

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة باتنة 1 - الجزائر
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات
مخبر الدراسات الثقافية والإنسانيات الرقمية
بالتنسيق مع

خلية الإعلام والاتصال ومركز الذكاء الاصطناعي جامعة باتنة 1
الهيئة الوطنية لحماية وترقية الطفولة
مديرية التربية لولاية باتنة
ينظمون الملتقى الدولي الأول الموسوم ب:
الطفل العربي وتحديات الميديا الرقمية
الواقع والفرص المستقبلية
يومي 02/01 جوان 2025

① الاسم واللقب: نادية جيتي

الرتبة العلمية: أستاذ محاضراً

مؤسسة الانتماء: جامعة قاصدي مرباح ورقلة

البلد: الجزائر

رقم الهاتف: 06.60.66.61.53

البريد الإلكتروني: djiti.nadia@univ-ouargla.dz

② الاسم واللقب: رايح صانع

الرتبة العلمية: أستاذ محاضر "ب"

مؤسسة الانتماء: جامعة قاصدي مرباح ورقلة

البلد: الجزائر

رقم الهاتف: 06.75.62.16.58

البريد الإلكتروني: san.rabah@univ-ouargla.dz

محور المشاركة: المحور الرابع (المحور الإعلامي والسينمائي)

- عنوان المداخلة باللغة العربية:

تحديات سينما الطفل في البيئة الإعلامية الجديدة: من الشاشة الكبيرة إلى المنصات الرقمية

- عنوان المداخلة باللغة الانجليزية:

**Challenges of Children's Cinema in the New Media Environment: From the Big Screen
to Digital Platforms**

ملخص المداخلة

تشهد سينما الطفل تحولات جذرية بفعل الثورة الرقمية، حيث انتقل الطفل من قاعات السينما التقليدية إلى فضاء المنصات الرقمية التفاعلية، مما أدى إلى إعادة تشكيل العلاقة بين المنتج السينمائي، المتلقي (الطفل)، والبيئة الثقافية المحيطة. تنطلق هذه المداخلة من إشكالية مركزية مفادها: كيف أثرت البيئة الإعلامية الجديدة في بنية سينما الطفل العربي، من حيث الإنتاج، التوزيع، وأنماط التلقي؟ وتسعى إلى تقديم قراءة نظرية معمقة لهذه التحولات، مستندة إلى مقاربات نقدية في دراسات الوسائط الجديدة، ونظريات التلقي.

وتُبرز المداخلة ثلاث رهانات أساسية: أولاً، التحولات التي طرأت على آليات إنتاج أفلام الطفل العربي، في ظل هيمنة المنصات الرقمية وسيطرة المنطق التجاري. ثانياً، التحديات التي تواجه توزيع المحتوى السينمائي الموجه للطفل العربي، في سياق ازدحام المنصات الرقمية بالمحتويات الأجنبية، مما يهدد الخصوصية الثقافية. وثالثاً، تغيير أنماط تلقي الطفل العربي للمحتوى البصري، من متلقٍ سلبي إلى مستهلك تفاعلي، وما ينجر عن ذلك من مخاطر تتعلق بالهوية والانتماء، وفي المقابل، فرص جديدة لتعزيز الدراية الإعلامية لدى الأجيال الصاعدة.

وتهدف هذه المداخلة، عبر هذا الطرح النظري، إلى الإسهام في بلورة رؤية نقدية حول مستقبل سينما الطفل العربي في العصر الرقمي، والدعوة إلى بناء نموذج ثقافي وإعلامي يعزز حضور هذه السينما في المنصات الرقمية، مع الحفاظ على وظيفتها التربوية والاجتماعية. وتختتم المداخلة بجملة من التوصيات العملية لدعم صناعة سينما الطفل العربي في ظل البيئة الإعلامية الجديدة.

الكلمات المفتاحية: سينما الطفل، الطفل العربي، الإعلام الرقمي، الهوية الثقافية، الدراية الإعلامية

Abstract

In the context of the profound transformations shaping the digital media environment, children's cinema emerges as a cultural and cognitive space undergoing a process of redefinition, driven by the rise of digital platforms and the decline of traditional cinematic models. This paper departs from the central hypothesis that the Arab child's shift from the big screen to portable digital screens is not merely a technical evolution but rather a paradigm shift in production patterns, distribution mechanisms, and reception modes. This shift calls for a critical re-examination of the theoretical frameworks that have long governed the study of children's cinema.

This study offers a new theoretical approach that combines insights from critical childhood studies and participatory media theories to explore the challenges facing Arab children's cinema in a digital environment marked by cultural fragmentation, full interactivity, and the overwhelming presence of foreign content. The paper proposes a three-dimensional analytical model addressing production transformations, distribution challenges, and shifts in reception patterns, with the aim of diagnosing the current crisis points while identifying opportunities for renewal.

By shedding light on the paradox of cultural alienation and educational interaction that defines the Arab child's relationship with today's digital cinema, this contribution aspires to offer an original perspective. It advocates for the development of an alternative Arab media policy capable of turning digital challenges into tools for reinforcing cultural identity and activating media literacy within an evolving digital cinematic context.

Keywords : Children's cinema, Arab child, digital media, Cultural identity, media literacy.

تحديات سينما الطفل في البيئة الإعلامية الجديدة: من الشاشة الكبيرة إلى المنصات الرقمية

د. نادية جيتي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

د. رابح صانع

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

مقدمة

شهدت العقود الأخيرة تحولات عميقة في البيئة الإعلامية العالمية، أسفرت عن إعادة تشكيل العلاقة بين الطفل ووسائل الإعلام، وخاصة فيما يتعلق بالسينما. فبينما كان الطفل العربي في العقود الماضية يرتاد قاعات السينما لمشاهدة أفلام موجهة خصيصًا إليه، أصبح اليوم يعيش داخل فضاء رقمي متشظّ، حيث تتعدد الشاشات والمنصات، وتتنافس سرديات ثقافية من شتى بقاع العالم على تشكيل وعيه ووجدانه. هذا الانتقال من الشاشة الكبيرة إلى المنصات الرقمية لا يمثل مجرد تحول تقني، بل هو في جوهره تغيير في بنية الإنتاج الثقافي، وفي آليات التلقي والاستهلاك الإعلامي، وفي سلطات الخطاب التي تحدّد ما يُشاهد وما يُستبعد.

