46 .
- (6) Robert, H. and David, T. (1986) **Children and Television Semptic Approach**, press, p.159.
- (7) Susan. H. (1977) **Television and children: Children and T.V Experienve, T.V. Awareness**. Training By Ben Gogan, Ny. Media Action, Research center. p. 20.
- (8) شلبي ، كرم : فن الكتابة للراديو والتلفزيون ، القاهرة : دار الشروق ، 1987 ، ص 355 .
- (9) فرج ، محمد سعيد : الطفولة والثقافة والمجتمع ، القاهرة : مكتبة الأنجلو ، ص 130 .
- (10) ناصر بن عبدالله : أسس التخطيط والإنتاج لبرامج الأطفال المحلية في التلفزيون السعودي والقناة الأولى ، رسالة ماجستير «غير منشورة» ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، كلية الدعوة والإعلام بالرياض ، 1991 ، ص 100 .
- (11) أسس التخطيط والإنتاج لبرامج الأطفال المحلية في التلفزيون السعودي والقناة الأولى .
- (12) Harvey (1972) p. 289.
- (13) اتحاد إذاعات الدول العربية ، برامج الأطفال في الراديو والتلفزيون ، ص 97 .
- (14) شرام ، ولبر وليل ، جاك وبار ، كرادين : التلفزيون وأثره في حياة أطفالنا ، ترجمة : زكريا ياسين طه ، القاهرة : الدار المصرية للتأليف والترجمة والنشر ، د. ت. ، ص 107 .
- (15) محمد جابر ، سامية : الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث : النظرية والتطبيق ، الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، 1983 ، ص 126 .
- (16) ستاشيف ، إدوارد ، برتيز ، رودى : برامج التلفزيون إنتاجها وإخراجها ، ترجمة : أحمد طاهر ، مؤسسة كل العرب ، د. ت. ، ص 30 .
- (17) أسس التخطيط والإنتاج لبرامج الأطفال المحلية في التلفزيون السعودي والقناة الأولى .
- (18) رشتى ، جيهان : الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، القاهرة : دار الفكر العربي ، 1975 ، ص 448 .
- (19) Brain R. et al. (1955) **Television and children program, Comprehension and Impact**, Assoiation Ublcher, p. 19.
- (20) Wemer, D. et al. (1979) **Communication, Mothers Use**, N.Y., p. 116.

- Gordan, L. & Joy K. (1982) **Television Image and Chaning Social Cultural World.** (21)
London, New Delhi. p. 9.
- Eyra, J. (1996), **Television and Ghi. ioo, Ontario, Candan Lawrence,** Erlbun Asso- (22)
ciates A publishers Hillsdale, Newjersey.
- (23) فن الكتابة للراديو والتلفزيون ، ص 105 .
- Gordon & Kelko (1982), p. 29. (24)
- Television and Behavior ten Years of Scientific Prgress and implication, Volume-1** (25)
Summer report p. 54.
- Television and Behavior, p.29. (26)
- (27) ذياب ، هندي ، سالم : أثر وسائل الإعلام على الطفل ، ط 1 ، الأردن : جمعية أعمال المطابع
التعاونية ، 1999 ، ص 59 .
- Susan Harveg, (1977), p. 207. (28)
- (29) العبد ، عاطف ، برامج الأطفال في التلفزيون المصري ، رسالة دكتوراه «غير منشورة» ، جامعة
القاهرة ، كلية الإعلام ، 1984 ، ص 552 .
- Alan, R. (1977), p. 39. (30)
- (31) برامج الأطفال في التلفزيون المصري ، ص 680 .
- (32) برامج الأطفال في تلفزيون الإمارات ، ص 432 .
- (33) برامج الأطفال في التلفزيون المصري ، ص 720 .
- Barrie, G. and Jill M, (1997), **Children and Television**, Second Edition, London, N.Y, (34)
p.173.
- (35) برامج الأطفال في تلفزيون الإمارات ، ص 435 .
- (36) كونجر ، جون وآخرون : سيكولوجية الطفلة والشخصية ، القاهرة : دار النهضة المصرية ، د.ت ،
ص 456-457 .
- (37) زهران ، حامد : علم نفس النمو ، القاهرة : دار النهضة العربية ، 1984 .
- (38) الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، ص 360 .

* * *