

تأثير وسائل الإعلام على الترابط الأسري

دراسة ميدانية على عينة من الأسر بولاية أم البواقي

The Influence Of The Media On Family Bonding

A Field Study On A Sample Of Families In The State Of Oum El Bouaghi

رحمانى مريم *

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة - الجزائر ، m.rahmani@univ-emir.dz

تاريخ الاستلام 2021/11/16 تاريخ القبول 2021/12/23

الملخص

نحاول في هذا البحث تسليط الضوء على تعرض الطفل لوسائل الإعلام باعتباره الطرف الأكثر ضعفا وهشاشة وقابلية للتشكيل داخل الأسرة، وانعكاساته على كيفية تواصله معهم ما يشخص الترابط الأسري القائم بينهم؛ وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج المسحي وذلك باستخدام أداة الاستبيان عن طريق اختيار عينة عشوائية تكونت من 500 مفردة.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها أن وسائل الإعلام تؤثر في كيفية وحجم تواصل الطفل وتفاعله مع أفراد أسرته، حيث تشغل حيزا زمنيا كبيرا من حياته اليومية، ما يساهم بشكل تراكمي في التقليل من احتكاكه بأسرته، وهذا ما يزيد من التفكك الأسري بانغماسه في العزلة والانطوائية، ما يتيح لهذه الوسائل مجالا أفضل للتأثير عليه والسيطرة على أفكاره وسلوكاته .

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام، تعرض، تواصل، طفل، تأثير، ترابط أسري.

Abstract:

In this research, we try to shed light on the child's exposure to the media as the most vulnerable, fragile and vulnerable party within the family and its repercussions on how he communicates with them, which diagnoses the existing family bonding between them; In this study, we relied on the survey method, using the questionnaire tool, by selecting a random sample of 500 individuals.

The study reached a number of results, the most important of which is that the media affect the way and the extent of the child's communication and interaction with members of his family, as it occupies a large amount of time in his daily life, which cumulatively contributes to reducing his contact with his family, and this increases the family disintegration by immersing him in Isolation and introversion, which gives these means a better opportunity to influence him and control his thoughts and behavior.

Keys Words: Media, Exposure, Communication, Children, Influence, Family Bonding.

مقدمة:

ساهم الانتشار الحر للمعلومات من خلال وسائل الإعلام الجديدة في خلق إمكانية كبيرة للحصول على المعلومة ، وبالتالي التأثير على تصور المستقبل وعلى اتجاهاته تبعاً للبيئات الاتصالية التي تتم من خلالها عمليات التلقي، إذ تختلف باختلاف وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية. وعليه، يهدف هذا البحث إلى معرفة انعكاسات التعرض لوسائل الإعلام على تواصل الطفل مع أسرته من خلال المضامين التي تقدمها والكشف عن كيفية تفاعل هذه الشريحة من المجتمع معها وتأثيرها على تحقيق الترابط داخل الأسرة ؛ من خلال الإجابة على الأسئلة الآتية: ما مدى تعرض الأطفال لوسائل الإعلام؟ إلى أي مدى يتواصل الأطفال مع أفراد أسرهم؟ وهل تؤثر وسائل الإعلام في كيفية وحجم تواصل الطفل مع أفراد أسرته؟

فقد فرضت وسائل الإعلام نفسها بقوة وفعالية من خلال تدخلها في الحياة اليومية للطفل، حيث أصبحت حركية وسائل الإعلام وتأثيرها يشكل أحد الإشكاليات التي تستوجب التحليل و المناقشة، كما أن أغلب الاهتمامات في هذا المجال انصب حول تأثير هذه الوسائل في الرأي العام وإهماله لفئة مهمة وهي فئة الأطفال التي تعتبر مستقبل الدول وأساس بنائها ما يجعل هذا الطرح مهما بغية الحصول على فهم أفضل

وقد استخدم في هذه الدراسة المنهج المسحي والذي يعد من أنسب المناهج لمثل هذا النوع من الدراسات، خاصة وأنه يدرس الجوانب الاجتماعية التي تؤثر في مجتمع ما، ويوضح العلاقة بين متغيرات الدراسة؛ كما أنه الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية وعرضها بصورة تساعد على بناء قاعدة معرفية تجيب على تساؤلات الدراسة .

1. ماهية وسائل الاعلام

لقد عرفت وسائل الإعلام تطورا كبيرا جعلها تكتسح جميع مجالات الحياة ،حيث فتحت للإنسان مجالا واسعا للإطلاع على مختلف المعلومات في جميع الميادين الاجتماعية و التربوية ، الثقافية والتاريخية ؛ فأصبحت تؤثر على سلوكيات الفرد باعتبارها جزءا لا يتجزأ من الحياة المعاصرة.

