

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة صالح بونيدر- قسنطينة 3

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
قسم الصحافة
الرقم التسلسلي
رقم التسجيل

القيم التربوية في برامج الأطفال في القنوات العربية المتخصصة

دراسة تحليلية على عينته من برامج الأطفال في كل من قناتي الجزيرة للأطفال و MBC 3

أطروحة مقدّمة لنيل شهادة الدكتوراه LMD في علوم الإعلام والاتصال
تخصص إعلام واتصال

إشراف
أ.د. جغيم الطاهر

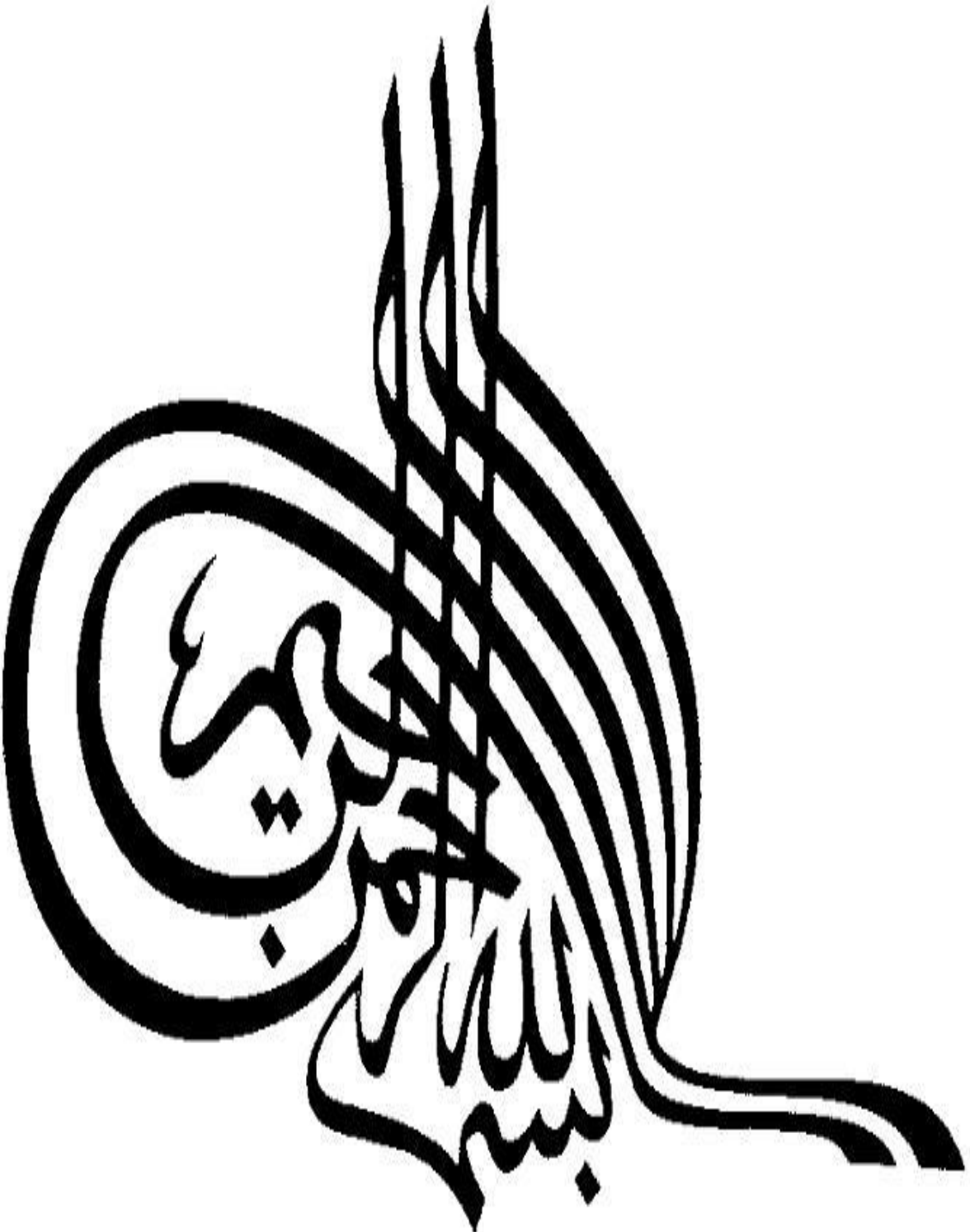
إعداد الطالبة
❖ فاطمة بنجوش

تاريخ المناقشة:

لجنة المناقشة:

رئيساً	جامعة قسنطينة 3	أستاذ التعليم العالي	أ. د/ إدريس بولكعبيات
مشرفاً ومقرراً	جامعة قسنطينة 3	أستاذ التعليم العالي	أ.د/ الطاهر جغيم
عضواً	جامعة قسنطينة 3	أستاذ محاضر أ	د/ وداد سميثي
عضواً	جامعة سوق اهراس	أستاذ محاضر أ	د/ نوارى آمال
عضواً	جامعة عنابة	أستاذ محاضر أ	د/ سمية بورقعة
عضواً	جامعة باتنة 1	أستاذ محاضر أ	د/ سمير رحمانى

2017-2016



الشكر والتقدير

الحمد لله كما يوافق نعمل الكثيرة وشكرا يوازي عونك وتوفيقك لي على ظهور هذه الأكرهق

ودعاء لي عز وجل أن ييسر د خواتي كما بالتوفيق والنجاح

انكلاقا من قول النبي صلى الله عليه وسلم: (من لا يشكر الناس لا يشكر الله) رواه الترمذي

أتقدم بالشكر والعرفان إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا البحث، وأذكي بالشكر

والتقدير الأستاذ الدكتور "أجعيير الكاهر" المشرف على الرسائل، الذي ساعدت

بتوجيهاتك الحثيثي وملاحظاتك القيمة... فجزاه الله عني كل خير

كما أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة على قبول

قراءة هذا العمل وتشريفهم لي بمناقشتي

وأتوجه بخالص الشكر والامتنان إلى كل من صدقتي "مروي" و "إيمان" على مساعدتهما

ودعهما لي لإتمام هذا البحث

الإهداء

إلى أبي... فكتبت من الجنة... بل كم أنا منعمت

إلى كل من رحلوا تاركين لنا عذبة الكتاب... شكرا على كل هذا العذاب

إلى "صونيا"... كيف يحدث لقلب الأنت أن يكون كغيري إلى هذا الحد... دين

يهب... بين يدي

إلى إخوتي: عواكف، كارق ونصيرة، من تقاسمت معهم بهجت الحياة ومتاعبها بالإيمان...

بالنسباني

إلى ميساء، شيما والصغير معاذ وهبت الرحمان

إلى صديقاتي كريمة، إيمان، مروى، شهرة، إيمان... زهور الريحان

إلى قسنطينة... المدينة المسفرة... في كل ما تأخذ مني هي تهديك إياه

إلىكم جميعا أهدي ثمرة جهدي

فهرس المحتويات

مقدّمة أ، ب

الفصل الأول: مشكلة الدراسة وإطارها المنهجي.....04- 67

1. مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.....4
2. أهمية الدراسة9
3. أهداف الدراسة10
4. الدراسات السابقة11
5. مفاهيم الدراسة15
6. المنهج المستخدم في الدراسة45
7. أدوات جمع البيانات47
8. اختبار صدق وثبات التحليل.....56
9. عينة الدراسة57

الفصل الثاني: المحددات المرجعية في اكتساب الطفل للقيم التربوية...69-125

أولاً: دور الإطار الحضاري في اكتساب الطفل للقيم التربوية.....70

1. التوجهات القيمية الخاصة بكل ثقافة72
2. التوجهات القيمية للثقافة العربية وتأثيرها على اكتساب الطفل للقيم التربوية72
3. الاهتمام بالطفل كقيمة في الثقافة العربية77

ثانياً: المحددات الاجتماعية ودورها في إكساب الطفل القيم التربوية.....81

1. أهمية الأسرة في اكتساب الطفل للقيم التربوية.....81
2. النظريات المفسرة لدور الأسرة في اكتساب الطفل القيم83
3. تأثير الأسرة العربية في اكتساب الطفل للقيم التربوية85

ثالثاً: دور الجوانب الاجتماعية الفرعية في اكتساب الطفل للقيم التربوية.....88

1. تأثير الطبقة الاجتماعية على القيم التربوية للطفل88
2. تأثير الجنس على قيم الطفل التربوية.....92
3. نسق القيم والدين 93
4. النسق القيمي ونوع المهنة 94

رابعاً: المحددات الفردية لاكتساب الطفل القيم التربوية.....95

1. الأطر النظرية المفسرة لأثر نمو الطفل على اكتساب القيم95
 - 1.1 نظرية النمو المعرفي لبياجيه 95
 - 2.1 نظرية النمو الأخلاقي لبياجيه 98
 - 3.1 نظرية نمو الحكم الأخلاقي لكولبرج100
 - 4.1 نظرية النمو الانفعالي لفرويد 103
 - 5.1 نظرية النمو الاجتماعي لأريكسون 104
2. خصائص المراحل العمرية للطفل واحتياجاته القيمية107
 - 1.2 الاحتياجات القيمية لأطفال ما قبل المدرسة107
 - 2.2 الاحتياجات القيمية لمرحلة الطفولة المتوسطة114
 - 3.2 الاحتياجات القيمية لمرحلة الطفولة المتأخرة119

الفصل الثالث: التلفزيون والطفل: مجالات التأثير وحدوده...126-167.

أولاً: تأثير التلفزيون على النسق القيمي للطفل

1. بحوث التأثير128
2. تأثير التلفزيون الطفل بين حضور القيمة وتحييدها130
3. قيم جديدة في ظل بيئة إعلامية وتربوية جديدة138

ثانيا: المتغيرات المؤثرة في أشكال تفاعل الطفل مع التلفزيون

1. تأثير الخلفية الاجتماعية على تفاعل الطفل مع الصورة التلفزيونية 140
2. تأثير الدافعية على تفاعل الطفل مع الصورة التلفزيونية..... 142
3. تأثير متغير جنس الطفل على تفاعل الطفل مع الصورة التلفزيونية 142
4. تأثير متغير السن على تفاعل الطفل مع التلفزيون 142

ثالثا: نحو بناء سلوك المشاهدة الإيجابي عند الطفل

1. علاقة التربية بوسائل الإعلام 153
2. مفهوم التربية على التعامل مع وسائل الإعلام 154
3. أسس ومباحث التربية على وسائل الإعلام 157
4. التربية على التعامل مع وسائل الإعلام داخل الأسرة 157
5. المدرسة ودورها في تفعيل التربية على وسائل الإعلام 159
6. التربية الإعلامية في وسائل الإعلام 161

الفصل الرابع: برامج الأطفال بين المطب التربوي واحتياجات السوق... 169-206.

أولاً: القنوات المتخصصة كنوع إعلامي جديد

1. عوامل نشأة القنوات المتخصصة 169
2. القنوات المتخصصة بين مؤيد ومعارض 173
3. التحديات التي تواجهها القنوات المتخصصة 174
4. توصيف القنوات العربية المتخصصة 176

ثانيا: صناعة برامج الأطفال وقنواتها: تجارب عالمية

1. التجربة الأمريكية في صناعة برامج الأطفال وقنواتها 178
2. تجربة أوروبا اللاتينية في صناعة برامج الأطفال وقنواتها..... 184
3. التجربة البريطانية في صناعة برامج الأطفال وقنواتها 189

4. التجربة اليابانية في صناعة برامج الأطفال 190

5. التحديات التي تواجهها القنوات التلفزيونية الموجهة للطفل 192

ثالثاً: إنتاج برامج الأطفال في الدول العربية..... 197

1. الجهود العربية في مجال إعلام الطفل 197

2. صعوبات إنتاج برامج الأطفال العربية 198

3. الخارطة البرمجية لقنوات الأطفال في البث الفضائي العربي..... 201

❖ ملاحظات ختامية حول قنوات برامج الأطفال العربية 206

الفصل الخامس: عرض القيم التربوية في برامج الأطفال عينة الدراسة

..... 208-293

الفصل السادس: عرض الشكل الذي قُدمت به القيم التربوية في برامج الأطفال

عينة الدراسة..... 293- 337

النتائج العامة للدراسة 338

خاتمة 349

قائمة المراجع 352

الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1	التوجهات القيمية محل الدراسة وما تتضمنه من أبعاد ومؤشرات	49
2	أسماء البرامج عينة الدراسة وتوزيعها حسب الأيام وتوقيت البث	60
3	توزيع مفردات العينة محل الدراسة حسب قنوات البث، المرحل العمرية المستهدفة، بلد الإنتاج	62
4	أنماط التربية الأسرية وتأثيرها على الطفل	82
5	إجابات المبحوثين عن المعضلة الأخلاقية المقترحة من طرف كولبرج "قصة هانز"	101
6	توزيع القنوات الفضائية العربية حسب الاختصاص	176
7	طبيعة ملكية قنوات الأطفال في البث الفضائي العربي	203
8	نوع البث الرقمي لقنوات البث الفضائي العربي في مجال قنوات الأطفال	203
9	لغة البث لقنوات الأطفال في البث الفضائي العربي	204
10	توزيع قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم	210
11	توزيع قيم التوجه نحو الذات الجسمية في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم	213
12	توزيع قيم التوجه نحو الذات الانفعالية في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم	215
13	توزيع قيم التوجه نحو الذات الإنجازية في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم	216
14	توزيع قيم التوجه نحو الذات الكلية في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم	217
15	توزيع قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال في البرامج الموجهة للأطفال ما قبل المدرسة	218
16	توزيع قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال في البرامج الموجهة للأطفال المرحلة المتوسطة	223
17	توزيع قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال في البرامج الموجهة للأطفال	227

	المرحلة المتأخرة	
231	توزيع قيم التوجه نحو الذات الجسمية حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في البرامج عينة الدراسة	18
233	توزيع قيم التوجه نحو الذات الانفعالية حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة	19
235	توزيع قيم التوجه نحو الذات الإنجازية حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة	20
238	توزيع قيم التوجه نحو الذات الجسمية حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة	21
240	توزيع قيم التوجه الذاتي حسب مصادر إنتاج برامج الأطفال	22
245	توزيع قيم التوجه نحو الآخرين في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم	23
247	توزيع قيم التوجه نحو الأسرة في برامج الأطفال في كل من قناتي أم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم	24
248	توزيع قيم التوجه نحو الأقران في برامج الأطفال في كل من قناتي أم ببسي3 وقناة تلفزيون جيم	25
149	توزيع قيم التوجه نحو أعضاء في برامج الأطفال في كل من قناتي أم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم	26
251	توزيع قيم التوجه نحو الآخرين في البرامج الموجهة لأطفال المرحلة المبكرة	27
254	توزيع قيم التوجه نحو الآخرين في البرامج الموجهة لأطفال المرحلة المتوسطة	28
256	توزيع قيم التوجه نحو الآخرين في البرامج الموجهة لأطفال المرحلة المتأخرة	29
260	توزيع قيم التوجه نحو الأسرة حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال	30
262	توزيع قيم التوجه نحو الأقران حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال	31
263	توزيع قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال	32
265	توزيع قيم التوجه نحو الآخرين حسب مصادر إنتاج برامج الأطفال	33

269	توزيع قيم التوجه البيئي في برامج الأطفال في كل من قناتي أم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم	34
273	توزيع قيم التوجه البيئي في البرامج الموجهة لمرحلة الطفولة المبكرة	35
277	توزيع قيم التوجه البيئي في البرامج الموجهة لمرحلة الطفولة المتوسطة	36
280	توزيع قيم التوجه البيئي في البرامج الموجهة لمرحلة الطفولة المتأخرة	37
283	يوضح توزيع قيم التوجه البيئي حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة	38
286	يوضح توزيع قيم التوجه البيئي حسب مصادر الإنتاج في برامج الأطفال عينة الدراسة	39
293	جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة	40
294	جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة	41
296	سن الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وتلفزيون جيم	42
297	سن الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة	43
298	نوع البطولة الموظفة في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وتلفزيون جيم	44
299	نوع البطولة الموظفة في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة	45
301	طبيعة الشخصية الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال بقناة إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم	46
302	طبيعة الشخصية الرئيسية الموظفة في برامج الطفولة المبكرة، المتوسطة، المتأخرة	47
303	أسماء الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال في كل من قناتي أم بي سي 3 وتلفزيون جيم	48
304	أسماء الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة	49
305	لباس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وتلفزيون جيم	50

306	لباس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة	51
307	الانتماء الطبقي للشخصيات الرئيسية في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وتلفزيون جيم	52
308	الانتماء الطبقي للشخصيات الرئيسية في برامج الأطفال في كل من مرحلة الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة	53
309	الشريحة التي تنتمي إليها الشخصيات الرئيسية في كل من قناتي إم بي سي 3 وتلفزيون جيم	54
310	الشريحة التي تنتمي إليها الشخصيات الرئيسية في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة	55
314	القوالب الفنية المستخدمة في عرض القيم التربوية في برامج الأطفال عينة الدراسة	56
316	القوالب الفنية المستخدمة في عرض القيم التربوية في برامج أطفال المرحلة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة	57
319	النمط الموسيقي الغالب في برامج أطفال كل من قناة إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم	58
320	النمط الموسيقي الغالب في برامج أطفال المرحلة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة	59
321	الأصوات السائدة في برامج أطفال كل من قناة إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم	60
321	الأصوات السائدة في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة	61
322	نوع الأغاني الموظف في برامج أطفال كل من قناة إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم	62
324	الأصوات السائدة في برامج أطفال المرحلة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة	63
325	مدة برامج الأطفال في كل من قناة إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم	64
326	مدة برامج الأطفال في كل من برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة	65
327	نوع التقطيعات في كل من قناة إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم	66
327	نوع التقطيعات في كل من برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة	67
328	طبيعة الأدوات الإيضاحية المستخدمة في كل من قناة إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم	68

330	طبيعة الأدوات الإيضاحية المستخدمة في كل من برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة	69
332	أسلوب تقديم القيمة في برامج الأطفال في كل من قناة إم بي سي 3 وتلفزيون جيم	70
333	أسلوب تقديم القيمة في برامج أطفال المرحلة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة	71

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
171	رقم أعمال القنوات التلفزيونية المتخصصة الفرنسية ونسبتها من رقم أعمال التلفزيون الفرنسي	1
182	تطور بثّ العلامات التجارية (قنوات الأطفال) الأمريكية في أوروبا	2
187	كروولوجيا تطور البث الفضائي الأوروبي في مجال قنوات الأطفال	3
190	حجم سوق الرسوم المتحركة اليابانية (بالبليون) 2005	4
191	إيرادات شباك التذاكر لأفلام الرسوم المتحركة في اليابان (بالبليون ين) 2005	5

• ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة للتعرف بصورة تحليلية على المضامين القيمية التي تقدمها برامج الأطفال، وكيفية عرضها وتقديمها في كل من قناة MBC3 وتلفزيون جيم، بالتركيز على ثلاث توجهات قيمية اعتبرت الباحث ضرورية في العملية التربوية: قيم التوجه الذاتي، قيم التوجه نحو الآخرين، وقيم التوجه البيئي.

وقد اعتمدنا على مجموعة من الإجراءات المنهجية المتمثلة في إتباع منهج تحليل المحتوى، وفي إطار هذا المنهج تم اعتماد أسلوب العينة المتعددة المراحل والتي تم اختيارها حسب المصدر، المدة الزمنية، المادة التحليلية، لنحصل في الأخير على 24 مفردة موزعة بالتساوي بين القناتين محل الدراسة، كما تم اعتماد الملاحظة واستمارة تحليل المحتوى كأدوات لجمع البيانات.

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن إدراجها في ما يلي:

- سجلت قيم التوجه الذاتي حضوراً قوياً من الناحية الكمية عكسته ارتفاع نسب مؤشراتنا، حيث ظهرت قيم التوجه نحو الذات الانجازية وقيم التوجه نحو الذات الكلية والانفعالية بوتيرة مرتفعة، في حين كان حضور قيم التوجه نحو الذات الجسمية ضعيفاً مما أضعف من دلالتها القيمية.
- ظهرت قيم التوجه نحو الآخرين في برامج الأطفال عينة الدراسة بشكل غير متكافئ عكسته ارتفاع نسب قيم التوجه نحو الأقران، وإنخفاض نسب قيم التوجه الأسري مما أضعف حضور هذا التوجه.
- سجلت قيم التوجه البيئي حضوراً مقبولاً، مع التركيز على قيم التوجه نحو البيئة العلمية والبيئة الطبيعية وإغفال قيم التوجه نحو البيئة الثقافية والبيئة الإعلامية.
- معظم الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال من فئة الإناث، في سن الطفولة، لباسها أجنبي، أسماؤها أجنبية، تنتمي للطبقة المتوسطة ولشريحة المدينة، معظم البطولات جماعية، أما طبيعة الشخصيات فمعظمها إنسانية.
- وظفت برامج الأطفال قوالب فنية جديدة لكن ظلت الرسوم المتحركة هي القالب المهيمن، كما استخدمت أدوات فنية كالموسيقى والأغنية، الأدوات الإيضاحية بطريقة تتناسب مع خصوصية المراحل العمرية.
- ووقت برامج الأطفال عينة الدراسة في التنوع في أساليب تقديم القيم التربوية وتكييفها مع الخصائص المعرفية لمراحل الطفولة المستهدفة.

Résumé :

Cette étude vise à identifier analytiquement les contenus de valeurs que présentent les programmes pour enfants et la façon dont ils sont diffusés par la chaîne El-Djazeera et la chaîne MBC3, en se concentrant sur trois attitudes de valeurs que la chercheuse considère essentielles dans l'opération pédagogique : les valeurs orientées vers soi, les valeurs orientées vers autrui, et les valeurs orientées vers l'environnement.

L'étude est basée sur un nombre de procédures méthodologiques qui se résument en l'approche d'analyse du contenu. Dans le cadre de cette recherche, l'échantillonnage à plusieurs degrés s'avère adéquat. L'échantillon est sélectionné selon la source, la durée, et la matière à analyser pour obtenir enfin de compte 24 items distribués équitablement entre les deux chaînes qui font objet de la présente étude. L'étude est aussi basée sur l'observation et le questionnaire autant qu'outils de collecte de données.

L'étude a donné les résultats suivants :

- les valeurs d'orientation vers soi ont marqué une forte présence par rapport à leur quantité, une présence qui s'est traduite par des taux d'index élevés. Les valeurs d'orientation d'auto réalisation, les valeurs d'orientation de l'idée de soi et de ses émotions se révèlent abondantes par rapport aux valeurs orientées vers le soi physique qui étaient d'une faible présence et par conséquent d'une signification affaiblie.
- Les valeurs orientées vers autrui dans les programmes d'enfants, faisant objet de la présente étude ; sont disproportionnels ce qui est traduit par la forte présence des valeurs orientées vers les pairs et une faible présence par contre des valeurs orientées vers la famille.
- Les valeurs orientées environnement ont marqué une présence modérée, avec une concentration sur les valeurs orientées environnement scientifique et environnement naturel en comparaison avec les valeurs orientées environnement culturel et environnement informationnel, ainsi négligeables.
- La majorité des personnages principales employés dans les programmes des enfants sont de la gent féminine, à l'âge de l'enfance, leurs vêtements sont étrangers, leurs noms étrangers également, elles font partie de la classe moyenne citadine, la plupart des championnats sont collectifs. La nature des personnages était souvent humanitaire.
- Les programmes d'enfants ont employé de nouveaux modèles artistiques mais les dessins animés sont demeurés les modèles les plus dominants. Ils ont aussi fait usage d'outils artistiques tels que la musique, la chanson, et les moyens explicatifs qui s'adaptent avec les caractéristiques des catégories d'âge.
- Les programmes d'enfants ont réussi à varier les styles de présentations des valeurs pédagogiques et les adapter aux caractéristiques cognitifs des étapes d'enfance ciblées.

Abstract :

This study aims to identify, in an analytical way, the value content provided by children's programs, and how they are displayed and presented in both MBC3 and AL-Jazeera Children's Channel, by focusing on three value orientations that the researcher considered necessary in the educational process : self-oriented values, other-oriented, and environment oriented values.

We have adopted a set of methodological procedures by using a content analysis method, within the framework of this approach, the multi-stage sampling method has been adopted and which was selected according to the source, time period, analytical article. In order to finally get 24 items distributed equally between the two TV channels, subject of the study observation and content analysis from were also adopted as data collection tools.

The study reached a set of results that can be included in the following :

- Self-oriented values have known a strong quantitative presence, reflected in the high percentage of their indicators self-achievement oriented values and overall self-oriented values were high. While the presence of physical self-oriented values was weak, which weakened their value significance.
- Other-oriented values in the children's programs of the study sample were found to be disproportionately reflected by the high rates of peer-oriented values and low values of famil-oriented values, which weakened the presence of this orientation.
- Environment-oriented values, and omission of culture and media environment-oriented values.
- Most of the main personalities employed in the children's programs are female, in childhood, foreign dress, foreign name, belong to the middle class and from city, most of the starring roles are collective, while the nature of the personalities is mostly human.
- Children's programs have employed new art forms, but animation has remained dominant, and artistic instruments such as music and song have been used as explanatory tools in a manner appropriate to the specificity of the age stages.
- Children's programs of the study sample have succeeded in diversifying the methods of providing educational values and adapting them to the cognitive characteristics of the target childhood stages.

مَقْتَمَةٌ

يُقال سابقا "أنه إذا أردت أن تعرف مستقبل أيّة أمة، فما عليك إلا أن تتصّفح مناهجها الدراسية"... أما اليوم وفي ظلّ الثورة الرقمية والتطور التكنولوجي وعصر السماوات المفتوحة الذي رافق إطلاق الأقمار الصناعية مخلّفًا زخما إعلاميا، لعب دورا حاسما في تغيير أكثر من مفهوم وإيجاد بدائل قيمية نجحت إلى حد ما في هدم العديد من الثوابت والمسلمات، علينا أن نراجع المقولة السابقة ونعترف بأن مستقبل أيّة أمة لم تعد تحدده مناهجها الدراسية بقدر ما تحدده تصفّح قنواتها التلفزيونية، خاصة تلك الموجهة للطفل، باعتبار أنّ الطفولة مرحلة خصبة في تشكيل شخصية المجتمعات وبناء هويتها.