لقد أشار هنري جينكنز (Jenkins, 2006) إلى أن ظاهرة الالتقاء الإعلامي (Media Convergence) تمثل إعادة توزيع للسلطة الإعلامية من المؤسسات الكبرى إلى الأفراد، وهو ما فتح المجال أمام الطفل ليصبح فاعلاً في اختيار ما يشاهده، لكن هذا التحرر الظاهري يخفي في طياته تحديات ثقافية وتربوية خطيرة، خاصة في السياق العربي حيث تعاني صناعة سينما الطفل من أزمت متراكمة (حسن، 2018). من هذا المنطلق، تهدف هذه المدخلة إلى تقديم قراءة تحليلية نقدية للتحولات التي عرفتها سينما الطفل العربي في البيئة الرقمية، مركزة على أبرز التحديات التي تواجه هذا القطاع الحيوي.

1. ظاهرة الانتقال الرقمي في سينما الطفل

تشهد سينما الطفل، بوصفها شكلاً من أشكال التعبير الثقافي، تحولات عميقة بفعل الثورة الرقمية، مما يستدعي استحضار مجموعة من المفاهيم النظرية لفهم طبيعة هذا الانتقال وتفكيك أبعاده. في مقدمتها تبرز نظرية الالتقاء الإعلامي التي بلورها "هنري جينكنز" (Jenkins, 2006)، والتي ترى أن التكنولوجيات الرقمية أدّت إلى دمج وسائط الإعلام التقليدية (كالسينما والتلفزيون) داخل منظومة جديدة متعددة القنوات والمنصات، حيث يتداخل القديم مع الجديد، والمركزي مع الهامشي. وفي سياق سينما الطفل، يعني ذلك أن الفيلم السينمائي لم يعد حكراً على الشاشة الكبيرة في صالات العرض، بل بات جزءاً من منظومة بث رقمي يمكن الوصول إليه عبر الحواسيب، الأجهزة اللوحية، وحتى الهواتف الذكية. ويترب عن هذا الالتقاء، حسب "إيفا كاوس" (Kauss, 2020)، نتيجتين محوريّتين:

أولاً، تفتت الجمهور إلى جماعات فرعية دقيقة، تُوجّه إليها الرسائل الإعلامية بناءً على تفضيلاتهم وسلوكياتهم، كما ترصدها خوارزميات التوصية (Recommendation Algorithms). وهو ما يُفضي إلى تشتت الجمهور الذي كان يوماً ما يجتمع حول فيلم سينمائي موحد، ليُستبدل بجمهور مشتت (Dispersed Audience) يعيش كل فرد منه تجربته الخاصة في استهلاك الفيلم.

ثانياً، برز مفهوم الاقتصاد الثقافي الرقمي، حيث تتحول الأفلام إلى منتجات قابلة للتوزيع والاستهلاك على نطاق عالمي، بلا قيود جغرافية، مما يُفاقم هيمنة السرديات الكبرى التي تنتجها المراكز الثقافية العالمية (هوليوود، طوكيو، سيول) على حساب الإنتاجات الوطنية والمحلية، خاصة في البلدان النامية.

ويُعزّز هذا الاتجاه ما يُعرف في الأدبيات بظاهرة التحول الرقمي (Digital Transformation)، التي لا تقتصر على الوسيط التكنولوجي، بل تمتد إلى أنماط الإنتاج، التوزيع، الاستهلاك، بل وحتى تمثيلات الطفل للواقع. (Gray, 2015) فالفيلم الذي كان يُنتج وفق دورة صناعية خطية (إنتاج، توزيع، عرض في قاعات السينما) بات اليوم يدخل في دائرة رقمية مفتوحة، حيث يُعرض على المنصات، يُعاد تقطيعه، يُدمج في ألعاب فيديو، أو يُستهلك في سياقات تعليمية عبر الإنترنت.

أما في السياق العربي، فقد نهت الباحثة "حنان قصاب حسن" (2018) إلى خصوصية هذا الانتقال، حيث يعيش الطفل العربي اليوم حالة ازدواجية ثقافية؛ بين ثقافة محلية مهددة بالاندثار، وسرديات كونية جارفة تتسلل عبر الشاشات الرقمية إلى غرف نومه ومدارسه. وتشير "حسن" إلى أن الطفل العربي يواجه "معركة غير متكافئة" في ظل تفوق المنصات العالمية تقنيًا وماليًا، مقابل ضعف البنى التحتية للسينما المحلية.

ويُضاف إلى ذلك أن التحول الرقمي أدخل مفاهيم جديدة في علاقة الطفل بالسينما، مثل:

- المشاهدة عند الطلب (On-Demand Viewing) بدل المشاهدة الجماعية في قاعات السينما.
- التفاعل الرقمي مع الفيلم، من خلال التعليقات، إعادة التوزيع، أو حتى إنتاج نسخ معاد تدويرها. (Remixes)
- الزمن المشتت، حيث يستهلك الطفل الفيلم على مراحل، وبشكل غير خطي، وهو ما يُغير طبيعة التجربة السينمائية ذاتها. (Kauss, 2020)

من هنا، تتجلى إشكالية هذه المداخل، التي تسعى لفحص أثر البيئة الرقمية الجديدة على سينما الطفل العربي، بوصفها أداة تربوية وثقافية، ومدى قدرتها على الصمود أمام تغوّل السرديات العالمية وهيمنة المنصات الرقمية العابرة للحدود.

