

الفصل السادس

فى الإعلان الصحفى
فى صحافة الأطفال

تعريف الإعلان وأهميته

يعرف الإعلان بأنه «نشاط إدارى منظم يستخدم الأساليب الابتكارية لتصميم الاتصال الإقناعى التائيرى، التميز باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية؛ بهدف زيادة الطلب على السلعة المعلن عنها، وخلق صورة ذهنية طيبة عن المنشأة المعلنه، تتسق مع إنجازاتها ووجودها فى تحقيق الإشباع لحاجات المستهلكين، وزيادة الرفاهية الاجتماعية والاقتصادية.

كما يعرف بأنه «كافة الجهود الاتصالية والإعلامية غير الشخصية، المدفوعة، والتى تقوم بها منظمات الأعمال والمنظمات غير الهادفة إلى الربح، والأفراد والتى تنشر أو تعرض أو تذاع باستخدام كافة الوسائل الإعلانية، وتظهر من خلالها شخصية المعلن؛ بهدف تعريف جمهور معين بمعلومات معينة وحثه على القيام بسلوك معين»^(١)

ومن المعروف أن الإعلان يؤدى دورا أساسيا، يمكن تحديد إطاره العام فى تعريف جموع المستهلكين المختلفة بالسلعة والخدمات المتاحة وخصائصها، وفى زيادة المبيعات من بعض هذه السلع والخدمات فى التأثير فى سلوك المستهلكين، بما يحابى المتطلبات التسويقية للمشروع.^(٢)

ويعتبر الإعلان فى الصحف والإذاعة وغيرهما من وسائل الإعلام المختلفة أحد المظاهر البارزة، التى تعبر عن طبيعة عن المناخ الاقتصادى للبلاد، وهو المرآة التى تعكس حال البلاد رخاءً أو كسادا، كما يخبر عن ظروف البلاد الاقتصادية وقوة الشراء فى البلاد. وتعد المجلات من أهم وسائل الصحافة فى الإعلان عن

(١) سمير حسين، المرجع السابق، ص ٦١.

(٢) سمير حسين، مرجع سابق، ص ٦١.

السلع؛ لحسن طباعتها واستخدامها الصور والرسوم والألوان ولدوريتها الطويلة؛ مما يتيح لها البقاء في أيدي القراء وهم المستهلكون مدة طويلة^(١)

ومعروف أن فن الإعلان الصحفى يقوم على الكتابة الإعلانية، التى تهدف التأثير فى نفس القارئ. ومن هنا. . . فإن على الحرر الإعلاني أن يكتشف الفكرة التى سوف يتحدث عنها فى الإعلان، باحثًا عن مزايا السلعة المعلن عنها وطرق أدائها لوظيفتها وأفضليتها على منافسيها.

والأسلوب الإعلاني قد يكون منطقيًا، ولكن أغلب الإعلانات تركز على استغلال الدوافع النفسية، وتستخدم الأسلوب الوجداني. . . غير أن فن الإعلان الصحفى هو مزيج من الكلمة والصورة والعنوان والرسم واللون، ولا تنبثق الإعلانات الجذابة المبتكرة من تلقاء نفسها، ولكنها فى واقع الأمر نتيجة تفكير عميق وتصميم دقيق.^(٢)

ولقد اتجهت مجلة سمير إلى نشر الإعلان منذ أعدادها الأولى من صدورها، وإن لم تأخذ صفة الثبات والدوام، كما هو الحال فى بعض الإعلانات التى انتشرت فى السنوات الأخيرة؛ فقد نشر أول إعلان بالمجلة عن حلويات «طوفى» من إنتاج شركة المنتجات والتعبئة المصرية.^(٣)

ومن خلال استطلاع الباحث لأعداد مجلة «سمير»، لاحظت أن غالبية الإعلانات بها تدور حول إعلانات الحلويات أو لعب وكتب ودوريات للاطفال. ونذكر هذا هنا نماذج من الإعلانات التى نشرت بالمجلة، وهو عبارة عن إعلان عن لبان «بلونه»: احتل هذا الإعلان صفحة كاملة بالألوان، ورسم به طفلة تنفخ اللبان وتجعله كالبلونة وبجوارها طفل، يضع الصورة التى جاءت بقطعة اللبان على ذراعه وجاء تحرير الإعلان هكذا. .

(١) إجلال خليفة، الوسائل الصحفية وتحديات المجتمع الإسلامى المعاصر (القاهرة - الأنجلو - ١٩٨٠م) ط ١، ص ١٢٦.

(٢) مجلة سمير، العدد رقم ١٢٠٦ الصادر بتاريخ ١٩٧٩/٥/٢٠م السنة (٢٣)، ص ٢٩.