1.1 لمحة تاريخية لوسائل الاعلام

لقد ربط بعض العلماء و الباحثين تطور المجتمعات بتطور وسائل الإعلام فيها بالرجوع إلى التفسير الإعلامي للتاريخ، على غرار التفسير المادي والتفسير السيكولوجي في إطار ما يعرف بدراسة

عمليات التحول التي شهدتها المجتمعات الإنسانية ،وأیضا وسائل الإعلام الحديثة عبر العصور التاريخي

وكيف ارتبطت هذه التطورات مع بعضها البعض⁽¹⁾.

تعكس دراسة تاريخ العصور القديمة مدى استخدام القدماء للرموز و الإشارات التي تعد لغة التواصل بين المجتمعات و الأفراد، فقد استخدم المصريون القدماء الرموز و الإشارات ليتبعها بعد ذلك شعوب الحضارات الشرقية كالهند والصين، ثم تلت مرحلة الخطابة و اللغة؛ التي أصبحت فيها اللغة مفردة لغوية كنوع من التعبير الاتصالي بين الأفراد و الجماعات ثم مرحلة الكتابة التي كانت فيما سبق عبارة عن نقوش و رسوم على جدران المعابد والكهوف، لكن سرعان ما تطورت الوسائل التي استعملها المجتمعات في عملية الكتابة و التدوين، لتأتي بعدها مرحلة الطباعة خلال القرن 15 لتكون بمثابة أعظم وسيلة اتصال عرفها الإنسان لأنها أحدثت تطورات هائلة في حياة المجتمعات في الإعلام و الاتصال ووسائله عن طريق تحديث الكتابة و انتشار الكتب والمطبوعات، أو عن طريق الصحافة باعتبارها نوع من الصحافة المكتوبة.

أما في العصر الحديث فشهدت وسائل الإعلام تطورا كبيرا، خاصة في السنوات الأخيرة من القرن 18 حيث اتصفت هذه المرحلة بسيطرة الرأي العام الذي يسميه مونتسكيو، و عبر عنها جان جاك روسو بالإرادة، وبعد قيام الثورة الفرنسية وما صاحبها من اختراعات واكتشافات تم خلالها اختراع الطباعة و مستلزماتها، التي كانت النقطة الفاصلة بين العصور القديمة والعصر الحديث⁽²⁾ و منذ ذلك الوقت أخذت وسائل الإعلام الراهنة مكانة كبيرة و بدأت تجذب اهتمام المفكرين والباحثين بمختلف توجهاتهم .

لم يقتصر معنى الإعلام على المعنى اللغوي وهو مجرد الإخبار والتبليغ بوجه سريع، بل تجاوزه إلى معنى يتناسب مع وظيفته الحديثة؛ فهو تعبير عن ميول الناس واتجاهاتهم وقيمهم بقصد التأثير. يتضح من هذا التعريف أن الإعلام يهدف إلى تزويد الناس بالأخبار والمعلومات السليمة والثابتة والتي تساعد على تكوين رأي عام حقيقي يعبر عن اتجاهاتهم وميولاتهم تعبيراً موضوعياً. حسب بعض الباحثين⁽³⁾، فإن وسائل الاعلام هي أحد أشكال الاتصال الجماهيري ويقصد بالاتصال؛ عملية التفاعل الاجتماعي من أجل إشباع الحاجات المتنوعة، فهو من أهم الظواهر البشرية الاجتماعية لأنه نتاج للتفاعل بين الفرد والمجتمع وهو الضرورة البشرية الملحة المستمرة التي يعيش الإنسان معها طوال عمره لأجل إشباع حاجاته المتعددة.

يتضح من هذا التعريف أن وسائل الإعلام هي شكل من أشكال التواصل والتفاعل الاجتماعي كظاهرة نتجت عن التفاعل بين الفرد والمجتمع، وهذا بهدف إشباع حاجات الفرد المتعددة من خلال التعامل معها مدى الحياة.

وعليه، يمكن استخلاص ما يلي:

- وسائل الإعلام هي أدوات لإيصال المعلومات إلى المجتمع.

- هي وسيلة لنشر الثقافة.