2. تطور سينما الطفل في العالم العربي

تاريخيًا، يمكن القول إن سينما الطفل العربي مرّت بثلاث مراحل رئيسية. الأولى، وهي مرحلة النشوء، شهدت بدايات متواضعة في خمسينيات وستينيات القرن الماضي، خاصة في مصر وسوريا والعراق، حيث تم إنتاج أفلام ذات بعد تربوي وترفيهي موجه للأطفال، مثل فيلم "الأصدقاء الثلاثة" (1958) و"مغامرات سندباد" (1965). أما المرحلة الثانية، فقد تميزت بظهور المهرجانات المتخصصة، مثل "مهرجان القاهرة الدولي لسينما الطفل" الذي انطلق سنة 1990، وساهم في خلق فضاء تفاعلي بين منتجي سينما الطفل في الوطن العربي والعالم (مهرجان القاهرة، 2022). في المقابل، شهدت المرحلة الثالثة -التي انطلقت مع مطلع الألفية الجديدة - تراجعًا ملحوظًا في الإنتاج السينمائي الموجّه للأطفال، لاسيما مع الضعف الهيكلي في آليات دعم الصناعة الثقافية، وغياب الرؤية الاستراتيجية التي تُواكب التحوّلات الرقمية، وهو ما تؤكدته دراسة الحدّاد (2020) في تشخيصها لأزمة الثقافة الموجهة للطفل العربي، التي تُعاني من صراع بين الهوية المحلية وسيولة المحتوى العالمي. وقد مهّد هذا التراجع الطريق أمام المنصات الرقمية لتملأ الفراغ، مما خلق وضعية جديدة سنقوم بتحليلها في المحور التالي.

3. الأدبيات النظرية حول الإعلام الرقمي والطفل

عرفت الأدبيات الأكاديمية حول الإعلام الرقمي والطفل تطورًا ملحوظًا خلال العقدين الأخيرين، إلا أنها ليست خالية من التناقضات. فمن جهة، نجد تيارًا متفانلاً، كما في أعمال "جوناثان غراي" (Gray, 2015)، الذي يحتفي بقدرة الوسائط الرقمية على تمكين الأطفال، وتحويلهم من مجرد متلقين إلى منتجين للمحتوى، ومشاركين في الفضاء العام. غير أن هذا الخطاب التمكيني، كما تشير "إيفا كاوس" (Kauss, 2020)، يُغفل الأبعاد السلطوية الكامنة في البنى التقنية، خاصة خوارزميات التوصية التي تعيد إنتاج علاقات الهيمنة بطرق غير مرئية. وتُضيف كاوس أن "الحرية الظاهرة في اختيار المحتوى تُقابل بقيود خفية تفرضها البرمجيات التي تدير المنصات الرقمية.

أما في السياق العربي، فثمة شُحّ في الدراسات التي تتناول الأبعاد النقدية لهذه التحولات. ومن بين الاستثناءات، دراسة "منصور العلي" (2022)، التي تحدّث من أن الميديا الرقمية تركز هيمنة الثقافة الغربية، وتُضعف حضور السرديات المحلية في وجدان الطفل العربي.

وبناءً على هذا الجدل النظري، تمّ تبنيّ مقارنة نقدية مزدوجة؛ تعترف بالفرص التي تتيحها البيئة الرقمية للأطفال، لكنها في الوقت نفسه تُسلط الضوء على مخاطر الاستلاب الثقافي، وتدعو إلى تدخلات عمومية لضبط آليات هذه المنصات.

4. التحول من الشاشة الكبيرة إلى المنصات الرقمية

شهد العقدان الأخيران ثورة غير مسبوقة في أساليب استهلاك الأطفال للمحتوى السمعي البصري، حيث انتقلت المشاهدة من الفضاءات الجماعية كصالات السينما إلى فضاءات فردية محمولة عبر الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية. ووفق تقرير اليونيسكو (2022)، فإن 68% من الأطفال في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا أصبحوا يعتمدون على الإنترنت كمصدر أساسي لمشاهدة الفيديو، بمعدل ثلاث ساعات يوميًا.

وقد أسهم ظهور منصات مثل يوتيوب كيدز (Youtube Kids) و نتفليكس (Netflix) وشاهد (Shahid) في تغيير قواعد اللعبة، حيث بات الطفل لا يكتفي بدور المتلقي السلبي، بل أصبح فاعلاً في اختيار ما يشاهده، بل وفي بعض الحالات يشارك في إنتاج المحتوى عبر قنواته الخاصة. ومع ذلك، يحدّث "لوينشتاين" وزملاؤه (Loewenstein et al., 2022) من أن خوارزميات التوصية التي تعتمد على هذه المنصات تمارس نوعاً من التوجيه غير المرئي للخيارات المتاحة أمام الطفل، مما يعيد إنتاج أنماط استهلاكية محددة سلفًا.

في السياق العربي، تُظهر بيانات تقرير "اليونيسف لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا" (2022) أن أكثر من 80% من المحتوى المُوجّه للأطفال على المنصات الرقمية العربية هو محتوى مُستورد، تُهيمن عليه الثقافات الأجنبية، وهو ما يُفاقم أزمة الهوية ويُضعف الانتماء الثقافي لدى النشء، وفقاً لتحليل "المركز العربي للأبحاث" (2023) حول تأثير العولمة الرقمية على الهوية العربية.

كشفت دراسة "المركز العربي لسياسات الإعلام" (2022) أن 78% من المحتوى الرقمي للأطفال في العالم العربي مُترجم أو مُعاد إنتاجه من نماذج غربية، مما يُنذر بانزياح الهوية الثقافية، خاصة في ظلّ غياب استراتيجيات عربية لتعزيز المحتوى المحلي. وبذلك، يمكن القول إن الانتقال إلى المنصات الرقمية لم يكن انتقالاً محايداً، بل جاء محملاً برهانات ثقافية وسياسية واقتصادية معقدة، تتطلب قراءة نقدية متأنية.