(٣) كاتب سمير العدد رقم ١٢٠١ الصادر بتاريخ ١٩٧٩/٦/١٠م السنة (٢٣) ص ٢٤.

«لبان بلونه لك يا عزيزى ويا عزيزتى الصغيرة منه... سرور... جمال...
أسرار لأول مرة فى الأسواق.

الطعم الذى تشبه قرنفل.. نعناع.. قرفة.. مجموعة فواكه، واللون الذى
ترغبه اللبانه تنتفخ كالبالونة.. وكل باكو عليه وشم»

يمكن أن تطبعه على ذراعك ويدك وأى جزء من جسمك. (١)

ومن نماذج الإعلانات التى نشرت فى «سمير» إعلان على مساحة صفحة
لشريط أغانى جديد. رسم فى الإعلان صور لطفلين، يحمل كل منهما بوقا ينفخ
فيه يخرج من البوق الأول، الشريط الجديد لفرقة المصريين، ومن البوق الثانى
كلمة حرية، ومادة تحرير الإعلان هكذا:

ياأبناء الجيل الجديد.. صوت الحب يقدم الشريط الجديد لفرقة المصريين
مجموعة من الأغانى الجميلة الجديدة منها حرية - موسم الامتحانات - حضارة
المصريين - تحت أشجار النخيل، ميكى ماوس - ولد و بنت شريط فرقة المصريين
يمتعكم بطربكم وسوف تحفظون وترددون أغانيه، يباع بجميع محلات الكاسيت
الثلث ٢٥٠ قرشا (٢).

ومن الجدير بالذكر أن مجلة سمير لم تكن تنشر إعلانات على ورق كوشيه أو
فى منتصف العدد، سوى مجموعة إعلانات عن مشروب فانتا.. وكان يحتل
مساحة صفحتين كوشيه بمنتصف العدد. وأما الوجهين الآخرين فكان.. ينشر
عليها إما صور للفريق القومى لكرة القدم، أو صورة لأى فريق رياضى من الفرق
المشهورة، أو ينشر لوحة فنية لكبار الرسامين كلوحة لىالى رمضان لمحمد راسم
والمراجع لجاذبية صدقى. (٣)

(١) مجلة سمير العدد رقم ١٢٠٦ الصادر بتاريخ ٢٠/٥/١٩٧٩م السنة (٢٣) ص ٢٩.

(٢) كابتن سمير العدد رقم ١٢٠١ الصادر بتاريخ ١٠/٦/١٩٧٩م، السنة (٢) ص ٢٤.

(٣) كابتن سمير ١٥٧٤ الصادر بتاريخ ٨/٦/١٩٨٦م السنة (٣٠) ص ٤٢.

ولقد نشرت المجلة عددا من الإعلانات لشركات الشريف للبلاستيك، وكان أول إعلان بها على مساحة صفحة داخلية بالألوان. (١)

ومهما يكن من شيء... فإن الإعلانات في المجلة لم تكن بالكثرة التي تجعل المجلة تعتمد عليها في تمويلها؛ فأحيانا كثيرة كانت الأعداد العادية من مجلة سمير تصدر وليس بها إعلان واحد..

والحقيقة أن إقبال المعلنين على كابتن سمير كان أكثر من سمير؛ وخاصة الصفحة الأخيرة من الغلاف، وتنشر عليها إعلانات لشركة «سيما» للحلويات بصفة مستمرة.

أهمية الصورة في الإعلان:

ونظرا لأهمية الصور والرسوم في الإعلان.. فقد استخدمتها مجلة «سمير» في الإعلانات التي تنشر بها وقد دلت الدراسات الخاصة بالجوانب النفسية والسلوكية والفنية في مجال الإعلان أن العمل الفني في التقييم الإعلاني، والذي يركز أساساً في الصورة والرسم أو مجموعة الصور والرسوم المتضمنة في الإعلان هو العنصر الرئيسي، أو العامل الأساسي في جذب الانتباه إلى الإعلان وإثارة الاهتمام بموضوع الإعلان.. لذلك فإن المصمم يركز اهتماماته الأساسية في العمل الفني على هذه الأشياء، كأولوية سابقة على بقية العناصر الإعلانية الأخرى.

وظيفة الصور والرسوم في الإعلان:

يمكن إجمال وظائف الصور والرسوم في الإعلان فيما يلي:

- ١- القيام بعملية الاتصال في مجال الإعلان بدرجة كفاءة أعلى من كفاءة الكلمات التي يتكون منها النص الإعلاني؛ مما يؤدي إلى سرعة توصيل الرسالة الإعلانية إلى القراء بطريقة سريعة ومقنعة ومؤثرة.
- ٢- جذب انتباه الغالبية العظمى من القراء إلى الإعلان، فضلاً عن جذب

(١) سمير العدد «٤٥» الصادر بتاريخ ٢٥/٧/١٩٨٢م السنة (٢٦) ص ١٧.