- وسيلة للتفاعل الاجتماعي التي تربط بين أفراد المجتمع

2.1 أنواع وسائل الإعلام

تعددت وسائل الإعلام واختلفت تاريخيا حسب متطلبات الموقف السياسي والعسكري والإعلامي، والحدث المفروض تغطيته وإيصاله للمتلقي بحيث تطورت المؤسسات الإعلامية و وسائل الإعلام، واتبعت أساليب وطرق علمية مهنية وتقنية مدروسة وقد تم تقسيمها كما يلي :

أ. الوسائل التقليدية: هناك العديد من وسائل الإعلام التقليدية منها:

الصحافة المكتوبة: ترجع جذورها من القرن 19 إلى النصف الثاني من القرن 20 ، هناك جزء بارز من الصحافة المكتوبة يطلق عليها صحافة الرأي؛ بمعنى أنها تخلق فضاء للتعبير للشعب، حيث تكون موضع جدل ومعارضة المؤسسة على الموضوعية والحياد للأحداث⁽⁴⁾، حيث تعرف بأنها الأداة التي تمد الرأي العام بالأحداث الآنية وذلك في سلسلة قصيرة ومنتظمة، كما تعرف بأنها العملية الاجتماعية لنشر الأخبار والمعلومات الشارحة إلى الجمهور من خلال المطبوعة لتحقيق أهداف معينة، وتتكون من الجرائد والمجلات⁽⁵⁾

التلفزيون: يعرف التلفزيون بأنه وسيلة لنقل الصورة والصوت في وقت واحد بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأقمار الصناعية. يتكون التلفزيون من القنوات الفضائية والمحلية؛ وهي قنوات تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة، تحدد عموما بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية التي يتم بثها على قمر من القنوات، وتبث هذه القنوات مجموعة من البرامج.

الإذاعة: قد تكون الإذاعة الآن من الوسائل الفعالة في توصيل الرسائل إلى جماهير عريضة، فهي تستطيع أن تترجم الحدث بشكل فوري نظرا لبساطتها⁽⁶⁾. كما أنها كثيرا ما تستخدم إلى جانب وسائل الإعلام الأخرى لربط المجتمعات ببعضها البعض، هذا و تستطيع عن طريق النص الجيد والإخراج الدقيق والإحساس الواعي وحسن استغلال الإمكانيات الإذاعية أن تصل إلى استثارة خيال المستمع فتجعله يعيش في أحداث البرنامج الإذاعي

ب. الوسائل الإلكترونية: ارتبطت وسائل الإعلام الالكترونية بمفهوم الإعلام الجديد.

الانترنت: كلمة انترنت Internet هي اختصار الكلمة الانجليزية network International ومعناها شبكة المعلومات العالمية، ، الشبكة التي يتم فيها ربط مجموعة شبكات مع بعضها البعض في

العديد من الدول عن طريق الهاتف والأقمار الصناعية، ويكون لها القدرة على تبادل المعلومات بينها من خلال أجهزة كمبيوتر مركزية تسمى باسم أجهزة الخادم (serveur) التي تستطيع تخزين المعلومات الأساسية فيها والتحكم بالشبكة بصورة عامة، كما تسمى أجهزة الكمبيوتر التي يستخدمها الفرد باسم أجهزة المستخدمين⁽⁷⁾.

فالانترنت هي وسيلة اتصال تكنولوجية عالية الجودة واسعة الانتشار، تتميز بالاستقلالية واللامركزية أدواتها وقواعدها الخاصة، لها مستعملها وزبائنهم وتوفر مجموعة لا تحصى من الخدمات في شتى المجالات وخاصة في مجال المعلومات.

3.1 وظائف وسائل الإعلام

للإعلام عدة وظائف رئيسية هي:

أ- **التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات**: إن توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر وغير مباشر على السواء عن طريق وسائل الإعلام المنتشرة عادة، فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة و محتوى، ازداد تأثيرها فلا يعقل أن تخاطب من ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالمنطق وعلم الكلام و الحجج الفكرية و الفلسفية⁽⁸⁾.

ب- **زيادة الثقافة و المعلومات**: التثقيف العام هدفه هو زيادة الفرد بواسطة وسائل الإعلام وليس بالطرق، و الوسائل الأكاديمية التعليمية، و التثقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد سواء كان ذلك بشكل عفوي وعارض أو بشكل مخطط ومبرمج ومقصود.

فالتثقيف العفوي هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد، هذه المواجهة تقدم لها- دون أن يكون هو المقصود -، معلومات وأفكار وصور وآراء، أما التثقيف المخطط فهو حصيلة وظيفتي التوجيه و التبشير، لكن هناك بعض الحالات تقع في دائرة التثقيف المخطط كالبرامج الزا رعية و الاقتصادية أو سياسية تبث إليهم عبر الإذاعة و التلفزيون⁽⁹⁾.