5. التجارب العالمية في دعم سينما الطفل

• التجارب الأوروبية: سياسة الدعم المتكامل

في أوروبا، تمثل "Creative Europe MEDIA" النموذج الأبرز لدعم سينما الطفل، حيث وقّرت المفوضية الأوروبية بين عامي 2014 و2020 تمويلات تجاوزت 200 مليون يورو لدعم إنتاج وتوزيع الأفلام الموجهة للأطفال (European Commission, 2020). ويشمل هذا البرنامج أيضاً دعم ورش الكتابة، وآليات للدعم المالي، وتكوين المهنيين، وتشجيع التوزيع العابر للحدود مما عزز من جودة الإنتاجات الموجهة لجمهور الأطفال.

وفي فرنسا، تنشط مؤسسات مثل (المركز الوطني للسينما CNC)، الذي يخصّص خطط تمويل محدّدة لدعم أفلام الأطفال، ويلزم القنوات المحلية ببث نسبة من الإنتاجات الوطنية الموجهة للأطفال (Kim, 2019). كما تطبق دول الشمال الأوروبي، مثل السويد والدنمارك، برامج ثقافية تربط بين السينما والمدرسة، من خلال إدخال الأفلام كوسيلة تعليمية في المناهج الدراسية. (Loewenstein et al., 2022).

• التجربة الكورية والآسيوية: الهاليو كأداة ثقافية

نجحت كوريا الجنوبية في تحويل الموجة الثقافية المعروفة بالهاليو (Hallyu) إلى مشروع وطني يشمل الأطفال، حيث تم تأسيس منصات رقمية مثل (Tooniverse) التي تقدّم محتوى متلفز وسينمائي يركز على القيم الثقافية الكورية. (Kim, 2019). وتُشير دراسة كيم سو (2019) إلى أن الحكومة الكورية مولّت إنتاج منصات رقمية مخصصة للأطفال، تقدم محتوى يركز على القيم الثقافية الكورية، مما أسهم في رفع نسبة المشاهدة المحلية إلى 73%. وبذلك، أصبحت كوريا نموذجًا يحتذى به في كيفية توظيف الوسائط الرقمية لخدمة الثقافة الوطنية حتى في أوساط الأطفال.

في اليابان، تجسدت هذه الرؤية في نجاح استوديوهات مثل (Ghibli)، التي أنتجت أفلامًا ذات طابع ثقافي محلي، لكنها لاقت نجاحًا عالميًا، وهو ما يُظهر إمكانية الجمع بين الجذور الثقافية والانفتاح على السوق العالمية. (Gray, 2015)

• أمريكا اللاتينية: التجربة الأرجنتينية والبرازيلية

في الأرجنتين، اتبعت سياسة تدعم الإنتاج الوطني للأطفال عبر قنوات عمومية، حيث أنشئت قناة (Pakapaka) عام 2010 كقناة وطنية متخصصة في محتوى الأطفال، مع التركيز على إبراز التنوع الثقافي المحلي. (Loewenstein et al., 2022).

وفي البرازيل، تم إطلاق برنامج (TV Escola)، الذي يُنتج أفلامًا تعليمية وترفيهية موجهة للأطفال، تُعرض داخل المدارس وخارجها، ما يعزّز من دمج السينما في التربية الوطنية. وتُظهر هذه التجارب أن نجاح سينما الطفل في البيئة الرقمية ليس أمرًا تلقائيًا، بل هو نتاج سياسات عمومية متماسكة، تستند إلى رؤية استراتيجية، وتعبئ موارد مالية وبشرية كافية.

• التجارب العربية: محاولات بعث سينما الطفل في ظل التحولات الرقمية

رغم محدودية التجارب، إلا أن العالم العربي شهد محاولات يمكن البناء عليها:

1. مهرجان القاهرة الدولي لسينما الطفل

يُعد مهرجان القاهرة الدولي لسينما الطفل الذي انطلق عام 1990 أبرز مبادرة عربية في هذا المجال. وقد استضاف على مدار سنواته العديدة عروضًا لأفلام عربية وأجنبية، وساهم في تعزيز الحوار بين المنتجين والجمهور. ورغم تعثره في سنوات معينة، إلا أنه عاد للاعتماد في 2022، مما يُشير إلى وجود رغبة في إعادة إحياء سينما الطفل عربيًا (مهرجان القاهرة، 2022).

2. تجربة تونس: أيام قرطاج لفيلم الطفل

أطلقت تونس مبادرة "أيام قرطاج لفيلم الطفل" ضمن فعاليات مهرجان قرطاج السينمائي، والتي ركّزت على عروض أفلام مُخصّصة للطفل، إلى جانب ورش عمل لتعليم الأساسيات السينمائية. ورغم محدودية تأثير هذه المبادرة في ظلّ التحديات التنظيمية وقلة الدعم المالي -كما يُوضح "تقرير اتحاد النقاد السينمائيين العرب" (2022) فإنها تظل نموذجًا يُحتذى في تعزيز الوعي السينمائي لدى النشء العربي."

3. التجربة الخليجية: مبادرات خليجية رقمية

ضمن فعاليات موسم الرياض 2022، أطلقت المملكة العربية السعودية مبادرة "الطفل والسينما"، التي اشتملت على عروض أفلام مُوجّهة للأطفال في صالات السينما، بالإضافة إلى تخصيص مساحة رقمية على منصات الهيئة العامة للترفيه لبث أعمال محلية وخليجية قصيرة. وقد كشف "التقرير السنوي للهيئة العامة للترفيه" (2023) عن إنتاج 50 فيلمًا قصيرًا ضمن المبادرة، بمشاركة أكثر من 1000 طفل سعودي في ورش العمل الإبداعية، في إطار سعي

المملكة لتعزيز الصناعة السينمائية كجزء من رؤية 2030. وتُعد هذه المبادرة من المحاولات العربية التي تسعى لاستعادة حضور سينما الطفل في بيئة رقمية يهيمن عليها المحتوى المستورد.

