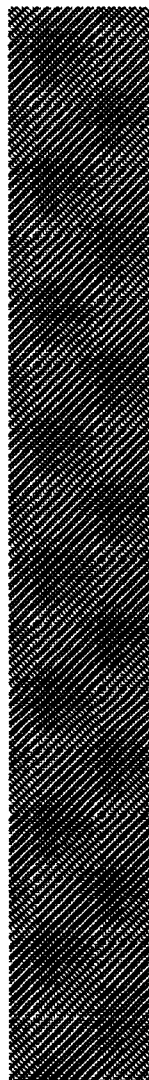


الفصل الثامن

الآثار السلبية للتلفزيون

على الأطفال

في دول الخليج



الفصل الثامن

الآثار السلبية للتلفزيون

على الأطفال في دول الخليج

حتى يكون الحديث علمياً لا يمكن التغاضي عن الآثار السلبية للتلفزيون على الأطفال في دول الخليج العربية، وكما سبق الحديث عن بعض الإيجابيات التي رصدت في عدد من الدراسات الخليجية الميدانية، فسوف يكون هذا هو الأسلوب ذاته في رصد الآثار السلبية للتلفزيون على الأطفال في دول الخليج العربية. . أي من خلال الدراسات الميدانية التي تمت على أرض الخليج.

أولاً: في البعد الديني:

في إحدى الدراسات الميدانية التي تمت على أرض الخليج وجد هناك اتجاهات سلبية لدى أفراد العينة فيما يتعلق بظاهرة الاختلاط، حيث قال ٨٦٪ من أفراد عينة المتخصصين في الإعلام من السعوديين بأن التلفزيون يعمق ظاهرة الاختلاط لدى الأطفال، كما قالت نسبة ٧١٪ منهم بأنه يعمق ظاهرة التبرج لديهم كذلك^(١). ورغم أن هذه النسب قد انخفضت لدى

(١) منصور علي بن كدسة، مرجع سابق، ص ١٩.

المختصين من غير السعوديين إلا أن الاتجاه العام بين الجميع - سعوديين وغير سعوديين - يؤكد على أن التليفزيون له تأثير سلبي واضح على هذا البعد الديني .

وفي هذا الجانب تهمنا قضية خطيرة وهي أن القيم الإسلامية التي ينفرد بها ديننا الإسلامي العظم يجرى حصرها - عن قصد أو بدون قصد - في الإطار التاريخي فقط، وليس في حياتنا المعاصرة ولا في محاولات حل مشكلاتنا التي تئن منها المجتمعات الإسلامية . يقول الدسوقي : إن قصر وحصر القيم والأهداف والمفاهيم الإسلامية في البرامج التاريخية، وإن كانت له إيجابياته المتمثلة في تعريف المسلمين بأمجاد أسلافهم إلا أن له سلبيات خطيرة؛ إذ يرسخ هذا في نفوسهم معنى خطيراً، وهو أن الإسلام كان لزم من مضى وليس صالحاً لهذا العصر، وهذا أخطر انحراف عقدي وفكري حاربنا به المستعمرون وأعداء الإسلام . إن اقتصار رؤية المشاهد للمفاهيم والحياة والقيم الإسلامية من خلال الديكور القديم والملابس القديمة لا بد وأن يؤدي به في النهاية إلى هذا الانحراف العقدي .

ثم إن وجود القيم المادية وغير الإسلامية سائدة في المسلسلات العصرية يضعف القيم الشرعية في نفس المشاهد - وبخاصة الأطفال الذين ينشأون على ما يشاهدون - من ناحية ، ويؤكد المعني الخاطئ بقدم القيم والمفاهيم والأهداف الإسلامية وعدم صلاحيتها للعصر من ناحية أخرى .

كذلك فإن المسلسلات عادة ما تتعلق بمشكلات إنسانية في ثوب وإطار معاصرين ، وهذا أمر مطلوب ولا غبار عليه ، ولكن الأمر الخطأ هو عرض حلول هذه المشكلات من خلال قوانين وأعراف وعادات مخالفة لشرعية الإسلام ، بل هي تتجاهل الشريعة الغراء التي اتسعت لحلول كل مشكلات

الإنسان، في كل عصر وآن، وهذه السلبية لا يستهان بها في هذه البرامج^(١).
 . . إن الطفل يشاهد كل ذلك، وبالتأكيد فإن كل ما يترسخ في ذهنه يكون
 عنصراً أساسياً من عناصر تكوين شخصيته، ولا يمكن إغفال هذا البعد عند
 تحليل ما يجري من هؤلاء الأطفال بعد ذلك^(٢).

وبشيء من التفصيل يضع الدسوقي يدنا على بعض التفاصيل
 الإعلامية الخليجية، فيبين أن البرامج الخليجية . . أي المنتجة في دول الخليج
 «أكثرها إنتاج كويتي (مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك لدول الخليج
 العربي)، ويلاحظ خلوها تقريباً من الأهداف التربوية الإسلامية العربية،
 فهي لا ترمي إلا إلى التسلية كألف ليلة وليلة، وحكايات السحر وحكايات
 التراث مثل الشاطر حسن، وحتى البرنامج الناجح فنيا «افتح يا سمسم»
 تغلب عليه الأهداف التعليمية، بينما تنذر، إن لم تنعدم، في بعض أو في
 كثير من حلقاته، الأهداف الإسلامية، وتوجد فيه بعض الأهداف التربوية
 العربية، وما يشتمل عليه هذا البرنامج هو قيم إنسانية عامة، ومع ذلك
 فالمتفحص في حلقاته وفقراته لا يعدم قيماً غربية مخالفة لقيم الإسلام^(٣).

ويعرج الدسوقي على البرامج التي تبث في الخليج ولكنها منتجة في
 بلاد عربية أخرى فيبين أن «بعضها باللهجات المحلية، وبعضها باللغة
 العربية، ويستخدم فيها العرائس أو الصور الثابتة، وبعض الممثلين يشاركون
 مقدم البرنامج في التقديم. والملاحظ في كل هذه الأعمال افتقارها إلى
 الكاتب المتخصص في أدب الأطفال، حيث ما زال الأدب العربي قاصراً -

(١) فاروق أحمد الدسوقي، مرجع سابق، ص ٢٩٨.

(٢) المرجع السابق، ص ٣٠١.

(٣) المرجع السابق.