ج- **الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية**: يعرف الاتصال الاجتماعي عادة بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد، هذا الاحتكاك هو نوع من التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية و تنميتها؛ فعندما تقدم الصحف كل يوم أخبار اجتماعية عن الأفراد و الجماعات أو المؤسسات الاجتماعية و الثقافية فإنها بذلك تكون صلة وصل يومية، بل أنها وسيلة للاتصال الاجتماعي اليومي بين جميع فئات الجماهير.

د- **الإعلان و الدعاية**: تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهتم المواطنين، كما تقوم بدور مهم في حقول العمل و التجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل، أو عندما تتولى الإعلان عن إجراء مناقصة أو وضع التا زم موضع التنفيذ....الخ⁽¹⁰⁾

تعد وسائل الإعلام مجموعة الوسائل الهادفة إلى تحقيق الاتصال بين الفرد والمجتمع، فقد إستطاعت على تنوعها ، أن تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد و تقديمه إلى الجمهور انطلاقا من وظائفها المختلفة كالتوجيه، التثقيف، الاتصال....الخ.

4.1 تأثير وسائل الاعلام على الجمهور

حاول الكثير من الباحثين تحديد مدى تأثير وسائل الإعلام ، ووجدوا أنها غالبا ما تقوم بتحقيق ثلاثة أنواع من التأثيرات

أ-**الآثار المعرفية**: تشمل الآثار المعرفية أربعة عناصر⁽¹¹⁾ :

كشف الغموض: فالغموض ناتج عن نقص المعلومات في حدث معين يترتب عليه عدم معرفة التفسير الواضح للحدث من قبل المجتمع، وتكشف وسائل الإعلام الغموض من خلال تقديم التفسير الواضح للحدث أو زيادة المعلومات في هذه الحادثة؛ وهذا ما تفسره نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فاستخدام الأفراد لوسائل الإعلام ناتج عن الوظائف المهمة التوجيه، التثقيف... الخ التي تقدمها للأفراد مما زاد الاعتماد عليها، كما يرجع حدة تأثير وسائل الإعلام إلى تنوع مصادرها وخصائصه المميزة حيث تقوم بتنسيق المعلومة بصورة إعلامية مما يعطي مصداقية للخبر والتأثير به.

تكوين الاتجاهات: تكون وسائل الإعلام اتجاهات الأفراد، مع عدم إغفال الدور الانتقائي للفرد في تكوين الاتجاه لديه؛ وتتم هذه العملية بشكل تراكمي أي تحتاج إلى فترة طويلة حتى تظهر آثار الرسائل الإعلامية المرسله ، وهو ما تفسره نظرية التأثير التراكمي-طويل المدى⁽¹²⁾.

ترتيب الأولويات: ولهذا الأثر نظرية مستقلة تحمل الإسم نفسه، حيث أن وسائل الإعلام تبرز قضايا وتخفي أخرى مما يشكل أهمية لدى الجمهور من جراء تسليط الضوء على قضية دون أخرى من طرف الإعلام .

إتساع الاهتمامات: وذلك أن وسائل الإعلام تعلم أفراد المجتمع أشياء ومعارف لا يدركونها من قبل، مما يشكل لديهم أهمية وهذا ما تمثله نظرية الحقنة تحت الجلد؛ بحيث تؤثر وسائل الإعلام بشكل مباشر وسريع، من خلال الرسائل الإعلامية الموجهة للأفراد فتكون الاستجابة مباشرة⁽¹³⁾، وبالتالي يكون التأثير كبيرا على الاتجاهات والسلوك فتكون العلاقة بين وسائل الإعلام والأفراد مباشرة دون وسيط مما يعكس أيضا مبادئ نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى.

الفتور العاطفي: فكثرة التعرض لوسائل الإعلام يؤدي بالفرد الشعور بالفتور العاطفي، وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين وهذا نتيجة التعرض لمشاهد العنف مما ينعكس على السلوك ومثال ذلك: كثرة متابعة الأخبار ومشاهدة الحروب تولد لدى الفرد الشعور بالبرود العاطفي.

الدعم المعنوي: وذلك أن وسائل الإعلام عندما تقوم بأدوار اتصال رئيسية ترفع الروح المعنوية لدى أفراد المجتمع نتيجة الإحساس بالاندماج في المجتمع، والعكس عندما لا تعبر وسائل الإعلام عن ثقافتهم، ما تعكسه نظرية "الغرس الثقافي" التي تؤكد أن التعرض لوسائل الإعلام يختلف عن الأفراد الذين لا يتعرضون لوسائل الإعلام؛ فهذه الأخيرة وسيلة لغرس الأفكار بحيث تعمل وسائل الإعلام في هذه الحالة على إظهار الثقافات المختلفة في المجتمع، كما تبين أهمية العادات والتقاليد مما يزيد من تفعيل قيم الانتماء والولاء للوطن.