نوعية المستهلكين المرتقبين، الذين يهدف الإعلان الوصول إليهم بصفة خاصة؛ أى إن الصور والرسوم تؤديان وظيفتين، هما: تجديد عدد القراء وتحديد نوعيتهم.

٣- إثارة الاهتمام بموضوع الإعلان وبالسلعة أو الخدمة المعلن عنها، وتعتبر هذه بداية استجابة القارئ للرسالة الإعلانية، كما أنها تثير الاهتمام ببقية عناصر الإعلان، وتقود القارئ إلى العنوان الرئيسى والعناوين الفرعية والنص الإعلاني والعلامة التجارية.

٤- إظهار مزايا السلعة وتأكيد عناصر الجذب فيها.

٥- إلقاء الضوء على ملامح أو خصائص أو فوائد معينة للسلعة أو الخدمة المعلن عنها.

٦- رسم وتوضيح الفكرة الأساسية للإعلان.

٧- شرح النص الإعلاني وتوضيح ما جاء به بطريقة مصورة ومفهومة وبمبسطة

٨- تحقيق النتائج الترويجية المطلوبة عن طريق تصوير مشكلات القراء ونتائج استخدام السلعة أو طلب الخدمة.

٩- تهيئة الجو المناسب لقراء الإعلان وخلق تأثير عاطفى واستجابة معينة.

١٠- إضفاء عنصر الصدق على الإعلان وجعله أكثر قابلية للتصديق؛ خاصة فى حالة استخدام الصورة الفوتوغرافية، التى تتميز بقابليتها للتصديق عن أى عنصر إعلانى آخر.

١١- شرح السلعة وتأكيد شخصيتها بما يخلق بها درجة عالية من التذكر عند الشراء.^(١)

استخدام الألوان فى الإعلان؛

استخدمت مجلة سميّر كذلك اللون فى الإعلانات المنشورة بها؛ لأن الصورة

(١) محمود علم الدين، الصورة الفوتوغرافية فى مجالات الإعلام، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب،

١٩٨١م، ص ٢٠١

التي يستعين بها رجل الإعلان قد تكون صورة ملونة أو صورة غير ملونة؛ ويتوقف ذلك على نوع الإعلان هل هو أسود وأبيض فقط أم ملونا؟ وإذا كان ملونا هل يحتوى على لون واحد فقط أم اثنين أم ثلاثة أم أربعة؟

ويتفق خبراء الإعلان على أن الألوان تؤدي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الوظيفية والنفسية، يمكن إجمالها فيما يلي:

- ١- خلق انطباع قوى وسريع بالنسبة للإعلان
- ٢- زيادة درجة جذب الانتباه إلى الإعلان
- ٣- جذب الانتباه إلى جزء معين في الإعلان أو التركيز على عنصر معين في الرسالة الإعلانية.

٤- إظهار السلع والمناظر والأشخاص بشكلها وألوانها الطبيعية.

٥- إثارة الاهتمام بمضمون الرسالة الإعلانية

٦- خلق الجو المناسب الذي يؤدي إلى إحداث التأثيرات السيكولوجية، المطلوبة أو إلى خلق شعور معين تجاه السلعة أو الخدمة موضوع الإعلان.

٧- إمداد المعلن بلغة إضافية يخاطب بها المستهلك وتوضيحها وتدعيم مكانتها.

٨- تأكيد أجزاء معينة مرتبطة بنقاط بيعية رئيسية.

٩- خلق انطباعات بطريقة تؤدي إلى زيادة قدرة القراء على استرجاع الإعلان وتذكرة.

١٠- خلق تأثيرات رمزية نتيجة لما توحى به الألوان من إيهامات عاطفية ووجدانية. (١)

ويعتبر الإعلان في الصحف والإذاعة والتلفزيون وغيرها من وسائل الإعلام أحد أبرز المظاهر المعبرة عن المناخ الاقتصادي للبلاد، وهو المرآة التي تعكس حال

(١) السابق نفسه، ص ٢٠٨.