بصفة عامة - في مجال الأطفال، علاوة على أن القصة أو المسرحية أو الحوار الذي يحتوي على أهداف إسلامية وعربية يكاد يكون معدوماً، ويعتمد كثير من هذه البرامج على عرض الحوار من خلال الحيوانات وكثير منها إما مأخوذ عن كليلة ودمنة أو تقليد له، مع ما هو معروف عن صاحب هذا الكتاب تاريخياً من زندقة وأهداف هادمة لمبادئ الإسلام، مما جعل بعض هذه الأهداف يتسرب إلى بعض هذه البرامج ربما دون قصد وبحسن نية^(١).

أما البرامج الأجنبية التي تبشها تليفزيونات الخليج فهي دينياً تعتمد على الخيال الجامح المخالف لسنة الحياة والواقع الكوني، حيث يستطيع الإنتاج الكرتوني تحقيق ما يعجز عنه التمثيل البشري، ويمكن تسجيل الملاحظات التربوية الآتية على هذه الأفلام، سواء منها ما يقدم بلغته الأجنبية أو ما يقدم باللغة العربية:

- ١- إنها خالية تماماً من القيم الإسلامية العربية، ومن ثم يقتصر العائد المرجو منها على أبنائنا على مجرد التسلية الخالية من الفائدة أحياناً كثيرة.
- ٢- تحتوي على قيم وأهداف تربوية معارضة وهاذية للقيم والأهداف الإسلامية والعربية. وهذا - بطبيعة الحال - هو المتوقع، باعتبارها مكتوبة ومنتجة من منطلقات أيديولوجية وثقافية مخالفة لعقيدة وثقافة الإسلام، حتى يمكننا القول إن هذه الأفلام والمسلسلات تشكل خطراً حقيقياً على عقيدة وثقافة وأخلاق أبنائنا^(٢). وقد ضرب الكاتب أمثلة مؤيدة لهذه الأفكار من واقع البرامج المبنوثة من تليفزيون الخليج.

(١) المرجع السابق، ص ٣٠٢.

(٢) المرجع السابق، ص ٣٠٢ - ٣٠٣.

ثانياً: فيما بعد التطبيع والتنشئة الاجتماعية:

تقوم وسائل الإعلام ، وبخاصة التلفزيون بدور كبير في عملية التطبيع الاجتماعي، سواء عن عمد أو دون قصد. إن وسائل الإعلام قد حلت محل البيئة الاجتماعية لبعض الأفراد، حيث إن أكثر ما يعرض للصغار يمثل في الغالب برامج لم تعد أصلاً لهم، وإنما هي برامج أجنبية ووراءها من ثم قيم أجنبية لها خطورتها على ثقافة المنطقة، كما أن لها آثارها النفسية السيئة بما تثيره من صراعات نفسية داخل الفرد^(١).

وضمن بعد التنشئة الاجتماعية نجد أحد الباحثين يقول عن التلفزيون والطفل في المملكة العربية السعودية: «إن الأطفال - كأحد شرائح المجتمع السعودي - استفادوا كثيراً من برامج التلفزيون السعودي، وتلك الفائدة شعرت بها ربة البيت، حيث أصبح التلفزيون عاملاً مساعداً على تهدئة الحركة النشطة للأطفال عن طريق جذبهم لهم من خلال برامج متنوعة، وعلى وجه الخصوص أفلام الكرتون، وبذلك أصبح الطفل بعيداً عن غرفة الغسيل وعن المطبخ، وبذلك خفت مضاربة الأطفال للأُمهات، وبالإضافة إلى قيام التلفزيون بدور المربية أو الخادمة، شعرت الأم السعودية أن أطفالها موجودين حولها، وذلك أزال خطر الخوف عليهم من الخروج للشارع واللعب فيه مما قد يعرضهم للحوادث^(٢).

«ويبين النجعي أن التلفزيون السعودي لم يكتف بدور المربية أو الخادمة، بل أصبح أيضاً يقوم بدور الجد أو الجدة في البيت عن طريق سرد الحكايات المسلية والقصص الغريبة^(٣). والواقع أن هذه القضية تحتاج منا

(١) نور الدين عبد الجواد، مرجع سابق، ص ٢٠٤.

(٢) سلطان عبد العزيز العنقري، مرجع سابق، ص ١٣.

(٣) المرجع السابق.

لوقفة ومناقشة ، فما يقوله النجعي ويؤيده فيه العنقري وينقل عنه هو في صميم قضية التنشئة الاجتماعية للأطفال ، ولكن هل نحن سعداء حقاً بأن الأم الخليجية - السعودية هنا - تركت أولادها للتلفزيون يربيهم بحيث يقوم عنها بأعباء تنشئتهم التنشئة الصالحة التي كانت تقوم هي بها ، أو ينبغي أن تقوم بها . . هي . . والجد والجدة . . ودعونا من الخادمة . . فهذه قصة أخرى مختلفة ، وخصوصاً حينما نتحدث عن الخادمة الأجنبية .

إن ترك الأطفال هكذا بلا ضابط أو رابط أمام جهاز التلفزيون يلغي عنصر الاختيار الذي ينبغي أن تقوم به الأسرة ، اختيار ما يترك للأطفال أن يشاهدوه ؛ لأن هناك برامج خاصة للكبار قد لا يكون من المستحسن ترك الأطفال يشاهدونها ، ولا يكفي أن يستخفنا الفرح لمجرد أن البيت قد أصبح هادئاً بجلوس الأطفال أمام التلفزيون ، لأن ذلك الهدوء الظاهري الذي نتصوره قد تقابله ثورة أو ثورات لا ندري عنها شيئاً ، وهي تتفاعل في نفوسهم من جراء ما يشاهدون ! ولعل هذا البعد المهم - بعد مراقبة الأسرة لأطفالها عند مشاهدة التلفزيون - هو الذي اهتم به ديفيد انجلاند في كتابه «التلفزيون . . وتربية الأطفال» الذي قمنا بترجمته ، والذي سبقت الإشارة إليه في هذه الدراسة .