ب - الآثار السلوكية: وتتمثل في⁽¹⁴⁾

التنشيط: ويعني به قيام الفرد بنشاط ما نتيجة التعرض لوسائل الإعلام، وهو حصيلة ربط بين الآثار السابقة؛ أي ربط الآثار المعرفية بالآثار الوجدانية.

من خلال هذه الآثار يمكن استخلاص النتائج التالية:

- تدفق الأحداث من المجتمع يحدث نتيجة لذلك علاقة اعتماد بين الأفراد ووسائل الإعلام، ولكل مجتمع ثقافة مختلفة عن المجتمعات الأخرى تنطلق هذه الثقافة من المعتقدات والقيم، والعادات المتأصلة في المجتمع وتؤثر هذه الثقافات على درجة الاعتماد على وسائل الإعلام والتأثر بها - تؤثر ثقافة المجتمع الذي توجد به وسائل الإعلام على عمل الوسيلة نفسها، وتشمل ذلك بتحديد أهداف الوسيلة وأدائها وظائفها المعلوماتية ومصادر المعلومات، والتمويل وهذا بدوره يؤثر على السياسة العامة للوسيلة .

- تنتقي وسائل الإعلام جملة من القضايا والأشخاص وتسلط عليهم الضوء دون غيرهم مما يشكل أهمية لدى أفراد المجتمع⁽¹⁵⁾

- لا يكون لوسائل الإعلام تأثير كبير في الأفراد إذ كان الواقع الاجتماعي مفهوما بالنسبة لهم؛ بمعنى أن يكون المجتمع على قدر من الترابط، وألا تكون وسائل الإعلام هي المصدر الوحيد للتدفق المعلومات .

- كما أن زيادة الصراعات في المجتمع يزيد من اعتماد أفرادها على وسائل الإعلام، ويمكن توظيف هذه الفكرة في الوقت الحالي، فكلما زادت الصراعات؛ يزيد اعتماد المجتمع على وسائل الإعلام لسرعتها في تغطية الحدث⁽¹⁶⁾ .

2. منهج البحث وأدوات جمع البيانات

المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو منهج المسح الاجتماعي والذي يعد من أكثر المناهج ملائمة لمثل هذا النوع من الدراسات، خاصة وأنه يدرس الجوانب الاجتماعية التي تؤثر في مجتمع ما، ويوضح العلاقة بين متغيرات الدراسة.

من هنا كان المنهج المسحي هو المنهج الذي يساعد على مسح الظاهرة في واقعها الطبيعي وضمن ظروفها الحقيقية⁽¹⁷⁾. كما أن أهم ما يميز منهج المسح أنه يمثل الطريقة أو الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية وعرض هذه البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها سواء في بناء قاعدة معرفية أو تحقيق فروض الدراسة وتساؤلاتها⁽¹⁸⁾.

ويعرف المسح الاجتماعي بأنه "محاولة منظمة لتقرير، وتحليل، وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي، أو جماعة، أو بيئة معينة، وهو ينص على الموقف الحاضر وليس على اللحظة الحاضرة، كما يهدف للوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها، وذلك للاستفادة بها في المستقبل وخاصة في الأغراض العلمية⁽¹⁹⁾".

من جانب آخر تعرف الأداة بأنها "الوسيلة المستخدمة في جمع البيانات وتصنيفها وجدولتها وهناك الكثير من الوسائل والأدوات التي تستخدم في الحصول على البيانات ويمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معا في البحث الواحد لتجنب عيوب إحداها ولدراسة الظاهرة من كافة الجوانب"⁽²⁰⁾.

فقصود معرفة تأثير وسائل الإعلام على الترابط الأسري قمنا بتصميم استمارة استبيان على ضوء مشكلة الدراسة لأنها الأكثر ملاءمة مع هذا التوجه.

ونشير هنا إلى أن قياس تعرض الأطفال لوسائل الاعلام وتواصلهم مع أسرهم يكون من وجهة نظر أرباب الأسر بحكم أنهم من يجيبون على المقياس. وقد حصلنا في هذا البحث على معامل ثبات جيد ، قدر ب(0.82).

نظرا للصعوبات التي تواجه الباحث لضمان صدق الأداة وتطبيقها في سياق مختلف، وسعيا منا لضمان معنى المقياس، تمت الاستعانة بمختصين⁽²⁾ لإبداء رأيهما حول مدى ملاءمة فقرات الأداة من حيث المحتوى، ومدى ارتباطها مع البعد الذي تقيسه مع إمكانية التعديل، وقد تم الأخذ بملاحظات المحكمين، وبالتالي الحصول على الاستبيان في صورته النهائية.