البلاد، رخاء أو كساداً، كما يخبر عن ظروف البلاد الإنتاجية وقوة الشراء فى البلاد. وتعد المجلات من أهم وسائل الصحافة فى الإعلان عن السلع لحسن طباعتها واستخدامها الصور والرسوم والألوان ولدوريتها الطويلة؛ مما يتيح لها البقاء فى أيدي القراء وهم المستهلكون مدة طويلة. (١)

ولقد ظهر الإعلان بمجلة ماجد . منذ السنة الأولى من صدورها - وكان أول إعلان ظهر على صفحات المجلة عن الحليب ومنتجاته قد احتل مساحة صفحة الغلاف الأخيرة، وتم نشره أكثر من مرة. (٢)

وإعلان آخر عن محلات دبرى كوين للمأكولات والمشروبات، احتل أيضا هذا الإعلان صفحة الغلاف الأخيرة كاملة بالألوان. (٣) وبالصفحة الثالثة من الغلاف إعلان عن مؤسسة عاكف الرياضية. (٤)

ودارت مجموعة الإعلانات التى نشرتها المجلة فى عامها الأول حول المشروبات والحليب وآيس كريم والمأكولات، وإعلان عن كلكس «آيس كريم»، جاء تحت عنوان بخط عريض أسود «عالم جديد من النكهات الطبيعية» وجاءت كلمات الإعلان هكذا . .

تفضل معنا بين نجوم مجموعة كلكس آيس كريم، وتمتع بطعم الفانيليا السلس والنفو الطبيعي والتوت اللذيذ والفريز الشهى والموز الاستوائى والفسق النادر والشكولاتة الفاخرة. . كلكس آيس كريم، متوفرة بأكواب صغيرة عبوات من سعة اللتر إلى ٤ لترات.

وهناك أصابع الشيكولاته المحشوة بأطيب النكهات وأصابع البوظة المجلدة على عيدان. . . .

تجدون دائما لدى كلكس العبوة التى تناسب حاجتكم، والنكهة التى تناسب

(١) إجمال خليفة، الوسائل الصحفية فى تحديات المجتمع الإسلامى المعاصر، مرجع سابق، ص ١٢٦ .

(٢) ماجد العدد (١٨)، ٢٧/٦/١٩٧٩م السنة الأولى ص ٥٢ .

(٣) ماجد العدد (٢٧) ٢٩/٨/١٩٧٩م السنة الأولى ص ٥٢ .

(٤) السابق نفسه، ص ٥١ .

ذوقكم، ثم يعرض الإعلان مجموعة من العبوات لآيس كريم بأحجام وأشكال
والوان مختلفة. (١)

هذه بعض النماذج للإعلانات التي تم نشرها على صفحات مجلة ماجد،
خلال عامها الأول، ويلاحظ أنها كانت قليلة بالنسبة للأعوام الأخرى. وتدخل
مجلة ماجد عامها الثاني، ويجد الإءلان لنفسه فيها مكانا أوسع من العام الأول؛
حيث نشر بها عدد أكثر من الإعلانات. وأصبحت المجلة تنشر إءلانات على
صفحاتها الداخلية، بعد أن كانت الإعلانات فى السنة الأولى مقتصرة على
صفحات الغلاف. ومن أبرز الإعلانات التي نشرتها المجلة خلال عامها الثاني،
إءلان احتل مساحة صفحة من الصفحات الداخلية، ونشر أكثر من مرة على
المساحة نفسها.

وقد جاء تحت عنوان «تفيذا لقرار مجلس وزراء الإعلام العرب المنعقدة فى
تونس» تعلن دائرة ثقافة الأطفال فى وزارة الثقافة والإعلام فى الجمهورية العراقية
عن مسابقة سنوية لرسوم الأطفال العرب باسم «وسام فلسطين».

وجاءت شروط المسابقة ضمن الإعلان، على هذا النحو:

- ١- أن لا يقل عمر المتسابق عن خمس سنوات ولا يزيد عن ست عشرة سنة.
- ٢- أن لا يقل مقاس اللوحة عن ٤٢×٣٠ سم.
- ٣- يحق للمتسابق الاشتراك بست لوحات كحد أدنى.
- ٤- أن لا تكون اللوحات قد شاركت فى معارض سابقة.
- ٥- المتسابق حر فى اختيار مادة اللون ونوع لوحة الرسم.
- ٦- يكتب على قصاصة من الورق، تلتصق على ظهر اللوحة، ويخط واضح
ما يلى:

أ- الاسم الثلاثى للمتسابق.

ب- تاريخ الميلاد: اليوم - الشهر - السنة.

ج- العنوان الكامل.

(١) ماجد العدد، ٤٠، ٢٨/١١/١٩٧٩م السنة الأولى ص ٥٢

د- الجنس: ذكر - أنثى .

ه- اسم اللوحة .

٧- يرسل المتسابق نسختين من تصويره الشخصي - فوتوغراف، ويحدد الإعلان قيمة الجوائز بأنه سيتم منح الفائزون ميداليات ذهبية وفضية وبرونزية، وتعرض اللوحات المشاركة في معرض يقام أولاً في بغداد في شهر تشرين الثاني/ نوفمبر من العام الحالي، ثم ينقل كمعرض متجول في العواصم العالمية للإعلام عن القضية الفلسطينية وعكس الجانب المشرق للمستقبل العربي، ممثلاً في إبداع الجيل الجديد.