حيث شهد الفضاء الاتّصالي العربي صنفا جديدا من القنوات التي تصنف ضمن خانة القنوات المتخصصة في إعلام الطفل، حيثاستفادت من التجربة الغربية التي كانت سبّاقة في خوض غمار هذا النوع الإعلامى، وإن كانت قنوات الأطفال العربية قد اختلفت في صيغ ملكيتها ونمط بثها ولغتها الموظفة وتغطيتها الجغرافية وأهدافها التربوية والتجارية، فإنها تتفق في كونها تشكل رافد قيميا لا يُستهان به، مادام لا يمكن أن يكون الإعلام بأي حال من الأحوال مستقلاً عن القيمة، وما دامت قد تعددت مصادر التنشئة التربوية للطفل العربي الذي بات يستند إلى مرجعيات قيمية وتربوية تبثّها قنوات حضارية متعددة منها القنوات العربية المتخصصة في إعلام الطفل.

وفي إطار البحث في هذا النوع الإعلامى المتخصص، جاء موضوع الدراسة للكشف عن منظومة القيم التربوية التي تعرضها برامج الأطفال عينة الدراسة، ومدى ملائمة مضمونها وأشكال عرضها وتقديمها لاحتياجات الطفل العربي ولخصوصية الشرائح العمرية المستهدفة.

ونظرا لأهمية الرسالة الإعلامية المقدّمة للطفل وضرورة استجابتها من حيث المحتوى والشكل لاحتياجات وخصائص نمو الطفل في مختلف جوانبه، فقد اعتمدنا على نظريات النمو المعرفي والقيمي والاجتماعي والانفعالي للطفل، والتي زوّدتنا بالمؤشرات والمعايير للحكم على جودة المحتوى الإعلامى المقدم، كما اعتمدنا على نظرية التعلم الاجتماعي، ونظرية النمو المعرفي واجتهادات بعض الباحثين للكشف عن مدى التزام برامج الأطفال بتقديم القيم بالشكل الذي يحترم الخصائص المعرفية والتعليمية للطفل في مراحل نموه المختلفة(مرحلة الطفولة المبكرة، المتوسطة، المتأخرة).

وبغية تحقيق أهداف الدراسة فقد تم توزيع محتواها على خمسة فصول، يُعنى أولها بتحديد موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية، فيما تناولنا في الفصل الثاني محدّدات اكتساب القيم لدى الطفل والتي قسّمناها إلى المحددات الثقافية، المحددات الاجتماعية، الجوانب الاجتماعية الفرعية، المحددات الفردية، أما الفصل الثالث فقد خصّصناه لمعالجة موضوع تأثير التلفزيون على الطفل وذلك بالتطرق لتأثير التلفزيون على النسق القيمي للطفل، ثم لأشكال حوار الطفل مع الصورة التلفزيونية، كيفية بناء سلوك المشاهدة الإيجابي لدى الطفل من خلال التربية على التعامل مع وسائل الإعلام، في حين تناولنا في الفصل الرابع القنوات المتخصصة في إعلام الطفل والذي تطرقنا فيه للقنوات المتخصصة بصفة عامة، ثم تناولنا قنوات برامج الأطفال كتجارب إعلامية عالميّة، البث الفضائي العربي المتخصّص في إعلام الطفل. في حين أفردنا الفصل الخامس والسادس للدراسة التحليلية وذلك بتحليل محتوى برامج الأطفال عينة الدراسة من حيث حضور القيم التربوية، من حيث الشكل الذي قدّمت به القيم التربوية، ثم قمنا بعرض النتائج العامة للدراسة في ضوء تساؤلات الدراسة التحليلية.

الفصل الأول:

مشكلة الدراسة وإطارها

المنهجي

1. مشكلة الدراسة وتساؤلاتها

بالرغم مما يشهده عصرنا من تطورات تكنولوجية وما يتيح من ممارسات اتصالية وإعلامية، فإن التلفزيون لا يزال من أكثر وسائل الاتصال الجماهيري استقطاباً لمختلف الفئات، خاصة جمهور الأطفال¹ إذ تؤكد الإحصائيات أن الإقبال على مشاهدة التلفزيون تحتل المرتبة الأولى في الممارسة الترفيهية للطفل، تتمركز كثالث نشاط بعد النوم والمدرسة، ويأخذ حيزاً كبيراً من وقت الطفل¹ وهو ما يؤكد حقائق مهمة يمكن إدراجها في ما يلي:

أولاً: أن حضور الوسائط الإعلامية الجديدة لم يلغي تواجد التلفزيون وإنما وسّع من دائرة انتشاره وجعله فضاء استهلاكياً بامتياز، فإدماج الوسائط الإعلامية مكّن الجمهور من الوصول إلى مختلف المضامين من خلال أشكال ووسائط مختلفة، كما كرّس التلفزيون حسب الطلب فردانية التلقي من خلال تكييف المضامين مع رغبات المستخدمين واحتياجات الزبائن، واتجه الإعلام نحو مزيد من التخصيص والتجزئة انطلاقاً من مبادئ الديمقراطية وحق الطفل في ممارسة حقوقه الاتصالية واستجابة لنظريات تفتتت الجمهور وشخصانية التفاعل، حيث شرعت العديد من القنوات التلفزيونية في بث برامجها على شبكة الانترنت، وعل شاشات الهاتف الخليوي الذكي، مما جعل المحتويات الإعلامية الموجهة للطفل تتمتع بحياة ثانية خارج حدود الشاشة ومقاساتها.

ثانياً: لا يمكن تجاهل التلفزيون كوسيلة تحظى بهذا القدر من الاهتمام، وتأخذ هذا الحيز من الوقت، ويجب أن نكون على استعداد لاعتباره عاملاً مهماً في تنشئة الطفل وتأهيله اجتماعياً، نظر لقدرته على التجسيد البصري وإنتاج صور متحركة تمارس تأثيراً قوياً على النمو المعرفي وعلى الإمكانيات التفسيرية، وكذلك على فعل التقليد وطرق التفسير، كما أن الطوعية والاختيارية التي تحكم علاقة الطفل بالتلفزيون والتي تجعله بعيد عن اكراهات التعلم واجباريته هي من تسهم في زيادة قوة تأثيره، حيث أقترح البعض أن هذا التأثير يجب أن يطلق عليه اسم تأثير المربي غير الشخصي للطفل، والذي يساهم في تشكيل منظومة قيمه وتوجيهها وإعادة ترتيب الأدوار الاجتماعية باعتباره أداة أساسية في نقل أنماط الفكر والسلوك في المجتمع، والثقافة السائدة فيه، وفي شبكة علاقات أفراد هيبثاته. فالتلفزيون ليس مجرد وسيط

¹Octobre Sylvie : **Les 6-14 ans et les medias audiovisuels. Environnement médiatique et interactions familiales**, Réseaux , n° 119 , 3/2003, pp. 95-120.

تكنولوجي بل هو وسيلة لإنتاج وبناء المعنى لتوسطه بين الدال والمدلول، الأمر الذي يعظم من دوره في تشكيل قيم الأجيال القادمة، وإن كان التأكيد على هذا الدور المركزي للتلفزيون في عملية التربية لا يعني إلغاء دور باقي الهيئات المجتمع، بقدر ما هو إقرار بأنه قوة إعلامية يعتد بها، ضمن من بين العديد من القوى التي تعمل معا من أجل تنمية وتنشئة الطفل.

ثالثا: أنّ التحولات التي عرفت البيئية الإعلامية للطفل جعلت التلفزيون ينجح في تفرخ المئات من قنوات الأطفال التي تختلف رؤيتها وأهدافها وآليات اشتغالها وأنماط التربية والتسلية التي تقدمها، مما جعل المسافة بين الإعلام والثقافة والتربية والتسلية تتآكل. وهو ما يدفعنا للتساؤل عن طبيعة المضامين القيمة التي تتيحها هذه القنوات، وهل رافق ارتفاع نسب حضورها الكمي في المشهد الإعلامي ثراء في محتواها القيمي، أم أنّ هذا الزخم الهائل من القنوات صاغ رؤانا وقيمنا على النمط الكوني وجعل خياراتنا التربوية أقل بكثير مما نعتقد ونأمل؟

فإذا كانت التحولات الإعلامية قد فعلت من دور التلفزيون في تنشئة الطفل وتشكيل شخصيته ورسم ملامحه التربوية، مستغلة التحولات الجوهرية في سلطة وأدوار مؤسسات المجتمع وهيئاته خاصة في عملية التنشئة على القيم، أين انتقل التلفزيون من كونه وسيطا بين الجمهور والنسق القيمي السائد في المجتمع إلى إنتاج واقع قيمي يملك أهميته ومكانته أكثر من القيم المرجعية التي تحيل إليه، فإنها جعلت الطفل أيضا يعيش حالة من التذبذب والتشويش تتجاذبه مرجعيات قيمية مرئية منسجمة حيناً ومتصادمة أحيانا أخرى مع خلفيته الاجتماعية، خاصة ونحن نعلم أهمية هذه المرحلة العمرية للطفل في بناء نسقه القيمي من جهة، وهشاشتها وسهولة تشربها لأنماط السلوكية السائدة من خلال ملاحظة نماذج تقمصية اجتماعية ومن خلال التعلم البديلي وعمليات التعزيز من جهة أخرى.

وانطلاقا من الملاحظات السابقة يتضح أن التطورات التي عرفها المشهد الإعلامي الموجه للطفل قد أفرز تحولات وطرح رهانات مست مختلفة أطراف العملية الاتصالية، خاصة المؤسسات التلفزيونية العالمية التي تتجاذبها صراعات القيمي والرقمي. فقنوات الأطفال من جهة تجد نفسها مطالبة بممارسة مسؤوليتها الاجتماعية وإضفاء الشرعية التربوية في كل ما تنتجه وتقدمه من مضامين إعلامية تحترم الطفل وتراعي متطلبات المرحلة، وتتكيف مع خصوصية الشريحة العمرية للطفل (طفل ما قبل المدرسة، طفل المرحلة المتوسطة، طفل المرحلة المتأخرة) وخلفيته الاجتماعية والثقافية (طفل الريف، طفل المدينة،

طفل الطبقة المتوسطة...) التي يمارس في ضوءها تجربة المشاهدة. من ناحية أخرى تجد نفسها تعيش تحت ضغط المنافسة ورهانات التموضع والبقاء في سوق معولمة تهيمن عليها لغة الأرقام، وتتعامل مع الطفل كهدف استراتيجي وكسوق استهلاكية مريحة، وهو ما دفع بالقطاع الخاص بدرجة ملفتة وعمومي بنسبة أقل لخوض غمار تجربة فتح قنوات للأطفال وتلبية رغبات هذه الشريحة والبحث عن قوالب وأفكار جديدة من أجل جذب انتباه الطفل وتقديم برامج تدمج أكثر من نوع تلفزيوني (مسابقات، برامج تلفزيون الواقع، قنوات من أجل الرضع..)، وأصبحت شخصيات هذه البرامج وأبطالها خاضعة لحقوق الاشتقاق التي يمارسها المعلنين للتسويق لمنتجاتهم بوضع الشخصيات التلفزيونية المحببة للطفل على مختلف السلع كألبسة الأطفال وألعابهم، وبهذا المعنى تحولت هذه النماذج والقنوات من علامات تربية تسعى إلى الارتقاء والسمو بالطفل، وتؤسس لعلاقة سوية مع ذاته ومع الآخرين ومع كل ما يحيط به، لتصبح علامات تجارية ونماذج استهلاكية تغذي في الطفل حب التملك والرغبة في الاستهلاك، مخضعة رموزها وقيمها لقانون العرض والطلب، مما أضعف دلالاتها القيمية، مستغلة بذلك التأثير القوي الذي تمارسه شخصيات التلفزيونية سواء كرتونية أو حقيقية على نسقه القيمي بفعل التقليد والتوحد كميكانيزمات تعليمية يمارسها في هذه المرحلة.

هذه الممارسات الإعلامية غير السوية دفعت الكثير من الدول كبريطانيا وألمانيا والسويد إلى تفعيل دور الإعلام العمومي في مجال قنوات الأطفال، ودعم الإنتاج الوطني للحفاظ على هويتها الثقافية، بالإضافة إلى السعي لتسليح الإعلام الخاص بترسانة تشريعية تمنع كل أنواع التجاوزات ومدونة أخلاقية تحترم خصوصية هذه المرحلة العمرية، مع الحرص على تفعيل دور الأسرة والمدرسة والمجتمع المدني في تزويد الطفل بالمهارات المعرفية والنقدية اللازمة لتحقيق الفائدة القصوى، وبناء سلوك مشاهدة إيجابي وترشيد العلاقة بين التلفزيون والطفل.

وإذا كان تلفزيون الطفل يعيش حالة تجاذب وصراع تدور رحاه بين قوى الرأس المال الرمزي والقيمي والاقتصادي، فإنه من البديهي أن نبحت عن موقع الإعلام العربي والطفل العربي على خارطة الإعلامية العالمية، حيث سجل العالم العربي حضوره في الفضاء الإعلامي الموجه للطفل من خلال باقة من قنوات الأطفال يزيد عددها أو ينقص بقليل عن 26 قناة حسب ما أكدته تقرير البث الفضائي العربي لسنة 2014، موزعة بين قنوات ذات ملكية عربية وأخرى ذات ملكية أجنبية ناطقة باللغة العربية أو بلغات أخرى، وإذا كان هذا الحضور المكثف لقنوات الأطفال مؤشر إيجابيا من الناحية الكمية، فإنه يطرح

تساؤلات حول نوعية المضامين الإعلامية المقدمة ومدى ملاءمتها لبيئة واحتياجات الطفل العربي، خاصة ونحن نعلم ما يعانيه إعلام الطفل من مشاكل في الإنتاج والتأليف والكتابة والدبلجة، والحاجة إلى ملء خانات البث الموجهة للطفل في القنوات العامة، وهي المشاكل ذاتها التي تعاد بصورة متكررة في مختلف الندوات والملتقيات، فكيف هو الوضع مع قنوات كاملة متخصصة في برامج الأطفال وتحتاج إلى تغطية على مدار 24 ساعة أو أقل بقليل؟ هل استطاعت قنوات الأطفال العربية اليوم أن تقدم رؤية متجددة ومجددة لبرامج الأطفال بوصفها قنوات تعرف إلى أين تسير، متداركة بذلك حق الطفل في إعلام تساهم مضامينه في إثراء تركيبته شخصيته وتنشئته اجتماعيا؟ أم أنها تسير بخطى متعثرة يسودها الكثير من الارتباك والارتجالية؟

وأياً كانت الإجابة فإن حق السؤال يبقى قائماً وضرورياً، ويستمد مشروعيته مما يعيشه الطفل العربي في بيئته الإعلامية والمجتمعية، بل ويزداد إلحاحاً في ما يتعلق بطفل اليوم، طفل التلفزيون، طفل قنوات الأطفال، طفل الانترنت، طفل الحضانة المبكرة، طفل المرأة العاملة والأبوين المنشغلين دائماً، والذي لا يمكن أن يكون هو نفسه، طفل الأمس طفل تلفزيون العائلة، طفل الأسر الممتدة، طفل المسجد والمدرسة... فالتغيرات التقنية والمجتمعية استدعت بالضرورة تغيرات في رؤيتنا للطفل وفي رؤيته لذاته وفي أساليب التأطير التربوي والثقافي، فأمام انكماش أدوار مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية من جهة وفشل الأسر العربية والمجتمع في إيجاد بدائل تربوية للطفل وخلق فضاءات جديدة للتسليّة وممارسة أنشطة مختلفة، يجد الطفل العربي نفسه أعزلاً أمام عالم مرئي مبهر تتخلله معلومات ورحلات وأماكن يجهلها الكبار أنفسهم، ممّا يزعزع مكانة الأسرة ويفقد المدرسة هيبتها، خاصة أمام غياب المرافقة في عملية المشاهدة ونقص الوعي بأهمية تربية الطفل على التعامل مع وسائل الإعلام، بل إنّ كثيراً من العائلات العربية تعتبر التلفزيون وسيلة ترفيه مثالية ووصفة سهلة للتخلص من مضايقات الطفل، وتكتفي في أحسن الأحوال باختزال عمليات المرافقة في فرض الرقابة بدل المشاركة في تجربة المشاهدة.

وإذا عدنا لمدونة التربية العربية نجد أن أنماط التربية في المجتمع الجزائري والعربي عموماً تتسم بالارتجالية والتخبط بين العاطفية الزائدة والتسلط الغير مبرر، وعدم القدرة على تفعيل نماذج وقنوات عربية والاستفادة من إرثنا الثقافي والديني، وهو ما يفسر الهشاشة القيمية للفرد العربي وسهولة الاختراق وسرعة تبني للنماذج تلفزيونية والتماهي معها، في ظل تغييب القدوة الحقيقية في حياته الواقعية، "حيث أكدت الدراسات الميدانية أن أغلب قطاعات المجتمع العربي تعاني نقصاً شديداً في الوعي بمراحل نمو

الطفل واحتياجاته، يشارك في ذلك بدون تفاوت ملحوظ الأغنياء والفقراء والمتعلمون والأميون، فالأمر يقوم على نتف من معلومات متوارثة وقليل من التأثير بما تقدمه وسائل الإعلام، وبعض من القراءات الفردية وغير المنتظمة التي لا تسهم في بناء وعي يسمح بتلبية الحاجات القيمية والتربوية للطفل¹.

وباستدعاء السياقات السابقة الذكر يصبح من الضروري مسائلة ما تقدمه القنوات العربية المتخصصة من مضامين قيمية للطفل والبحث في مخرجاتها الإعلامية، أيًا كان نوع ما تقدمه من حيث ثراء محتوياتها أو افتقارها للأسس التربوية السليمة، فالخطاب الميدياتيكي يظل دوما محملا بقيمة وتصور حول ذواتنا وحول الآخرين وحول كل ما يحيط بنا، فهو ليس مجرد وسيط تكنولوجي بقدر ما هو حزمة من القيم. وبالتالي فإن البحث في المضامين القيمية لبرامج الأطفال ومدى قدرتها على تقديم إنتاج يعكس البيئة المحلية وتطويع ما هو أجنبي وإعادة تأهيله لينتاج مع ما يتطلبه السياق التربوي المحلى وخصوصيات المرحلة العمرية، يوازي في الأهمية ويفوق البحث عن منظومة القيم ومساءلة هوية المجتمع وثقافته.

من هذا المنطلق تتمحور إشكالية دراستنا حول الكشف القيم التربوية في برامج الأطفال عينة الدراسة والتي صنفناها ضمن توجهات قيمية تظهر الجانب ألعائقي والديناميكي للقيم، على اعتبار أنّ القيم التربوية هي علاقات وتوجهات تقوم بين الإنسان والموضوعات التي يرى أن لها قيمة، وهو الاتجاه الذي دافع عنه جون دوي ولي (Jean Dewey et Lee) وتبنياه كتصور كما هو موضح في مفاهيم الدراسة، وقد حددنا هذه التوجهات القيمية في قيم التوجه نحو الذات، قيم التوجه نحو الآخرين، قيم التوجه نحو البيئة انطلاقا من التعريف الإجرائي للقيم التربوية. وعليه يمكن بلورة التساؤل الرئيس للدراسة على النحو التالي:

➤ ما هي القيم التربوية التي تقدمها برامج الأطفال في القنوات العربية المتخصصة وكيف يتم عرضها؟

وتتفرع عنه التساؤلات الفرعية التالية:

¹ الطاهر لبيب: الطفل العربي بين الحاجات والمؤسسات، الطفل في الوطن العربي (واقع واحتياجات)، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ط1، 2011، ص107.

• التساؤلات الخاصة بالمضمون:

- ما هي قيم التوجه الذاتي المتضمنة في برامج الأطفال عينة الدراسة؟
- ما هي قيم التوجه نحو الآخرين المتضمنة في برامج الأطفال عينة الدراسة؟
- ما هي قيم التوجه نحو البيئة (الطبيعية، العلمية، الإعلامية، الثقافية) المتضمنة في برامج الأطفال عينة الدراسة؟

• التساؤلات الخاصة بالشكل:

- كيف تظهر الشخصيات الرئيسية الحاملة للقيم التربوية في برامج الأطفال عينة الدراسة؟
- ما هي الأدوات التعبيرية المستخدمة في عرض القيم برامج الأطفال عينة الدراسة؟
- ما هي أساليب عرض القيم التربوية في برامج الأطفال عينة الدراسة؟

2. أهمية الدراسة

تصنف هذه الدراسة في إطار بحوث الإعلام الموجه للطفل، حيث تركز على كيفية عرض قيم تربوية في برنامج الأطفال من ناحية الشكل والمضمون في القنوات العربية المتخصصة في إعلام الطفل، تكتسي أهميتها انطلاقاً من الاعتبارات التالية:

- تأتي الدراسة استجابة لما أوصت به المجالس الإقليمية المتخصصة في بعض تقاريرها، وكذلك ما توصلت إليه نتائج البحوث والدراسات العلمية بأهمية برامج الأطفال في غرس القيم التربوية، خاصة أمام التدفق المكثف والمستمر للمحتوى الإعلامي الموجه للطفل مع ظهور القنوات المتخصصة في إعلام الطفل، ونظراً المكانة التي يحتلها التلفزيون في الممارسة الترفيهية للطفل والذي تترجمه ارتفاع نسب المشاهدة في العالم العربي.
- أهمية المراحل العمرية التي تقدم لها البرامج وخطورتها في أن واحد، باعتبارها مرحلة خصبة لغرس القيم التربوية من جهة، كما تتميز هذه المرحلة بالهشاشة وسرعة تشرب المحتويات القيمة مما يجعل الاهتمام بإعلام هذه الشريحة أمراً ضرورياً.

- عدم التعامل مع هذه الشريحة ككتلة متجانسة، وتقسيم البرامج حسب خصوصية المرحلة العمرية وما يتلاءم معها من مضامين قيمية وأساليب عرض بالاستناد إلى مراحل النمو المعرفي والخلقي والانفعالي والاجتماعي والجسمي وهو ما لم تله الدراسات السابقة اهتماما.
- الأهمية الخاصة التي تكتسبها منظومة القيم في برامج الأطفال لكونها مكونا ومؤطرا وهيكل لبنية ووظائف التلفزيون في توجيه سلوك الأفراد وضبطه عن طريق الممارسة والقدوة، مما يجعلها في صميم الانشغالات البحثية والتربوية وفي صلب النقاش العمومي حول أدوارها ومحل مسائلة لتعميق النظر في مخرجات إعلام الطفل وقدرته على التنشئة وتحقيق الاندماج القيمي.
- المكانة المتنامية التي تحتلها للقيم ضمن الاستراتيجيات الأممية في عالم مطبوع بتحولات عميقة وسريعة كان لها أكبر الأثر على تواتر الأزمت واهتزاز المرجعيات وبروز ظواهر وإشكاليات تهدد الهويات الحضارية بما فيها الهوية العربية، مما يتطلب من الجهود العربية مراجعة منظوماتها القيمية وتفعيل دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية ومساءلة الدور التربوي الذي يلعبه التلفزيون في حياة أطفالنا.

3. أهداف الدراسة

ويمكن تلخيص أهداف الدراسة في النقاط التالية:

- التعرف على القيم التربوية التي تم توظيفها وطرق عرضها حسب خصوصية المرحلة العمرية، حسب خصوصية مصادر إنتاجها، وحسب جنس الشخصية الرئيسية التي تم توظيفها في برامج الأطفال عينة الدراسة مما يتيح فهم أفضل وأشمل للمتغيرات التربوية والاقتصادية والثقافية التي تتحكم في إنتاج المضامين الإعلامية الموجهة للطفل العربي.
- التعرف على الأدوات التعبيرية المستخدمة في برامج الأطفال عينة الدراسة وكذا أساليب عرض القيم التربوية ومدى مراعاتها لخصوصية المراحل العمرية.
- التعرف على كيفية توظيف برامج الأطفال للشخصيات الرئيسية من حيث خصائصها وسماتها الشكلية وكيفية تقديم نماذج تربوية من حيث انتماءاتها الاجتماعية والطبقية، للكشف عن مدى الحرص على إعداد برامج ومواد تمس حاجات ومشكلات وقضايا الأطفال في مختلف بيئاتهم الحضارية وانتماءاتهم العمرية.

4. الدراسات السابقة

تُعدّ عملية استعراض الدراسات السابقة في البحث العلمي خطوة منهجية مهمة، فهي تساعد الباحث على إيضاح مسالك البحث، إذ تزوده بالمفاهيم والمنهج الملائم لبحثه وتوضح له أبعاد مشكلته وتبين موقع البحث من الجهود السابقة وتزوده بالمصادر والمادة العلمية...

وقد قامت الباحثة بتقديم أهم الدراسات المتعلقة بالقيم في برامج الأطفال بالقنوات المتخصصة والتي تكون لها صلة مباشرة بموضوع دراستنا، مما يتيح لنا الفرصة للتعلم أكثر وتوسيع آفاق التحليل.

أولاً: الدراسات غير العربية:

الدراسة الأولى: الرسوم المتحركة وعملية التنشئة الاجتماعية: الدور الاجتماعي في قناة كارتون ناتورك: "animated and socialisation process : gender role on cartoon network"¹

تسعى هذه الدراسة لمعرفة التصورات حول الشخصيات الرجالية والنسائية والقيم المتصلة بها وأدوارها الاجتماعية، مظهرها، سلوكياتها.. في قناة ذات شعبية كبيرة، متخصصة في الرسوم المتحركة، حيث اتبع الباحثان منهج تحليل المحتوى الذي تم تطبيق خطواته على عينة من الرسوم المتحركة التي تبثها القناة من 1 جانفي الى 30 جوان 2013 بالاعتماد على العينة القصدية، تم انتقاء البرامج انطلاقاً من عدة معايير: البرامج الأكثر شعبية، الانتظام في البث، البث وقت الذروة، ومن ثم الحصول على 24 حلقة ممثلة عن 24 سلسلة.