ثالثاً : في البعد الأخلاقي :

رغم حرص دول الخليج العربية بوجه عام على تربية أبنائها تربية أخلاقية سليمة إلا أن هناك أموراً تفلت من التلفزيون ، أو بمعنى أصح من بعض برامجها ، تكون آثارها على هذا الجانب الأخلاقي غير محمودة العواقب ، وخصوصاً ونحن نعلم أن نسبة ليست بالهينة من هذه البرامج

تستورد من دول تختلف في قيمها وأخلاقياتها عن مجتمعات الخليج . . سواء كانت هذه الدول أجنبية . . أو حتى عربية ، وقد رصد عدد من الباحثين بعض الأمور التي تتعلق بهذا الجانب على أرض الخليج ، منها :

* إن التليفزيون يتيح للأطفال الكثير من المناظر التي تتنافى مع أخلاق المسلم الحقّة ، وخصوصا في مجال الاختلاط بين الجنسين والتبرج ، فإذا كانت الشريعة الإسلامية السمحة تدعو إلى نبذهما والوقوف ضدهما ﴿ولا تبرجن تبرج الجاهلية الأولى﴾ ، و«ما اجتمع رجل وامرأة إلا كان الشيطان ثالثهما» ، كما نصت الآية القرآنية الكريمة ، وكما نص حديث الرسول ، صلى الله عليه وسلم ، على التوالي ، إلا أن التليفزيون يعرض من مناظر الاختلاط والتبرج ما يتناقض ويتصادم معهما بمتهى الصراحة والوضوح .

وقد أثبتت الدراسات الميدانية على أرض الخليج ذلك . وقد «بلغت نسبة من يرى أن التليفزيون يعمق ظاهرة الاختلاط (٥١ ٪) من إجمالي أفراد عينة إحدى الدراسات ، وسجلت أعلى مستوى لها لدى الإعلاميين السعوديين حيث بلغت (٨٦ ٪) .

أما بالنسبة لتعميق ظاهرة التبرج فقد سجلت لدى أفراد العينة نفسها ككل (٥٣ ٪) ، وارتفعت لدى السعوديين عنها لدى غير السعوديين بحيث وصلت إلى (٧١ ٪) لدى الإعلاميين السعوديين^(١) .

* ويقول ابن كدسة لقد جاءت «في أوليات الآثار السلبية للتليفزيون تشجيعه على زيادة العنف لدى الأطفال ، فبلغ (٦٢ ٪) على مستوى

(١) منصور علي بن كدسة ، مرجع سابق ، ص ١٩ .

العينة ككل ، وظهرت فروق واضحة باختلاف تخصص الآباء العلمي حيث ارتفع هذا الاتجاه السلبي لدى الإعلاميين عنه لدى التربويين فبلغ (٧٤٪، ٥٢٪) على التوالي . . . ويرجع ارتفاع اتجاه الآباء نحو تأثير التلفزيون على زيادة العنف بين أبنائهم إلى تعرض الأبناء للعديد من البرامج التي يكثر فيها استخدام العنف كالمصارعة والدراما البوليسية وأفلام المغامرات التي يميل الأطفال إلى مشاهدتها ، ومن ثم تقليد أبطالها^(١) .

* كذلك جاءت النتائج مفيدة أن تأثير التلفزيون في إثارة الغرائز لدى الأطفال واضح ، حيث يرى (٥١٪) من أفراد العينة أن التلفزيون يحدث هذا الأثر ، وقد زاد هذا الاتجاه لدى التربويين بصفة عامة فبلغ (٥٦٪) ، واستمر في زيادته لدى الإعلاميين والتربويين السعوديين فسجل (٥٧٪، ٦٩٪) على التوالي^(٢) .

* أما بالنسبة لتأثير التلفزيون في تعليم الأبناء الكذب والنفاق فقد جاءت النتائج دالة على انخفاض في اتجاهات الآباء بصدد هذا الأثر ، حيث لم يزد مستوى الموافقة على إحداثه على (٣٧٪) . ونحن نختلف مع الباحث في هذا التفسير ؛ فحقيقة نسبة ٣٧٪ منخفضة عن النسب الأخرى التي سبقتها ، ولكنها في حد ذاتها ليست بالأمر البسيط ، وإذا نظرنا إليها على أنها ربما تكون البداية لاتضح لنا أنها بعد ليس بالبسيط في جانب الأخلاق .

* كما سجل أثر التلفزيون على تنمية الميل إلى الانتقام ، وكذلك المساعدة

(١) المرجع السابق ، ص ص ٢٠-٢١ .

(٢) المرجع السابق ، ص ٢١ .

على ارتكاب الجريمة اتجاها سلبيا منخفضا أيضاً، حيث لم يزد على (٣٧٪، ٤٢٪) على التوالي. والملاحظ أن ارتفاع الاتجاه سجل أعلى درجاته لدى السعوديين التربويين يليهم السعوديون الإعلاميون^(١). ونعود للمحوظتنا السابقة عن بند الكذب والنفاق، ونقول إنها تنطبق على هذه الحالة كذلك، بل هي في الواقع أكثر انطباقاً.

ويدعم المعاني السلبية في الجانب الأخلاقي باحث آخر؛ حيث يؤكد أن صرف اهتمام الأمة عن قضاياها الأساسية يأتي «عن طريق تركيز وسائل الإعلام - وخاصة التلفزيون - على المسائل الغرامية، والتسلية، والعنف، ومن ثم ينسي أبناء المجتمع قضاياهم الأساسية، وقد تصور أجهزة الإعلام الهزيمة التي تتعرض لها الأمة على أنها نصر، أو الشخص الخائن على أنه وطني غيور وبطل، مما يسبب تقاعس أبناء المجتمع في الإصلاح وتصحيح الأمور ووضعها في نصابها الطبيعي^(٢)».

رابعاً: فيما بعد تقليد الغرب:

فمما لا شك فيه أن كثرة المعروض من البرامج الأجنبية على قنوات التلفزيون في الخليج، وخصوصاً بعد الاستعانة بالأقمار الصناعية وانتشار ظاهرة الأطباق (Dishs) فإن عدداً كبيراً من الأطفال يتأثرون الآن بال نماذج الغربية لأطفال المسلسلات، وحتى لنماذج الكبار فيها؛ لأنهم يقومون بأدوار تجذبهم في التمثيليات والمسلسلات، والأطفال - كما نعلم - يميلون إلى التقليد، ومن هنا فإنه، وربما دون أن يعي الآباء والأمهات في الخليج، يتسرب جزء كبير من عادات وتقاليد لمجتمعات أخرى تختلف عنا جذرياً

(١) المرجع السابق.

(٢) سلطان عبد العزيز العنقري، مرجع سابق، ص ٤.

إلى شخصيات أطفالنا .

ولقد بلغ هذا البعد -إسهام التلفزيون في زرع العادات والتقاليد الأجنبية - أن عبرت عن ذلك نسبة كبيرة من مفحوصي دراسة ابن كدسة (٧٢٪)، وسجل هذا المحور ارتفاعاً لدى السعوديين حيث بلغ (٩٦٪) لدى الإعلاميين، (٨١٪) لدى التربويين ^(١) .