وتضمن الإعلان الذي جاء في إطار كامل رسم لطفل عربي فلسطيني، يرتدى العقال وغطاء الرأس، ويمسك بريشة وأمامه لوحة معلقة على قائم ويرسم بريشته^(١)

وينشر في السنة الثانية أول إعلان بالمجلة، تُستخدم فيه الصورة الفوتوغرافية غير الملونة لطفل وطفلة، وهما يتذوقان المانجو والبرتقال^(٢)، وكذلك نشر إعلان عن حليب يونيسكاى استخدم الإعلان صورة فوتوغرافية لاثنين من لاعبي كرة القدم، وهما يقفزان على الكرة^(٣).

وأول إعلان يستخدم الصورة الفوتوغرافية الملونة إعلان أجهزة فيديو أتارى المبرمجة بالكمبيوتر، والصورة لأسرة تجلس أمام جهاز الفيديو، ويشاهدون الجهاز. وأسفل الصورة كتبت هذه الكلمات «إن الإقامة في المنزل لم تكن في يوم من الأيام مليئة بالفرح والحيوية... أوصل لعبة أتارى... الفاتنة الساحرة بجهاز تليفزيونك المنزلي، وبعدها يمكنك أن تتمتع لساعات طويلة من الحيوية والنشاط المفعمة بالإثارة مع أفراد أسرتك وعائلتك..

إن أتارى تقدم إضافة جديدة لحياتك مليئة بالمرح، ومزيداً من الألعاب التي

(١) ماجد، العدد (٧٥) ٣٠/٧/١٩٨٠م السنة الثانية ص ١٩ .

(٢) ماجد، العدد (٩١) ١٩/١١/١٩٨٠م السنة الثانية ص ٥٤ .

(٣) ماجد، العدد (٩٥) ١٧/١٢/١٩٨٠م السنة الثانية ص ٤٩ .

تسعدك وتجعل حياتك بالهناء والمرح. عندما تشتري أشرطة فيديو أتارى الخاصة بك.. فإننا نمحك لعبة، جحيم المعركة المبرمجة والشعبية مجاناً، وبذلك فإنه تكون لديك تشكيلة واسعة من ألعاب أتارى المبرمجة بالكمبيوتر المثيرة؛ لتختار منها ما يروق لك لتأسيس مكتبة ألعاب منزلية خاصة بك وبأفراد عائلتك. اشتر أتارى واحصل على عالم متكامل من مرح العائلة بين يديك. (١)

هذا وقد احتل الإعلان صفحة الغلاف الثانية كاملة.

ويلاحظ أن نسبة الإعلانات فى السنة الثالثة كانت أعلى من السنة الأولى والثانية، وقد نشرت المجلة فى السنة الثالثة عديداً من الإعلانات حول أجهزة فيديو أتارى وآيس كريم كلكس ومشروب البرتقال «مالينا»، ويلاحظ أن الإعلانات التى نشرت بالمجلة، واستخدمت فيها الصورة الفوتوغرافية ظهرت فيها نساء سافرات متبرجات!! (٢)

ومعظم الإعلانات التى نشرتها المجلة خلال هذه الفترة، كانت تدور حول ألعاب أتارى وأندية الألعاب المسلية.

فتحت عنوان «للمرح عالم خاص إننا نضعه فى متناول يدك» نشرت المجلة إعلاناً على مساحة صفحة داخلية، تقول مادة الإعلان:

«هيا يا أطفال تعالوا وتمتعوا بالعرض المميز بعد ظهر كل يوم جمعة، بالإضافة إلى عرض شيق للرسوم المتحركة على إحدى أكبر الشاشات فى العالم والألعاب المثيرة والجوائز الرائعة فى قاعة اللؤلؤة...» (٣)

ونشرت المجلة مجموعة من الإعلانات حول جهاز الكمبيوتر، جاء تحت

عنوان:

(١) ماجد، العدد (١٦٨) ١٢/٥/١٩٨٢م السنة الرابعة ص ٣١.

(٢) ماجد العدد (٢٩٧) ٣١/١٠/١٩٨٤م السنة السادسة ص ٤٧.

(٣) ماجد العدد (٢٩٧) ٣١/١٠/١٩٨٤م السنة السادسة ص ٤٧.

«كيف تصبح رائداً في عالم الكمبيوتر؟ على صفحة الغلاف الثانية بالألوان»^(١)

وأيضاً نشرت المجلة عديداً من الإعلانات حول معسكرات الكمبيوتر العربية، من خلال العام السابع من إصدار المجلة.