أجري البحث الميداني على عينة عشوائية من الآباء بولاية أم البواقي، وقد وقع اختيار الباحثة لهذه المنطقة كميدان لإجراء البحث الميداني لتوفر ظروف امكانية تطبيق أداة البحث على عينة من هؤلاء الأولياء.

قدّر العدد الإجمالي للعينة بـ 500 فردا. وقد كانت نسبة تمثيلها حسب النوع: 46٪ طفلا و54٪

طفلة. أما بالنسبة لخصائص العينة ، فقد كانت كالآتي:

الجدول 1: توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع

النسبة %	التكرار	
46	230	طفل
54	270	طفلة

المصدر: من إعداد الباحثة

الجدول 2: توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة %	التكرار	
29	145	أقل من 6 سنوات
45	225	من 6 إلى 8 سنوات
26	130	من 9 إلى 12 سنة

المصدر: من إعداد الباحثة

الجدول 3: توزيع أفراد العينة حسب التمدرس

النسبة %	التكرار	
20	100	متمدرس
8063	400	غير متمدرس

المصدر: من إعداد الباحثة

3. عرض نتائج البحث ومناقشتها

الجدول 4: يمثل معدل تعرض أفراد العينة لوسائل الاعلام

النسبة %	التكرار	
13,8	69	نادرا

أحيانا	178	35,6
دائما	253	50,6

المصدر: من إعداد الباحثة

الجدول 5: يمثل حجم تعرض أفراد العينة لوسائل الاعلام

	التكرار	النسبة %
أقل من ساعة	22	4,4
من ساعة إلى 3 ساعات	280	56
من 3 ساعات إلى 6 ساعات	100	20
أكثر من 6 ساعات	98	19,6

المصدر: من إعداد الباحثة

الجدول 6: يمثل ترتيب وسائل الاعلام حسب استخدامها من قبل أفراد العينة

	أولوية 1	أولوية 2	أولوية 3	أولوية 4	الترتيب
المجلة/الجريدة	33	97	162	208	الرابع
الإذاعة	41	91	182	186	الثالث
التلفزيون	240	170	67	23	الثاني
الانترنت	317	103	59	21	الأول

المصدر: من إعداد الباحثة

الجدول 7: يمثل تأثير وسائل الاعلام على أفراد العينة من وجهة نظر الأولياء

	التكرار	النسبة %
ضعيف	42	8,4

متوسط	181	36,2
قوي	271	54,2

المصدر: من إعداد الباحثة

أظهرت نتائج البحث الحالي أن الأطفال يتعرضون بصفة دائمة لوسائل الإعلام بنسبة 50,6 % وهي نتائج تؤكد الأهمية الكبيرة لوسائل الإعلام كمصدر أساسي للحصول على المعلومات وتبادلها ومشاركتها ولقضاء أوقات الفراغ. وبالتالي، فإن هذه الوسائل بمختلف أنواعها تشغل حيزاً زمنياً كبيراً من الحياة اليومية للطفل، ما يساهم بشكل تراكمي في التقليل من احتكاكه بأسرته، وهذا ما يزيد من التفكك الأسري خاصة مع انغماسه في الانطوائية والانعزال عن العالم الخارجي.

كما أظهرت نتائج البحث الحالي أيضاً أن أفراد العينة يتعرضون لوسائل الإعلام من ساعة إلى ثلاث ساعات بنسبة 56% و من 3 ساعات إلى 6 ساعات بنسبة 20%، وهو ما يؤكد المكانة الهامة لهذه الوسائل في الحياة اليومية للأطفال التي لا تخلو منها، وبالتالي التأثير التراكمي على أفكارهم ومواقفهم وحتى سلوكياتهم، فقد أظهرت النتائج أن وسائل الإعلام هي تقريباً المصدر الوحيد للحصول على المعلومة والانفتاح على العالم ما يجعل الطفل يعيش مع ما تقدمه هذه الوسائل و يهمل ما يحدث في محيطه الأسري، فكلما زاد حجم التعرض لوسائل الإعلام من قبل الأطفال قل التفاعل والتواصل بينه وبين أفراد أسرته، فيعيش حالة من الانفصام (فجوة) بين ما تقدمه هذه الوسائل و بين ما يعيشه في الواقع.