ويفسر الباحث ذلك بوجود القناة الثانية في التلفزيون السعودي «ولعل وجود القناة الثانية، بما تبثه باللغة الإنجليزية، وكذلك كثرة البرامج المستوردة والمنتجة لمجتمعات مختلفة عن وضع المجتمع السعودي هي السبب في ارتفاع هذه الاتجاه» ^(٢) .

ويخطر في ذهن الآن سؤال حول هذا الجانب، فرغم ما قاله الباحث عن القناة الثانية في التلفزيون السعودي إلا أنها تبقى - على الأقل - محكومة من الجهات المسؤولة في الإعلام السعودي، ولكن الأمر الآن أصبح أكثر خطورة بعد انتشار القنوات الفضائية الأجنبية والعربية بكل ما تبثه من برامج ومسلسلات، فيها أبعاد - لا شك - خطيرة على أخلاقيات أطفال الخليج .

وفي الندوة الشهيرة التي عقدها مكتب التربية العربي لدول الخليج بعنوان (ماذا يريد التربويون من الإعلاميين) في الرياض، وقد سبقت الإشارة إليها أكثر من مرة في هذه الدراسات عقب الأستاذ إسماعيل الشطي الكاتب الإسلامي المعروف ورئيس تحرير مجلة «المجتمع» الكويتية عقب على أحد الموضوعات التي أثيرت في الندوة، فكان تعقيبه متطابقاً كثيراً جداً مع موضوعنا هذا . . أي ما يجري في شخصيات أطفالنا نتيجة لتقليد ما

(١) منصور علي بن كدسة، مرجع سابق، ص ٢٢ .

(٢) المرجع السابق .

يأتينا من الغرب . قال الرجل ، وهو من أبناء الخليج الغيورين على دينهم وأمتهم : إننا لازلنا مصبا لكل وكالات أنباء العالم ، وصحافة العالم ، وتليفزيونات العالم ، تقدم وتصب في أذهان الناس والنساء والشباب كرنفالا كاملاً مختلف الاتجاهات والتصورات والقيم والمبادئ ^(١) .

كذلك فإن عبد الجواد قد لاحظ ملاحظة مبدئية - حسب عبارته - تؤكد أن أكثر ما يعرض للصغار هو في الغالب برامج لم تعد لهم أصلاً ، وإنما هي برامج أجنبية ووراءها من ثم قيم أجنبية لها خطورتها على ثقافة المنطقة ، كما لها آثارها النفسية السيئة بما تثيره من صراعات نفسية داخل الفرد ^(٢) ، وبطبيعة الحال فإن ذلك دال على خطورة اتباع ما يرد إلينا من برامج ومسلسلات لا تمت لواقعنا بصلة

خامساً: بعض الجوانب السلبية للإعلانات التليفزيونية:

كان هناك إحساس بالراحة لدى كثيرين بسبب أن التليفزيون في الخليج لم يتجه نحو بث الإعلانات الدعائية ؛ لأن سلبياتها - على الأطفال - أكثر من إيجابياتها ، ولكن الأمر لم يستمر هكذا ؛ إذ يبدو أن نفقات تشغيل التليفزيونات عمل مكلف جداً ، ومن هنا اتجهت إلى قبول الإعلانات التجارية ، ومن ثم قبول كل ما فيها سلبيا كان أو إيجابيا . ولنقرأ بعض النتائج التي خرج بها باحث خليجي فيما يتعلق بالإعلان التليفزيوني في المملكة العربية السعودية .

١ - ٨٦٪ من أطفال عينة الدراسة يحرصون جداً على مشاهدة إعلانات التليفزيون ، و ٢٪ لا يحرصون على مشاهدتها .

(١) ندوة (ماذا يريد التربويون من الإعلاميين) ، مرجع سابق ، ص ١٥٠ .

(٢) نور الدين عبد الجواد ، مرجع سابق ، ص ٢٠٤ .

٢- إن الإعلانات تمثل أهمية كبرى بالنسبة لـ ٧٦٪ من أطفال الدراسة، وتمثل أهمية نسبية لدى ١٩٪ منهم، ولا تمثل أهمية لدى ٥٪ فقط من أطفال الدراسة.

٣- إن ٧٥٪ من أطفال العينة يشاهدون الإعلانات التليفزيونية بانتظام (يومية)، وإن ١٦٪ تتسم مشاهدتهم بالانتظام النسبي (كل يومين)، بينما لم تزد نسبة من تتسم مشاهدتهم بعدم الانتظام تماماً على ٩٪^(١).

ويمضي الباحث السابق قائلاً ومستتجاً: «ولعل هذه المؤشرات تدلنا على أهمية الإعلان التليفزيوني لدى الأطفال، مما قد يعطيه القدرة على التأثير في توجهات وقيم وسلوك الأطفال على نحو إيجابي أو سلبي حسب ما يتم استقاؤه من محتوى الإعلان من قبل الطفل.

كما أظهرت النتائج أن الإعلان يملك القدرة على تشكيل أنماط استهلاكية للطفل، تستمر متلازمة معه، مما يلقي الضوء على أن الإعلان ذو علاقة بالتنشئة الاجتماعية للطفل.

ويضيف باحث آخر بعداً جديداً في الموضوع: «فأمام طبيعة الطفل وسهولة التأثير فيه من ناحية، وأمام جاذبية الإعلان التليفزيوني وقدرته على التأثير من جراء أساليبه الفنية، ومعدل تكراره تمثل الآثار التي يحدثها الإعلان التليفزيوني على معارف الطفل واتجاهاته وسلوكياته واحدة من أهم القضايا التي يدور حولها الجدل من حيث هي تأثيرات سلبية ينبغي مقاومتها أو على الأقل التقليل من حدوثها، ما دام إيقاف الإعلان - كأحد مصادر تمويل التليفزيون أمراً يصعب، إن لم يستحل، تحقيقه، ومن حيث هي تأثيرات إيجابية ينبغي تعزيزها وتوظيفها التوظيف الأمثل^(٢).

(١) ساعد العرابي الحارثي، مرجع سابق، ص ٢١.

(٢) سامي عبد العزيز، مرجع سابق، ص ١.

هذا ويمكن إجمال سلبيات الإعلانات التجارية في التلفزيون على أطفال الخليج - كما أثبتتها الدراسات الميدانية - فيما يلي :

١- يركز الإعلام التلفزيوني السعودي في معرض تناوله للمأكولات على تلك التي تتصف بأنها من الأغذية الأساسية بنسبة بلغت (٣٨٪) من إجمالي الإعلانات، في الوقت الذي اتجه فيه الإعلان إلى الاهتمام بالمأكولات التي تعتبر من الأغذية التكميلية بنسبة كبيرة أيضاً بلغت (٣٣٪).