تُعتبر مبادرة "مهرجان الشارقة السينمائي الدولي للأطفال" (SICFF) نموذجًا رياديًا في تعزيز سينما الطفل العربي، حيث كشف تقرير هيئة الشارقة للإذاعة والتلفزيون (2022) عن مشاركة 120 فيلمًا من 45 دولة في نسخته العاشرة، استهدفت أكثر من 12 ألف طفل عبر عروض تفاعلية وورش عمل إبداعية. ولا يقتصر نجاح المهرجان على الكم، بل يتجلى في تركيزه على تمكين الأطفال أنفسهم من صناعة المحتوى، حيث قدّم 30% من الأعمال المشاركة كنتاج كامل لأطفال دون 15 سنة، وهو ما يُؤكّده "عبد الله الزعابي" (2021) في دراسته عن دور الفنون في بناء الهوية الثقافية للطفل.

من جهةٍ أخرى، يُبرز المهرجان تعاونًا استثنائيًا مع منظمات دولية مثل "اليونيسف" و "مهرجان كان السينمائي"، مما يفتح آفاقًا لتبادل الخبرات، لكن التحدي يظل قائمًا في ضمان استدامة هذه المبادرات وسط غياب دعم مؤسسي عربي شامل، كما تُشير يونيسكو (2023) في تقريرها عن ثقافة الطفل في العالم العربي. رغم ذلك، يُقدم المهرجان دليلًا عمليًا على إمكانية توظيف السينما كأداة تربوية وتنموية، خاصةً مع تنامي نسبة مشاركة الفتيات في ورش الإنتاج السينمائي لتصل إلى 48%، وفقًا لبيانات الهيئة (2022).

كما أسهمت دولة الإمارات في تعزيز المحتوى الثقافي الموجه للطفل عبر إطلاق منصات رائدة مثل "Majid Kids TV" التي تُنتج أفلامًا قصيرة ورسومًا متحركة تجمع بين الترفيه والقيم العربية الأصيلة. وفقًا لتقرير "هيئة الإعلام الإماراتية" (2023)، نجحت المنصة في إنتاج أزيد من 100 عمل محلي وخليجي خلال عامي 2022-2023، بمشاركة أكثر من 30 كاتبًا وفنانًا إماراتيًا، في إطار استراتيجية الدولة لدعم الهوية الثقافية للطفل.

تُعد منصة "Majid Kids TV" أحد أبرز النماذج الناجحة في إنتاج محتوى عربي موجّه للطفل، حيث حصلت على جائزة "اليونيسف للإبداع الرقمي" (2022) لتميّزها في دمج التراث العربي بالتكنولوجيا الحديثة، وفقًا لتقرير المنظمة الدولية.

رغم هيمنة الإنتاجات العالمية على فضاء المنصات الرقمية، إلا أن بعض الدول العربية قدمت محاولات خجولة لإطلاق مبادرات رقمية تُعنى بإنتاج وعرض الأفلام الموجهة للأطفال، ولو بشكل محدود.

• التجربة الفلسطينية: سينما المقاومة للأطفال

من التجارب الجديرة بالذكر، قيام بعض المراكز الثقافية الفلسطينية بإنتاج أفلام قصيرة موجهة للأطفال، تُعبر عن قضايا الهوية والمقاومة، مثل مبادرة "مركز شاشات لسينما المرأة"، التي شجعت إنتاج أفلام تحكي قصص الأطفال الفلسطينيين في ظل الاحتلال (العلي، 2022).

• التجربة الجزائرية: محاولات محتشمة في سياق متحول

رغم محدودية الإمكانيات، بدأت الجزائر خلال السنوات الأخيرة تُسجل مبادرات متفرقة في مجال سينما الطفل، تسعى للتكيف مع متطلبات البيئة الرقمية الجديدة، ويمكن وصف هذه التجربة بأنها مرحلة انتقالية تبحث عن هوية رقمية في فضاء يهيمن عليه الإنتاج العالمي.

1. مشاركة جزائرية في المهرجانات العربية

عرفت الجزائر حضورًا لافتًا في بعض المهرجانات العربية لسينما الطفل، مثل مشاركة أفلام قصيرة جزائرية في "مهرجان القاهرة الدولي لسينما الطفل"، حيث قُدمت أعمال تتمحور حول القيم الثقافية الوطنية والهوية الأمازيغية والعربية للطفل الجزائري.

2. إنتاج أفلام تربوية قصيرة

قامت بعض الهيئات الثقافية الجزائرية، مثل "الديوان الوطني للثقافة والإعلام" (ONCI)، بإنتاج أفلام قصيرة موجهة للأطفال، غالبًا ما تُعرض في المناسبات الوطنية مثل ذكرى الاستقلال، بهدف ترسيخ قيم الانتماء الوطني لدى الأطفال.