هذا وبالمقابل، تعتبر هذه الفترة الزمنية التي يستغرقها الأطفال في التعرض لوسائل الإعلام من بين أهم العوامل التي تساعد على التأثير فيهم من الناحية النفسية ثم السلوكية. وبالتالي، المساهمة في تنشئة أسرة هشة غير مترابطة بتكوين جيل متشعب بالقيم والأفكار التي تبثها هذه الوسائل ومستسلم لها دون تمحيص وانتقاء، ما يكسبها القدرة على توجيهه الوجهة التي ترغب بها. وهذا ما يقلص دور الأسرة في التأثير والتغيير.

وهنا يأتي دور الإعلام في نشر الأفكار التي تخدمه وإيصالها إلى الأطفال الذين يعتبرون اللبنة الأساسية للمجتمع، ما يؤثر سلباً على الترابط الأسري، فالإعلام يستطيع أن يحقق أهدافه عن طريق رصد حاجات المتلقي (التي تهملها في الغالب الأسرة) والعمل على إشباعها خلال تقديم مواد ومضامين

متنوعة تناسب جميع الأذواق وبالتالي التأثير على سلوك الأطفال من خلال إبراز نماذج وسلوكيات معينة دون أخرى.

أظهرت نتائج البحث الحالي أن الانترنت هي الوسيلة الاعلامية الأكثر استخداما من قبل الأطفال يليها التلفزيون ثم الاذاعة، فالجريدة، ولعل ما يفسر هذه النتيجة هو جمع الانترنت بين خاصية الصوت والصورة والحركة والتفاعل الفوري، والجمع بين عدد كبير من المتصلين في نفس الوقت، بالإضافة إلى سهولة وبساطة استخدام هذه الوسيلة الاعلامية التي لا تتطلب توفير امكانيات مادية عالية.

كشفت نتائج البحث الحالي أن تأثير وسائل الاعلام على الأطفال هو تأثير قوي بنسبة 54,2٪، هذه النتائج تؤكد فعالية وسائل الاعلام في فرض نفسها عليهم بعرض نماذج لبعض الأفكار والممارسات السلوكية المستحبة والتشجيع عليها، ونبذ كل من يخالفها من قبل الأفراد والمجتمع. فالأدوات والامكانيات والانتشار والوقت الذي يتوفر في وسائل الإعلام لا يملكه أفراد الأسرة في محاولتهم لتحقيق الترابط وتكوين علاقات وثيقة مستمرة ومتبادلة بينهم، وبهذه الطريقة يساهم الإعلام في ترسيخ أنماط سلوكية معينة دون أخرى وبث الأفكار التي يرغبها بسهولة دون وجود أي مقاومة ، وبالتالي التحكم في جيل بأكمله والسيطرة على مستقبله .

ومن جانب آخر تؤكد نتائج هذا البحث قدرة وسائل الاعلام على جعل الأطفال يتبنون أنماط فكرية وسلوكية معينة حتى لو كانت تحظى بالرفض الأسري والعكس صحيح، ما يدل على ضعف تأثير الأسرة وبالتالي هشاشة الترابط القائم بين الطفل وأسرته مقارنة بالسلطة الهائلة التي اكتسبتها وسائل الاعلام نتيجة تغلغلها في الحياة اليومية للطفل باعتبارها ضرورة من ضرورات الحياة المعاصرة.

وعليه، أثبتت النتائج أنه عندما يتعرض الأطفال لوسائل الإعلام بشكل كبير فإن هذا يؤثر على كيفية وحجم تواصله مع أسرته، حيث كلما زاد التعرض زاد تأثير وسائل الإعلام وقل الترابط الأسري ما يتيح لهذه الوسائل مجالا أفضل للتأثير على الطفل والسيطرة على أفكاره وسلوكاته .

خاتمة:

حاولنا في هذه الورقة البحثية تسليط الضوء على تعرض الطفل لوسائل الإعلام باعتباره الطرف الأكثر ضعفا وهشاشة وقابلية للتشكيل داخل الأسرة وانعكاساته على كيفية تواصله معهم ما يشخص الترابط الأسري القائم بينهم؛ وقد توصلنا إلى أن وسائل الإعلام تؤثر في كيفية وحجم تواصل الطفل وتفاعله مع أفراد أسرته، حيث تشغل حيزا زمنيا كبيرا من حياته اليومية، ما يساهم بشكل تراكمي في التقليل من احتكاكه بأسرته، وهذا ما يزيد من التفكك الأسري بانغماسه في العزلة والانطوائية، ما يتيح لهذه الوسائل مجالا أفضل للتأثير عليه والسيطرة على افكاره وسلوكاته .