بينما اتجه الإعلان إلى الاهتمام بالمأكولات التي تحمل الصفتين معاً، الأساسي والتكميلي بنسبة (٢٩٪) من إجمالي هذه النوعية من الإعلانات. ولا يخفى على المهتمين خطورة التركيز على الأغذية التكميلية على نمو الأطفال؛ إذ يتم عرضها بأسلوب جذاب قد يؤثر على إقبال الأطفال على الأغذية التي يتم إعدادها في المنازل من قبل الأم، مما يؤثر سلباً فيما بعد على سلامة البناء الجسماني لهؤلاء الأطفال^(١). ونعتقد أن هذا النمط هو النمط السائد في دول الخليج العربية، وأن الطفل السعودي يمثل أقرانه في هذا.

٢- إن أدوات الزينة احتلت المرتبة الثانية بين أنواع المنتجات التي جرى الإعلان عنها في التلفزيون السعودي بنسبة بلغت (٢٤٪) من إجمالي عدد الإعلانات، أي ما يقرب من ربع الإعلانات التي تظهر على الشاشة.

ومن الواجب - يقول الحارثي - أن نلفت الانتباه إلى أن الأطفال، والذين يفضلون مشاهدة الإعلانات كالثلاث الخيارات التي عبروا عنها من خلال البحوث السابقة التي أجريت عليهم، إنما يهتمون بالسلع الكمالية

(١) ساعد العرابي الحارثي، مرجع سابق، ص ٣٥.

نتيجة الإغراء الإعلامي ، مما قد يوجد لديهم نوعاً من حب الاستهلاك الترفي ، ومن ثم قد يرسخ في زوايا اللاشعور لديهم انطباعات عن الآثار الإيجابية لاستخدام أدوات الزينة^(١) .

٣- حظيت المنتجات الأجنبية بالاهتمام الأول من قبل المعلنين في التلفزيون السعودي ، بنسبة كبيرة بلغت (٦٣٪) من إجمالي الإعلانات ، أي ما يقرب من ثلثي حجم العينة ككل . . . واتضح أيضاً أن نوعية المنتجات المعلن عنها ، والتنافس فيما بينها ، والتي تسعى للحصول على تأييد المستهلك السعودي ، تعد في معظمها سلعاً أجنبية تتطلع إلى إيجاد الطلب عليها في المجتمع السعودي ذي القدرة الشرائية التي لا يستهان بها^(٢) .

وفي الوقت الذي يتم الإعلان عن (٦٣٪) من إجمالي السلع كسلع أجنبية فإن هذه السلع تظهر في (٥١٪) من تكرارات البيئة في إطار بيئة سعودية ، وتؤكد هذه النتيجة أن القائمين على الإعلانات يحاولون إيجاد العلاقة بين هذه السلع رغم أنها أجنبية ، وطبيعة البيئة والمجتمع السعودي ، في محاولة للإيهام بأنه لا يوجد تنافر وتناقص فيما بينهما ، وإنما يسود اتجاه عام بأنه من الطبيعي أن تقتنى هذه السلع ، فهي موجودة بالفعل حول الجميع^(٣) .

٤- إن اللهجة المصرية قد فاقت اللهجة السعودية في إجمالي الإعلانات التي يتم بثها في التلفزيون السعودي ، وهي نتيجة تعطي مؤشرات ذات دلالة قد تكون خطيرة ، إذ إن الوضع الطبيعي أن تتمتع اللهجة المحلية

(١) المرجع السابق ، ص ٣٦ .

(٢) المرجع السابق ، ص ٣٧-٣٨ .

(٣) المرجع السابق ، ص ٣٩ .

بنسبة تفوق أية لهجات أخرى^(١).

٥- تبين من الدراسة أن (٣, ٤٦٪) من الأطفال في سن التعليم الابتدائي يشاهدون التلفزيون مباشرة بمجرد عودتهم من المدرسة، وقبل أدائهم واجباتهم المدرسية، بينما ظهر أن (٢, ٤١٪) منهم لا يفعلون مثل أقرانهم، وإنما يرجئون مشاهدة التلفزيون إلى فترة بعد عودتهم من مدارسهم. في الوقت الذي أكد (٢, ١١٪) منهم أنهم يشاهدون التلفزيون (أحياناً) بمجرد عودتهم من المدرسة. وربما كان ذلك راجعاً إلى أن فقرة برامج الأطفال (وغالباً ما تكون أفلاماً للرسوم المتحركة) تبدأ في الساعة الرابعة بعد الظهر على القناة الأولى، مما لا يسمح لهؤلاء الأطفال بإتمام واجباتهم الدراسية قبل ذلك، بعضهم يفضل مشاهدة التلفزيون على إتمام الواجبات، الأمر الذي قد يؤثر سلباً على هؤلاء الأطفال؛ إذ إن قيم الرغبة في التعليم تتراجع أمام اتجاهات قد تظهر متمثلة في الرغبة في التسلية وتقضية الوقت في اللعب والتسلية^(٢).

٦- نسبة كبيرة من الأطفال تحب اقتناء بعض ما يعلن عنه من سلع في الإعلانات التلفزيونية، وقد بلغت هذه النسبة (٧, ٤٢٪) من إجمالي هؤلاء الأطفال، غير أن النتيجة الأخرى التي تفرز بعض الدلالات الخطيرة هي أن (٩, ٣٩٪) من الأطفال يحبون اقتناء كل ما يتم الإعلان عنه من سلع في التلفزيون.

ويعقب الحارثي على ذلك قائلاً: «وإذا وضعنا في الاعتبار أن نسبة كبيرة من السلع تتجه أساساً للتأثير على عالم الكبار، وتعد من

(١) المرجع السابق، ص ٤٤.

(٢) المرجع السابق، ص ٦٤.

استخداماتهم الأساسية يظهر لنا خطورة تنمية التطلعات الاستهلاكية عند الأطفال، مما يزيد من نزعاتهم في اقتناء كل ما يتم الإعلان عنه^(١).

ولعل هذا البعد الأخير هو الذي حداً بباحث آخر قام بدراسة مماثلة لدراسة الحارثي، ولكن في مصر، وقد خرج بعدد من النتائج المقاربة مع دراسته، ولكن يهمننا البعد الأخير، وهو تلازم عادة الشراء مع نمو الأطفال. يقول عبد العزيز: يملك الإعلان القدرة على تشكيل أنماط استهلاكية للطفل تظل لصيقة به، أي في سنوات عمره المقبلة، وهو ما يعني ضمناً أن الإعلان يسهم في عملية التنشئة للأطفال بما يحمله من قيم وعادات ومعتقدات^(٢).