وقد توصلت الدراسة إلى أن برامج قناة networkCartoon قد لعبت دوراً مهماً في عملية التنشئة الاجتماعية للطفل وبناء أفكار حول وضعية الرجل والمرأة وخصائصهم داخل المجتمع، وإن كانت نسبة تمثيل الذكور أعلى من الإناث، إذ حصدت فئة الشخصيات من الذكور 67%، كما ظهرت الشخصيات الذكورية و الأنثوية بطريقة نمطية، حيث اتصفت 70.4% من الشخصيات الذكورية بكونها قوية، قادرة على القتال، شجاعة خاصة فيما يخص حماية المرأة وإنقاذ الشخصيات الضعيفة، ذكية، تفكر بعقلانية وتجد حلول سريعة للمشاكل التي تعترضها، ومهيمنة، تمارس الرقابة على غيرها، قائدة، وأحياناً عنيفة.

¹Shumaila Ahmed&juliana abdul Wahab : animated and socialisation process : gender role on cartoon network, asian social science, vol 10, n°3,2014.

واجتماعية. بينما المرأة تملك خصائص شكلية مثالية، سلبية وضعيفة، تحتاج لوصاية أشخاص يوجهونها ويساندونها. وفي المقابل نسبة قليلة فقط من النساء يظهرن قويات وتمكنات وذكيات.

الدراسة الثانية: والموسومة بـ"الطفولة، الرسوم المتحركة والتلفزيون العمومي: بث القيم ونقيضها في الإنتاج والاسباني و لأرجنتيني

"Infancia, dibujos animados y televisión pública. La difusión de valores y contravalores en la producción española y argentina"¹

تهدف هذه الدراسة للكشف عن مدى التزام القنوات العمومية المتخصصة في برامج الأطفال في كل من إسبانيا والأرجنتين بإنتاج وعرض محتوى يتلاءم مع مرحلة الطفولة، وتتمحور تساؤلات الدراسة حول القصص التي تسردها الرسوم المتحركة للطفل ومدى قدرتها على تحقيق التزامات الخدمة العمومية، ومدى ملائمة المحتوى المقدم لخصائص الطفل، وطبيعة المضامين القيمة الايجابية ونقيضها، سمات الشخصيات التي تحمل هذه القيم.

وللإجابة عن تساؤلات الدراسة اعتمد الباحث على المقاربة الكيفية، باتّباع منهج تحليل المحتوى الذي تم تطبيق خطواته على عينة من برامج الأطفال التي تم اختيارها على ثلاث مراحل، من حيث المصادر تم اختيار القنوات العمومية المتخصصة في مجال إعلام الطفل والتي تبث برامجها على مدار 24 ساعة، بالنسبة لإسبانيا وقد وقع الاختيار على قناة **CLAN TVE** الإسبانية قناة **PAKA PAKA** من الأرجنتين، أما المرحلة الثانية فقد تم اختيار الرسوم المتحركة الموجهة إلى طفل من 5 إلى 9 سنوات باعتبارها المرحلة التي يبدأ فيها الطفل التفاعل مع المحيط والاستكشاف، والتفريق بين الواقع والخيال واكتساب الخبرات حسب نظرية النمو المعرفي، وفي المرحلة الأخيرة تم انتقاء السلاسل الأكثر شعبية ومتابعة والتي حصرها الباحث في 5 سلاسل.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

✓ القيم المتواجدة في السلاسل عينة الدراسة تتمثل في: تمجيد الصداقة الزمالة، احترام الكبير، التضامن، السعي لتحقيق العدل، الالتزام التعاطف، الفكاهة، العاطفة، حب الوطن، والولاء، التسامح

¹Fabbro, Gabriela, and Inmaculada Sánchez-Labela Martín. "**Infancia, dibujos animados y televisión pública. La difusión de valores y contravalores en la producción española y argentina.** Revista Mediterránea de Comunicación , n°1, 2016.

التي يحتاجها الطفل في هذه المرحلة للتفاعل مع الآخرين، وبالتالي فقد قدمت مضامين قيمية تتلاءم مع مرحلة الطفولة.

✓ قدم التلفزيون العمومي قيما تروج للديمقراطية والتعايش وهو ما يطلق عليها قيم عالمية كالتسامح والسلام واحترام الآخر، ونبذ العنف والتعصب، وهو ما يساعد الطفل على تعزيز قيم التربية على المواطنة باعتباره مطلب أساسي لتحقيق الديمقراطية.

✓ قدم التلفزيون العمومي للطفل معلومات تربوية تساعده على التعلم الذاتي، والتسلية والترفيه، دعم الاتجاهات والسلوكيات الإيجابية.

✓ معظم الشخصيات الأنثوية تحمل قيما تمجد أكثر الجانب العاطفي كالصداقة والحب، من منطلق صور نمطية تجعل المرأة تمجد العاطفة وتتصف بالضعف والحاجة إلى الحماية، على خلاف الشخصيات الذكورية التي تتمتع بالاستقلالية والأنانية والقوة والتوجه نحو الذات.

ثانيا: الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: منظومة القيم السياسية والاجتماعية ونقيضها التي تتضمنها برامج الأطفال في قناة **Space toon** الفضائية لدى عينة من الأطفال الأردنيين (6-9) سنوات، دراسة تحليلية¹.

هدفت الدراسة إلى التعرف على المنظومة القيمية ونقيضها التي تتضمنها برامج الأطفال في قناة **Space toon** الفضائية لدعينة من الأطفال الأردنيين (6-9) سنوات، ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام منهج المسح بالعينة، والذي تم تطبيق خطواته على عينة من برامج الأطفال التي بلغت 240 حلقة تبثها القناة خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2008/2/1 إلى غاية 2008/4/29 باعتماد عينة الأسبوع الصناعي، كما استخدم الباحث المقابلة التي تم إجراؤها مع معلمي ومعلمات الصفوف الثلاثة الأولى للمرحلة الأساسية الدنيا في مديرية تربية عمان الثانية.

وقد أظهرت النتائج أنّ عدد المنظومة القيمية كما جاءت من خلال تحليل مضمون برامج الأطفال هو (521) قيمة فرعية ونقيضها وقد كانت على النحو التالي: القيم السياسية ونقيضها (102) قيمة بنسبة 19.57%، وكانت قيمة التسلط والاستعباد أكثر الفئات ظهورا بنسبة 21.56%، أما المساواة

¹ محمد عوض الترتوري/ أحمد حسن القواسمة: منظومة القيم السياسية والاجتماعية ونقيضها التي تتضمنها برامج الأطفال في قناة **Space toon** الفضائية لدى عينة من الأطفال الأردنيين (6-9) سنوات، دراسة تحليلية، مجلة الطفولة العربية، العدد 39، 2009.

والتمييز والخوف من مواجهة الأعداء فقد كانت أقل الفئات حضورا بنسبة 0.89%. وبلغ عدد القيم الاجتماعية ونقيضها 419 قيمة وكانت قيمة محبة الآخرين ومساعدتهم أعلاها بنسبة 39.37% وأدناها الإيثار بنسبة 0.47%.

الدراسة الثانية: تحمل عنوان: **القيم في برامج الأطفال التلفزيونية: برامج قناة MBC3 أنموذجا**¹.

تهدف هذه الدراسة للتعرف على الأساليب الفنية التي تتضمنها برامج الأطفال التلفزيونية في قناة mbc3 من خلال البحث في الشكل الذي قدمت به القيم من حيث اللغة المستخدمة، طبيعة الشخصيات، طبيعة الموسيقى والمؤثرات الصوتية، سرعة اللقطات، تصنيف شخصية البطل التي استخدمت لعرض قيم ومضامين برامج الأطفال، مصادر إنتاج برامج الأطفال، ثم البحث في القيم التي تتضمنها برامج الأطفال التلفزيونية والتي صنفها الباحث إلى: قيم دينية، قيم اجتماعية، قيم وطنية، قيم علمية، قيم سياسية، قيم دالة على السلوكيات السلبية.

وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، بالاعتماد على الدراسات المسحية كأحد أنماط الدراسات الوصفية، كما تم الاعتماد على أداة تحليل المحتوى والمقابلة كأدوات لجمع البيانات. وقد طبقت هذه الإجراءات على عينة من برامج الأطفال شملت 32 برنامجا باعتماد أسلوب المسح الصناعي باختيار يوم واحد للتسجيل من كل أسبوع، واختيار ساعتين على التوالي من كل أسبوع على مدار ثلاثة أشهر ونصف. وقد توصلت الدراسة للنتائج التالية:

✓ معظم البرامج جاءت باللغة العربية، تنوعت شخصياتها بين فئة الأطفال وفئة الكبار، الحيوانات، مخلوقات غريبة، متنوعة، كما توزعت الموسيقى بين الهادئة الصاخبة والمختلطة، معظم البرامج كانت مستوردة.

✓ أكثر القيم المتضمنة في برامج الأطفال هي القيم الدالة على السلوكيات السلبية، حيث احتل العنف بمختلف أشكاله المرتبة الأولى في جميع القيم الفرعية المتضمنة في برامج الأطفال، إضافة إلى أن أقل القيم المتضمنة في تلك البرامج هي القيم الوطنية والعلمية.

¹ تسنيم أحمد مخيمر: **القيم في برامج الأطفال التلفزيونية: برامج قناة MBC3 أنموذجا**، ماجستير إعلام واتصال، بجامعة الشرق الأوسط، 2015.

❖ التعليق على الدراسات السابقة:

إنّ تقارب الدراسات السابقة مع دراستنا الحالية، سواء تعلق الأمر بالمحتوى القيمي للبرامج أو الوعاء الإعلامي الذي تقدم فيه برامج الأطفال (القنوات المتخصصة) جعلنا نستفيد من هذه الدراسات على أكثر من صعيد:

- مكّنت الدراسات السابقة الباحثة من الوقوف على بعض الإجراءات التي سمحت لها باختيار العينة، خاصة وأنّ هذا النوع من القنوات (القنوات المتخصصة) يعتمد على تقنيات برمجة مختلفة ويقدم كم هائل من البرامج التي يصعب المفاضلة بينها.
- تقديم القيم ونقيضها في بعض الدراسات السابقة نبهنا إلى بعد مهم، وهو ضرورة إظهار العلاقات بين القيم وعدم تقديمها في جانبها الستاتيكي، وإنما في جانبها الديناميكي الذي يسمح بتكثيف القيمة من الناحية البنيوية، مما جعلنا نقوم بوضع تصنيف للقيم يراعي البعد التكاملية ولعلائقي للقيم وهو ما تناولناه في مفاهيم الدراسة.
- قدمت الدراسات السابقة القيم من خلال الشخصيات الرئيسية، وهو جعلنا نستفيد منها في قراءة التوجهات القيمية من خلال الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال، ومن خلال تحديد سماتها.
- الدراسات السابقة لم تراعي خصوصية المرحلة العمرية، حيث حللت البرامج على أساس أنها موجهة للطفل بصفة عامة أو مخصّصة لشريحة عمرية واحدة، في حين أنّ القنوات التي وقع عليها التحليل في الدراسات السابقة تشمل برامج موجهة للشرائح العمرية الثلاث (طفل ما قبل المدرسة، طفل المرحلة المتوسطة، طفل المرحلة المتأخرة)، وهو ما جعلنا نراعي في اختيار البرامج خصوصية المرحلة العمرية. ونبحث في الجانب النظري عن الاحتياجات القيمية لكل مرحلة عمرية، بالإضافة إلى سمات الشخصيات الملائمة والأدوات التعبيرية وأسلوب تقديم القيمة الذي يتناسب مع كل مرحلة، ثم إسقاط هذه المؤشرات على البرامج عينة الدراسة للحكم على مدى مراعاة البرامج لخصوصية المرحلة العمرية.

5. مفاهيم الدراسة

"تتطلب الدراسة العلمية ضبطاً محكماً للمفاهيم التي يستخدمها الباحث من خلال دراسته للمفهوم الذي هو عبارة عن وصف تجريدي لأشياء أو لوقائع ملحوظة، وهو الوسيلة الرمزية التي يستعين بها للتعبير عن المعاني والأفكار المختلفة والمتداولة. يعالج المفهوم على المستوى التجريدي في إطاره النظري وحسب التعريفات السابقة له إن وجدت، أما المستوى الإجرائي فإنّ الباحث هو الذي يقدم تعريفاً معيناً أو يتبنى تعريفاً من تعريفات الدراسة السابقة، إذ يساعد المفهوم الإجرائي الباحث على التقرب من الواقع بمتغيرات عملية قابلة للبحث والتنقيص الميداني، من خلال أبعاد قابلة للتطبيق تسهل عمليتي التحليل والتفسير"¹. لذلك يقول الباحث **ولف دينرابروين (wolf-deitereberwein)** أنّ صياغة المفاهيم هي القاعدة الأساسية للبناء النظري للبحث، والتدقيق في العبارات يُعدّ أمراً ضرورياً لتعيين الظواهر التي نسعى إلى وصفها وشرحها²، كما يذهب **Howard Becker** للقول أنّ الطريقة التي تسمى بها أو توجد بها الظاهرة الاجتماعية في اللغة ضرورية لفهمها³.

وسنقوم في هذا المحور بضبط القيم التربوية وتحديد إجرائها وإبراز خصوصية القيم التربوية واختلافها عن باقي الفئات القيمية الأخرى (قيم اجتماعية، سياسية..). واستخراج أبعادها ومؤشراتها استناداً بالتصنيفات القيمية المعروفة ومحاولة تكييفها مع خصوصية الثقافة العربية واحتياجات الطفل العربي، خاصة أمام غياب جرد عام خاص بالقيم التربوية السائدة في المجتمع العربي والجزائري وغياب الرؤية حول ما يحتاجه الطفل العربي من قيم، وكلها مؤشرات كان يمكن أن تشكل دليلاً للباحثين في دراستهم للقيم باعتبار أنها نتاج للتجربة الثقافية والحضارية لأمة ما. كما سنقوم بربط القيم بمتغير الإعلام ما دام الإعلام لا يمكن أن يكون مستقلاً عن القيمة، وأياً كان ظاهره ترفيهياً أو تربوياً.. فإنه في عمقه يحمل مشروعاً قيمياً وأيديولوجياً وثقافياً. وعليه وانطلاقاً من السياقات السابقة الذكر حددنا الحقل المفاهيمي للدراسة في المفاهيم التالية: القيم، القيم التربوية، برامج الأطفال، القنوات العربية المتخصصة، الطفل.

¹فضيل دليو: **التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، المفهوم والاستعمالات والأفاق**، دار الثقافة، عمان، ط1، 2010، ص19.

² نصر الدين العياضي: **وسائل الإعلام واستراتيجيات البناء الاجتماعي للامتيازات**، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد الخامس عشر، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص70

³Sylvie hertrich, **«contribution à la communication événementielle une analyse sémio-contextuelle du mondial de l'automobile»** doctorat en science de gestion PANTHEON-assas paris 2008 , P70

1. مفهوم القيم:

بالرغم من أنّ موضوع القيم قديم حيث يعود الانشغال به إلى الزمن اليوناني من خلال الكتابات الفلسفية التي استخدمت مفاهيم كالخير والجمال والحق مشيرة بذلك إلى القيمة، إلا أنّ الخوض فيه يظل محفوفًا بالمخاطر لأنه يجمع الكثير من الحقائق المتباينة بتباين مجالات دراستها والحقب التاريخية التي تنتمي إليها، ويظهر بصفة ملحّة نتيجة أجندة عمومية أكثر منها أجندة أكاديمية، حيث تطفو اليوم إلى السطح الكثير من الخطابات التي تتحدث عن القيم، والتي تتقاسمها الهواجس والمخاوف بعيدا عن الرؤية العلمية الرصينة، وسنحاول في هذا العنصر تحديد الصعوبات التي تكتنف مفهوم القيمة من أجل ضبطه على المستوى النظري والإجرائي.

1.1 صعوبة ضبط مفهوم القيمة:

إن القيمة مفهوم يلتبسه الكثير من الغموض، وتكمن صعوبته أشار لها **توفلر (Toffler)** بقوله "أنّ القيم مثل الطفل غير السعيد الذي يعاني بؤس وشقاء عدم علمنا به" ويؤكد هذه الصعوبة **دافيد أبرلو (David Aberle)** بقوله "أننا مهما قصدنا بكلمة قيمة، فإن ميدان القيم على ما يبدو عليه عصي عن الإلمام به من جميع الجوانب"¹، كما يذهب **الف بارتن بيري** للقول "الحقيقة أنه لا يوجد للقيمة معنى ثابت عام، فمختلف الناس يعنون أشياء مختلفة في سياقات عامة"²، ويبدو أن الباحث يشير إلى أن الصعوبة لا تكمن في تحديد القيم، وإنما في تأويلنا وفهمنا لهذه القيم، أين تكون المرجعية والخصوصية الثقافية حاضرة وبقوة في تحديد معاني القيم، فالحرية قيمة موحدة لكن الاختلاف في تعاطينا معها كاختيار مطلق لأفعالنا وأقوالنا، أم كاختيار نسبي مرهون بحرية الآخرين.

"ويؤكد **(Shalom h.schwartz)** أنه بالرغم من الأهمية التي تحظى بها القيم باعتبارها مفهوماً مركزيًا في العلوم الاجتماعية ومختلف التخصصات المرتبطة بها (انثروبولوجيا، علم النفس، الاقتصاد...) لكونها مدخل مهم في فهم التغيرات على مستوى الفرد والمجتمع، وتوصيف الأشخاص والمجتمعات، وفهم الدوافع الكامنة خلف السلوكيات والاتجاهات، إلا أن مفهوم القيمة عان من عدم وجود اتفاق بين الباحثين

¹ السعيد بو معيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة دكتوراه علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005/ 2006، ص 142.

² علي عبد الحميد أحمد: التحصيل الدراسي وعلاقته بالقيم الإسلامية والتربوية، مكتبة حسن للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2009، ص 124.

حول تصور القيم الأساسية، محتوى القيم، مصدر القيم، والعلاقات القائمة بين القيم، وغياب منهج تجريبي يمكن الباحث من قياس القيمة¹. ويقرّ ميلتون روكيش (RokeachMilton) بصعوبة تحديد مفهوم القيمة نظر لتداخلها مع مفاهيم أخرى، لذلك سعى لضبط المفهوم من خلال تحديد الاختلافات بينه وبين الحاجات والسمات والمعايير الاجتماعية والاتجاهات². مما سبق يمكن تلخيص الصعوبات التي تواجه تحديد مفهوم القيمة فيما يلي:

- امتزاج المعارف العلمية المستقاة من مجالات معرفية مختلفة مع الأفكار الجاهزة والصور النمطية الناتجة عن أجندة عمومية تؤنثها خطابات إيديولوجية، مما جعل المفهوم يتسم بالضبابية وعدم الدقة والوضوح.
- القيم مفهوم يقع في دائرة اهتمام العديد من التخصصات كالفلسفة والدين، التربية والاقتصاد، علم الاجتماع، علم النفس.. مما يجعل الباحث عرضة للتشطي والتشتت في ضبطه للمفهوم.
- صعوبة تحديد محتوى القيمة والذي يعود إلى صعوبة تحديد مصدرها، هل هو الجانب الروحي أو الإمبريقي؟ هل مصدرها المجتمع أم الفرد؟ لأن تحديد المرجعية هو الذي يتحكم في تأويلنا وفهمنا للقيمة.
- صعوبة تحديد محتوى القيم وضبط العلاقات بينها فهي لا تظهر في صورتها الستاتيكية وإنما في شكل تجاذب وتكامل وتعارض بين عدة قيم.
- صعوبة تحديد القيم من الأكثر تجريدا نحو الأكثر إجرائية، وصعوبة ضبط مؤشرات التي تتحول أحيانا إلى مفاهيم مشابهة لها (قياس القيمة من خلال السلوك، أو من خلال الاتجاهات...).

لهذا ارتأينا ضبط المفهوم ضمن محاور: تحديد مفهوم القيمة حسب مجالات الدراسة، تحديد مفهوم القيمة حسب مصدر القيمة، تحديد مفهوم القيمة حسب مؤشرات ظهورها.

¹Shalom h.schwartz : **vers une théorie de l'universalité du contenu et de la structure des valeurs : extension et reproductions interculturelles, recherche et applications en marketing**, vol.8, n° 4, 1993. pp77-106.

²Deonchy Jean-Pierre : **Rokeach (Milton)The Nature of Human Values**. In: Archives de sciences sociales des religions, n°38, 1974. pp. 246-248.

2.1 مفهوم القيم حسب مجالات الدراسة:

إن مفهوم القيمة لم يكن حكراً على فرع معرفي واحد، وإنما كان موضوع مشترك بين فروع معرفية، وقد ركزنا في دراستنا على الحقول المعرفية القريبة من التخصص والتي تتقاطع بشكل أو بآخر مع موضوع الدراسة.

- **مفهوم القيمة في علم الاجتماع:** دخل مفهوم القيم ميدان علم الاجتماع متأخراً مع الفلسفة الألمانية في الثلث الأخير من القرن التاسع عشر، ويعود تأخر ظهوره إلى المواقف المتباينة لعلماء الاجتماع من هذا المفهوم والخلافات الدائرة حوله والتي اتخذت ثلاث اتجاهات¹:
 - هناك من رفض بطريقة نهائية مفهوم القيمة، لأنه مفهوم فلسفي ولا مكان له في التحليلات السوسيولوجية، كما أنه مفهوم غامض غير قابل للقياس مما يفقده الطابع العلمي.
 - هناك من استخدمه بطريقة مهمشة، حيث تم الحديث عنه بأسلوب فضفاض دون محاولة الخوض في مدلولاته وأبعاده.
 - هناك من اعتبره مفهوم سوسيولوجي مركزي؛ حيث ذهب ميلتون روكيش (RokeachMilton) للقول "أنّ القيم مفهوم مركزي في العلوم الاجتماعية، لأنّ كل المشاكل التي تعترض الباحث السوسيولوجي مرتبطة بشكل أو بآخر بالقيم"² وهو موضوع للتنظير ويسمح بتفسير وفهم الظاهر الاجتماعية، فعلم الاجتماع في عمقه يعمل على وصف الحقائق الاجتماعية باعتبارها طبقات عميقة متداخلة أحداها مع الأخرى، تشكل الطبقة الأولى الجانب المورفولوجي من الظاهرة، ملموس وقابل للقياس من خلال النماذج السلوكيات الاتجاهات الرموز الأدوار والمواقف، وخلف هذا الظواهر نكتشف عالم من الأفكار الجماعية والقيم المشتركة التي تسمح لنا بفهم الظواهر الاجتماعية، وبالتالي فإن فهم الظواهر الاجتماعية وتفسيرها مرتبط بالكشف عن القيم الكامنة خلفها والدافعة لها"³. وإذا كانت القيم ظواهر اجتماعية، فهي خاضعة بالضرورة للتحليل السوسيولوجي من خلال وصف المستوى المورفولوجي للقيم (النماذج السلوكيات الاتجاهات،

¹Krishna Daya : **Science, techniques et valeurs**, Diogène, n°95, 1976, p32.

²Deonchy Jean-Pierre : **Rokeach (Milton) The Nature of Human Values**.Op.cit. pp 246-248.

³Krishna Daya.Op.cit, p40.

الرموز، الأدوار) والمستوى الضمني الذي يشمل مجمل الأفكار الجماعية التي تحرك تلك السلوكيات.

تتضح أكثر رؤية علماء الاجتماع للقيمة من خلال تعريفهم لها على أنها "مستوى أو معيار للانتقاء بين بدائل أو إمكانات اجتماعية متاحة أمام الشخص الاجتماعي في الموقف الاجتماعي"¹ المستوى أو المعيار يعني وجود مقياس يسمح للشخص بالانتقاء بين عدة أدوات ووسائل متاحة والتي تسمح للشخص من الوصول إلى أغراضه وتحقيق مصالحه، وهنا تظهر إرادة الفرد في الاختيار من بين القيم ما يخدم مصالحه ضمن ما هو متاح اجتماعيا، لأن اختيارات الفرد قد لا تتوافق مع مصالح الجماعة، وهنا يأتي دور القيم كضابط للخيارات في حدود مصالح الفرد والجماعة.

• **مفهوم القيمة في علم النفس:** يعد موضوع القيم كأحد الموضوعات الأساسية في مجال علم النفس نظرا لاعتقاد راسخ أن القيم جزء لا يتجزأ من مفهوم الذات وهي المحددات الأولية للسلوك الإنساني، لأنها تعمل كمعايير أو قواعد للسلوك، ويرتكز اهتمام علم النفس في دراستهم للقيمة على عدد من المجالات، أهمها دراسة القيم في علاقتها ببعض المتغيرات الشخصية كالجنس والديانة والتخصص الدراسي، وكذلك في علاقتها بالقدرات المعرفية والإدراكية، وارتقاء القيم وتغيرها عبر العمر، باعتبار أن العمر من المتغيرات المهمة والمسئولة عن إحداث تغيرات في قيم الأفراد². وتظهر نظرة علماء النفس للقيمة بارتباطها بسمات الفرد واستعداداته فيما يتصل بعلاقته بالآخرين أكثر من اهتمامها بالنظم الاجتماعية وعلاقتها بالقيم.

• **مفهوم القيم في الإعلام والاتصال:** يعرف السيميولوجي روجيه ديبري (Regis Debray) "القيم على أنها جملة العناصر التعبيرية والدلالية المشكّلة لفكرة الاتصال، التي نستدل من خلالها على حضور الواقع (la présence de réel) في الرسالة الاتصالية وعن مدى تمثيل هذه الرسالة لفكرة الصورة الافتراضية للمرجع الممثل (réferent représentant)"³، ويتضح من هنا أن القيم من

¹ عبد اللطيف محمد خليفة: ارتقاء القيم، دراسة نفسية، عالم المعرفة، 1992، ص 33.