وجاء العامان الثامن والتاسع وأصبحت نسبة الإعلان بها ضئيلة جداً، بالنسبة للإعلانات المنشورة في السنوات السابقة؛ فقد نشرت المجلة في عامها التاسع إعلاناً عن هذه المعسكرات الخاصة بالكمبيوتر، احتل مساحة الغلاف الثانية بالألوان، وتضمن الإعلان صورتين فوتوغرافيتين: الأولى لطفل يقف ويحمل على كتفيه حقيقتين، والثانية لطفلين يجلسان ويتعلمان كيفية عمل الكمبيوتر^(٢)

هذا بالإضافة إلى عديد من الإعلانات التي نشرتها المجلة، خلال أعدادها عن ميداليات ماجد الذهبية، وشورتات وفانلات ماجد وعن مجلدات ماجد وأيضاً حول سلسلة كتب ماجد الثقافية.

(١) ماجد العدد (٢٧٦) ٦/٦/١٩٨٤م السنة السادسة ص ٢.

(٢) ماجد العدد (٤٣٢) ٦/٣/١٩٨٧م السنة التاسعة ص ٢.

الخاتمة

لقد أصبح الإعلام مجموعة من الخبرات والتخصصات المختلفة، تسعى إلى فهم الإنسان، في عقيدته ودوافعه ورغائبه ومؤثراته ومداخل شخصيته، وعمره الثقافي؛ إضافة إلى مجموعة خبرات تقنية في أدوات التوصيل، من أشكال ألوان وأصوات وألبسة وإيحاءات وإيقاعات، وتخطيط، ومن ثم تقويم لأداء واكتشاف مواطن الخطأ، ووضع التصور لاستدراكها في التخطيط المستقبلي إلى حد القول: بأن علوم الاتصالات والمعلومات والاكتشافات العلمية والتكنولوجية، تحولت جميعها لتصب في خدمة الإعلام، الذي أصبح محيطا بالإنسان كائنا ما كان، ومهما كانت اهتماماته. ولم يعد الإعلام يقتصر على إشباع الاهتمامات وغرس المعلومات، وإنما تحول إلى صناعة الاهتمامات، وإعادة التشكيل الثقافي للإنسان، من خلال الأوعية الإعلامية المختلفة والتقنيات المتطورة بشكل تصعب ملاحظته. (١)

ومن ثم.. فإن صحافة الأطفال يقع على عاتقها مهمة غاية في الأهمية والخطورة ألا وهي، بناء شخصية الطفل العربي المسلم على نحو يجعله يتفاعل في المجتمع، ويتعامل معه وفق قيم عليا راشدة، ومفاهيم تربوية حازمة، وعلوم ومعارف معاصرة؛ حتى يساير ركب الحياة والتطور، فلا يقف عند حد تجاوزه الزمن، ولا يحمل أفكاراً بادت، ولم تعد لها قيمة أو أثر وصحافة الأطفال، إذا ما جعلت الإسلام - كدين ونظام شامل كامل للحياة والأحياء - ركيزة ترتكز عليها

(١) راجع: عمر عبيد حسنة، نحو مشروع مجلة رائدة للأطفال، العدد (٥٩) السنة (١٧) كتاب الأمة، قطر، جمادى الأولى ١٤١٨هـ، ص ٢٥.

فى تصوراتها وعطائها، ومرجعية عليا ترجع إليها وتستند عليها، وتنطلق منها فى معالجة جميع القضايا والموضوعات الحياتية... استطاعت أن تقدم صورة مثالية لصحافة معاصرة، تجمع بين الفكر والعاطفة والمادة والروح والأصالة والمعاصرة.. صحافة لا تعرف الجمود ولا التسبب ولا تعرف الإفراط ولا التفريط.. صحافة تؤمن بأن الحكمة ضالة المؤمن، أنى وجدها فهو أحق الناس، وهذه الدراسة، خطوة على الطريق، ولا أدعى أنى أحطت فيها بكل ما ينبغى، أو أنها وصلت حد الكمال، فالكمال لله وحده، وحسبى أنى اجتهدت، ولا يزال الميدان فيه متسع للجميع، وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

وأخيراً، وعلى ضوء ما سبق عرضه فى هذه الدراسة، يمكن تقديم بعض التوصيات والمفترحات التالية:

١- أن توجه الدراسات العليا بأقسام الصحافة والإعلام بالجامعات المصرية والعربية عنايتها إلى أن تتناول الرسائل العلمية، المقدمة من طلاب هذه الدراسات، موضوعات لدراسة صحافة الأطفال فى المنطقة العربية، بأنواعها المختلفة المقروءة والمسموعة والمنظورة.