٧- تشعر نسبة كبيرة من الأطفال بالضيق من والديهم عند رفضهما شراء السلعة المعلن عنها، وقد بلغت نسبتهم (٣٩٪) من إجمالي الأطفال. في الوقت الذي يشعر فيه (١٢, ٧٪) من الأطفال بالضيق أحياناً من والديهم عندما يرفضون تلبية رغباتهم في ذلك.

وتؤكد هذه النتيجة أن الإعلان يسهم بشكل ما في التأثير على العلاقات داخل الأسرة، إذ يخلق نوعاً من الصراع بين سلوك الأبناء والوالدين، ويحذر الباحث الخليجي الحارثي بأن هذه النتيجة ذات مؤشرات سلبية لا يجب الاستهانة بها^(٣).

٨- بلغت نسبة أفراد العينة من الأطفال الذين يطلبون دائماً شراء السلع المعلن عنها في التلفزيون (٦١, ٣٪)، بينما يطلب (١٨, ٢٪) منهم هذه السلع أحياناً من والديهم، وهذا يعني أن (٧٩, ٥٪) من الأطفال

(١) المرجع السابق، ص ص ٨٣-٨٤.

(٢) سامي عبد العزيز، مرجع سابق، ص ٣٧.

(٣) ساعد العرابي الحارثي، مرجع سابق، ص ٨٥.

يطلبون السلع أو المنتجات بدرجات متفاوتة من تلك التي تظهر في الإعلانات التجارية في التلفزيون، بينما لا يطلب (٤, ١٧٪) من الأطفال السلع أو المنتجات التي يتم الإعلان عنها^(١).

والواقع أن للقضية بعداً آخر، وهو أن الإعلان التجاري قد أفلح بالفعل ومن ورائه شركات الإعلانات، وكذا شركات المنتجات المعلن عنها في الوصول إلى الطفل الخليجي (السعودي) وفي التأثير عليه لدرجة أن (٨٠٪) من هؤلاء الأطفال يطلبون الحصول على تلك المنتجات. وإذا وضعنا في اعتبارنا المستوى المادي الطيب الذي تعيشه المجتمعات الخليجية استنتجنا بسهولة أن الأسرة تستجيب لحاجات أبنائها ومطالبهم.

وإذا وضعنا في حسابنا كذلك أن النجاح دوماً يغري بالنجاح فإن شركات تلك المنتجات، ومعها شركات الإعلانات وقد شعر الجميع بالنجاح في الوصول إلى هذه النسبة الهائلة من أطفال الخليج، فسوف يزدون من ضغطهم الإعلاني للوصول إلى نسبة الـ (٢٠٪) الباقية من الأطفال حتى يوسعوا من سوقهم التجارية الرائجة.

٩- بعد تربوي خطير أوضحته تلك الدراسة الميدانية، وهو أن نسبة كبيرة من الأطفال بلغت (٤, ٦١٪) يقلدون الحركات التي ترد ضمن محتوى الإعلانات التجارية التي تظهر على شاشة التلفزيون^(٢).

وإذا استعدنا في أذهاننا - على سبيل المثال - نوعيات الفتيات اللاتي يقمن بالإعلانات التجارية، والحركات التي يقدمن بها هذه الإعلانات، وخصوصاً من إحدى الدول العربية التي تسود لهجتها الإعلانات في

(١) المرجع السابق، ص ٩٥.

(٢) المرجع السابق، ص ٩٨.

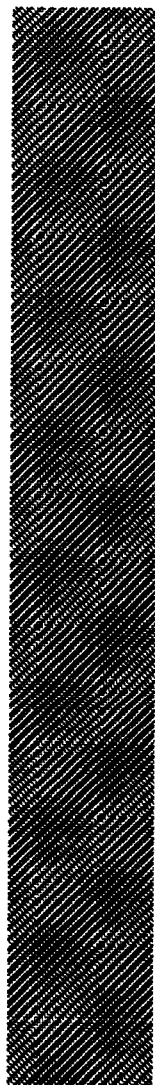
الخليج* . إذا فعلنا ذلك استطعنا أن نستنتج بسهولة على من يتلمذ أطفال الخليج في التلفزيون؟ ومن يقلدون؟ والتقليد عادة يأتي نتيجة للإعجاب ونخشى إذا استمر ذلك الاتجاه أن تصبح فتيات الإعلان هن النموذج الذي يقتدى به ، خاصة لدى الفتيات الصغيرات في الخليج ، خاصة وأن الدراسة أثبتت أن نسبة الأطفال الإناث اللاتي تفضلن مشاهدة التلفزيون من إجمالي الإناث قد بلغت (٦ , ٧١٪)^(١) ، وهذه نسبة كبيرة لا ينبغي الاستهانة بها .

ويعد : فنعتقد أن هذه السلبيات التي وردت بخصوص الإعلانات التلفزيونية تكفي لكي يكون هناك تفكير جاد في العمل على مواجهتها ، ومن قبلها السلبيات الأخرى التي سبقتها ، وليس هناك من سبيل لتحقيق ذلك سوى البحث والتقصي ، والوصول لنتائج علمية أكيدة تنير الطريق أمام صانع القرار في الخليج . والله من وراء القصد ، وهو الهادي إلى سواء السبيل ، سبحانه .

(*) الدراسة في خاتمتها النهائية ص ١١٤ .

(١) المرجع السابق ، ص ١٠٤ .

المراجع



مراجع الدراسة

أولاً: الكتب العربية:

- ١- أحمد العيسوي: أحكام الطفل، دار الهجرة للنشر والتوزيع، الرياض، ١٤١٣هـ-١٩٩٢م.
- ٢- إدوارد د. بوشامب: التربية في اليابان المعاصرة، ترجمة محمد عبد العليم مرسى، مكتب التربية العربي لدول الخليج، الرياض، ١٤٠٧هـ.
- ٣- بول مسن وآخرون: أسس سيكلوجية الطفولة والمراهقة، ترجمة أحمد عبد العزيز سلامة، مكتبة الفلاح، الكويت، ١٤٠٧هـ-١٩٨٦م.
- ٤- خيرية حسين طه صابر: دور الأم في تربية الطفل المسلم، دار المجتمع للنشر والتوزيع، جدة، ١٤١٢هـ-١٩٩٢م.
- ٥- ديفيد إنجلاند: التلفزيون... وتربية الأطفال، ترجمة محمد عبد العليم مرسى، مكتبة العبيكان، الرياض، ١٤١٧هـ-١٩٩٧م.
- ٦- زيدان عبد الباقي: الأسرة والطفولة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ١٤٠٠هـ-١٩٨٠م.
- ٧- ساعد العرابي الحارثي: أثر الإعلان التلفزيوني على الطفل السعودي... دراسة ميدانية، المجلس الأعلى للإعلام بالمملكة العربية السعودية، الرياض، ١٤١٤هـ.