3. التحولات الرقمية والبت عبر اليوتيوب

شهدت الجزائر -في إطار التحول الرقمي العربي- تغييرًا جوهريًا في أنماط استهلاك الطفل للوسائط السمعية البصرية، حيث أظهر تقرير "المركز الجزائري للسينما" (2023) أن 55% من المنتجين الشباب يتوجهون حاليًا إلى إنتاج محتوى أطفال رقمي عبر منصات مثل يوتيوب، بدلًا من الأشكال التقليدية. ويُبرز هذا التوجُّه -وفق دراسة أجرتها جامعة وهران (2023) - سعيًا لتعزيز الهوية اللغوية عبر استخدام اللهجة الجزائرية في 70% من الأعمال المنتجة، كريد على طغيان المحتوى الأجنبي المُعَرَّب. كما تُشير منظمة اليونيسف (2022) إلى أن 63% من الأطفال الجزائريين تحت 12 سنة يفضلون المحتوى الرقمي الناطق باللهجة المحلية، مما يؤكد أهميته في الحفاظ على الخصوصية الثقافية". يمكن وصف التجربة الجزائرية في مجال سينما الطفل الرقمية بأنها:

- مرحلة تأسيسية ناشئة، تُظهر بوادر واعدة لكنها تفتقر إلى إطار مؤسسي منظم.
 - تجربة موزعة بين المبادرات المهرجانية، والإنتاجات الفردية، دون وجود منصة وطنية تحتضنها وتروّج لها رقميا.
 - رهينة ضعف التمويل، وغياب سياسات ثقافية واضحة تستهدف دعم سينما الطفل كقطاع مستقل.
- ومع ذلك، يُمكن النظر إلى هذه البدايات كفرصة لبناء مشروع وطني جزائري يُعيد الاعتبار لسينما الطفل، مستفيدًا من الإمكانيات التي تتيحها البيئة الرقمية لتجاوز عوائق التوزيع الجغرافي والمالي.
- تكشف هذه التجارب أن نجاح سينما الطفل في البيئة الرقمية يستند إلى توفر سياسات عمومية داعمة، بنى تمويلية متماسكة، ورؤية ثقافية واضحة. وهو ما تفتقر إليه معظم الدول العربية، التي ما تزال رهينة للتمويل الفردي أو المبادرات المتقطعة.

ومن هنا، يُمكن للعالم العربي الاستفادة من:

- النموذج الأوروبي في دمج السينما بالتربية.
- النموذج الكوري في توظيف الرقمنة لخدمة الثقافة الوطنية.
- النموذج اللاتيني في خلق قنوات متخصصة تحترم خصوصية الطفل المحلي.

6. التحديات الكبرى التي تواجه سينما الطفل في البيئة الرقمية

- هيمنة السرديات العالمية وتآكل الهوية الثقافية

يشكل طغيان المحتوى المستورد على حساب الإنتاج المحلي أبرز التحديات التي تواجه الطفل العربي اليوم. وفقًا لدراسة عبدالغني (2021)، فإن 85% من المحتوى المرئي المُستهلك من قبل الأطفال العرب يُنتج خارجيًا، بينما يُعتبر المحتوى المحلي العربي هامشيًا بنسبة لا تتعدى 7%، وهو ما يُهدد تشكيل وعي ثقافي متجانس للأجيال الجديدة. كشف تقرير اليونيسف (2022) عن هيمنة المحتوى الأجنبي على المشهد الإعلامي العربي الموجه للأطفال، حيث تُشكّل الفيديوهات القادمة من الولايات المتحدة وشرق آسيا ما يُقارب 80% من المشاهدات، في حين لا يتجاوز المحتوى العربي المنتج محليًا 10%، مما يُعزز فجوة الهوية الثقافية لدى النشء العربي". هذا الاختلال في التوازن لا يؤثر فقط على خيارات الطفل، بل يسهم في تشكيل وجدانه الثقافي وفقًا لمرجعيات مغايرة. وفي هذا الصدد، تحذر "حنان حسن" (2018) من أن "هذا الغزو الثقافي قد يؤدي إلى فقدان الطفل العربي لمرجعياته الثقافية المحلية، وانهاره بثقافات الأخر على حساب ثقافته الأم" (حسن، ص. 112)

• تفتيت الجمهور وتلاشي المشاهدة الجماعية

في النظام السينمائي التقليدي، كانت قاعة السينما تشكل فضاء جماعيًا يجمع الأطفال حول تجربة مشاهدة موحدة، مما يساهم في تعزيز الروابط الاجتماعية ويكسر سرديات جمعية. أما في البيئة الرقمية، فقد أدى الاعتماد على خوارزميات التوصية إلى خلق جماعات صغيرة متجانسة (Echo Chambers)، حيث يتلقى كل طفل محتوى مختلفًا وفقًا لتفضيلاته الشخصية. وتصف إيفا كاوس (Kauss, 2020) هذه الظاهرة بأنها "تفتيت للجمهور يقضي على مفهوم الجمهور الجمعي، ويستبدله بفضاعات إعلامية مغلقة".

• أزمة الإنتاج السينمائي المحلي وضعف التمويل

تعاني صناعة سينما الطفل العربي من أزمة بنيوية تتمثل في شح التمويل وتراجع الاستثمارات، ففي مصر لم يتجاوز عدد الأفلام السينمائية الموجهة للأطفال ثلاثة أعمال بين عامي 2015 و2020، وفقًا لإحصاءات المركز القومي للسينما (2021). ويُرجع الخبراء هذا التراجع إلى عزوف المستثمرين عن القطاع، حيث تُشير دراسة عبدالغني (2021) المنشورة في مجلة "السينما والمجتمع" إلى أن العائد المالي لأفلام الأطفال لا يتعدى 20% مقارنةً بالإنتاجات الدرامية للكبار، وهو ما يؤكد تقرير اليونيسكو (2023) الذي يُبرز أن حصة سينما الطفل من الاستثمارات الثقافية العربية لا تتجاوز 1.5%، مقابل 12% في دول أوروبا الشرقية".