٢- أن تعمل المؤسسات التربوية الإسلامية الكبرى فى العالم الإسلامى والعرب كالأزهر الشريف أو رابطة العالم الإسلامى بإمكاناتهما المادية والأدبية الهائلة على إصدار صحيفة يومية أو مجلة أسبوعية، تخاطب الطفل المسلم فى العالم باللقاءات، التى تتناسب معه، على أن تكون أسعارها فى متناول الجميع.

٣- أقترح بأن يدرس محرر صحافة الأطفال الدين الإسلامى بأركانه المختلفة تشريعاً وسلوكاً ومعاملة، إلى جانب دراسته للعلوم الإعلامية والتربوية.

٥- أهيب بالقائمين على مجلات الأطفال أن يقللوا من الاعتماد على الاقتباس من المواد الإعلامية الأجنبية، وأن يقتصر هذا الاقتباس على المخترعات الحديثة والمعلومات المفيدة.

أهم المراجع

أولاً: مصادر غير منشورة

- ١- أحمد محمد فضل الله، فضل صحافة الأطفال فى السودان نشأتها وتطورها الفترة من ١٩٤٧م إلى ١٩٨١م، ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة، ١٩٨٠م.
- ٢- إيمان السعيد السندوبى، دور الأطفال فى تنمية القيم الاجتماعية لدى الأطفال المصريين، دراسة تطبيقية مقارنة لمجلى سمير وميكى فى الفترة ما بين ١٩٧٤م إلى ١٩٧٩م.
- ٣- صباح بنهام، الصحافة الطلابية دراسة تطبيقية على مجلة صوت الطلبة من ١٩٦٩م إلى ١٩٧٧م، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- ٤- نجوى بسيونى، دور المجلات الأطفال فى إمداد الطفل المصرى بالمعلومات، دراسة تحليلية ميدانية ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ١٩٨٧م.
- ٥- هادى نعمان الهيتى صحافة الأطفال فى العراق نشأتها وتطورها، ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة - ١٩٧٨م.

ثانياً: مصادر منشورة:

- ١- إبراهيم إمام فى صحافة الطفل كوسيلة إعلامية، حلقة بحث كتاب الطفل ومجلته فى الفترة من ٧ إلى ١٠ فبراير ١٩٧٢م القاهرة - المجلس الأعلى للفنون والآداب والعلوم الاجتماعية.

٢- أحمد نجيب، الكتابة للأطفال بالأسلوب المجسم، الحلقة الدراسية الإقليمية لعام ١٩٨١م عن لغة الكتابة للأطفال، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.

٣- رحيم ياسر، الصورة في صحافة الأطفال، ندوة صحافة الأطفال في الوطن العربي، بغداد من ٢١ إلى ٢٧ كانون الأول ١٩٧٧م، المركز العربي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير.

٤- عبد التواب يوسف، المسلسلات المصورة في مجلات الأطفال، حلقة بحث كتاب الطفل ومجلته من ٧ إلى ١٠ فبراير ١٩٧٢م، القاهرة، المجلس الأعلى لرعاية الفنون والآداب والعلوم الاجتماعية.

٥- محمد قدرى لطفى، الكتابة للطفل، الحلقة الدراسية الإقليمية المنعقدة بالقاهرة، في الفترة من ٢٦ إلى ٢٩ يناير ١٩٨١م، القاهرة - الهيئة العامة للكتاب.

٦- نتيلا راشد، إصدار مجلة للأطفال العرب، ندوة صحافة الأطفال في الوطن العربي، بغداد من ٢١ إلى ٢٧ كانون الأول ١٩٧٧م، المركز العربي للدراسات الإعلامية والسكان والتنمية والتعمير.

ثالثاً: كتب عربية

١- إبراهيم إمام، دراسات في فن التحرير الصحفي، الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٧٢م.

٢- إبراهيم إمام، فن الإخراج الصحفي، الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٧٠م.

٣- إجلال خليفة، اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي، الأنجلو المصرية القاهرة ١٩٧٥م.

٤- إجلال خليفة، الصحافة، دار الطباعة الحديثة، القاهرة، ١٩٨٠م.

٥- إجلال خليفة، علم التحرير الصحفي وتطبيقاته العملية، الأنجلو المصرية،

١٩٨٠م.