- ٨- سيد محمد ساداتي الشنقيطي : مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم ، عالم الكتب ، الرياض ، ١٤٠٦ هـ .
- ٩- شمس الدين محمد أبو بكر بن قيم الجوزية : تحفة المودود بأحكام المولود ، دار الكتاب العربي ، بيروت ، الطبعة الثانية ، ١٤٠٣ هـ - ١٩٨٣ م .
- ١٠- طيبة اليحيى : بصمات على ولدي ، مكتبة المنار الإسلامية ، الكويت ، الطبعة الثالثة ، ١٤٠٩ هـ - ١٩٨٩ م .
- ١١- عباس محمود العقاد : عبقرية محمد ، المكتبة العصرية ، بيروت ، ١٩٦٩ م .
- ١٢- عبد الرزاق حسين : الإسلام والطفل ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، الرياض ، ١٤٠٩ هـ - ١٩٨٩ م .
- ١٣- عبد الله بن عبد المحسن التركي : توجيهات الإسلام في نطاق الأسرة الإسلامية ، الرياض ، ١٤٠٤ هـ - ١٩٨٤ م .
- ١٤- عبد الله ناصح علوان : تربية الأولاد في الإسلام ، دار السلام للطباعة والنشر ، القاهرة ، الطبعة الثامنة ، ١٤٠٥ - ١٩٨٥ م .
- ١٥- عبد الرحمن الشبيلي : رؤية إعلامية . . ظاهرة انتشار الفيديو في المجتمع السعودي ، المجلس الأعلى للإعلام بالملكة العربية السعودية ، الرياض ، ١٤٠٣ هـ - ١٩٨٣ م .
- ١٦- عدنان صالح باحارث : مسؤولية الأب المسلم في تربية الولد في مرحلة الطفولة ، دار المجتمع للنشر والتوزيع ، جدة ، ١٤١٢ هـ - ١٩٩١ م .
- ١٧- علي خليل مصطفى أبو العينين : القيم الإسلامية والتربية ، مكتبة

- إبراهيم الحلبي، المدينة المنورة، ١٤٠٨هـ-١٩٨٨م.
- ١٨- محمود عبيد حسنة: مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، كتاب الأمة رقم (٢٨)، رئاسة المحاكم الشرعية والشؤون الدينية، قطر، ١٤١١هـ.
- ١٩- عوض منصور: التليفزيون بين المنافع والأضرار، مكتبة المنار، الزرقاء، الأردن، ١٤٠٥هـ.
- ٢٠- فهمي جدعان: أسس التقدم عند مفكري الإسلام في العالم العربي الحديث، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ١٩٧٩م.
- ٢١- فؤاد البهي السيد: علم النفس الاجتماعي، دار الفكر العربي، القاهرة ١٩٥٤م.
- ٢٢- ماجد عرسان الكيلاني: هكذا ظهر جيل صلاح الدين وهكذا عادت القدس، الدار السعودية للنشر والتوزيع، جدة، ١٤٠٥هـ-١٩٨٥م.
- ٢٣- محمد بن أحمد الصالح: الطفل في الشريعة الإسلامية.. نشأته-حياته-حقوقه التي كفلها الإسلام، (بدون ناشر)، ١٤٠٣هـ.
- ٢٤- محمد جميل يوسف، فاروق السيد عبد السلام: النمو من الطفولة إلى المراهقة، مكتبة تهامة، جدة، ١٤٠١هـ.
- ٢٥- محمد سعيد فرج: الطفولة والثقافة والمجتمع، منشأة المعارف، الإسكندرية، ١٩٨٠م.
- ٢٦- محمد عبده يماني: علموا أولادكم محبة رسول الله، دار القبلة للثقافة الإسلامية، جدة، الطبعة الرابعة، ١٤٠٩هـ-١٩٨٩م.
- ٢٧- محمد كامل عبد الصمد: التليفزيون بين الهدم والبناء، دار الدعوة للطبع والنشر، الإسكندرية، ١٤٠٥هـ.

- ٢٨- محمد عماد الدين إسماعيل : الأطفال مرآة المجتمع ، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦ .
- ٢٩- محمد نور سويد : منهج التربية النبوية للطفل ، مكتبة المنار الإسلامية ، الكويت ، الطبعة الثالثة ، ١٤١٠هـ - ١٩٩٠م .
- ٣٠- محمود محمد سفر : الإعلام موقف ، تهامة للنشر والتوزيع ، جدة ، (بدون تاريخ) .
- ٣١- محمود قمبر : طفل ما قبل المدرسة في التراث العربي الإسلامي (ضمن : رياض الأطفال في العالم العربي . . الواقع والطموح . . خطة تربية الطفل العربي) ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، تونس ، ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م .
- ٣٢- محمود قمبر وآخران : دراسات في أصول التربية ، دار الثقافة ، الدوحة ، ١٤٠٩هـ - ١٩٨٩م .
- ٣٣- مروان كجك : الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون ، دار الكلمة الطيبة ، القاهرة ، ١٤٠٧هـ .
- ٣٤- منى حداد يكن : أبناؤنا بين وسائل الإعلام وأخلاق الإسلام ، مؤسسة الرسالة ، بيروت ، ١٤٠٣هـ .
- ٣٥- ناصر بن سلمان العمر : البث المباشر . . حقائق الإسلام ، مؤسسة الجريسي ، الرياض ، ١٤١٢هـ .
- ٣٦- ياسر المالح : أثر وسائل الإعلام في الطفل العربي وسبل تطويرها ، المجلس الوطني للثقافة والفنون ، الكويت ، ١٩٨٣م .
- ٣٧- يوسف عبد الله العريفي : آداب استقبال المولود في الإسلام ، دار الوطن للنشر ، الرياض ، ١٤١٢هـ .