² وعد إبراهيم الأمير: دور التلفزيون في قيم الأسرة، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، 2013، ص 58.

³فايزة يخلف: خصوصية الإشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الانفتاح الاقتصادي، دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الرسالة الإشهارية، دكتوراه علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2004/2005، ص 13.

منظور اتصالي عبارة عن رموز ومعاني تعبر عن فكرة معينة، وتكون لهذه الأدوات التعبيرية قيمة كلما كانت قادرة على تمثيل الواقع، بينما تنعدم فيها القيمة كلما كانت بعيدة عن الواقع.

وقد عبر الباحث (Francois Rastier) عن هذه الفكرة من خلال حديثه عن قيمة التطابق الثقافي (la valeur de conformité culturelle) للرسالة الإعلامية وعزفها على أنها القيمة التي تحدد الإطار الرمزي الذي يشرك المتلقي في مضمون الرسالة ويحقق بذلك مفهوم ذاته (le concept de soi) الذي يتبين من خلال تمثيل النص للقيم السوسيوثقافية للمتلقي¹. وبالتالي فالقيمة في النص الإعلامي عبارة عن جملة من الرموز والدلالات التعبيرية القادرة على تمثيل الواقع تمثيلا كليا أو جزئيا، وانعدام هذا التمثيل يعني غياب القيمة.

"لهذا يقول عبد الرحمان عزي أن هيبة النص الإعلامي تكمن في رمزيته ونظريا في القيم التي يحملها ومن ثم عرضته إلى تأسيس حقائق أو أوهاام من جهة، وقدرة نفوذه إلى الآخرين من جهة أخرى، وبالتالي فإن حضور القيمة كرموز ومدلولات قادرة على تمثيل الواقع يضمن لها قدرة تأثير أقوى لدى المشاهد لأنها تحقق له كما قال مفهوم ذاته أي تعكس ذاته وخصوصيته وخلفيته الاجتماعية والثقافية. "وقيمة الرمز في نظر عبد الرحمان عزي لا تكمن فقط في قدرته على تمثيل الواقع كما رأينا سابقا، وإنما في قدرته على الارتقاء بالوضع الحالي، ما دامت القيمة هي ما نرتقي ونسمو به، وعلى هذا الأساس فإن الباحث يقسم المعاني إلى المعنى العاداتي (من العادة) والذي يتعلق بالتعريف اللساني والمفاهيمي للحقيقة المعاشة على النحو السائد في البناء الاجتماعي للحقيقة، والمعنى النهائي ويتعلق بمعنى الوجود والحياة ويكون مجال المعنى النهائي الذي يحمل الدلالة والتوجيه ولهداية يكمن في العالم الأقرب إلى المعتقد ومن هنا نرى أن المعنى في الأصل قيمي"². ومن هذا المنطلق فالقيمة ليست الشيء وإنما هي ماهية الشيء (المقاربة الظاهرية) ليست الدال وإنما هي المدلول (المقاربة السيميولوجية) ليست المبنى وإنما هو المعنى وما بعد المعنى (المقاربة البنياوية)³ فإذا كانت القيم رموز ومعاني لا تكفي بنقل الواقع بقدر ما تسعى بالارتقاء به، فكيف يمكن تحديدها داخل النص الإعلامي؟.

¹ المرجع نفسه.

² عزي عبد الرحمان: الإعلام والبعد الثقافي: من القيمي إلى المرئي، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 1، جانفي-جويلية، جامعة الجزائر 1996، ص 104.

³ نصير بو علي: قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، منشورات مكتبة اقرأ، الجزائر، ط1، 2009، ص 30.

تؤكد المدرسة البنيوية أن القيمة لا تملك دلالات خاصة بها وإنما تتخذ مفهومها هن خلال علاقتها البنيوية ببعضها البعض، ولا تتحدد القيم كمعاني منفردة ومعزولة وإنما من خلال علاقتها بالمعاني والرموز الأخرى داخل النص الإعلامي، وهو ما أكده عالم اللسانيات دي سوسير الذي عرف القيمة على أنها عبارة عن معاني ودلالات، معتبرا أن قيمة المفردة في اللغة لا تتحدد بالتقابل الإيجابي (فضول، مغامرة، تجديد) فقط وإنما تنشأ من خلال التقابل السلبي بين المفردات (خير يقابله شر)، من خلال علاقات التعدد (قيم تنتمي إلى نفس المجال كالتعاون والمساندة والصدقة باعتبارها قيم تتوجه نحو الآخرين)، علاقات التقابل (الفردانية كقيمة يتوجه بها الفرد نحو ذات، والجماعية كقيمة يتوجه بها نحو الآخرين)، علاقات التضاد (الأناية كقيمة تعبر عن المبالغة في تأكيد الذات، والتضحية كقيمة تعبر عن المبالغة في نكران الذات)، ويسمح حضور هذه العلاقات بين القيم داخل النص الإعلامي بإثراء معانيه ومدلولاته، فالشيء يعرف بنقيضه¹ وقد طور عدد من الباحثين في السيميولوجيا هذه الأداة المنهجية في تحليل الرسائل الإعلامية على غرار المربع السيميوتيفي ل. غريماس (Greimas) الذي استلهمه من الدراسات الألسنية لمدرسة براغ وأيضا الأبحاث الأنثروبولوجية، حيث يسمح تطبيق هذا المربع بالكشف عن العلاقات بين القيم، فكما كانت علاقات التكامل والتضاد والتنافر بين القيم حاضرة في النص الإعلامي، كلما كان النص ثريا من الناحية القيمية². وقد أكد الدكتور عبد الرحمان عزي أنه ومن أجل الكشف عن التأثيرات الإيجابية والسلبية والمضامين الإعلامية يتم من خلال أداة التضاد الثنائي كأداة منهجية في الفكر الاجتماعي البنيوي للكشف عن التأثيرات من خلال مقابلة الإيجابي والسلبي³.

ومن خلال ما سبق توصلنا إلى تحديد مفهوم القيمة في الرسالة الإعلامية من خلال النقاط

التالية:

- القيم هي مختلف الدلالات والرموز والمعاني القادرة على تمثيل الواقع الاجتماعي والثقافي تمثلا كلياً أو جزئياً، والقادرة أيضا على الارتقاء بهذا الواقع، وكلما كانت قدرة الرسالة الإعلامية على

¹ Alain Rabatel : **Des conflits de valeurs et de points de vue en discours** , Semen [En ligne], 32 | 2011, mis en ligne le 01 octobre 2011, consulté le 28 juin 2016. URL : <http://semen.revues.org/9354>

² Joseph Courtés : **analyse sémiotique du discours**, Hachette , Paris, 1991, p152.

³ نصير بو علي: **الإعلام والقيم، قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي**، دار الهدى، الجزائر، 2005، ص55.

- التمثيل الواقع والارتقاء به أكثر، كلما كان الرسالة الإعلامية قيمية، وكلما كانت بعيدة عن هذا التمثيل والارتقاء، تكون الرسالة غير قيمية.
- القيم لا تملك دلالة خاصة بها إنما من خلال علاقتها ببعضها البعض من خلال حضور القيم التي تنتمي إلى نفس المجال، والتقابل بين القيم التي لا تنتمي إلى نفس التوجه (قيم التأكيد على الذات مقابل قيم التضحية بالذات من أجل الآخرين).
- القيم لا يمكن أن تكون سالبة، لأنه إذا كانت القيم هي ما نرتقي ونسمو به فلا يمكن أن تكون سالبة، وما هو سالب في المحتوى الإعلامي يعبر عن أمرين إما غياب القيمة، أو وجود نقيض للقيمة، فالعنف ليس قيمة وإنما هو نقيض للقيمة، والقيمة السالبة ليست سوى غياب لقيمة السلم والذي لا يعني بالضرورة وجود العنف.
- ثراء النص الإعلامي يكون بوجود القيم في حالتها الديناميكية وليست في حالتها الساكنة، أي ظهور أكثر من توجه أو رؤية قيمية ترتبط في ما بينها بعدة علاقات.

من خلال ما سبق يتضح أن مفهوم القيمة يختلف من تخصص إلى آخر حيث تكون الجماعة محل اهتمام علماء الاجتماع (قيم اجتماعية) أين يكون اكتساب القيمة في حدود المؤثرات الخارجية (الطبقة التي ينتمي لها، وضعه الاقتصادي...) وعلى ضوء معايير الجماعة بينما يكون الفرد محل اهتمام علماء النفس (قيم فردية) أين يكون اكتساب القيمة في حدود استعدادات الفرد وخصائصه السيكولوجية (مراحل نمو الفرد)، في حين يركز الإعلام على القيمة كرمز قادر على تمثيل الواقع الاجتماعي والثقافي للمتلقي والارتقاء به.

3.1 تحديد مفهوم القيمة حسب مصدرها:

إذا كان الخلاف حول مفهوم القيمة راجع لتعدد مجالات دراستها فإنه أيضا راجع لتقدير الباحثين لمصدر القيم، وبالتالي فإن السؤال الذي يجب أن نطرحه ما هو مصدر قيمنا؟ هل هو المجتمع والثقافة أم الفرد؟ وبالتالي هل يمكن قياس القيم على مستوى الوحدات الكبرى (المجتمع والثقافة) باعتبارهم مصدر قيمنا أم على مستوى الوحدات الصغرى الممثلة في الفرد باعتباره صانع القيمة. ويمكن تصنيف التعريفات التي تناولت مفهوم القيم حسب مصدرها إلى ثلاث توجهات: تعريفات تركز على المجتمع كمصدر

للقيمة، التعريفات التي تركز على الفرد كمصدر للقيمة، التعريفات التي تركز على المجتمع والفرد كمصدرين للقيمة.

❖ **التعريفات التي تركز على المجتمع كمصدر للقيمة:** بالرغم من تعدد التعريفات التي حاولت تقديم فهم للقيمة من خلال تحديد المجتمع كمصدر لها، إلا أننا سنركز على التوجهات البحثية التي قدمت أبعاد قيمية ومؤشرات لقياس القيمة على مستوى المجتمع، وبالتالي أصبحت نماذج لقياس التوجهات لكل مجتمع أو ثقافة.

• **مفهوم القيمة وأبعادها حسب نموذج فلورنس كولكهون Florence Kluckhohn:**

"عرف الباحث القيمة على أنها مفهوم متجذر في بعمق في مجموعة من الاستجابات الثقافية المنمّطة والمنظمة للتحديات البيئية الرئيسية التي تواجه البشر في كل زمان ومكان، والتي يمكن تحديدها على مستوى النسق الثقافي، وقد حدد التحديات البيئية في ثلاث إشكالات رئيسية يشترك فيها جميع الثقافات، غير أن الاستجابة لها تختلف من ثقافة إلى أخرى، حيث وضح الأبعاد القيمية التي طرحها الباحث في التساؤلات التالية¹:

- ما نظرة المجتمع للطبيعة البشرية؟ طبيعة شريرة أو طبيعة خيرة أو طبيعة محايدة.
- ما العلاقة المفضلة بين الإنسان وبيئته الطبيعية؟ هل هي علاقة خضوع لها أو علاقة سيطرة عليها أو علاقة انسجام؟
- ما هو نمط الشخصية المفضل لدى الأفراد؟ النمط الذي يؤكد على ما هو كائن أو النمط الذي يؤكد على ما سيكون أو النمط الذي يؤكد على العمل.
- ما هو الزمن الذي يجب أن يركز عليه الإنسان؟ التوجه نحو الماضي أو التوجه نحو الحاضر أو التوجه نحو المستقبل.

وبذلك يكون الباحث قد حدد القيم على أساس الإجابة عن الأسئلة الجوهرية السابقة باعتبارها حلول للمشاكل التي تعترضه والتي تحدد الاتجاه القيمي للفرد، والذي يكون غالبا تعبيراً عن الثقافة السائدة.

¹Michael D.Hills: **Kluckhohn and Strodtbeck's values orientation theory** ;Online readings in psychology and culture, p5. <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1040>

• مفهوم القيمة وأبعادها حسب هوسفيلد Hosfeld:

"حيث يعرف الباحث القيمة على أنها ميل أو توجه جماعي لتفضيل بعض الوضعيات على أخرى، وأن القيم ترتبط مع بعضها من خلال علاقات التضاد، وهذا التضاد هو مبدأ عالمي، كل ثقافة تختار قيم دون أخرى، وتظهر بشكل واعي وغير واعي، وقد الباحث نموذج حول الأبعاد القيمة في الثنائيات التالية"¹:

- **بعد المساواة والتراتبية:** أين تكون إدارة العلاقات بين أعضاء المجتمع إما بطرق عادلة أم تعسفية، تراتبية غير مشروعة، أم تراتبية مشروعة وهي الأقرب للمساواة.
- **بعد الفردانية والجماعية:** من خلال إعطاء قيمة لاستقلالية الفرد، بينما في المجتمعات التي لها ميول جماعية يدمج الفرد منذ ولادته ضمن مجموعة اجتماعية متناغمة ومتلاحمة حيث تكون الأولوية للجماعة على حساب الفرد.
- **بعد الأنوثة والذكورة:** لا يظهر بعد التمييز بين الأنوثة والذكورة في المجتمعات التي تعطي قيمة لأدوار الأفراد كمواطنين وكأفراد بغض النظر عن انتمائهم الجنسي، بينما تظهر قيم الأنوثة والذكورة في المجتمعات التي تعطي قيمة لأدوار النوع.

ويتضح من النماذج السابقة أنها تقدم القيم في شكل توجهات قيمية تعبر عن استجابة كل ثقافة للمشاكل البيئية التي تعيشه، وإن كان النموذج الأول ركز على علاقة الفرد بذاته وبالآخرين وبالمحيط وبالزمن، فإن نموذج الثاني ركز على علاقة الفرد بذاته وبغيره وبنوعه الاجتماعي (الذكورة والأنوثة).

❖ **التعريفات التي تعتبر الفرد كمصدر للقيمة:**

يمثل هذا الاتجاه علماء النفس في الثلاثينات والأربعينيات من القرن الحالي الذين ارجعوا القيم إلى دوافع واهتمامات فردية خاصة أبحاث Allport, AI اللذان اعتبرا أن القيم جملة من المنافع والاهتمامات والتفضيلات الشخصية، تنقسم حسب مصالح الأشخاص ودوافعهم الأساسية التالية: قيم اقتصادية أي الاهتمام بالفائدة والمنفعة المادية، قيم نظرية القائمة على اكتشاف الحقائق، قيم سياسية التي تركز على البحث عن السلطة، قيم جمالية القائمة على التناغم، قيم دينية أين يكون البحث عن التوحد مع العالم، قيم

¹ Tania Ogay : **Valeurs des sociétés et des individus, un état des lieux des modèles en psychologie interculturelle**, les cahiers internationaux de psychologie sociales, n°61, 2004 , p10.

اجتماعية أين يكون الهدف منها هو البحث عن حب الناس¹. واعتبر Triands القيم مصدرها الأحكام الشخصية أولاً، أحكام القيمة التي يصدرها الشخص عن الأشياء بناء على حاجته إليها أو منفعته أو ما تلبيه من ميول ورغبات، وشيء فشيئاً تتموضع القيم في الحياة الاجتماعية لتعمم وتصبح ذات طابع اجتماعي تنتقل من المجال السيكولوجي إلى المجال الاجتماعي². وقد حدد أبعاد القيمة على مستوى الفرد في الأبعاد التالية³:

- **بعد الفردانية الأفقية يقابله بعد الفردانية العمودية:** إدراك الفرد لذاته كشخص مستقل عن الآخرين ومساوي لهم في القيمة، وفي المقابل قد يكون إدراك الفرد لذاته كشخص مستقل لكن غير مساوي لهم من حيث القيمة.

- **بعد الجماعية الأفقية مقابل بعد الجماعية العمودية:** إدراك الفرد لذاته يكون بالاعتماد المتبادل بين الأفراد كأعضاء متساوين، يقابله إدراك الفرد لذاته بالتبادل مع الأشخاص حيث تحكمهم علاقة تراتبية⁴.

❖ **التعريفات التي تعتبر الفرد والمجتمع كمصدرين للقيمة:** هناك من الباحثين من يرى أن القيم مصدرها المجتمع ومصدرها أيضاً الفرد ومن بين أهم الباحثين الذين سلكوا هذا التوجه هما.

أ. **نموذج Shalom Schwartz:** اعتبر أن مصدر القيم هي حاجات الوجودية للفرد والتي تتحول إلى أهداف يسعى لتحقيقها، وقد عرف للقيم على أنها المفاهيم المرغوبة اجتماعياً، وتستخدم لتمثيل الأغراض وأهداف الأفراد على المستوى العقلي، بالإضافة إلى استخدام معجم لغوي للتعبير عن هذه الأهداف من خلال عمليات التفاعل الاجتماعي، وقد قدم نموذجاً دائرياً يعكس الأبعاد القيمة للأفراد والمجتمعات، حيث حدد هذه القيم في أربع محاور أساسية تربطها علاقات تقابل وتضاد وتكامل⁵:

• **قيم الانفتاح على التغيير:** والتي تعبر عن أهداف الاستقلالية، والرغبة في التجدد وتحقيق الإشباع الحسي وتظهر من خلال: قيم التحكم الذاتي، قيم الإثارة والتحفز، قيم المتعة.

¹Puente, Antonio: **Values of psychology and nonpsychology majors.** "Psychological reports, vol 59, n°2, 1986, pp 880-882.

²عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سابق، ص32.

³ Tania Ogay .Op.cit. p13.

⁵Shalom h.schwartz. Op.cit.

- قيم الاستمرارية: وهي القيم التي تضمن علاقات ثابتة مع البيئة ومع الآخر، واحترام الأفكار السائدة ومعايير الجماعة وتشمل: قيم التماثل الاجتماعي، تليها قيم الأمن وقيم التقاليد.
- قيم التوجه نحو الذات: هي القيم التي تركز على المنافع الشخصية والرغبة في التحكم والسيطرة والقدرة على التأثير وتحقيق الجاذبية الاجتماعية وتشمل: قيم النجاح وقيم السلطة.
- قيم تجاوز الذات (قيم التوجه نحو الآخرين): تتمثل هذه القيم في مراعاة الآخرين والعمل من أجل الصالح العام والحفاظ على التناسق والجماعية وهو ما عبر عنه بقيم اللطف التي تعكس توجهات نحو الأفراد المحيطين بالشخص، وقيم العالمية التي تعكس توجه الفرد نحو البيئة ونحو الآخر أيا كان لونه أو جنسه أو عرقه.

والملاحظ أن الباحث عرف القيم من خلال علاقات التضاد والتكامل والتقابل التي تربطها بباقي القيم وهو ما أعطى دينامية أكثر للتوجهات القيمية:

حيث نجد التوجه القيمي نحو الانفتاح على التغيير (ouverture au changement) والذي يظهر من خلال علاقات التكامل بين قيم (التحكم الذاتي، قيم الإثارة) وعلاقات التضاد مع التوجه القيمي نحو المحافظة أو قيم الاستمرارية (continuité) والتي تشمل القيم المتكاملة التالية (الأمن، التطابق الاجتماعي، التقاليد). نجد أيضا التوجه القيمي نحو تأكيد الذات (affirmation de soi) والتي تشمل قيم السلطة وقيم النجاح تتضاد مع التوجه القيمي نحو تجاوز الذات (dépassement de soi) والتي تشمل قيم العالمية، واللطف.

كما نجد أن قيم السلطة، النجاح، الإثارة، المتعة، التحكم الذاتي، تحكمها علاقات تكامل هي قيم نابعة عن دوافع وأغراض فردية أي الرغبة في تحقيق مصالح شخصية. خلافا لقيم اللطف، العالمية، التقاليد، التطابق تحكمها علاقات تكامل لأنها نابعة من الحاجة لملاحقة الصالح العام. قيم مبنية على كيفية التعامل مع اللائقين فنجد قيم مثل التطابق الاجتماعي، قيم التقاليد والأمن تقابلها قيم الإثارة والاستمتاع التحكم الذاتي العالمية اللطف غياب اللائقين والشك بينما قيمة النجاح القائمة التحكم في اللائقين.

ب. مفهوم القيمة حسب منظور روكيشميلتون Rokeach Milton:

اعتبر أن مصدر القيم هو الثقافة والمجتمع ومؤسساته والشخصية، وتعد القيم متغير تابع في دراسة الثقافات والمجتمعات ومتغير مستقل في دراسة السلوكيات والاتجاهات، يعرف روكيشميلتون القيمة بقوله "هي معتقد واحد ذو خط في الدوام يحمل في فحواه تفضيلاً شخصياً أو اجتماعياً، لغاية معينة من غايات الوجود، أو لضرب معين من ضروب السلوك الموصلة إلى هذه الغاية". وبناء على هذا التعريف صنف القيم إلى¹:

- **قيم وسائلية:** مرتبطة بأنماط السلوك (كيف يكون الشخص وكيف يتصرف) والتي قسمها بدوره إلى قيم أخلاقية كالشرف والشجاعة والطاعة والأدب والحب، وقيم الكفاءة كالطموح والاستقلالية والذكاء والمسؤولية.
 - **قيم غائية:** فقد قسمها إلى قيم التوجه الذاتي كالحياة والمريحة والحرية والسعادة واحترام الذات وقيم التوجه نحو الآخر كقيم السلام والمساواة والأمن².
- ❖ **ملاحظات حول مفهوم القيمة وأبعادها من حيث المصدر:**

إن الوقوف على تحديد مفهوم القيمة حسب مصدرها سمح لنا بالتوصل للملاحظات التالية:

- ✓ أن القيم هي محصلة لتفاعل خصائص المجتمع وثقافته ورغبات الفرد وأهدافه وخياراته، ولا يمكن للقيم أن تكون نتاج خالص لما تفرضه الثقافة أو ما يقرره الفرد.
- ✓ الوقوف عند الأبعاد القيمية التي يتبناها الأفراد والمجتمعات والثقافات، حيث يختار كل فرد وكل مجتمع التوجهات القيمية التي تتناسب مع ثقافته، فكل ثقافة نموذجها القيمي الذي تتبناه انطلاقاً من خصوصيتها. وإذا كانت وسائل الإعلام تعكس ثقافة الجهات التي تنتجها فمعناه أنها تعكس توجهاتها القيمية وأهدافها وحاجياتها وخياراتها التي قد لا تتناسب مع التوجهات القيمة لثقافة أخرى، وهو ما يفيدنا في تحديد التوجهات القيمية للرسائل الإعلامية التي تبثها برامج الأطفال، هل تحاكي خصائص وسمات الثقافة العربية واحتياجات الطفل العربي، أم أنها تنمهي مع

¹PierreValette–Florence : **Analyse structurelle comparative des composantes des systèmes de valeurs selon Kahle et Rokeach**, Recherche et Applications en Marketing, vol.3, n° 1 , 1988, p20.

توجهات قيمية لا تتناسب مع رؤيتنا؟ وهل نراعي في ما ننتجه وما نستورده ما يتفق مع أبعادنا القيمية ويستجيب لمشكلات بيئتنا المحلية أم أننا وقعنا فريسة للتجاذب بين أنماط قيمية متباينة وأحيانا متناقضة؟.

✓ أن هذه النماذج سمحت لنا بالوقوف عند جوانب مهمة من موضوعنا، فما دامت القيم كما ذكرنا سابقا لا تتضح سوى بعلاقتها بالقيم الأخرى، وما دام النص إعلامي ثراء مدلولاته وبنيتة القيمية تكون من خلال علاقات التقابل الايجابي والتقابل السلبي بين القيم، فإن هذه النماذج المتعددة الأبعاد زودتنا بأبعاد قيمية تظهر في حالتها الديناميكية وليست الساكنة وتسمح لنا بالكشف عن مدى ثراء النص الإعلامي بحضور هذه العلاقات أو انعدامها.

✓ هذه النماذج أيضا طرحت فكرة أنه لا وجود لقيم سلبية، وإنما تصبح القيم سلبية إذا كانت لا تتناسب مع سمات ثقافة ومع أهداف الفرد ورجباته واحتياجاته، وما هو قيم سلبية في مجتمع يكون قيم إيجابية في مجتمع آخر، وهو ما يتوافق مع التعريف الذي أشار إليه رجييه دبراي-كما ذكرنا سابقا- في قوله أن قيمة الرمز في النص الإعلامي تتحدد بمدى قدرته على تمثيل الواقع، وبالتالي فأهمية القيمة في النص الإعلامي تتحدد بمدى اقترابها أو ابتعادها عن النماذج القيمية التي تتبناها المجتمعات التي تتوجه لها الرسالة الإعلامية. وربما هذا سيسمح بالتعرف على الحوافز الكوابح القيمية التي تتضمنها الرسائل الإعلامية باعتبارها انعكاس لقيم وتوجهات المجتمع الذي ينتجها، والتي تسمح بإنعاش الاتصال أو تعطيله.

4.1 مفهوم القيمة حسب مؤشرات دراستها:

توصل (Shalom Schwartz) من خلال مراجعة تصورات الباحثين حول القيم أنها تعني أحد المعاني التالية¹: القيم عبارة عن معتقدات، القيم مرتبطة بأهداف مرغوبة تدفع للفعل، القيمة تجاوز للأفعال والوضعيات الخاصة على عكس الاتجاهات والمعايير ذات طابع ظرفي وتختلف باختلاف الوضعية، القيم التصور الكامن خلف المعايير لأنها تساعد على انتقاء وتقييم الأفعال والأشخاص والأحداث، وعلى أساسها يتخذ القرار حول ما هو جيد وما هو سيء، القيم تنتظم حسب الأهمية مما يجعلها تختلف عن الاتجاهات والسلوك، كل اتجاه أو سلوك يستلزم بالضرورة حضور أكثر من قيمة.

¹Shalom h.schwartz. Op.cit.

يتّضح من التعريفات السابقة أن الباحث في جرده للتعريفات حول القيم جعلها مرادفة لبعض المفاهيم كالمعتقدات، ومتباينة مختلفة عن مفاهيم أخرى كالاتجاهات والسلوكيات، ومحفزة ودافعة لمفاهيم كالأهداف والمعايير والسلوكيات والاتجاهات.