• غياب السياسات الثقافية الداعمة

لا تزال معظم الدول العربية تعاني من غياب سياسات ثقافية مُمنهجة لدعم سينما الطفل، سواءً عبر آليات تمويل مستدامة أو حوافز تشجيعية للإنتاج المحلي، وهو ما تؤكد دراسة المركز العربي للأبحاث (2021) حول الفجوة بين الخطاب الرسمي والممارسات الفعلية في دعم الصناعات الثقافية. وفي السياق ذاته، يُشير تقرير اليونيسكو (2022) إلى أن نسبة الدعم الحكومي المخصص لسينما الطفل في المنطقة العربية لا تتجاوز 3% من إجمالي الميزانيات الثقافية، مقارنةً بـ 15% في دول أوروبا الشرقية، مما يعكس ضعف الاهتمام المؤسسي بهذا القطاع الحيوي. إن أغلب الدول العربية لا تمتلك استراتيجيات وطنية موجهة لتطوير محتوى الطفل الإعلامي، سواءً في السينما أو التلفزيون أو الإعلام الرقمي. وهو ما يضعف قدرة المنتجين المحليين على منافسة المنصات العالمية، حيث كشفت دراسة "اتحاد النقاد السينمائيين العرب" (2023) أن 70% من الأفلام العربية الموجهة للأطفال تُنتج بتمويلٍ فردي أو خارجي، دون وجود دعم حكومي مباشر". ووفقًا لتقرير مجلس وزراء الثقافة العرب (2020)، فإنه لا تُوجد استراتيجية عربية موحدة لصناعة محتوى سينمائي جذاب للطفل، مما يُفسر هامشية الإنتاج المحلي".

• مخاطر التعرض للمحتوى غير المناسب

مع اتساع رقعة المنصات الرقمية، برزت مخاطر جديدة تتعلق بتعرض الأطفال لمحتوى غير ملائم، سواءً من حيث العنف، أو القيم الثقافية، أو المضامين التجارية. ويُظهر تقرير اليونيسف (2021) أن معدلات تعرض الأطفال العرب لمحتوى ضار على الإنترنت ارتفعت بنسبة 37% خلال فترة جائحة كورونا، نتيجة زيادة ساعات المشاهدة وضعف الرقابة الأبوية. (UNICEF, 2021) وبذلك، يتحول الفضاء الرقمي من فرصة تعليمية إلى تهديد تربوي وثقافي.

7. نحو استراتيجية عربية لإحياء سينما الطفل في البيئة الرقمية: توصيات مستقبلية

تكشف هذه الدراسة أن سينما الطفل العربي تعيش اليوم مرحلة حرجة، تتأرجح بين فرص التمكين التي تتيحها البيئة الرقمية، ومخاطر الهيمنة الثقافية التي تهدد بتقويض سردياتها المحلية. لقد أدى الانتقال من الشاشة الكبيرة إلى المنصات الرقمية إلى إحداث ثورة في أنماط الإنتاج والاستهلاك، لكنه في السياق العربي تم تحت شروط غير متكافئة، حيث تفتقر البلدان العربية إلى بنى تحتية، سياسات داعمة، ومنصات وطنية قادرة على المنافسة. ومع ذلك، يمكن

تحويل هذا الواقع إلى فرصة لإعادة بناء مشروع سينما الطفل العربي، من خلال استراتيجية متعددة المحاور. وفيما يلي التوصيات المفصلة التي تُستخلص من هذا التحليل:

← إطلاق صناديق وطنية وعربية لدعم إنتاج سينما الطفل

ينبغي على الدول العربية تأسيس صناديق دعم وطنية مخصصة لتمويل إنتاج الأفلام السينمائية الموجهة

للأطفال، على غرار ما هو معمول به في أوروبا عبر برامج مثل Creative Europe MEDIA. وتُقتراح هنا فكرة إنشاء صندوق عربي مشترك، يُمول من وزارات الثقافة والإعلام، ومن القطاع الخاص، ويخصص منحًا سنوية لدعم مشاريع سينمائية عربية للأطفال، بما في ذلك الرسوم المتحركة، الأفلام الروائية، والوثائقية ذات الطابع التربوي.

← تأسيس منصات رقمية عربية متخصصة في سينما الطفل

في ظل هيمنة المنصات العالمية، بات من الضروري تأسيس منصات عربية رقمية مستقلة، تُعنى حصريًا ببث وعرض الأفلام العربية الموجهة للأطفال. ينبغي أن تكون هذه المنصات مفتوحة للجمهور العربي عبر الإنترنت، وتوفر مكتبة شاملة تضم:

- أفلام سينمائية عربية قديمة وحديثة موجهة للأطفال.
 - إنتاجات مشتركة عربية-عالمية، تراعي الخصوصية الثقافية.
 - أفلام قصيرة وأعمال سينمائية لطلبة المعاهد السينمائية العربية.
- وإمكان للدول الخليجية، بما تملكه من إمكانيات مالية، أن تقود هذا المشروع العربي المشترك.

← تكوين مهني صناعة سينما الطفل

تشكو البلدان العربية من فقر في الكوادر المتخصصة في كتابة السيناريوهات والإخراج والإنتاج الموجه للطفل، مقارنة بما هو موجود في الغرب وآسيا. لذا، توصي هذه الدراسة بإنشاء مراكز تدريب إقليمية، تنظم دورات سنوية متخصصة في:

- كتابة السيناريو الخاص بسينما الطفل.
 - تقنيات الرسوم المتحركة الرقمية.
 - الإخراج السينمائي الموجه للطفل.
- وينبغي لهذه الدورات أن تُنظم بشراكة مع مؤسسات دولية، لضمان نقل الخبرات وتطوير القدرات المحلية.

← تبني سياسات عمومية تلزم المنصات الرقمية بدعم المحتوى المحلي

يتعين على الحكومات العربية سنّ تشريعات إعلامية تلزم المنصات الرقمية (بما فيها الأجنبية) التي تعمل في الأسواق العربية بنسبة محددة من بث وإنتاج المحتوى المحلي الموجه للأطفال، كما هو معمول به في فرنسا وكوريا الجنوبية.

وهذا الإجراء من شأنه:

- دعم الصناعات الثقافية المحلية.
- تعزيز حضور السرديات الوطنية في الفضاء الرقمي.
- خلق سوق عمل جديد لمهنيي السينما في العالم العربي.