وعليه، يخرج هذا البحث بمجموعة من التوصيات تتمثل فيما يلي:

- ◀ ضرورة تكريس كل الامكانيات المادية والبشرية لنشر التربية الإعلامية التي تنعكس ايجابا على الأسرة والمجتمع ككل.
- ◀ رسم استراتيجيات على المدى البعيد من قبل خبراء ومختصين لدراسة سبل تفعيل الترابط الأسري في ظل الرقمنة .
- ◀ العمل على حماية الطفل من مخاطر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال خاصة مع ازدياد قدراتها الهائلة افي عصرنا الحالي.
- ◀ العمل على تحقيق التعاون بين المؤسسات التربوية والثقافية ومنظمات المجتمع المدني ومراكز البحث لتعزيز الترابط الأسري وتحسينه في ظل إدماج التكنولوجيا الحديثة للاتصال في المجتمع.

قائمة المراجع

- يمينة ،مختار، (2008)، أثر الأحداث السياسية المشاهدة على التنشئة السياسية للطفل على التلفزيون، قسم علم الاجتماع ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة الجزائر.
- محمد الدليمي ،عبد الرزاق ، (2012)، وسائل الإعلام والاتصال ،عمان ، دار المسيرة .
- نسرين، قاسم ، (2013)، دور وسائل الإعلام والاتصال في تفعيل السياسة العامة -نموذج قطر - ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة بسكرة.
- علي، أجقو، (2006) ، الصحافة الالكترونية العربية الواقع والآفاق، مجلة المفكر، العدد 1 .

- العربي، بن عودة، (2006) إسهام وسائل الإعلام في ترقية المجتمع، كلية: العلوم السياسية والإعلام، جامعة وهران.
- خليل الرفاعي، محمد، (2011)، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية - دراسة تحليلية-، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد2.
- الحمداني، حازم، (2009)، الإعلام الحربي والعسكري، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- محمد الجبور، سناء، (2010)، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، محمد، (1993)، دراسة الجمهور في بحوث الاعلام، القاهرة، عالم الكتب، ط1.
- عبد الحميد، محمد، (2000)، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2000.
- محمد الحسن، إحسان، (1998)، تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الانسانية.
- شفيق، محمد، (1996)، البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، اسكندرية، المكتب الجامعي الحديث.
- Kout roubas ,Theodors, Lits, Marc,(2011),communication politique et lobbying , Bruxelles ,édition de Boek université.

¹ يمينه، مختار، (2008)، أثر الأحداث السياسية المشاهدة على التنشئة السياسية للطفل على التلفزيون، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، ص95.

² المرجع نفسه، ص96.

³ محمد الدليمي، عبد الرزاق، (2012)، وسائل الإعلام والاتصال، عمان، دار المسيرة، ص63.

⁴ Kout roubas ,Theodors, Lits, Marc,(2011),communication politique et lobbying, Bruxelles ,édition de Boek université, , p 17.

⁵ نسرين، قاسم، (2013)، دور وسائل الإعلام والاتصال في تفعيل السياسة العامة -نموذج قطر -، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، ص20.

⁶ محمد الدليمي، عبد الرزاق، (2012)، وسائل الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص56.

⁷ علي، أجقو، (2006)، الصحافة الالكترونية العربية الواقع والآفاق، مجلة المفكر، العدد 1، ص23.

⁸ محمد الدليمي، عبد الرزاق، (2012)، وسائل الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص218.

⁹ العربي، بن عودة، (2006) إسهام وسائل الإعلام في ترقية المجتمع، كلية: العلوم السياسية والإعلام، جامعة وهران، ص88.

¹⁰ المرجع نفسه، نفس الصفحة.

- ¹¹ خليل الرفاعي، محمد، (2011)، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية - دراسة تحليلية-، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد2، ص 687.
- ¹² الحمداني، حازم، (2009)، الإعلام الحربي والعسكري، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص40.
- ¹³ المرجع نفسه، ص42.
- ¹⁴ محمد الجبور، سناء، (2010)، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص149.
- ¹⁵ الحمداني، حازم، (2009)، الإعلام الحربي والعسكري، مرجع سابق، ص44.
- ¹⁶ المرجع نفسه، نفس الصفحة.
- ¹⁷ عبد الحميد، محمد، (1993)، دراسة الجمهور في بحوث الاعلام، القاهرة، عالم الكتب، ط1، ص 122.
- ¹⁸ عبد الحميد، محمد، (2000)، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2000، ص53.
- ¹⁹ محمد الحسن، إحسان، (1998)، تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الانسانية، ص221.
- ²⁰ شفيق، محمد، (1996)، البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، اسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ص112.