وبالتالي يمكن ضبط مفهوم القيمة من خلال مستويات ظهورها، والذي يسمح لنا بضبط مظاهر تجلي القيمة من جهة والفروقات بينها وبين المفاهيم المشابهة لها، والتي كثير ما تكون أحد مظاهرها وليست القيمة في حد ذاتها.

• **القيم كأخلاق:** ظهر مفهوم القيمة في بداياته الأولى كمرادف للأخلاق، ثم تطور وأصبحت الأخلاق تشكل أحد مظاهر القيم، ويتضح الفرق بين القيم والأخلاق من خلال تصنيف القيم إلى قيم غريزية وقيم أداتية، والقيم الغريزية هي القيم التي نلتزم بها بغض النظر عما تحققه من مغام أو تجره من خسائر وهي التي نطلق عليها مصطلح الأخلاق¹، فسلوك المرء الذي يعبر عن تقدير غريزي لقيمة سبق قبولها والالتزام بها إرادياً ثم تجسدت فيه كمبدأ إلزامي باطني، هذا السلوك نسميه سلوكاً أخلاقياً. أما القيم الأداتية هي القيم التي ندعمها لأنها تفيدنا بطريقة مباشرة فان حققنا مرادنا منها تختفي هذه القيم الغرائزية.

• **القيم كمعتقدات:** قسم ميلتون روكيش المعتقدات إلى ثلاث أنواع: معتقدات وصفية أو وجودية أي معتقدات تحمل حكم وجودي وتحدد ما هو خاطئ وصحيح، معتقدات تقييمية وهي المعتقدات التي نحكم من خلالها على الفعل أنه قبيح أو حسن، ومعتقدات تفضيلية نحكم من خلالها على موضوع الاعتقاد بأنه مرغوب أو غير مرغوب، وهذا النوع الثالث من المعتقدات هو ما نطلق عليه القيم، ويضيف ميلتون روكيش أن هذه القيم تتدخل في الفعل الإنساني كقواعد ومعايير تقوم بعقلنة المعتقدات والاتجاهات والأفعال²، وبالتالي الفرق بين القيم والمعتقدات من حيث التركيز على فعل العقلنة، لأن القيم هي عبارة عن تفضيلات مبررة (أخلاقياً أو عقلياً) خلافاً للمعتقدات التي قد لا تكون مبررة.

• **القيم كمعايير:** المعيار هو سلطة اجتماعية يخضع لها الفرد بعيداً عن أعين الرقباء، بحيث يؤثر في كثير من دوافعه وسلوكه وأفعاله، وهو مصطلح قياسي لتقدير الخطأ والصواب في سلوك

¹لورانس إ. هاريزون/صامويل. هنتجتون، مرجع سابق، ص 35.

²Deonchy Jean-Pierre. Op.cit. p246

الفرد، ويعرف (Shalom Schwartz) القيم على أنها التصور الكامن خلف المعايير¹، أما ميلتون روكيش فيذهب للتفريق بين المفهومين على اعتبار أن القيم ثابتة وعمومية وداخلية، خلافاً للمعايير الاجتماعية تكون خارجية ومرتبطة بوضعيات معينة ومحددة².

• **القيم كاهتمامات:** يعرف هاتشينسون القيمة من منظور الاهتمام بأنها شيء أو موضوع يسعى إليه الفرد بجدية نظراً لما يمثله من قيمة أو اهتمام³، ويرى بعض العلماء أن ظهور اهتمامات معينة لدى الفرد إنما يكشف عن بروز قيم معينة لديه، وأن الاهتمامات يمكن أن تتحول إلى قيم إذا كانت قادرة على تحقيق الذات⁴. إذا القيم هي اهتمامات تتصف بخاصية الالتزام بها وليست مجرد تفضيلات عارضة وظرفية.

• **القيم كاتجاهات:** يرى كانترل (Cantrell) أنّ القيم عبارة عن اتجاهات تقييمية، وذهب (Stagner) للتأكيد إن القيم تقويمات لاتجاهات متقاربة في حين يذهب (Bogardies) أنّ كلّ اتجاه مصحوب بقيمة، وإن كان الاتجاه قبولاً ورضاً كانت القيمة التي ترتبط به قيمة إيجابية، وإن كان الاتجاه إحجام ونفور وعدم قبول كانت القيمة سلبية⁵، بينما رفض ميلتون روكيش الترادف بين المفهومين واعتبر أنّ القيم هي معايير متعلمة تهيوّننا للفعل كما نفعل، وتتولد من نسق المعتقد المعرفي والنسق الوجداني كزوج مترابطين لا يمكن فصل بعضهما عن بعض. والاتجاهات ما هي إلا السطح، أو أكثر تحديداً تجليات هذه القيم الضمنية. وبالتالي فإن تصريحات الشخص، والأحكام التي يصدرها بشأن الآخرين والموضوعات التي يرغب بها ليست سوى الأمور التي تتكون منها القيم تجليات رمزية للقيم، مؤكداً أنّ القيم الضمنية نلمسها فقط هو توريث الفاعل في جملة مشاكل وبحثه عن الحلول المحتملة لما هو جدير بالإنسانية، نكون قد لمسنا القيم من خلال خياراتهم⁶، ويرى الباحث البريطاني أوينهيم بأنّ الاتجاه يتكون من مجموع الآراء المتراكمة عبر تاريخ الفرد نحو موضوع أو قضية ما، وبنبات هذا الاتجاه بعد مدة معينة، وبترباط الاتجاهات

¹Shalom h.schwartz. Op.cit

²Fatna Tabech : **l' influence de congruence des valeurs individuelles et de la culture organisationnelle sur l'engagement organisationnel affectif**, science de la gestion, mémoire du garde de maîtrise de science, université de Montréal, 2007, p11.

³علي عبد الحميد احمد، مرجع سابق، ص140

⁴عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سابق، ص38

⁵علي عبد الحميد احمد، مرجع سابق، ص139

⁶صراع القيم بين الشرق والغرب، ص153

تتكون في النهاية قيمة من القيم¹. يمكن القول أن الفرق بين القيم والاتجاهات هو فرق بين العام والخاص، حيث تعتبر القيم كتعميمات تتضح من خلالها الاتجاهات الفرد حيال موضوعات محددة.

- **القيم كدوافع:** يرى بتجستون أنه عندما تؤثر القيم في سلوك الفرد تؤدي به إلى اختيار بديل دون آخر فهي تعتبر كدافع، كما تعامل فيدرز مع القيم على أنها مرادفة ومكافئة للدوافع، فهو يعرف القيم على أنها بناء مترابط يتضمن الوجدان والموقف الحالي الذي يوجد فيه الفرد، وأنها تتكون مما يراه الفرد حسنا أو سيئا²، يرى (Shalom Schwartz) أن القيم ليست الدوافع وإنما هي القوة الكامنة وراء الدافع التي تسمح بالتحفيز لتحقيق الأهداف المرغوبة.³
- **القيم كحاجات:** ذهب كل من ماسلو وغولدستان (Maslaw, Goldstein) إلى اعتبار القيم كحاجات ذات بعد فيزيولوجي أو حسي، وترتبط الحاجات مع بعضها البعض من خلال سلم تراتبي حيث أن تحقيق الحاجات يؤدي إلى ظهور قيم جديدة،⁴ ويرى Schwartz أن القيم ليست الحاجات وإنما هي استجابة لحاجات وجودية أساسية والمتمثلة في الحاجات الفيزيولوجية، الحاجة للتفاعل، والحاجة إلى استمرار عمل الجماعة⁵. أما كل من Newcomb, Turner فقد اعتبر أن القيم هي أهداف واسعة جدا تضم جملة من الاتجاهات المنتظمة داخلها، الاتجاهات حالات معممة لجملة حوافز، الحوافز هي حالات موجهة نحو هدف تكتسب طاقتها من الحاجيات الحاجات هي أصل النشاط الإنساني⁶.
- **القيم كسلوكيات:** يعرف موريس "عالم القيم هو عالم السلوكيات التفضيلية" وقد صنف القيم إلى خلال القيم العاملة والتي يمكن الكشف عنها من خلال التفضيلات والقيم المتصورة كتصورات مثالية لما يجب أن يكون ويتم في ضوءها الحكم على الفعل والسلوك، والسلوك التفضيلي من خلال ما تثيره القيم من رغبة لدى الأفراد وتوجههم للوصول إلى أهدافهم⁷، وبالتالي فالباحث في

¹بوعطيط سفيان: **القيم الشخصية في ظل التغير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني**، دكتوراه علم النفس والعمل والتنظيم، جامعة

منتوري، قسنطينة، 2012/2011، ص73

²عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سابق، ص37.

³Shalom h.schwartz. . Op.cit

⁴Francyne Goyer-Michaud/Christian Debuyst : **vers une nouvelle conception des valeurs, apport de la psychologie à la criminologie des valeurs**, acta criminologica, vol6, n°1, 1973, p70

⁵Ibid.

⁶Hélene feertchak : **les motivations et les valeurs en psycho-sociologie**, Armand colin, Paris, 1996, p78.

⁷Francyne Goyer-Michaud/Christian Debuyst. Op.cit. p78.

مساواته بين القيم والسلوكيات لم يغفل أن القيم مفهوم أكثر تجريدا من السلوك فهي ليست مجرد سلوك تفضيلي، بل تشمل التصورات التي قام التفضيل على أساسها وهو ما أطلق عليه القيم المتصورة. وفي هذا الاتجاه يذهب الباحث (Shalom Schwartz) للربط بين القيم والسلوك من خلال المجالات التالية: أثناء تفعيل أو تنشيط القيمة، فكّما كانت القيمة مقبولة أي حضورها في الذهن يكون أسرع كلّما كان تفعيلها أسهل وكانت علاقتها بالسلوك أقوى، من خلال تحليل أساليب السلوك والموازنة بين الإجراءات الممكنة، تقييم الخيارات والبدائل، برمجة الأفعال أي التخطيط للوصول للهدف وهو ما يطلق عليه القصد السلوكي الذي يقاس عن طريق ما يظهره الشخص من نوايا أو عزم على الاشتغال بمسالك مختلفة بالنسبة لموضوع معين¹ وبالتالي يمكن دراسة القيم من خلال تنشيط القيمة أي ظهورها على مستوى الذهن في شكل أهداف مرغوبة، إظهار الموافقة أو المعارضة أو التفضيل من خلال الكلمة أو العمل، دراسة الجهود الممكنة لتحقيق الهدف تبعا للموقف، إظهار القصد السلوكي، القيام بالسلوكيات المتوافقة مع القيمة.

❖ ملاحظات حول مفهوم القيمة من حيث مؤشرات دراستها:

من خلال تتبع مفهوم القيم حسب مستويات ومؤشرات دراستها تمكنا من تسجيل الملاحظات التالية:

✓ أنّ الاتجاهات والدوافع والسلوكيات وغيرها من المفاهيم السابقة ليست القيم وإنما هي مظاهر تجلي القيمة باعتبار أنّ القيم هي القوة الكامنة خلف معتقدات الفرد وتفضيلاته ودوافعه وحاجياته وسلوكياته، ومعتقداته وآرائه واهتماماته ومعاييرها.

✓ أنّ القيم تصورات معيارية تشكل نسقا مرجعيا ثلاثي الأبعاد: فيعضها يشكل مثل عليا ونماذج متوخاة ونسق مثالي نطمح للموصول إليه ونرغب في معاشته، وبعضها تمثل مبادئ فعلية للسلوك تحيل إلى أساليب للفعل والتصرف، وبعضها معايير عملية توجد في عمق الحياة اليومية وفي السلوك والممارسة.

2. مفهوم القيم التربوية:

يعرفها Perron القيم التربوية على أنها عبارة عن مفاهيم وتصورات تظهر درجة الأهمية التي يعطيها الفرد لطرائق تواجده وأنماط تصرفه في محيطه التربوي، وقد حدّد الباحث الأهمية التي يعطيها

¹Shalom h.schwartz.. Op.cit.

الفرد لأشكال وجوده وتصرفه في القيم التالية: مكانة الفرد (مدى ما هو معروف، الشهرة، الشعبية التي يحظى بها الفرد)، الإنجاز (تجدد الفرد، الفعالية الشخصية، الاكتفاء الذاتي)، الجو العام (الثقة، القبول، الاحترام المتبادل) المخاطر (التحدي، الجرأة)، الحرية (تأكيد الذات، التحكم الذاتي) المشاركة (التعبير عن الرأي، التساؤل، تحديد طرق التعلم) الأمن (الهيكلة، تنظيم المهام، ثبات المحيط، ضمان النجاح).¹ من خلال تعريف الباحث سجلنا مجموعة من الملاحظات:

- **القيم التربوية قيم وسيلية:** حيث عرف الباحث القيم التربوية تعريفا مطابقا للقيم الوسيلية عند ميلتونروكيش من خلال تأكيده على كيفية التصرف وكيفية التواجد وضروب السلوك الممكنة، وبالتالي القيم لا تملك قيمة في ذاتها وإنما تكتسي أهميتها من قدرتها على تحقيق الغايات.
- **القيم التربوية هي قيم ناجعة:** القيم التربوية مرتبطة بالجانب المهاري، فتفعيل القيمة وتنشيطها يكون من خلال المهارات التي يتقنها الفرد انطلاقا من القيم التي يوليها أهمية، وهو ما أطلق عليه ميلتون روكيش بـقيم الكفاءة كأحد أبعاد القيم الوسيلية.
- **القيم التربوية هي قيم أخلاقية:** تعد القيم الأخلاقية حسب تصنيف روكيش البعد الثاني للقيم الوسيلية، فالوصول إلى الغايات يكون من خلال إتباع الوسائل المشروعة الموصلة لها، من خلال الإلزام بالمبدأ الأخلاقي بغض النظر عن ما تحققه أفعالنا من مكاسب أو ما تجره من خسائر، وهذا النوع يطلق عليه -كما رأينا سابقا- القيم الغريزية عند تناولنا مفهوم القيم كأخلاق.
- **القيم التربوية هي قيم علائقية:** حيث نلاحظ من خلال التعريف أن الباحث أظهر القيم في شكل توجهات قيمية، مرتبطة ببعضها البعض بطريقة علائقية، وقد دافع عن هذا الاتجاه الذي أعطى للقيم التربوية البعد العلائقي كل من **جون دوي ولي** **Jean Dewey et Lee** حيث تحول اعتبار القيم التربوية قيمة في ذاتها إلى اعتبارها علاقات تقوم بين الإنسان والموضوعات التي يرى أن لها قيمة، وأن هذه العلاقات تتضمن نوعا من الرأي في شيء أو شخص أو معنى كما أنها تتضمن شعورا أو اتجاها نحوه أو تفضيلا له²، وقد قدم الباحث **Perron** التوجهات القيمية على النحو التالي:

¹Bégin-Caouette, Olivier, Véronique Anger : Valeurs éducatives des enseignants: Comparaison entre les milieux alternatifs et réguliers au lendemain de la réforme québécoise de l'éducation de 1997, Revue canadienne de l'éducation, vol.34, n° 4 , 2011, p18.

²عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سابق، ص41.

- **قيم مرتبطة بالتوجه الذاتي:** قيمة مكانة الفرد، قيمة الإنجاز، قيمة الحرية التي ربطها الباحث بالاستقلالية والتحكم الذاتي. وهذا التوجه القيمي يتوافق مع الأبعاد القيمية التي اقترحها كل من (Hosfeld) من خلال بعد الفردانية، (Shalom Schwartz) من خلال بعد تأكيد الذات، من خلال قيم التوجه الذاتي، Triands من خلال بعد القيم الفردانية الأفقية والفردانية العمودية.
- **قيم مرتبطة بالتوجه نحو الآخرين:** والتي طرحها الباحث في تعريفه من خلال المشاركة مع الجماعة أو الاستقلال عنها أو من خلال الثقة والاحترام المتبادل بينها، وهي الأبعاد القيمية التي طرحها (Hosfeld) من خلال بعد المساواة والتراتبية، (Kluckhohn, Strodtbeck) من خلال التوجه نحو طبيعة الإنسان خيرة أو شريرة وما تطرحه من فرص للتعاون والثقة أو الفردانية والشك، أما (Allport) فقد قدمها من خلال القيم الاجتماعية، في حين قدمها (RokeachMilton) من خلال بعد التوجه نحو الآخرين، (Shalom Schwartz) من خلال بعد تجاوز الذات، Triands من خلال بعد الجماعة الأفقية والجماعية العمودية.
- **قيم التوجه نحو البيئة:** (نقصد بها ما يحيط بالفرد من أشياء كالمحيط الطبيعي والمحيط المشيد) من خلال قيم الجو العام الثقة والاحترام أو من خلال علاقة تسودها المغامرة من خلال قيم المخاطر أي التحدي والمنافسة مع الأشخاص أو الأشياء أو من خلال قيم المشاركة والأمن للتقليل من المخاطر. وهذا البعد طرحه (Kluckhohn) من خلال التوجه نحو الطبيعة، طرحه أيضا (Shalom Schwartz) من خلال فكرة القيم العالمية.

❖ التعريف الإجرائي للقيم التربوية:

مختلف التصورات والمفاهيم الناتجة عن تفاعل المحددات الاجتماعية والفردية، والتي تسمح بارتقاء الفرد في علاقته بذاته وعلاقته بالآخرين وعلاقته بالبيئة المحيطة به، وتظهر في شكل معتقدات، اهتمامات، اتجاهات، معايير، دوافع، حوافز، حاجات، آراء، قصد سلوكي، سلوكيات، مهارات عملية...

❖ تعريف إجرائي للقيم التربوية داخل النص الإعلامي:

مختلف العلاقات بين الرموز والمعاني والمدلولات التي تحملها الرسالة الإعلامية سواء كانت رموز إيقونية تشكيلية أو ألسنية، والتي تسعى لتمثيل الواقع والارتقاء به في ما يخص علاقة الفرد بذاته وبالآخرين وبالبيئة المحيطة به.

- **أبعاد القيم التربوية محل الدراسة:** والتي حددها في التوجهات التالية:
- أ. فئة القيم المرتبطة بالتوجه الذاتي: إنَّ تحديدنا لقيم التوجه الذاتي يحيلنا إلى ضرورة تحديد مفهوم الذات "والذي كان مفهوما محوريا في دراسات نفسية واجتماعية و غذي كتابات العيد من الباحثين، حيث تصب مختلف الرؤى في أن مفهوم الذات هو مجموعة من الصفات والسمات والقدرات والقيم التي تعتقد أن تحدد من نكون، أو هي الصورة التي نشكلها عن قدراتنا وخصائصنا، أو هي البنية المعرفية والقيمية للإنسان وما يصاحب هذه البنية من انفعالات وسلوكيات واتجاهات، هي عبارة عن نظام من التمثيلات الوصفية والتقييمية والمعيارية التي تحدد كيف يجب أن نشعر حول ذاتنا وكيف نوجه أفعالنا"¹. واختلف الباحثين في تناولهم للذات كمفهوم أحادي البعد أو كمفهوم متعدد الأبعاد، حيث يذهب (Rosenberg) إلى أن الذات مفهوم أحادي البعد وأنه يجب التفريق بين الشعور الذي يحمله كل شخص حول قيمته الذاتية كشخص، وبين التقييم الذي يمنحه الفرد لذاته في أكثر من مجال (المجال المهني، المعرفي...)، بينما يذهب كل من: (Oubrayrie, Lescarret) إلى أن الذات مفهوم متعدد الأبعاد ويشمل: الذات الاجتماعية والتي نعني بها تمثيلات الفرد وكفاياته في إدارة علاقته بالآخرين، الذات الانفعالية وتشمل مختلف التقييمات التي يحملها الفرد عن مهاراته في مجال التحكم في الانفعالات الايجابية والسلبية وكيفية إدارتها، الذات المهنية أو المدرسية والمتعلقة بتصوراته واتجاهاته حول انجازاته وقدراته في مجال العمل والدراسة، الذات الجسدية والتي تشمل مختلف التمثيلات التي يحملها الفرد عن مظهره الخارجي وقدراته الجسمية، والذات المستقبلية المرتبطة برؤية نفسه وتصورها في الحياة المستقبلية.² كما قامت الباحثة (Harter Susa) من خلال مقياس للتوجه الذاتي لطفل المرحلة المتوسطة (self-perception profile for children) بتقسيم الذات إلى مجالات مختلفة المظهر الخارجي، الجانب المدرسي، الجانب الرياضي، السلوك، المكانة بين الأقران، المظهر الخارجي، الذات الكلية. وقد أضافت أبعاد الصداقة الحميمة والكفاءة في العمل وعلاقات الحب في ما يخص شريحة المراهقين"³.

¹ Maintier Christine, Alaphilippe Daniel: **Validation d'un questionnaire d'auto-évaluation de Soi destiné aux enfants.** In:L'année psychologique. 2006 vol. 106, n°4. pp. 513-542.

² Oubrayrie N., Lescarret : **Le contrôle psychologique et l'évaluation de soi de l'enfance à l'adolescence.** In: Enfance, tome 49, n°3, 1996. pp. 390

³ Françoise Bariaud : **Le Self-perception profile for adolescents (SPPA) de S. Harter.** L'orientation scolaire et professionnelle, 35/2 | 2006, pp 282-295

انطلاقاً مما سبق فإن قيم التوجه الذات نعني بها مختلف والمفاهيم والتصورات والاتجاهات والمهارات التي تسمح بالارتقاء في علاقتنا بذاتنا. وحتى تسهل علينا عملية التحليل فقد قسمنا قيم التوجه الذاتي إلى قيم التوجه نحو الذات الجسمية، قيم التوجه نحو ذات الانفعالية، قيم التوجه نحو الذات الإنجازية. بينما استبعدنا قيم التوجه نحو الذات الاجتماعية والتي سيتم التطرق لها خلال قيم التوجه نحو الآخرين. وحتى نكون أكثر دقة ونتمكن من استخراج أبعاد ومؤشرات قيم التوجه الذاتي فقد تناولنا أبعاد قيم التوجه الذاتي على النحو التالي:

- **قيم التوجه نحو الذات الجسمية:** والتي نعني بها مختلف التمثلات والتصورات والاتجاهات والمهارات والسلوكيات الإيجابية التي تساعد الطفل في بناء علاقة سوية مع ذاته من حيث مظهره الخارجي، نموه الجسمي، قدراته الجسدية.
- **قيم التوجه نحو الذات الانفعالية:** مختلف التمثلات والتصورات التقييمية والمعيارية، بالإضافة إلى المهارات والسلوكيات العملية التي تسمح بتوجيه الطفل ومساعدته في إدارة انفعالاته الإيجابية والسلبية بطريقة ناجعة وفعالة.
- **قيم التوجه نحو الذات الإنجازية:** مختلف التصورات والمهارات والتقييمات والسلوكيات التي تساعد الطفل على تحقيق أهدافه وإنجازاته في مجال العمل والدراسة.
- **قيم التوجه نحو الذات الكلية:** هي مختلف التوجهات والتصورات والسلوكيات والمهارات التي تسمح وتشجع الطفل على تقبل ذاته والرضي عنها بغض النظر عن نجاحاته وإخفاقاته في مختلف المجالات.

ب. **فئة القيم المرتبطة بالتوجه نحو الآخرين:** وهي مختلف المفاهيم والتصورات والمعايير والأحكام والاتجاهات والتفضيلات التي ترتقي بعلاقة الفرد بالآخرين، وقد راعينا في اختيار البيئات الاجتماعية التي يتفاعل معها الطفل في مراحل نموه المختلفة حيث ينتقل من الاحتكاك بالبيئة المألوفة للطفل (الأسرة) نحو البيئات الاجتماعية الأكثر اتساعاً. من هذا المنطلق حصرنا قيم التوجه نحو الآخرين في الأبعاد التالية:

- **فئة القيم المرتبطة بالتوجه الأسري:** يعرف برجيس ولوك الأسرة: "جماعة من المتصلين اتحدوا برباط الزواج أو الدم أو التبني، يتفاعلون ويتصلون ببعضهم البعض من خلال قيامهم بأدوار

اجتماعية خاصة بكل واحد منهم ضمن ثقافة مشتركة يحافظون عليها¹. ونلاحظ أن التعريف قد شمل الأسرة النووية والممتدة. وعليه فإن قيم التوجه الأسري تعني مختلف المفاهيم والتصورات والسلوكيات والتفضيلات والاهتمامات التي تساعد على بناء علاقة إيجابية للطفل مع والديه وإخوته، ومختلف الأعضاء الذين تربطهم بهم صلة الدم.

- **قيم التوجه نحو الأقران:** مختلف المفاهيم والمعايير التصورات الاهتمامات والتفضيلات والسلوكيات التي تسمح بالارتقاء بعلاقة الطفل بالأقران، ونعني هنا الأقران من يتقاربون مع الطفل من حيث السن ومن تربطهم به علاقات، بغض النظر عن جنسهم ووضعهم الاجتماعي والاقتصادي، وقربهم المكاني (انتشار شبكات التواصل الاجتماعي جعلت متغير المسافة يسقط).
- **قيم التوجه نحو أفراد المجتمع:** هم مختلف الفئات والأعضاء الذين يتواجدون في المحيط ألعائقي للطفل سواء يتواصل معهم بشكل مستمر أو متقطع، وسواء كانوا في محيطه القريب أو البعيد.

ج. **قيم التوجه البيئي:** حدد مؤتمر سنكهولم الذي انعقد عام 1982 مفهوم البيئة على أنه كل شيء يحيط بالإنسان، وبناء على هذا المفهوم الواسع قام بتقسيم البيئة إلى عنصرين أساسيين: بيئة طبيعية وبيئة مشيدة وتتضمن الأخيرة البيئة الحضرية، البيئة الاجتماعية، البيئة الثقافية². وعليه فقيم التوجه نحو البيئة نعني بها تشجيع الطفل ومساعدته على فهم وتقدير العلاقات التي تربط الإنسان ببيئته والمساهمة في بناء اتجاهات وسلوكيات واهتمامات بيئية مسئولة نحو البيئة وقضاياها. وقد قسمنا قيم التوجه البيئي على النحو التالي:

- قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية.
- قيم التوجه نحو البيئة العلمية.
- قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية.
- قيم التوجه نحو البيئة الثقافية.