← تشجيع البحث الأكاديمي النقدي في الإعلام الرقمي وسينما الطفل

على الجامعات ومراكز البحث العربية أن تلعب دورًا محوريًا في مرافقة هذا التحول، من خلال:

- إطلاق برامج بحث حول علاقة الطفل العربي بالسينما الرقمية.
- إنتاج دراسات نقدية تقيّم محتوى المنصات العربية والعالمية.

- عقد ملتقيات وندوات علمية دورية حول سينما الطفل العربي.
- وبذلك، يتحول البحث العلمي إلى قوة تصحح السياسات وتوجّه الاستراتيجيات الثقافية.

← تطوير برامج تربوية تُعزز مهارات التفكير النقدي لدى الأطفال

- ينبغي أن تواكب وزارات التربية هذا التحول، عبر إدخال برامج تعليمية جديدة تُعلم الطفل العربي كيف يشاهد الفيلم بعين نقدية، ويفكك ما يُعرض عليه بدل أن يكون مستهلكاً سلبياً. وتُقدّم هنا فكرة:
- إدراج التربية الإعلامية والسينمائية في المناهج الدراسية، خاصة في المرحلة الابتدائية والمتوسطة.
 - تنظيم أندية سينمائية مدرسية، حيث يُشاهد الطفل أفلاماً مختارة، ويناقشها ضمن إطار تربوي.

← إحياء المهرجانات السينمائية الموجهة للطفل العربي

- أخيراً، يجب إعادة بعث المهرجانات السينمائية الموجهة للطفل في العالم العربي، مثل مهرجان القاهرة الدولي لسينما الطفل، وتعميمها لتشمل دول المغرب العربي، الخليج، والمشرق. وينبغي لهذه المهرجانات أن تتحول إلى:
- فضاء لعرض الإنتاجات المحلية.
 - ملتقى للمهنيين وصناع السياسات الثقافية.
 - منبر لتكريم الإبداع العربي في مجال سينما الطفل.
- وبذلك، تتحول المهرجانات من مجرد احتفالات موسمية إلى محركات حقيقية لصناعة سينما الطفل العربي.

خاتمة

تكشف هذه الدراسة عن الطابع المركب الذي تتخذه تحولات سينما الطفل العربي في البيئة الرقمية الجديدة، حيث يتداخل ما هو تقني بما هو ثقافي، وما هو عالمي بما هو محلي. فمن خلال تتبع مسار الانتقال من الشاشة الكبيرة إلى المنصات الرقمية، يتضح أن هذا التحول لم يكن انتقالاً سلساً، بل كان محملاً بإشكاليات بنيوية تتعلق بهوية السينما العربية الموجهة للأطفال، وبقدرتها على التكيف مع منطلق الاقتصاد الرقمي المعولم.

وكشفت الدراسة عن بوادر تجارب عربية ناشئة، سواء عبر مبادرات رقمية محدودة، أو محاولات إعادة بعث المهرجانات السينمائية الموجهة للطفل، مما يدل على وجود إمكانيات كامنة يمكن تفعيلها عبر سياسات ثقافية متكاملة.

إن الإشكالية الجوهرية التي انطلقت منها هذه الورقة لا تكمن فقط في كيفية نقل سينما الطفل العربي إلى البيئة الرقمية، بل في كيفية إعادة بناء مشروع ثقافي سينمائي عربي موجه للطفل، قادر على المنافسة والصمود في وجه السرديات العالمية، مع الحفاظ على الخصوصية الثقافية، والاستفادة من تقنيات الرقمنة.

وهذا ما يدفع إلى التفكير في حلول استراتيجية تتجاوز منطلق المبادرات الفردية، نحو بناء بنية تحتية رقمية عربية لسينما الطفل، تستند إلى رؤية شاملة تربط بين الإنتاج، التوزيع، التربية الإعلامية، والسياسات الثقافية الوطنية والإقليمية.

قائمة المراجع

المراجع العربية

1. الحداد، ل. (2020). *ثقافة الطفل الرقمي: التحديات والفرص*. بيروت: مركز الدراسات العربية.
2. المركز العربي للأبحاث. (2021). *الثقافة الرقمية والهوية العربية*. الدوحة: المركز العربي للأبحاث.
3. عبدالغني، ه. (2021). *صناعة أفلام الأطفال في مصر: الواقع والطموح*. مجلة الإذاعة والتلفزيون، 12 (3)، 45-67.
4. هيئة الشارقة للإذاعة والتلفزيون. (2022). *تقرير فعاليات مهرجان الشارقة السينمائي الدولي للأطفال*. الإمارات العربية المتحدة.
5. المركز الجزائري للسينما. (2023). *تقرير الإنتاج السينمائي والرقمي في الجزائر*. الجزائر العاصمة: المركز.
6. جامعة وهران. (2023). *الهوية اللغوية في المحتوى الرقمي الجزائري*. مجلة الثقافة الرقمية، 15 (2)، 88-102.

المراجع الأجنبية

1. European Commission. (2020). *Creative Europe MEDIA Statistics Report*. Brussels: European Union.
2. Gray, J. (2015). *Participatory Culture and Media Empowerment*. Palgrave Macmillan.
3. Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: NYU Press.
4. Kauss, E. (2020). *Fragmented Audiences in the Streaming Age*. London: Routledge.
5. Kim, S. (2019). Korean Cultural Policy and Children's Media. *Asian Media Studies*, 8(2), 112-130.
6. Loewenstein, G., Smith, K., & Yang, J. (2022). Algorithmic Recommendations and Child Media Habits. *Journal of Media Psychology*, 34(1), 55-71.
7. UNICEF. (2021). *Digital Dangers: Child Safety Online in MENA*. New York: UNICEF.
8. UNESCO. (2023). *Digital Culture and Identity: Challenges and Opportunities in the Arab World*. Paris: UNESCO.