٣٨- يوسف القرضاوي : الرسول والعلم ، مؤسسة الرسالة ، بيروت ،
١٤٠٤هـ - ١٩٨٤م

ثانياً : البحوث العلمية:

- ١- أحمد عبد الحليم : حقوق الطفل العربي ، المستقبل العربي ، العدد ٤٩ ،
مارس ١٩٨٣م .
- ٢- حمزة أحمد بيت المال ، خالد أحمد العامودي : أنماط تعرض الأطفال
لوسائل الاتصال المختلفة في المملكة العربية السعودية (ندوة وسائل
الإعلام والطفل) ، جامعة الملك سعود ، الرياض ، ١٤١٢هـ -
١٩٩٢م .
- ٣- حمود عبد العزيز البدر : الحاجة إلى تنسيق وتكامل إعلامي بين دول
الخليج العربي ، رسالة الخليج ، العدد ٣١ ، السنة العاشرة ، ١٤٠٩هـ -
١٩٨٩م .
- ٤- زكي الجابر : الإعلام والمؤسسة التعليمية . . الطلاق الذي لم يكتمل
بعد (ضمن بحوث ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين) ، مكتب
التربية العربي لدول الخليج ، الرياض ، ١٤٠٤هـ - ١٩٨٤م .
- ٥- سامي عبد العزيز : تأثير الإعلان التليفزيوني على السلوك الشرائي
للطفل . . دراسة ميدانية ، ضمن ندوة وسائل الإعلام والطفل .
- ٦- سعدية محمد علي بهادر : البرامج التليفزيونية للأطفال بين النظرية
والتطبيق ، مجلة ثقافة الطفل ، العدد ٣ ، ١٩٨٦م ،
- ٧- سعدية محمد علي بهادر : تكنولوجيا التعليم المناسب لإكساب أطفال

- الرياض المفاهيم الإسلامية، مجلة تكنولوجيا التعليم، العدد الرابع، السنة الثانية، الكويت، ١٩٧٩ م.
- ٨- سلطان عبد العزيز العنقري: وسائل الإعلام (التلفزيون) وتأثيرها على الطفل ضمن ندوة وسائل الإعلام والطفل) جامعة الملك سعود.
- ٩- صابر عبد الدايم: أدب الطفولة.. رؤية مستقبلية، مجلة الفيصل، العدد ١٩٨، ذي الحجة ١٤١٣ هـ.
- ١٠- عاطف شحاتة زهران: ضحايا العنف في التلفزيون، مجلة الفيصل، العدد ٢٠٤، جمادى الآخرة، ١٤١٤ هـ.
- ١١- عاطف عدلي العبد: التلفزيون وثقافة الطفل (اختيار وترجمة) مجلة البحوث، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين في اتحاد إذاعات الدول العربية، بغداد، العدد ٢٤، ديسمبر ١٩٨٨ م.
- ١٢- عبد اللطيف ديبان العوفي: التلفزيون والطفل.. ماهية الوسيلة وكيفية القراءة (ضمن ندوة وسائل الإعلام والطفل)، جامعة الملك سعود.
- ١٣- عبد اللطيف حسين فرج: الهدف التربوي لدى المخطط الإعلامي (ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين)، مكتب التربية العربي لدول الخليج، الرياض، ١٤٠٤ هـ.
- ١٤- عبد المجيد صالح: حقوق الطفل المسلم بين الشريعة والقانون (بحوث ندوة ثقافة الطفل المسلم) المنظمة الإسلامية للتربية والثقافة والعلوم، البحرين ٢٩-٣١ يناير ١٩٩٠ م.
- ١٥- فاروق أحمد الدسوقي: مدى تأثير القيم العربية الإسلامية على برامج الأطفال بدول الخليج العربية (ضمن بحوث ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين).

- ١٦- فخر الدين القلا: دور وسائل الإعلام في تعزيز التربية المستمرة، مجلة التربية المستمرة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، العدد الثاني، السنة الأولى، تونس، يوليو ١٩٠٨ م.
- ١٧- فوزية العلي: التلفزيون والطفل. . مراجعة للأدبيات، مجلة شؤون اجتماعية، العدد ٣٠.
- ١٨- كافية رمضان: تربية الطفل من خلال وسائل الإعلام، الإعلام العربي، العدد ١٣-١٤، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، جمادى الأولى، ١٤٠٨ هـ - ربيع الثاني ١٤٠٩ هـ.
- ١٩- كرم شلبي: التلفزيون والطفل. . التربية الإسلامية في برامج الأطفال (ضمن بحوث ندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج)، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، ١٤٠٧ هـ - ١٩٨٧ م.
- ٢٠- محمد أحمد حمدون: الأدب والطفل، رسالة الخليج، العدد ٢١، السنة السابعة، ١٤٠٧ هـ - ١٩٨٧ م.
- ٢١- محمد أحمد الغنام: التعليم والإعلام من أجل تربية أفضل للمواطن العربي (ضمن بحوث ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين).
- ٢٢- محمد عبد العليم مرسى: دور التربية في مواجهة الآثار الاقتصادية والاجتماعية المترتبة على كهرة الريف، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة عين شمس، القاهرة، ١٩٧٥ م.
- ٢٣- محمد عبد العليم مرسى: أثر التغيرات والعوامل الاقتصادية والاجتماعية في تحديد مكانة المعلم في دول الخليج العربية، مجلة التعاون، الرياض العدد ١، ١٤٠٨ هـ - ١٩٨٨ م.

- ٢٤- محمد السنوسي: التليفزيون والأطفال (ضمن الطفل والمجتمع . . دراسات في التنشئة الاجتماعية للأطفال) الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية، الكويت، نوفمبر ١٩٩٣ م.
- ٢٥- منصور علي بن كدسة: اتجاهات الآباء المتخصصين نحو أثر التليفزيون على الأبناء، دراسة تطبيقية على التليفزيون السعودي (ضمن بحوث ندوة وسائل الإعلام والطفل).
- ٢٦- نجم الدين علي مرجان: لمحات تربوية ونفسية في طفولة الرسول، صلى الله عليه وسلم، رسالة الخليج، العدد ٩، السنة ٣، ١٤٠٣ هـ - ١٩٨٣ م.
- ٢٧- نذير إبراهيم المسند: أثر وسيلة التليفزيون على تماسك الأسرة ووحدةها وتمسكها بأحكام الدين، رسالة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، ١٤٠٥ هـ.
- ٢٨- نور الدين عبد الجواد: الإعلام والرسالة التربوية (ضمن بحوث ماذا يريد التربويون من الإعلاميين).
- ٢٩- يوسف خليفة غراب: التأثير السلبي للإعلام غير الموجه على الطفل العربي، مجلة القافلة، العدد ٦، المجلد ٣٨، جمادى الآخرة، ١٤٠٨ هـ.