وقد أكدنا على البيئة العلمية والإعلامية والثقافية والطبيعية باعتبارها من البيئات المهمة للطفل حيث تحرص مختلف الوثائق والملتقيات على تأكيد دور الإعلام في تعزيز القيم البيئية الطبيعية والعلمية

¹ سميرة سطوطاح: الإشهار والطفل، دراسة تحليلية لأنماط الاتصالية داخل الأسرة من خلال الومضة الإشهارية وتأثيرها على سلوك الطفل، رسالة دكتوراه علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، ص 83.

² وليد رفيق العياصرة: التربية البيئية واستراتيجيات تدريسها، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 22.

والثقافية والإعلامية، بينما استثنينا البيئة الاجتماعية لكوننا تناولناها في قيم التوجه نحو الآخرين، كما حاولنا إظهار التقابل والتضاد بين ما هو طبيعي (بيئة طبيعية) وما هو مشيد (بيئة مصنعة) لتحقيق مبدأ الديناميكية الذي يحتاجه النص الإعلامي في بناء منظومته القيمية.

- **قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية:** تتألف البيئة الطبيعية من الأرض وما عليها وما حولها من ماء وهواء وما ينمو عليها من نباتات وضروب الحيوان وغيرها نموًا ووجودًا طبيعيًا سابقًا على تدخل الإنسان وتأثيره المقصود والغير مقصود في البيئة¹، وعليه فإننا نعني بقيم التوجه نحو البيئة الطبيعية مختلف التصورات والمفاهيم والتفضيلات والسلوكيات التي تسمح بتأسيس علاقة سوية وواعية للطفل مع مختلف مكونات البيئة الطبيعية.
- **قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية:** يعرف اندريا بريس البيئة الإعلامية في متغيرين: تكنولوجيا الاتصالات المستخدمة (كومبيوتر شخصي، صحف، تلفزيون...) والبيئة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تستخدم من خلالها هذه التقنيات مثل (كيفية توزيع ملكية المنافذ الإعلامية، كيفية استخدام الأفراد لها، النظم التي تؤثر فيها)². وعليه فقيم التوجه نحو البيئة الإعلامية تتمثل في تشجيع الطفل مع التعامل مع المعطى الإعلامي بطريقة نفعية ونقدية بما يتضمنه من تكنولوجيا اتصالية وفهم مختلف الأطر التي تشغل داخلها النظم الإعلامية.
- **قيم التوجه نحو البيئة العلمية:** قدم جون ميلر نائب رئيس أكاديمية العلوم بشيكاغو مفهوم قيم البيئة العلمية من خلال ثلاث متغيرات: القدرة على فهم بعض المصطلحات العلمية الأساسية، القدرة على فهم طبيعة التفكير العلمي، القدرة على تقييم انعكاس العلوم والتكنولوجيات على المجتمع، كما ركزت المنظمة العربية للتربية والثقافية والعلوم على عدة أبعاد للثقافة العلمية من بينها: التطوير النوعي لتفكير الفرد وتعميق قدرته الذاتية وتنمية الحس العلمي لديه³. ومن ثم فقيم التوجه نحو البيئة الإعلامية هي مختلف التصورات والمفاهيم والاهتمامات والسلوكيات التي تسمح بتنمية اتجاهات إيجابية للفرد نحو البيئة الإعلامية.

¹ مرجع سابق، ص 21.

² أندريابيرس/بروس وليامز: **البيئة الإعلامية الجديدة**: ترجمة: شويكار زكي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2012، ص 20.

³ محمد قنطرة: **إنتاج البرامج العلمية والتكنولوجية في الإذاعات والتلفزيونات العربية**، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس، 2000، ص 23.

• **قيم التوجه نحو البيئة الثقافية:** "إنّ مصطلح البيئة الثقافية له معان كثيرة جدًا في المباحث العلمية المختلفة والسياقات المتباينة، والملاحظ أنه كثيرا ما يستخدم للإشارة للمنتجات الفكرية والموسيقية والفنية والأدبية في المجتمع أي إلى الثقافة الرفيعة في المجتمع"¹، وإذا كانت البيئة الثقافية بهذا المعنى عبارة عن منتجات ثقافية، فإنّ هذا يدفعنا إلى مزيد من التدقيق والبحث في مفهوم المنتج الثقافي، "تعرف منظمة اليونسكو المنتج الثقافي على أنه مختلف الخدمات ذات الطابع الثقافي التي تدور حول نوعين من المنتجات: المنتج المادي ويشمل المباني والأماكن التاريخية والآثار والتحف، وما تكشفه الحفريات وتضمه المتاحف، دور العبادة ومختلف الأماكن الثقافية التي كانت من صنع الإنسان، والمنتج الغير المادي كأشكال التعبير، التقاليد الشفهية، الفنون الممارسات الاجتماعية، الطقوس، المناسبات الاحتفالية الحكايات"². وبالتالي فإنّ قيم التوجه نحو البيئة الثقافية هي مختلف التفضيلات والتوجهات والسلوكيات العملية التي تسمح بارتقاء الطفل وتفاعله مع البيئة الثقافية المحيطة به.

3. تعريف القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال:

يعرّف الدكتور مصطفى عمر الإعلام المتخصص على أنه "نمط إعلامي يتم عبر وسائل الإعلام المختلفة، ويعطي جلّ اهتماماته لمجال معين من مجالات المعرفة أو يتوجه إلى جمهور خاص، مستخدماً مختلف فنون الإعلام من كلمات وصور ورسوم وألوان وموسيقى ومؤثرات فنية أخرى، ويقوم معتمدا على المعلومات والحقائق والأفكار المتخصصة"³.

ويصنّف المنصف العياريومحمد عبد الكافي القنوات المتخصصة حسب أبرز المعطيات التالية⁴:

- قنوات تتوجه إلى جمهور مقسم حسب الشرائح العمرية، مثل قنوات الأطفال.
- قنوات تتوجه إلى جمهور مقسم حسب الجنس، كأن تتوجه قناة إلى جمهور المرأة.
- قنوات تتوجه إلى الجمهور حسب انتمائه الإيديولوجية والدينية.

¹لورانس إ. هاريزون/صامويل. هنتجتون: **الثقافات وقيم التقدم**، ترجمة: شوقي جلال، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط2، 2009، ص22.

²Laure juanchich : **tourisme et territoire : les apports du tourisme culturel au développement local**, master , institut d'études politiques de Lyon, 2007, p12

³ السيد أحمد مصطفى عمر : **الإعلام المتخصص دراسة وتطبيق**، الطبعة الثانية، الشارقة، 2002، ص 16 .

⁴المنصف العياري/محمد عبد الكافي: **القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة**، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006، ص11.

- قنوات تتخصّص في الاهتمام بهوايات الفرد أو أنشطته الفردية مثل الاهتمام بالرياضة أو الموسيقى أو الصيد.
 - قنوات ذات اتجاهات ثقافية وفنية، وتهتم بالمجالين الثقافي والفني بمفهومه الواسع.
 - قنوات إخبارية وتقتصر مهمتها على الأخبار، سواء من حيث إعلام الجمهور بكل المستجدات المحلية والدولية أو بتحليلها ومناقشتها والتعليق عليها.
- وفيما يخص القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال، علينا أن نقف على الفرق بين القنوات الناطقة بالعربية والتي لا تعود ملكيتها لدولة عربية والقنوات العربية أيضا التي قد تستخدم لغة بث أخرى.

❖ تعريف القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال إجرائيا:

هي القنوات التي تقدم مضمون متخصص موجه للطفل العربي بمختلف شرائحه العمرية، لغة بثها العربية، ذات ملكية عربية سواء كانت خاصة أو عمومية مفتوحة أو مشفرة.

4. تعريف برامج الأطفال:

إن برامج الأطفال ليس نوعا تلفزيونيا يحكمه جانب تقني بقدر ما هو صناعة تحكمها توجهات السوق ومحتوى ثقافي وفني تؤطره الرؤى الثقافية والتربوية لمؤسسات التنشئة الاجتماعية، لذلك يبدو من الطبيعي أن نتفهم اعتراف **George Fillioud** بقوله: "أنه يصعب تحديد ما هو برامج أطفال، لأن هناك أطراف متعددة تختلف رؤيتها لبرامج الأطفال، انطلاقا من موقعها وأدوارها وأهدافها المختلفة وأحيانا المتناقضة والخفية، فمفهوم برامج الأطفال يتلون بروى المبرمجين وانتظارات المعنّين، ومطالب التربويين والأباء، واحتياجات الأطفال"¹. ويحيلنا هذا التصريح إلى ملاحظتين أساسيتين:

✓ تقديم تعريفات فضفاضة لبرامج الأطفال على أنها المحتويات الموجهة للطفل بالتركيز على الفئة المستهدفة، حيث يفتقد هذا النوع من التعريف إلى المعايير التي يجب توفرها في برامج الأطفال، مما يضعف من محتواها.

✓ اختلاف التصورات حول جمهور الأطفال الذي تستهدفه القناة، وينعكس هذا التباين في بنية برامج الأطفال في التلفزيون ومحتوياتها وفقا للتصور السائد حول استعداداتهم العقلية والمعرفية.

¹Monique Dagnaud : **enfant, consommation et publicité télévisée**, les études de la documentation française, Paris, 2003, p75.

لذلك يقدم ولبر شرام تعريفاً يأخذ بعين الاعتبار خصوصية المرحلة العمرية" هي البرامج التي غالبا ما يكون أبطالها من عالم الحيوان أو شخصيات جذابة أو عرائس وفي بعض الأفلام، يقوم الأطفال أنفسهم بأداء أدوار هامة. وكل هذه الأفلام لها قالب قصصي وتمتاز بالحركة، وكثيرا ما تكون مليئة بالمواقف الفكاهية، والبرامج من هذا الطراز تملء فترة المشاهدة في السنوات التي تسبق الذهاب إلى المدرسة، بل وتستمر إلى ما بعد ذلك في المرحلة الابتدائية، لكن ما يكاد الطفل يستقر في المدرسة حتى يجد أمامه قائمة جديدة من البرامج:منوعات الأطفال، مغامرات للأطفال، القصص العلمية للأطفال، برامج الجريمة التمثيلية ذات المواقف¹. لذلك نجد أن بعض القنوات التلفزيونية المخصصة للطفل تتوجه إلى الشرائح العمرية التي تعتقد أنها تنتمي لمرحلة الطفولة وتصنف برامجها على هذا الأساس.

وبعد التعريف الذي قدمه بالمجلس الأعلى للسمعي البصري الفرنسي لبرامج الأطفال من أكثر التعريفات التي راعت الجوانب الأخلاقية في تعريفها لبرامج الأطفال "البرامج التي تراعي النمو الجسمي والنفسي والأخلاقي للطفل وتقدم له معلومات مفيدة في بناء رؤيته للعالم، وعلى المنشطين لهذه البرامج مراعاة خصوصية جمهور الأطفال وعدم استغلال قلة خبرتهم"²، وقدمت الباحثة ماريا بنوشوفا في مقال لها بعنوان أفلام من أجل الأطفال وأفلام عن الأطفال"عرفت أفلام الأطفال(كمجال من صناعة برامج الأطفال)على انه ذلك الفرع من صناعة الأفلام، الذي يوجه إنتاجه الفني إلى المشاهد الطفل، وقد تم تكيفها مع مراحل التطور المختلفة لإدراك الطفل، وأنّ المعيار الحاسم في الأطوار الفردية (الأشكال، المظاهر، الصور) هو امتلاك المشاهد لعدد من العوامل الذهنية والبيولوجية والفيزيولوجية والاجتماعية"³. المفيد في هذا التعريف تقديم برامج الأطفال كصناعة وكفن وكرسالة تربوية تراعي تطور المراحل العمرية للطفل.

¹ ويلبر شيرام وآخرون: التلفزيون وأثره في حياة أطفالنا، ترجمة: زكريا سيد حسن ، الدار المصرية للتأليف والترجمة، 1961، ص.ص

64 - 65

² Monique Dagnaud.. Op.cit. p75.

³ ماريا بنوشوفا: أفلام من أجل الأطفال وأفلام عن الأطفال، الطفل والتلفزيون، ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، ص82.

❖ التعريف الإجرائي لبرامج الأطفال:

هي مختلف المضامين الموجه للطفل، والتي تراعي مراحل نموه المعرفي النفسي والاجتماعي والأخلاقي والانفعالي، وتلبي احتياجاته وتعكس تطلعاته، وتحترم خصوصية الفئة العمرية للطفل.

5. مفهوم الطفل:

حددت الأمم المتحدة في وثيقة اتفاقية حقوق الطفل على أنه "كل إنسان لم يتجاوز سن الثامن عشر"، ويعرفها روبرت لافون (Robert Lafon) على أنها مرحلة من العمر تمتد من الولادة حتى البلوغ¹ والملاحظ أن التعريفات المقدمة تتسم بالعمومية وتفتقر إلى التحديد الدقيق لمفهوم الطفل، فهو ليس فقط مرحلة زمنية وليس مجرد معطى بيولوجي، بقدر ما يعبر عن بناء نفسي واجتماعي ومعرفي وأخلاقي وثقافي يتأسس من خلال مراحل عمرية لها خصوصيتها. وقد حاولنا رصد مفهوم الطفل ومراحل نموه من خلال تقسيمات الباحثين لشرائح الطفولة على النحو التالي:

▪ الطفل من منظور النمو المعرفي: يذهب جونيبياجيه (Jean Piaget) للقول أن الطفل هو كائن

معرفي يمر في مراحل نموه بالمستويات التالية²:

- المرحلة الحسية الحركية (من السنة الأولى إلى السنة الثانية).
- المرحلة ما قبل الإجرائية (من ثلاث سنوات حتى سن السابعة).
- المرحلة الإجرائية المحسوسة (من السابعة إلى الثانية عشر).
- المرحلة الإجرائية الصورية والتي تبدأ من سن الثالث عشر.

▪ من منظور النمو القيمي: يذهب جون بياجيه (Jean Piaget) للتأكيد على أن الطفولة من الناحية

الأخلاقية والقيمية تنقسم إلى مرحلتين³: مرحلة الأخلاق الواقعية لطفل ما قبل العاشرة، مرحلة

المسؤولية الذاتية لطفل ما بعد العاشرة. وقد استند الباحث لورنس كولبرج Lawrence Kolberg

¹ ابراهيم يحيوي/نور الدين جبالي: تأثير فضائيات الطفل على قيمهم الاجتماعية، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص26.

² ثناء بونس الضبع/ناصر فواد عيش: تنمية المفاهيم الدينية والخلقية والاجتماعية لدى الأطفال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011، ص125.

³ Jean Piaget : Le jugement moral chez l'enfant, cinquième édition, 1978, pp143-145.

على هذا التقسيم وقدم الطفل ككائن أخلاقي من خلال مرحلة ما قبل الأخلاقيات، الأخلاق التعاقدية¹.

▪ **الطفل من منظور النمو الاجتماعي:** "يعتبر الباحث إريك أريكسون (Erick Erikson) أن الطفولة هي مرحلة عمرية يتعرض فيها الطفل إلى مشاكل وضغوطات ويسمح له تجاوزها بالانتقال إلى المرحلة لاحقة من النمو، مستعيراً بذلك مفهوم الأزمة كمعنى إيجابي يسمح للطفل بالانتقال من مرحلة إلى أخرى بطريقة والوصول إلى مستوى أرقى من النضج، وقد صنف الطفولة ضمن المراحل التالية²:

- أزمة الثقة مقابل فقدان الثقة: تبدأ هذه المرحلة من الميلاد حتى عام.
- أزمة الاستقلال الذاتي مقابل الإحساس بالشك والخجل: تبدأ هذه المرحلة من سن الثانية إلى سن الثالثة.
- أزمة المبادرة مقابل الشعور بالذنب: تبدأ هذه المرحلة من السنة الثالثة حتى الخامسة.
- أزمة الاجتهاد مقابل الشعور بالنقص: تبدأ هذه المرحلة من سن السادسة إلى غاية سن الثانية عشر.
- أزمة الذاتية والهوية مقابل اضطراب الهوية: مع نهاية الطفولة تبدأ فترة المراهقة.

▪ **الطفل من منظور إعلامي:** يختلف فهم الطفل باختلاف أطراف العملية الإعلامية وكيفية رؤية الطفل باعتباره مشاهداً وفئة جماهيرية تستهدفها الرسائل الإعلامية، "حيث يرى مجلس الإذاعة والتلفزيون والاتصالات الكندي أنه ذلك الكائن الاجتماعي الذي تتراوح سنه ما بين عامين وإحدى عشرة سنة"³. تراه قناة سبائس تون أن سنهم يتراوح ما بين 3 سنوات إلى 18 سنة، قناة أجيال تراه بأنه المشاهد الذي يتراوح سنه ما بين 7 إلى 15 سنة، أما قناة Canal J الفرنسية فتري أنه الطفل الذي يتراوح عمره ما بين 3 إلى 13 عاماً، في حين تعتقد قنوات تلفزيونية أخرى وجدت من أجل الأطفال الرضع أمثال القناة الفرنسية BABY TV أن الطفل المشاهد يمكن أن يكون طفل أقل من 3 سنوات، غير أن تقرير الإدارة العامة للصحة (DGS) الصادر في 16 أبريل

¹Cloudine leleux : **théorie de développement moral chez Lawrence kolberg et ses critiques**, pour éducation post nationale, Bruxelles, édition de université Bruxelles.1997,p 126.

²صالح حسن الداھري: **مبادئ علم النفس الارتقائي ونظرياته**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008، ص183.

³نصر الدين العياضي: **مقدمة في نقد التلفزيون**، الأفق المشرقة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص269.

2008 أكد التقرير أنه لا يوجد دراسة إلى الوقت الحال تظهر أن برامج الأطفال تعود بالفائدة النفسية أو المعرفية على هذه الشريحة العمرية¹. حيث استثنى التقرير أن يكون الطفل مشاهد أقل من ثلاث سنوات.

وانطلاقاً من الطرح السابق يتضح أن مفهوم الطفل مفهوماً مركباً ومتعدد الأبعاد وأن تقسيمات هذه الشريحة تحكمها عدة متغيرات حاولنا ضبط بعضها، وإن كان هناك تصنيف عام متفق عليه ومعمول به وهو تقسيم الطفولة إلى مرحلة الرضاعة، مرحلة الطفولة المبكرة، مرحلة الطفولة المتوسطة، مرحلة الطفولة المتأخرة، فإن الاختلاف يبقى حول امتداد الزمني لكل مرحلة وهو ما حولنا تكييفه مع مراحل النمو النفسي والمعرفي والاجتماعي والقيمي والإعلامي للطفل.

❖ التعريف الإجرائي للطفل:

هو ذلك الكائن المعرفي، الاجتماعي، القيمي والثقافي الإعلامي، الذي تستهدفه المؤسسات الإعلامية وتوجه له مضامينها في إطار ما هو متاح لها قانونياً، في شكل كتل برمجية موجهة لجمهور أطفال المرحلة المبكرة أو ما قبل المدرسة (3-5) سنوات، أطفال المرحلة المتوسطة (6-11) سنوات، أطفال المرحلة المتأخرة (12-15) سنة.

6. المنهج المستخدم في الدراسة

يندرج موضوع البحث ضمن الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف ظاهرة معينة وتحديد طبيعتها وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف معين أو جماعة أو فرد معين، بهدف الوصول إلى معلومات دقيقة، حيث اتبعنا منهج تحليل المحتوى الذي يعد من أكثر لأساليب البحثية استخداماً من طرف الباحثين في ميدان الإعلام والاتصال، قدم الباحث (Luc Bonneville) تعريفاً شاملاً وموسعاً لتحليل المحتوى يجمع بين تقنيات التحليل المباشر وغير مباشر وتقنيات الكم والكيف حيث عرّف تحليل المحتوى على أنه "منهج وصفي يسمح بالتحليل المحتوى بطريقة نسقية مصدرها الإنتاج المكتوب والسمعي والمرئي، ويميز في هذا الاتجاه بين نوعين من التقنيات: تقنية تحليل المحتوى الكمي الذي يسمح بالكشف عن المحتوى الظاهر للمعطيات من خلال تقنيات التقسيم والترميز والعد والحساب، تقنية تحليل المحتوى الكيفي كنوع

¹ **L'environnement médiatique des jeunes de 0 à 18 ans que transmettons-vous à nous enfants ? Rapport au ministère délégué à la famille, à l'enfance et aux personnes handicapés** ; mai 2002 ,p42 ; retrieved 3 December 2015; from: www.unaf.fr/IMG/pdf/rapport_CIEM.pdf

من تحليل المحتوى الذي يسمح بالكشف عن الدلالات الخفية للمعطيات والمحتويات من مصادر الإنتاج السمعي والمرئي والمكتوب من خلال تقنيات التقسيم والترميز"¹.

وقد اعتبر هولستي "تحليل المحتوى كوسيلة للاستدلال على مختلف عناصر العملية الاتصالية، موضحة فيها تصميمات تحليل المحتوى والتي صنفها كما يلي"²:

- ✓ وصف خصائص الاتصال: حيث تندرج ضمنها بحوث تحليل المحتوى التي تصف اتجاهات محتوى الاتصال، وربطها بخصائص مصادر الإنتاج وخصائص المتلقي، والبحث عن أساليب تقديم المحتوى وهي البحوث التي تجيب عن سؤال ماذا؟ وكيف؟ لمن؟
- ✓ صنع استدالات عن ما هو سابق للاتصال: وتجب عن سؤال لماذا؟ ومن؟
- ✓ صنع استدالات عن تأثير الاتصال: تجيب عن سؤال بأي تأثير؟ من خلال البحث عن تأثير المحتوى في المقروئية، تحليل تدفق المعلومات، تخمين استجابات الاتصال"³.

من هذا المنطلق يمكن القول أن تحليل المحتوى منهج يسمح بالكشف عن المحتوى الظاهر للاتصال باستخدام تحليل المحتوى المباشر كعملية تسمح بتكميم المعطيات وحساب تكرار حضورها داخل المحتوى، والذي يتخذ شكل جداول تفسيرية يضع فيها الباحث كل الإحصائيات الخاصة بوحدات والاتجاهات التي تترجم الفئات المطروحة، وتحليل المحتوى الغير المباشر من خلال تحليل المعطيات الرقمية والاستدلال على المحتوى الكامن للاتصال.

وبإسقاط تصميمات بحوث المحتوى التي اقترحها هولستي يتضح أن دراستنا تندرج ضمن بحوث تصميم وصف خصائص الاتصال: وذلك من خلال البحث في القيم التربوية محل الدراسة وربطها بخصائص مصادر الإنتاج من جهة وخصائص المتلقي من جهة أخرى، وذلك بالبحث في أبعاد القيم التربوية حسب محتوى برامج الأطفال، حسب مصادر إنتاج المحتوى، وحسب الجمهور المستهدف من المحتوى، ثم البحث في الشكل الذي قدم فيه المحتوى.

¹Luc bonneville et autres : **introduction aux méthodes de recherche en communication**, Montréal, canada. 2007,p 205

²صفاء جبارة: **الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل**، دار لأسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2008، ص248.

7. أدوات جمع البيانات

تعتبر الأدوات التي تُعتمد لجمع البيانات الوسيلة الأساسية للحصول على المعطيات اللازمة للبحث، والتي تحقق أهدافه أيضا، ولهذا الغرض اعتمدت الباحثة جملة من التقنيات المنهجية والمتمثلة في: الملاحظة البسيطة، استمارة تحليل المضمون كأداة أساسية.

➤ **الملاحظة:** تعتبر الملاحظة من أهم الوسائل التي تستعمل لجمع المعلومات والحقائق اللازمة للبحث، وقد تم اعتماد هذه التقنية في مختلف مراحل البحث، والتي سمحت لنا بالتعرف خاصة على العينة الملائمة لإشكالية الدراسة وأهدافها في مختلف مراحل اختيارها (اختيار القنوات، اختيار الفترة الزمنية، اختيار المادة التي سيقع عليها التحليل).

➤ **استمارة تحليل المحتوى:** سمحت لنا أداة استمارة تحليل المحتوى بتفكيك النص الإعلامي إلى وحداته الأساسية في شكل فئات تحليل، من أجل حساب تكرارها وحضورها داخل النص الإعلامي وذلك بإتباع الخطوات التالية:

- تحديد وحدات التحليل.
- تحديد فئات التحليل.
- اختبار الصدق والثبات.

1. وحدات التحليل: وهي الوحدات التي يتم عليها العد أو القياس، وقد تم الاعتماد على الوحدات التالية:

- **وحدة المفردة:** وتتمثل في حلقة من البرامج التي بثت خلال المدة الزمنية للعينة، حيث يستخدم هذا النوع من وحدات التحليل في حالة تعدد مصادر المحتوى، وهو ما حصل في دراستنا حيث تتنوع عينة الدراسة بين رسوم متحركة وبرامج مسابقات وغيرها.
- **وحدة الفكرة:** والتي تعنى بجملة الأفكار التي يدور حولها الموضوع، قصد التعرف على القيم التربوية المتضمنة في برامج الأطفال محل الدراسة.
- **وحدة الشخصية:** والذي يسمح بالتعرف على الشخصيات داخل النص الإعلامي وضبط درجة تكرارها وأسلوب ظهورها.

2. فئات التحليل: إن تحليل المحتوى مرتبط أو قيمته تكمن في القدرة على ضبط فئاته، وذلك بتقسيم المحتوى إلى منظومة أفكار لها علاقة بإشكالية وأهداف الدراسة، وتجنب باقي الأفكار التي لا

تخدم تلك التوجهات، "وعليه لا توجد فئات نمطية مسبقة وصالحة لكل البحوث وإنما يتوقف اختيارها على إشكالية البحث وأهدافه"¹. يعرف **Bardin** فئات التحليل "مجموعة من الوحدات أكثر عمومية تشمل معنى مشترك أكثر اتساعاً والمقصود بها العناصر الرئيسية أو الثانوية التي يتم وضع وحدات التحليل فيها، والتي تصنف إلى نوعين رئيسيين: فئة محتوى الاتصال والتي تجيب عن سؤال ماذا قيل؟ وفئة شكل الاتصال تجيب عن سؤال كيف قيل؟"². انطلاقاً من التحليل المبدئي لعينة الدراسة تم تقسيم المعلومات وتصنيفها حسب ثلاث أقسام رئيسية:

• **القسم الأول:** الوصف البيبلوغرافي والذي تناولنا فيه الفئات التالية:

اسم البرنامج، عنوان الحلقة، رقم الحلقة، مدة الحلقة، ملخص عن الحلقة.