- ٦- إجلال خليفة، الوسائل الصحفية الحديثة وتحديات المجتمع الإسلامى المعاصر، الأنجلو المصرية ١٩٨٠م.
- ٧- أحمد حسين الصاوى، طباعة الصحف وإخراجها، الدار القومية للطباعة، القاهرة ١٩٧٥م.
- ٨- أشرف صالح، الطباعة وتيبوغرافية الصحف، دار العربى للنشر والتوزيع بالقاهرة ١٩٨٤م.
- ٩- أحمد نجيب، فن الكتابة للأطفال، دار الكتاب للطباعة والنشر القاهرة، ج ١.
- ١٠- جمال أبو رية، ثقافة الطفل العربى، دار المعارف، القاهرة سلسلة كتابى، رقم (٤) ١٩٧٨م.
- ١١- جمال الدين محفوظ، تربية المراهق فى التربية الإسلامية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة ١٩٨٤م.
- ١٢- سمير حسين، مداخل الإعلان، دار الشعب، القاهرة ١٩٧٣م.
- ١٣- سعدية أحمد فهمى، علم النفس وثقافة الطفل، الأنجلو المصرية القاهرة، ١٩٧٩م، القاهرة.
- ١٤- سمير صبحى، صحيفة تحت الطبع، دار المعارف، القاهرة ١٩٨٠م.
- ١٥- عبد الباسط حسن، أصول البحث الاجتماعى، مكتبة وهبه، ١٩٨٢م.
- ١٦- عبد الباقي زيدان، الأسرة والمجتمع، مكتبة وهبه، القاهرة ١٩٧٨م.
- ١٧- على الحديدى، فى أدب الأطفال، الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٨٠م.
- ١٨- عبد العزيز غنام، مدخل فى علم الصحافة، الأنجلو المصرية القاهرة ١٩٨٠م.
- ١٩- عبد الله ناصح علوان، تربية الأولاد فى الإسلام، مكتبة دار السلام القاهرة ١٩٨٢م.
- ٢٠- عبد العزيز عبد المجيد، القصة فى التربية، دار المعارف، القاهرة ١٩٧٢م.

- ٢١- عبد اللطيف حمزة، المدخل فى فن التحرير الصحفى، دار الفكر العربى، القاهرة، دون تاريخ.
- ٢٢- عزت حجازى، الشباب العربى: قضايا ومشاكله، وزارة الثقافة والإرشاد بالكويت، سلسلة عالم المعرفة.
- ٢٣- فيليب برشار، جمهور الأطفال، ترجمة محمد أنور الجنائوى، دار الكتاب المصرى، القاهرة.
- ٢٤- فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، عالم الكتب، القاهرة ١٩٨٥م.
- ٢٥- فؤاد أحمد سليم، مذكرات فى الإخراج الصحفى، استنسل كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٢م.
- ٢٦- محمود عبد القادر، علم نفس النمو، دون تاريخ، د.ن.
- ٢٧- محمد بسام ملص، النشاط التمثيلى للطفل، وزارة الثقافة العراقية، بغداد ١٩٨٦م.
- ٢٨- محمود فهمى، فن تحرير الصحف الكبرى، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٢م.
- ٢٩- محمد قطب، الإنسان بين المادية والإسلام، دارالشروق، القاهرة ١٩٨٣م.
- ٣٠- محمد قطب، منهج التربية الإسلامية، دار الشروق القاهرة، ١٩٨٣م.
- ٣١- محمود علم الدين، الصورة الفوتوغرافية فى مجالات الإعلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة ١٩٨٢م.
- ٣٢- محمود علم الدين، التعريف بالمجلة، والتخطيط لإصدارها، دار العربى للتوزيع والنشر، القاهرة ١٩٨٢م.
- ٣٣- هدى برادة، السيد العزاوى وآخرون، الأطفال يقرأون، سلسلة بحوث ودراسات، الجزء الأول.
- ٣٤- هدى محمود قناوى، الطفل تنشئته وحاجاته، الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٨٣م.

٣٥- هادى نعمان الهيتى، ثقافة الأطفال، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، ١٢٣، رجب ١٤٠٨هـ مارس ١٩٨٨.

٣٦- هادى نعمان الهيتى، أدب الأطفال، فلسفة فنونه، وسائطه، الهيئة المصرية العامة للكتاب القاهرة، ١٩٨٦م.

رابعاً: الدوريات:

١- أعداد سمير .

٢- أعداد مجلة ماجد.

٣- بعض الأعداد من مجلات الأطفال فى الوطن العربى .

خامساً: المقابلات الشخصية:

١- مقابلة مع الأستاذة نتيلا راشد، رئيسة تحرير مجلة سمير المصرية، بمكتبها بدار الهلال.

٢- مقابلة مع الأستاذ عبد التواب يوسف بمكتبه بالهيئة العامة للكتاب.

٣- مقابلة مع الأستاذ أحمد بحور، نائب مدير تحرير مجلة سمير المصرية، بمكتبة دار الهلال.

٤- مقابلة مع الدكتور عبد الله النويسى، رئيس مؤسسة الاتحاد الصحفية بدولة الإمارات العربية المتحدة فى القاهرة.