• **القسم الثاني:** وتضم فئات محتوى الاتصال:

- **فئة القيم:** وتتمثل في القيم التربوية محل الدراسة، حيث قسمنا القيم في شكل توجهات تقوم بين الشخص والموضوعات التي يرى أن لها قيمة، ترتبط هذه التوجهات القيمة ببعضها البعض بطريقة علائقية، لإظهار الجانب الديناميكي وعلاقات التقابل والتضاد والتكامل بين القيم، والذي يسمح بإثراء مدلولات النص الإعلامي وتكثيف حضور القيمة. وقد قسمناها كما هو موضح في الإطار المفاهيمي إلى ثلاث توجهات قيمة: قيم التوجه الذاتي، قيم التوجه نحو الآخرين، قيم التوجه نحو البيئة. وتضمن كل توجه أدرجنا القيم وأبعادها كما هو موضح في الشكل التالي:

¹Madleine Grawitz : **méthodes des sciences sociales**, troisième édition, Dalloz, 1976, p33.

²Christian Ieray: **l'analyse de contenu de la théorie à la pratique**, presse de l'université de Québec, p64.

جدول رقم 1: يوضح التوجهات القيمة محل الدراسة وما تتضمنه من أبعاد ومؤشرات:

مؤشراتها	أبعادها	التوجهات القيمة
<ul style="list-style-type: none"> - الاهتمام بالمظهر الخارجي - تكوين عادات غذائية ايجابية - الاهتمام بالنظافة الجسمية للطفل - المحافظة على السلامة الجسدية للطفل - توعية الطفل بمراحل نموه الجسمي - تشجيع الطفل على ممارسة الرياضة 	قيم التوجه نحو الذات الجسمية	
<ul style="list-style-type: none"> - تشجيع الطفل على التعبير عن المشاعر - التوعية بأهمية الاستمتاع والمرح - تعويد الطفل على التصرف بطريقة مقبولة اجتماعيا - تشجيع الطفل على تأجيل رغباته للوقت المناسب - التشجيع على التحكم في ردود أفعاله - مساعدة الطفل على تجاوز المخاوف 	قيم التوجه نحو الذات الانفعالية	
<ul style="list-style-type: none"> - تنمية ثقة الطفل في قدراته - إتباع الطرق الأخلاقية في تحقيق الأهداف - تشجيع المبادرة والانهماك في نشاطات جديدة - التشجيع الطفل على احترام خياراته الشخصية - الاعتماد على الذات في انجاز المهام - التعلم من الأخطاء - التدريب على التخطيط المسبق للأمور - توعية الطفل بأهمية الاستعانة بالآخرين 	قيم التوجه نحو الذات الإنجازية	
<ul style="list-style-type: none"> - تشجيع الطفل على تقبل شكله ووضعها الاجتماعي وقدراته 		

<ul style="list-style-type: none"> - عدم ربط احترام الطفل لذاته بتفوق في ميدان معين - تشجيع الطفل على التعريف بمختلف جوانب ذاته - تشجيع الطفل على عدم مقارنة ذاته بغيره - مساعدة على معرفة نقاط قوته وضعفه - تشجيع الطفل على الوعي بتميزه وفردانيته 	<p>قيم التوجه نحو الذات الكلية</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - أهمية طاعة الوالدين واحترامهما - إظهار الاحترام والتعظيم في المعاملة - ضرورة الالتزام بقواعد الأسرة - أهمية إظهار عواطف ايجابية نحو الأسرة - التعاون مع الإخوة وتجنب الصراع. - التوعية بأهمية الأسرة في حياة الطفل - التشجيع على زيارة الأقارب ومساندتهم 	<p>قيم التوجه نحو الأسرة</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - الوعي بمشاعر الآخرين واحتياجاتهم - المساندة وتقديم المساعدة للزملاء - التماس الأعذار والتسامح والعفو - تجنب الطفل التنافس البغيض - توعية الطفل بأهمية الصداقة - تعزيز العمل بروح الفريق - أهمية المشاركة في الأفكار والخبرات واللعب - إظهار المودة والاحترام للأقران 	<p>قيم التوجه نحو الأقران</p>	<p>قيم التوجه نحو الآخرين</p>
<ul style="list-style-type: none"> - العيش بسلام وأمن ووثام - نبذ التعصب والعنصرية والتحيز - قبول الاختلاف (جنس، لون، دين، عرق) - تقديم المصلحة العامة على المصلحة الشخصية - التطوع لخدمة الصالح العام - الانفتاح على الآخرين والاستفادة من تجاربهم 	<p>قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع</p>	

<ul style="list-style-type: none"> - تعريف الطفل بمكونات البيئة - تشجيع احترام الطفل لجميع المخلوقات - إثارة حساسية الطفل للمشكلات البيئية - تنمية التفهم للمصادر الطبيعية وطرق صيانتها واستغلالها - تنمية خبرات الطفل حول البيئة المحيطة به 	<p>قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية</p>	<p>قيم التوجه البيئي</p>
<ul style="list-style-type: none"> - التوعية بالآثار السلبية لوسائل الإعلام - تشجيع الطفل على ممارسة أنشطة أخرى - تشجيع الطفل على ترشيد استهلاكه لوسائل الإعلام - مهارات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال - فهم أخلاقيات العمل الإعلامي - 	<p>قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - تنمية الفضول العلمي وطرح الأسئلة - الأمانة العلمية - اعتماد الترتيب المنطقي والتسلسل في عرض المواقف العلمية - تشجيع الإبداع والاستكشاف - الربط بين المتغيرات بشكل علمي - التركيز على أكثر من بعد في فهم الظواهر - حب العلم واحترام العلماء - الابتعاد عن الخرافات 	<p>قيم التوجه نحو البيئة العلمية</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - توعية الطفل بأهمية الثقافة المحلية - تشجيع الاهتمام بأشكال متنوعة من الفنون - التشجيع على التعرف على الثقافات الأخرى - التشجيع على استخدام المنتج الثقافي المحلي 	<p>قيم التوجه نحو البيئة الثقافية</p>	

• **القسم الثالث:** الفئات الخاصة بالشكل، وتضم كلاً من الفئات الفرعية التالية:

أولاً: كيفية ظهور الشخصيات الرئيسية: ونعني بها مختلف السمات الخصائص التي تتميز بها الشخصيات الرئيسية وكيفية توظيفها داخل النص الإعلامي، وهي الشخصيات التي تحتل أكبر مجال زمني في البرنامج وتقوم بالدور المحوري فيها، وتتمثل في الشخصية البطل في الرسوم المتحركة والمسلسلات، مقدمي البرامج في الحصة، وأيضاً مقدم البرامج والمشاركين الدائمين في برامج المسابقات، حيث يكون حضورهم في مختلف حلقات البرنامج أو في معظمها. وتتضمن المؤشرات التالية:

- **جنس الشخصية الرئيسية:** ذكر أو أنثى أو الاثنين معا في حالة البطولة الجماعية؛ ويمكن تحديده من خلال ملامح الشخصية، اللباس، الصوت.
- **عمر الشخصيات الرئيسية:** طفل ما قبل المدرسة، طفل المرحلة المتوسطة، طفل المرحلة المتأخرة، شاب، كهل، شيخ، غير محدد، وجود أكثر من شريحة عمرية.
- **طبيعة الشخصيات الرئيسية:** إنسان، حيوان، شبح، جماد، نبات، وجود أكثر من نوع.
- **نوع البطولة:** بطولة فردية، بطولة ثنائية، بطولة جماعية.
- **الأسماء:** أسماء عربية، أسماء أجنبية، أسماء عربية وأجنبية.
- **اللباس:** لباس عربي، لباس أجنبي، لباس حسب الموضة.
- **الطبقة الاجتماعية للشخصيات الرئيسية:** كما ذكرنا في الفصل النظري فإن الطبقة الاجتماعية عبارة عن شرائح متباينة تُعرف من حيث مستوى حاجاتها، نوع المعيشة الخاصة بها، المادة التي ينصب عليها عملها، ونشاطها الاقتصادي، وقد حددنا مؤشرات التفرقة بينها حسب ملكية وسائل الإنتاج، واليد العاملة، إلى الفئات التالية:
- **انتماء الشخصيات الرئيسية للطبقة العليا:** أي انتمائها لجماعات تملك وسائل الإنتاج وتوظف الطبقات الأخرى في خدمتها.
- **انتماء الشخصيات الرئيسية للطبقة المتوسطة:** انتمائها للطبقات التي تملك وسائل الإنتاج لكنها لا توظف غيرها من الطبقات.
- **انتماء الشخصيات الرئيسية للطبقة الدنيا:** أي انتمائها للطبقة المحرومة من وسائل الإنتاج وتبيع قوة عملها.
- **انتماء الشخصيات الرئيسية لأكثر من طبقة:** في حالة وجود أكثر من شخصية رئيسية في البرنامج.

- الشريحة التي ينتمي إليها الشخصية الرئيسية: طفل الريف، طفل المدينة، طفل القرية، الانتماء لأكثر من شريحة.

- **ثانياً: طبيعة الوسائل التعبيرية المستخدمة:** أي الطرق والصفات ذات الجانب التقني والفني والتي تستخدم لعرض القيم ومضامين برامج الأطفال.

1. القالب الفني: ونعني به شكل أو نمط المادة الإعلامية التلفزيونية أو الهيكل البنائي الذي عرضت به المادة التلفزيونية. ونظراً لتلاشي الحدود بين الأنواع التلفزيونية المعروفة والتي أفرزت أنواعاً وقوالب هجينة عصية عن التصنيف، حاولنا تصنيف المحتوى محل الدراسة ضمن القوالب التالية:

1.1 مسلسلات وأفلام الرسوم المتحركة: وهي البرامج التي تقوم على تحريك الرسوم الثابتة، تعرض في شكل حلقات متسلسلة بطريقة دورية سواء كانت يومية أو أسبوعية، أما أفلام الرسوم المتحركة فهي التي تكتمل فيه قصة الفيلم في حلقة واحدة.

2.1 المسلسلات التلفزيونية: حلقات تمثيلية يقوم بها شخصيات حقيقية (ممثلين) تتم فيشكل متتابع بحيث أن كل حلقة مرتبطة بالأخرى، وقد تضم حلقات منفصلة تعالج كل منها موضوعاً مستقلاً لكن جميعها تدور حول فكرة واحدة.

وتوظف المسلسلات والأفلام الكرتونية أو التلفزيونية الوجهة للطفل في بناء مواضيعها أحد الأساليب التالية كأسلوب غالب:

- **المغامرة:** هي البرامج التي تقوم فيها الشخصيات بمغامرات وتواجه مشاكل وأحداث وتتعرض إلى مشاكل وتحاول التوصل إلى حلول.
- **الكوميديا:** هي البرامج التي تعتمد على تشويه الأشكال والهيئات (مثل عينين كبيرتين، فم كبير، أنف كبير) في حالة الرسوم المتحركة من أجل إضفاء الطرافة، والاعتماد على المبالغة الهزلية في ردود أفعال الشخصيات (المبالغة في الضحك، الغضب). وإظهار أفكار وسلوكيات مناقضة للسلوك العام والانتصار للشيء الغير مألوف لإثارة الضحك وتحقيق المتعة.

- **حركة:** وهي البرامج التي يغلب عليها الحركة وسرعة الإيقاع سواء من على مستوى أفعال الشخصيات الرئيسية (سرعة التنقل، سرعة الأفعال..) أو من خلال التسريع في الموسيقى واستخدام المؤثرات الصوتية التي تسرع من إيقاع البرنامج
- **الدراما:** هي البرامج التي تظم حبكة وتصعيدا للأحداث والصراع، ثم الوصول إلى حل.
- **الفتازيا والخيال العلمي:** وهي التي تكون شخوصها عادة عبارة عن دمي أو شخصيات حقيقية لها قدرات خارقة تقترح عوالم مغايرة للواقع مثل السماء والأرض والجحيم والكواكب والقفر نحو المستقبل، كما تقدم مادة علمية غير مثبتة علميا في شكل فانتازي متعلق بالاختراعات والاكتشافات.

3.1 الوثائقيات وأشرطة علمية: عرض مشاهد ووقائع حقيقية من أجل إيصال رسالة محددة بالاعتماد على شواهد بصرية أي أدلة واقعية وملموسة.

4.1 المجلة التلفزيونية: تعرض فقرات متنوعة مختلفة تهم الأطفال وتستقبل اتصالات الجمهور وتقدم مواهب وأعمال وأنشطة للأطفال.

5.1 البرامج الحوارية: وهي البرامج التي يتم فيها استضافة شخصيات مهمة لها دور اجتماعي فاعل أو تكتسب قاعدة جماهيرية كبيرة (نجوم الرياضة، الغناء..) أو أشخاص عاديين يريدون التعبير عن تجربتهم الحياتية.

6.1 برامج المسابقات: تكون على شكل شاب وشابة أو الاثنين معا أو مجموعة من الأطفال يقومون بطرح أسئلة على الجمهور، أو التعرف على أنشطة الأطفال أو آرائهم حول قضية معينة وذلك خلف الشاشة أو داخل الاستديو. والتي تكون إما نوع هجين يضم جانب من المسابقات بين المشتركين، وتجارب أداء، عروض مباشرة، ومناخ علائقي غير مألوف (تواجد المشتركين في مكان واحد تحت عيون الكاميرا خلال مدة البرنامج) متابعة حية يومية لحياة المشتركين.

7.1 تحريك الدمى: هو شبيه إلى حد كبير بالشكل الأول للعب للأطفال حيث يتم التعامل مع اللعب غير الحية، كما لو أنها كانت على قيد الحياة وتغيير وظائف الأشياء (استخدام العصا كبنديقية، حمل الوسادة كطفل) والعمل على إحيائها وتحريكها، وتغيير وظائف الأشياء وتحريكها والإيهام بإحيائها والتكلم من خلالها، وتعتمد على شكل الدمية، شخصيتها الصوتية، المهارة في تحريكها.

2. الموسيقى والمؤثرات الصوتية: هي أصوات مصطنعة تضاف لتعزيز محتوى البرامج من الناحية الفنية:

1.2 الموسيقى: هو لحن يكون على آلة موسيقية، ويتخذ أحد الأشكال التالية:

- **موسيقى تصويرية:** لحن يتكرر دائما بشكل متزامن مع وجود شخصية معينة أو مرتبط بمكان محدد أو بنشاط معين بحيث بمجرد سماع الموسيقى يستحضر المشاهد الشخصيات أو الأماكن أو الأنشطة.
- **موسيقى مواقف:** هو لحن يدل على موقف درامي معين: حزن، فرح، غضب.
- **موسيقى خلفية:** موسيقى مرافقة للمشاهد عامة.

2.2 الأصوات: وتكون إما أصوات طبيعية صادرة عن الحيوانات أو أصوات الطبيعة كخرير المياه أو صوت الريح أو أصوات مصطنعة كأصوات السيارات والآلات.

3.2 أغاني: وتكون إما أغاني تميز الفقرات وتعلن عن بدئها، أغاني متجددة تبعا لموضوع الحلقة، الاثنين معا، وقد لا يكون هناك أغاني.

3. مدة الحلقة: قصيرة أي أقل من 15 دقيقة، متوسطة من 15 إلى 30 دقيقة، طويلة أكثر من 30 دقيقة.

4. التقطيعات: أي وجود تقطيعات كثيرة، تقطيعات متوسطة أو تقطيعات قليلة.

5. فئة الأدوات الإيضاحية المساعدة على الفهم: وهي الأدوات المساعدة التي تسمح بفهم أفضل للمضمون المقدم:

- ملخص عن الحلقة(تقديم ملخص عن الحلقة الماضية ليتمكن المشاهد من ربطها بأحداث الحلقة الموالية).
- طرح أسئلة عن سير الأحداث.
- تقديم عناوين جزئية خاصة بكل حلقة أو فقرة.
- تقديم المغزى من البرنامج.
- مخاطبة المتلقي والتفاعل معه.
- التكرار(تكرار العبارات أو الكلمات المهمة).

- التعريف ببعض الشخصيات من حيث أسمائها وسلوكياتها.

ثالثًا: أسلوب تقديم القيمة: أي الطريقة التي يتم بها عرض القيمة والتي أشرنا إليها في الفصول النظرية:

- تبسيط القيمة: وذلك بتفكيكها إلى مجموعة من الأفكار والسلوكيات والاتجاهات التي تعبر عنها.
- إظهار النتائج المترتبة عن الالتزام بالقيمة أو التخلي عنها.
- تقديم القيمة بشكل عياني ومحدود: أي تقديم القيمة بشكل محسوس وملاحظ من خلال موقف محدد (مساعدة عجوز في عبور الطريقة مثلًا كقيمة).
- إظهار نماذج تمارس هذه القيم.
- اعتماد أسلوب الوعظ والإرشاد: تأكيد ضرورة الالتزام بالقيمة من خلال خطاب مباشر موجه للطفل.
- تقديم القيمة في شكل معضلة أخلاقية: عبر تعريض الطفل إلى قيمتين متناقضتين، والتوصل إلى اختيار أحدهما مع ذكر المبررات.
- تقديم القيمة بطريقة أكثر شمولًا: (عدم الحديث عن الصدق مع الوالدين وإنما تقديم الصدق كقيمة عامة نتعامل بها مع كل الأفراد).

8. اختبار صدق وثبات التحليل

تعرف مادلين غراوتش ثبات التحليل: "هو وسيلة قياس إذا استعملت من طرف باحثين آخرين وفي نفس الظروف تعطي نفس النتائج".¹ وحتى نختبر مدى صلاحية استمارة تحليل المحتوى كأداة للقياس قمنا بالخطوات التالية:

- إعداد استمارة أولية بما يتفق ومشكلة الدراسة وأهدافها، وتطبيقها على مفردات من عينة الدراسة لاختبار مدى ملائمة فئاتها للمحتوى الإعلامي المدروس.
- إعداد بطاقة تضم التعريفات الإجرائية لفئات ووحدات التحليل.
- عرضها على مجموعة من المحكمين (بلغ عددهم أربعة) لهم اهتمامات بحثية بتحليل المحتوى وبموضوع الدراسة، وطلب منهم وضع كلمة (غير موافق) على التعريفات غير الصحيحة، وضع

¹Madleine Grawitz. Op.cit, p34.

علامة (تحتاج للتعديل) على التعريفات التي تحتاج إلى تعديل، وعلامة (موافق) على التعريفات الصحيحة.

وللتحقق من ثبات الاستمارة وصلاحيتها كأداة قياس طبقنا معادلة الثبات التالية¹:

$$\diamond \text{ معادلة الثبات: } (ن \times م) \div (1ن + 2ن + 3ن + 4ن)$$

- ن: عدد الرمزين أو المحكمين.
- م: عدد الفئات التي اتفق حولها المحكمون.
- ن1: عدد الفئات المحكمة من طرف المحلل الأول.
- ن2: عدد الفئات المحكمة من طرف المحلل الثاني.
- ن3: عدد الفئات المحكمة من طرف المحلل الثالث.
- ن4: عدد الفئات المحكمة من طرف المحكم الرابع.

وعليه قمنا بتطبيق هذه المعادلة لقياس ثبات التحليل على النحو التالي:

$$\blacktriangleright \text{ معادلة الثبات: } (50 \times 4) \div (60 + 60 + 60 + 60) = 0.83.$$

وبالتالي فاستمارة تحليل المحتوى صالحة للقياس بمعامل ثبات بلغ 0.83، "حيث تنحصر صلاحية معامل الثبات ما بين 0.65 و 0.90 وما دون ذلك ينبغي على الباحث إعادة النظر في فئاته وعناصره"².

9. عينة الدراسة

يشكل موضوع اختيار العينة للبحث جزءاً أساسياً من منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، لأنها القاعدة التي تبنى عليها البحوث، وبالتالي تعطي مصداقية لنتائج البحث، تتضمن معظم تحليلات وسائل

¹ يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج كوم - للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2007،

ص119.

² المرجع نفسه، ص123.

الإعلام التعيين المتعدد المراحل، "حيث يؤكد برغسون أن اختيار العينة الخاصة بتحليل المحتوى تكون على ثلاث مراحل: عينة المصدر، عينة الفترة الزمنية، عينة المحتوى الذي وقع عليه الاختيار"¹.

نظرا لضخامة مجتمع البحث وسعته لدرجة يصعب علينا القيام بدراسة كل الوحدات المكونة له والمتمثلة في عدد كبير من القنوات العربية المتخصصة في إعلام الطفل وما تتضمنه من برامج يصعب علينا حصرها، فقد اعتمدنا في إجراء دراستنا على اختبار عينة تمثل مجتمع البحث الأصلي، لهذا ارتأينا اختيار العينة المتعددة المراحل وذلك على 3 ثلاث مستويات:

- المرحلة الأولى: عينة مصادر المضمون.
- المرحلة الثانية: اختيار الفترة الزمنية.
- المرحلة الثالثة: اختيار مفردات العينة.

أولاً: المستوى الخاص بالمصدر: تم اختيار قناة الجزيرة للأطفال، وقناة MBC3 بالنظر إلى الاعتبارات التالية:

- فئتين تتمتعان بشهرة كبيرة لكونهما نتاج تجربة للتوسع الأفقي التي قامت به كل من شبكة الجزيرة وتلفزيون الشرق الأوسط، واستفادتا بالتالي من القاعدة الجماهيرية للقنوات الأم، "حيث تعتبر شبكة MBC من أكثر 10 القنوات العربية شعبية في العالم العربي"²، كما تصدرت قناة الجزيرة قائمة القنوات الأكثر مشاهدة في الشرق الأوسط وفي شمال إفريقيا، وقد جاءت هذه النتائج في دراستين منفصلتين قامت بهما شركتا الأبحاث الدوليتين "ابسوس وسيغما"³.
- موجهتان لمختلف الشرائح العمرية للطفل حسب ما أوردته القنوات على موقعهما الإلكتروني، حيث توجه قناة أم بي سي 3 برامجهما لجمهور الأطفال من 3 سنوات إلى 13، أما قناة الجزيرة للأطفال فتضم كل من قناة براعم الموجهة للفئة العمرية من سنتين إلى 6 سنوات، وتلفزيون جيم من 7 سنوات إلى 15 سنة، من خلال تفحصنا للشبكة البرمجية لتلفزيون جيم، لاحظنا أن القناة

¹Madleine Grawitz.. Op.cit.p654.

² أكثر 10 قنوات عربية شعبية على اليوتيوب، موقع رصيف، 2014/8/28
/http://raseef22.com/technology/2014/08/28

³ إيسوس وسيغما تؤكدان: الجزيرة الأكثر مشاهدة عربياً، موقع الجزيرة، 2013/6/4
<http://www.aljazeera.net/news/arabic/2013/6/4/>

تثبت نفس البرامج التي تقدمها قناة براعم الموجهة للطفل ما قبل المدرسة، بالإضافة إلى البرامج موجهة إلى الشرائح العمرية الأخرى، وبالتالي اكتفينا بتلفزيون جيم كقناة ممثلة للجزيرة للأطفال واستبعدنا قناة براعم.

- تقدّمنا أشكال برامجية مختلفة وتقومان بإنتاج العديد من البرامج التلفزيونية، حيث تنتج قناة تلفزيون جيم 40% من البرامج في استوديوهاتها، كما قدمت قناة mbc3 العديد من البرامج من إنتاجها مثل عيش سفاري وبنات وبس....
- تتيحان منصات للتفاعل مع جماهيرهما من خلال موقعهما الرسمي أو برامجهما المباشرة أو من خلال موقعهما الإلكتروني، وتشهدان متابعة على صفحات الفايسبوك، حيث وصل عدد المتابعين لقناة mbc3 8 ملايين معجب. ومتابعي تلفزيون جيم إلى 668546 معجب، و8 مليون زائر لموقعها الإلكتروني من المملكة العربية السعودية، 3 ملايين من الجزائر.
- انتماء قناة تلفزيون جيم للقطاع العمومي و mbc3 للقطاع الخاص، تشير قناة تلفزيون جيم مع بداية أبريل وبالتالي اعتماد قناة تلفزيون جيم البث المشفر، واعتماد قناة mbc3 البث المفتوح، مما يقدم تمثيلا أفضل للعينة من حيث طبيعة الملكية، ونوع البث.
- توقيع القنوات عينة الدراسة شراكات مع علامات تجارية عالمية متخصصة في إنتاج برامج الأطفال، حيث وقّع تلفزيون جيم شراكة مع شبكة bbc وشركة والت ديزني، ووقعت mbc3 شراكة نيكلوديون وسابقا مع شركة والت ديزني، مما يجعل القنوات مجالاً لبث برامج عالمية باتجاهاتها المختلفة (الاتجاه الأنغلو ساكسوني الذي يركز على برامج تركز على الجانب التعليمي والتربوي، والاتجاه الأمريكي الذي يركز على الجانب الترفيهي والتعليم الغير مباشر).

ثانياً: مستوى الفترة الزمنية لاختيار العينة:

تم اختيار البرامج التي تبث خلال الفترة الممتدة من 23 فيفري إلى غاية 11 افريل، وقد حددنا فترة زمنية افتراضية وذلك نظراً لعدم اعتماد القنوات المتخصصة على دورات برامجية واضحة كما هو حاصل في القنوات الجامعة، "حيث جرت العادة على تمشي التلفزيون العام مع إيقاع الفصول الأربعة، خلافاً للاتجاه الحالي الذي يسلك سبيل إيقاع مطرد متواصل، كما انه لم يعد يوجد سوى فصل واحد يتميز ببضع لحظات مكثفة"¹، هذه اللحظات المكثفة للبرمجة تظهر في قنوات الأطفال العربية في الفترات

¹لورينزو فيلشس: التلفزيون في الحياة اليومية، ترجمة: وجيه سمعان عبد المسيح، المجلس الأعلى للثقافة، المغرب، 2000، ص153.

الاستثنائية (شهر رمضان، العطلة الصيفية، الدخول المدرسي) أين تتغير البرامج المقدمة في هذه الفترات لذلك وتجنباً للتحيز اخترنا فترة خارج الدورات الاستثنائية.

ونظراً لصعوبة إجراء مسح شامل لمختلف البرامج على مدار 7 أسابيع، واعتماد القناتين على نظام البث الكامل على مدار 24 ساعة، فقد اعتمدنا عينة الأسبوع الصناعي والمتمثل باختيار يوم واحد من كل أسبوع، وهذا ما يسمح بإعطاء فرص متساوية لجميع مفردات العينة حتى تخضع لعملية التحليل"

ونظراً للإعادة المستمرة للبرامج واتساع الحجم الساعي للبث، مما يصعب مسح جميع مفردات العينة، واعتماد القناتين استراتيجية الكتل البرمجية الموجهة للشرائح عمرية معينة والتي تكون لفئة أطفال ما قبل المدرسة صباحاً، وفئة الطفولة المتوسطة ظهراً وفئة الطفولة المتأخرة مساءً، فقد تم اختيار ساعتين من كل يوم بشكل متتابع، حتى يتم تغطية مختلف الفترات الزمنية للبث ومختلف الشرائح العمرية الموجه لها الرسالة الإعلامية، وحرصنا مختلف البرامج التي تبث خلال هذه الفترة، مع مراعاة أن يكون بثها دوري وبشكل منتظم سواء كان يومي أو أسبوعي لأن الطفل يتابع البرامج أكثر التي تكون لها مواعيد محددة تعرض فيها بصفة منتظمة على شكل سلاسل متتابعة أو حلقات مستقلة كالأفلام أو المسرحيات، أن يكون وقت البث من 7 صباحاً حتى 9 ليلاً وهيا الفترة المرجحة التي قد يتابع فيها الأطفال ما قبل المدرسة والمتوسطة والمتأخرة عادة البرامج، وتحصلنا على 61 حلقة، موزعة على النحو التالي:

جدول رقم 2: يوضح أسماء البرامج عينة الدراسة وتوزيعها حسب الأيام وتوقيت البث:

اليوم وتاريخ العرض	وقت العرض	البرامج في أم.بي.سي 3	البرامج في تلفزيون جيم
الثلاثاء: 2016/3/1	9:00 – 7:00	مغامرات دورا المستكشفة، أسماك الفقاعات، كيت وميم ميم، دوريات المخلاب	سيرك جوجو، نادي الحرفيين الصغار، أبطال بلدة هيجلي، بيكس والحائط العجيب، حكايات العم مصلح، روبوكليبولي، ايلابيل.
الأربعاء: 2016/3/9	11:00-9:00	كونغ فو بنداء، كويوتشي، فيدش هوكس، قلي ليش.	روبو كاربولي، حكايات تاتونكا، جو وجاك، الأوفياء يحمون كوكب الأرض، سيد بارع في المدينة
الخميس: 2016/3/17	11:00 إلى	غزو الكائنات البحرية، الفرقة	مدينة بوكيت، ج جواب، مارتين، حملة

العلوم، لالالويسي، دقيقة في متحف.	السرية لمحاربة الأشرار، الأبووان السحريان.	13:00	
حملة العلوم، أنا والدمى، أطفال ورياضة، أصل الكلمة	بليز والشاحنات العملاقة، غزو الكائنات البحرية، جورج الفضولي، كاسبر الشبح اللطيف.	13:00 إلى 15:00	الجمعة: 2016/3/25
روكس، برنامج نون، طريق السلام، فرسان المدارس.	دانيا2، تواصل، خطوات ناعمة، الجاسوسيات.	15:00 إلى 17:00	السبت: 2016/4/2
حكاية لعبة3، روبن هود، شابلين، لاسي، يوميات مادي	كرة قدم المجرات، مغامرون عبر الزمن، بنات ويس، باتمان.	17:00 إلى 19:00	الأحد: 2016/4/10
الفتاكون، حكاية لعبة3، مغامرات سارة جاين، كوني.	فليكا، تسالي أحلى عالم، قولولي كيف، تواصل، هالك وفريق القوة.	19:00 إلى 21:00	الاثنين: 2016/4/18

ثالثاً: مستوى المادة المدروسة: نظراً لاتساع مفردات حجم العينة سنقوم باختيار 24 مفردة باعتباره عدد كافي لتمثيل العينة فقد "اشتق (Stample) عينات منفصلة مكونة من 6، 12، 18، 24، 48 وقارن متوسط مضمون كل واحد من أحجام العينات لموضوع واحد، مقابل عينة السنة بأكملها ووجد أن كل واحد من أحجام العينات كان ملائماً"¹. وبالتالي سيتم اختيار 12 مفردة لكل قناة مع الأخذ بعين الاعتبار المعايير التالية:

- الشرائح العمرية التي يتم توجيه البرامج لها حيث سيتم اختيار من كل فئة برامج موجهة لشريحة معينة عينة من البرامج.
- الأخذ بعين الاعتبار مصادر الإنتاج والتنوع في الشركات التي تنتج منها وكذا الإنتاج المحلي.
- الأخذ بعين الاعتبار التعدد في القوالب الفنية.

¹ روجر ويمر، مرجع سابق، ص 292.

- والأخذ بعين الاعتبار السلاسل التي تحصلت على أكبر نسبة إعجاب على صفحة الفيسبوك، والأكثر طلبا في المنتديات.

وعليه فالجدول التالي يوضح المفردات التي وقع عليها الاختيار.

جدول رقم 3: يوضح توزيع مفردات العينة محل الدراسة حسب قنوات البث، المرحل العمرية المستهدفة، بلد الإنتاج:

المرحلة العمرية الموجه لها الرسالة	قناة تلفزيون جيم	قناة أم.بي.سي 3
مرحلة ما قبل المدرسة	سيرك جوجو (والت ديزني الأمريكية)، أبطال بلدة هيجلي (والت ديزني الأمريكية)، ايللا بيلا (إنتاج ايطالي)، حكايات العم مصلح (إنتاج تلفزيون جيم)	مغامرات دورا المستكشفة، أسماك الفقعات، دوريات المخلاب (نيكلديون الأمريكية)، كيت وميم ميم (إنتاج كندي بريطاني)
مرحلة الطفولة المتوسطة	أنا والدمى (شبكة بي بي سي البريطانية)، مارتين (بلجيكا)، حملة العلوم (إنتاج قناة تلفزيون جيم)، الأوفياء يحمون كوكب الأرض (اليابان)	كاسبر الشبح اللطيف (أمريكي)، دانيا 2 (إنتاج ام.بي.سي 3)، غزو الكائنات البحرية (فرنسي بلجيكي)، كونغ فو بندا (أمريكي)
مرحلة الطفولة المتأخرة	برنامج نون (تلفزيون جيم)، مغامرات سارة جاين (شبكة بي بي سي البريطانية)، طريق السلام (اليابان)، يوميات مادي (شبكة بي بي سي البريطانية)	الجاسوسيات (إنتاج كندي فرنسي)، بنات وبس (إنتاج القناة)، قولي ليش (إنتاج القناة)، فليكا (إنتاج أمريكي)

❖ بطاقة فنية حول برامج الأطفال عينة الدراسة:

1. مغامرات دورا: مسلسل رسوم متحركة أمريكي، برنامج تعليمي موجه لطفل ما قبل المدرسة، تدور أحداثه حول مغامرات تعيشها الطفلة دورا مع صديقها القرد موزو، بحيث يطلبان في بداية كل حلقة مساعدة الخريطة التي تخبرهم عن ثلاث أمكنة يجب أن يتجاوزاها، بينما تقوم حقيبة الظهر المتكلمة بتزويدهم بالأدوات والأغراض المناسبة للسفر بغرض الاستكشاف، وتواجهها عدة مشكلات يتسبب فيها الثعلب سنقر الذي يرغب في عرقلة رحلتها وسرقة الأغراض، وتحاول البطلة رفقة صديقها إيجاد الحل مما يكسبها عدة مهارات وتتعلم منها عدة مفاهيم ودروس مثل: الأحرف الهجائية، الأرقام، مبادئ الحساب، أسس المحاكمة المنطقية، قواعد صحية عناصر الثقافة العامة المفردات. وقع التحليل على الحلقة الثانية بعنوان دورا المستكشفة.
2. أسماك الفقاعات: مسلسل رسوم متحركة من إنتاج أمريكي يعرض شخصيات من الأسماك تحت الماء، حيث يستمتعون ويكتسبون مهارات جديدة ويستكشفون العالم من حولهم بالتعرف كل حلقة على موضوع جديد، يساعدهم معلمهم مستر جرورير بتقديم معلومات وحقائق بأسلوب تعليمي جذاب. تقدم رسائل اجتماعية هادفة كالصداقة والمسؤولية، تشجع على التعلم والتغلب على مخاوف طفل ما قبل المدرسة كالذهاب الطبيب الأسنان وغيرها. وقد وقع التحليل على الحلقة الثامنة بعنوان استعدوا للمدرسة.
3. كيت وميم ميم: مسلسل رسوم متحركة من إنتاج كندي بريطاني مدته الحلقة 22 دقيقة، تدور أحداثه حول الطفلة كيت وأرنباها الدمية ميم ميم التي تدب فيها الحياة عندما تعاني كيت من مشكلة ما، وينطلقان معا إلى عالم خيالي تستطيع فيه كيت أن تكون أي شيء تريده، وفي كل مرة تواجه مغامرات مختلفة. وقع التحليل على الحلقة 15: البحث عن جزيرة المفقودات.
4. دوريات المخلاب: هو مسلسل رسوم متحركة من إنتاج الشركة الأمريكية نيكلوديون ويتألف من 3 مواسم، يتحدث عن فريق يتكون من ستة كلاب وقائدهم يحاولون إنقاذ مدينتهم من الأخطار ويتمتعون بروح الدعابة عدد حلقاته 44 حلقة، الحلقة التي سيقع عليها التحليل الجراء تنقذ القرد.
5. أبطال بلدة هيجلي: عبارة عن مجسمات من الدمى الروسية (دمية تتضمن داخلها دمي أخرى بأشكال متناقصة) من إنتاج أمريكي، تدور السلسلة حول أربع شخصيات رئيسية تواجه بعض الصعوبات اليومية، وفي كل حلقة يستدعون أحد أبطال بلدة هيجلي لإيجاد حل للمشكلة، والذي يكون أحد المتخصصين في مهنة معينة، ويمكّنه إتقانه لعمله من إيجاد الحل الناجح، ويهدف

البرنامج لإظهار التنوع في المهن و الوظائف، والتركيز وعلى أهمية الفرد داخل المجتمع. وقد وقع التحليل على الحلقة العاشرة: عطسة سريعة.

6. **سرك جوجو**: سلسلة موجهة لأطفال ما قبل المدرسة من إنتاج أمريكي كندي، تدور أحداثه في مدينة سرك تاون، أين تعيش المهرجة جوجو مع عائلتها وصديقها الأسد، تنهض جوجو كل صباح لتبحث عن أسدها المختفي ثم تبدأ في البحث عن حل للمشكلة التي تواجهها والتي تكون موضوع الحلقة، وتطرحها في شكل أغنية. وفي نهاية كل حلقة تصعد جوجو إلى خشبة المسرح وتقدم المغزى من قصة اليوم والتي تتعلق بمواضيع الحياة اليومية، كيفية العناية بالجسم، كيفية التعامل مع الآخرين، زيارة الطبيب وغيرها. وقد وقع التحليل على حلقة أرثدي هذا وانطلق.

7. **إيلا بيلا**: هو برنامج من إنتاج إيطالي تدور أحداثه في قرية أين تعيش الفتاة المرححة كاثي رفقة أصدقائها مغامراتشيقة ومفعمة بالحماة نتيجة ما تواجهه من مشاكل يومية، وتستطيع التوصل إلى حلول مبدعة ومبتكرة تقدمه من خلالها دروسا للأطفال في كيفية إدارة متاعب حياتهم والعيش بمرح. وقع التحليل على حلقة البطة النشطة.

8. **حكايات العم مصلح**: هو برنامج من إنتاج قناة تلفزيون جيم، حيث يروي العم مصلح للدمى التي يصنعها قصص من الإرث القديم، تجسد الدمى في كل حلقة قصة جديدة مليئة بالأجواء الساحرة. ويعيد هذا البرنامج إحياء فن تحريك دمى الخيط الذي يحوى في معالمه الكثير من إرثنا الروائي. وقد وقع التحليل على حلقة: حكاية الشاطر سليم.

9. **دانيا**: برنامج من إنتاج قناة أم. بي. سي 3، يقدم شخصيات كرتونية، أين تلعب الفتاة دانيا البطولة وتعرض إلى مشاكل ومغامرات تطرح من خلالها أفكارا خلاقة تنمي روح الابتكار والبحث عن إيجاد حلول واقعية للمشاكل. يقدم البرنامج البيئة الخليجية لكن بشكل عصري مع التركيز على الطبقة البرجوازية. وقد وقع التحليل على حلقة أصفرانو.

10. **كاسير الشبح اللطيف**: مجموعة من الأشباح جاؤوا من كوكب آخر ويحاولون إخافة البشر وتتنافس الأشباح بينها لإثبات قدرتها على التخويف، ما عدى كاسير الشبح اللطيف الذي يسعى لمساعدة الآخرين وتقديم العون لهم، وهي سلسلة تغير من نظرة الأطفال للأشباح الذين نكرهم لأنهم فقط غرباء ومختلفون عنا، وهو ما يشجع على قيم التعايش وقبول الاختلاف، لكنها تقدم أيضا بعض الأفكار الهدامة التي تجعل من كاسير الطيب مدعاة للسخرية من طرف الأشباح

الأخرى. الحلقة التي يتم تحليلها: رخصة الأشباح و أغاني الأنسة بي للأولاد، الدكتور غير موجود.

11. كونغ فو بندا أساطير الروعة: رسوم متحركة أمريكي من إنتاج شركة كلوديون مدة الحلقة 23

دقيقة، تدور أحداثه حول كونغ فوبندا الملقب بالتنين المقاتل، يعيش مع أصدقائه ويشاركهم التدريب على فنون القتال مع معلمهم، من أجل محاربة الدخلاء. والملفت للانتباه هو التمازج الجميل بين الثقافة الأمريكية والثقافة الآسيوية، من خلال تقديم شخوص تعكس قيم الفضيلة والحكمة والعفة والتأمل والزهة والعمل بروح الفريق واحترام المعلم كلها قيم آسيوية، بينما تظهر قيم الفردانية من خلال سعي البطل لتحقيق حلمه الفردي في أن يكون مقاتل كونغفو ويتفوق على معلمه، الحلقة التي سيتم تحليلها شبح اوغواي.

12. غزو الكائنات البحرية: مسلسل رسوم متحركة من إنتاج فرنسي بلجيكي يعالج موضوع التغيرات

الجوية والبيئية بسبب عبث الإنسان بالمياه، تقوم كائنات بحرية بغزو كوكب الأرض وفعل كل ما بوسعها لإغراق الأرض بالمياه لإذابة جليد القطبين الشمالي والجنوبي، حتى يجدوا لأنفسهم مساحات مائية للعيش بها. وقد وقع التحليل على حلقة: حجب الشمس عن الشاطئ ومؤامرة ضد الاحتباس الحراري.

13. الأوفياء يحكمون كوكب الأرض: سلسلة من إنتاج فرنسي، تدور أحداثها في غرفة الدرس، حيث

يقدم المدرس بجة كل حلقة موضوعا جديدا عن كيفية التعايش والتناغم مع البيئة الطبيعية، بالاعتماد على أمثلة توضيحية، ويقوم التلاميذ بمناقشة الفكرة مع الأستاذ وطرح الأسئلة وتقديم الإجابات، وتسعى هذه السلسلة إلى تنمية الوعي البيئي لدى الطفل. وقد وقع التحليل على الحلقة العاشرة: الأشجار وحرائق الغابات.

14. أنا والدمى: هي سلسلة كوميدية حول عائلة استرالية تنتقل إلى العيش في بريطانيا، فتكتشف أن

المنزل يسكنه ثلاثة وحوش، ويتمكن الابن ايدي بطل البرنامج وكل العائلة من عقد صداقة مع هذه الوحوش اللطيفة المتمثلة في ثلاث دمى هاكي نورمن فيند. وهو برنامج يجسد قيم التعايش وقبول الاختلاف. وقد وقع التحليل على الحلقة 24 بعنوان قيود جماعية.

15. حملة العلوم: برنامج علمي من إنتاج قناة تلفزيون جيم، يقدم عرض لأهم الاكتشافات العلمية،

ويبحث في الأسباب العلمية لحدوث الظواهر ويقوم بتجارب علمية داخل الاستوديو يشترك فيها الأطفال. وقد وقع التحليل على حلقة: العالم من حولنا.

16. **مارتين:** فتاة في العاشرة من عمرها تعيش أحداث يومية مع صديقاتها وأصدقائها، وتختبر مغامرات شيقة ومواقف طريفة وأخرى مزعجة، بسبب مضايقات زميلاتها ايميلي ابنة رئيس البلدية، لكنها تتجح في النهاية في التغلب على مكائدها. **وقد وقع التحليل على حلقة: القناع الإفريقي.**

17. **الجاوسسات:** هو مسلسل رسوم متحركة من نوع الفانتازيا، من إنتاج فرنسي كندي، مدة حلقاته 30 دقيقة، تدور أحداثه حول ثلاث فتيات في الجامعة أصبحنا عميلات سريات دون قصد منهن، وعليهن الجمع بين أداء الواجبات والمذاكرة والالتزام الدراسي ومهامهن كجواسيس يحاربن الشر ويحاولن إنقاذ العالم. والجدير بالانتباه انه يقدم بطولة نسائية محضة ويخرج المرأة من أدوارها التقليدية ويجعل منها مقاتلة. **وقد وقع التحليل على حلقة مغني الروك.**

18. **قلي ليش؟:** هو عبارة عن فقرة تقدمها المذيع دانية، حيث يتم عرض سلسلة من مشاهد الانترنت حول مغامرات فاشلة لأشخاص يرتكبون أخطاء أثناء محاولتهم أداء نشاط أو القيام بتجارب معينة، وتقوم المذيع بشرح الأسباب العلمية وراء الفشل في أداء النشاطات كمحاولة القفز من مكان عالي أو أداء رياضة رمي المطرقة وقد تم تحليل الحلقة الثامنة من البرنامج.

19. **فليكا:** هو فيلم من إنتاج أمريكي، تدور أحداثه في المزرعة، حيث تحلم كاترين المراهقة بطلة الفيلم بمتابعة مسيرة والدها في تربية الخيول بينما يحلم الابن بإتمام دراسته الجامعية، وهو ما يتعارض مع مخطط العائلة، تصر كاترين على ترويض حصان بري من فصيلة فليكا خلصة دون علم والدها، الذي قرر بيع الحصان والتفكير بجدية ببيع المزرعة، ولاسترداد فليكا غامرت كاترين بالاشتراك في سباق بالتعاون مع أخيها واستطاعت الفرار بالفرس للجبل أين اعترضهما أسد فأصيبت فليكا بجروح عميقة لإنقاذ كاترين، التي ظنت أن فرسها توفيت إلا أنها فوجئت باعتناء والدها بها والسماح لابنه بمتابعة دراسته وكاترين بالاحتفاظ بالمزرعة مع ضرورة متابعة الدراسة، وهو فيلم يصور علاقات التشنج وعدم التفهم الذي يعيشها أطفال هذه المرحلة مع البالغين والكهول الذين غالبا ما لا يتفهمون وجهة نظر أبنائهم.

20. **بنات ويس:** هو برنامج موجه لفئة الفتيات تقدمه الإعلامية عزة يعالج الموضوعات المتعلقة بمجال الموضة والأزياء والاهتمام بالصحة والأناقة، والتنمية البشرية، من خلال استضافة مشتركة يساعدها فريق من الأخصائيات في المجالات السابقة، لتخرج المشتركة في نهاية الحلقة بالمظهر المطلوب.

21. **برنامج نون:** هو برنامج حوارى من إنتاج قناة تلفزيون جيم، حيث تقوم معدة البرنامج باستضافة شخصية نسوية عربية ناجحة تقوم بعرض تجربتها، بالإضافة إلى تلقي اتصالات الأطفال المتدخلين، كما يقدم البرنامج فقرات تغطي الفعاليات والمعارض وآخر صيحات الموضة وقصص النجاح لفتيات توصلن لتحقيق أحلامهن في مجالات مختلفة، تعلم فن الإتيكيت والتعامل مع الآخرين. **وقد وقع التحليل على الحلقة 28.**
22. **مغامرات سارة جاين:** مسلسل من إنتاج قناة بي.بي.سي البريطانية، يتحدث عن محققة صحفية تتمتع بقوى خارقة تساعد على مقاومة القوى الشريرة المهاجمة للأرض، وذلك بمساعدة كل من ابنها وأصدقائه وحاسوب فائق الذكاء. **وقد وقع التحليل على حلقة عودة الموناليزا.**
23. **طريق السلام:** تدور أحداث هذه القصة بين بلدين يعيشان في حالة حرب دائمة، حيث يبحث أبطال هذا البرنامج عن الطرق لإعادة السلام مرة أخرى بينهما وتوحيدهما من جديد. **وقد وقع التحليل على الحلقة رقم 22.**
24. **يوميات مادي:** برنامج يصور تفاصيل الحياة اليومية لفتاة اسمها مادي تبلغ الخامسة عشر من عمرها، تفوز في احد مسابقات تلفزيون الواقع، لتدخل عالم النجومية وتكتشف حياة الكاميرا وما تحمله من متاعب ومواقف مثيرة محرجة وطريفة. **وقد وقع التحليل على الحلقة الأولى بعنوان: طريق الشهرة.**

الفصل الثاني

المحددات المرجعية في

اكتساب الطفل للقيم

التربوية

مدخل:

إنّ عملية اكتساب الطفل للقيم هي العملية التي يتعلّم من خلالها الطفل معايير واتجاهات تظهر من خلال سلوكياته، لا تكون هذه العملية خطيّة تسير في اتجاه واحد، وأنّما هي سيرورة دائرية ديناميكية متفاعلة، تتداخل في تحريكها عوامل ومحددات لا يمكن الفصل بينها إلاّ من الناحية النظرية. وقد حدّد الباحث "إري برونفننيز **Urie Bronfenbrenner**" في نظريته حول النظام البيئي العوامل المؤثرة في اكتساب الطفل للقيم مقترحا أربع مستويات¹:

- **المستوى الأول (micro system)** مرتبط بالعوامل الخاصة بالطفل وكيفية استكشاف ذاته من خلال تفاعله مع الجماعات الأولية كالأسرة وجماعة الرفاق.
- **المستوى الثاني (mésó system)** يتضمّن العلاقة بين مختلف السياقات الاجتماعية التي يتعامل معها الطفل، تؤثر فيه بطريقة مباشرة كالأسرة والمؤسسات التعليمية والمجتمع.
- **المستوى الثالث (exocro system)** يتضمن العلاقة بين مختلف السياقات الاجتماعية التي يتفاعل معها الطفل بصورة غير مباشرة، لكن تؤثر عليه بشكل كبير كالوضع العائلي للأسرة و ظروف العمل و الوضع البيئي.
- **المستوى الرابع (macro system)** أين يتم الحديث عن النمط العام والأيديولوجيا والفكر السائد وتأثير ثقافة المجتمع على نمو الطفل.

كما قسم موريس محدّدات اكتساب نسق القيم بصفة عامة إلى ثلاث فئات رئيسية²: **المحددات البيئية والاجتماعية** حيث يمكن تفسير أوجه التشابه والاختلاف في قيم الأفراد ومن بينهم الأطفال انطلاقا من الاختلافات البيئية والاجتماعية، **المحددات السيكلوجية** وتتضمن جوانب كسمات الشخصية ودورها في تحديد التوجهات القيمية للأفراد، الفئة الثالثة هي **المحددات البيولوجية** وتشمل الملامح والصفات الجسمية كالوزن والطول وتغيرات في الملامح وما يصاحبها من تغيرات في القيم.

¹FadiEl Hage etChristian Reynaud : **L'approche écologique dans les théories de l'apprentissage : une perspective de recherche concernant le « sujet-apprenant**, Éducation et socialisation [En ligne], 36 / 2014, mis en ligne le 01 septembre 2014, consulté le 24 mars 2017. URL : <http://edso.revues.org/1048>; DOI : 10.4000/edso.1048

²عبد اللطيف محمد خليفة: **ارتقاء القيم، دراسة نفسية**، دار المعرفة، الكويت، 1992، ص72.

انطلاقاً من بالنموذجين السابقين، ومن خلال تناولنا لمصدر القيمة في الإطار المفهومي والجدل الدائر حول مصدرها إن كان الفرد أو المجتمع، وإقرار الكثير من الباحثين أن مصدرها الفرد والمجتمع معاً، قسّمنا محدّدات اكتساب القيم لدى الطفل إلى ثلاث فئات رئيسية: **المحددات الثقافية** والتي تشمل تأثير الإطار الحضاري على الطفل، **المحددات الاجتماعية** بالتركيز على دور الأسرة والثقافة الفرعية، و**المحددات الفردية** والتي تشمل احتياجات الطفل وخصائص نموه النفسي والانفعالي والاجتماعي والخلقي للطفل.

أولاً: دور الإطار الحضاري في اكتساب الطفل للقيم التربوية

يولد الطفل في مجتمع له قيمه ومعاييره المحددة ويكتسب هؤلاء الأطفال هذه المعايير في إطار ثقافة المجتمع، مما يساهم في بروز توجهات قيمية واختفاء أخرى، حيث أن لكل ثقافة نسق قيم خاص بها تحاول من خلال التنشئة الاجتماعية غرسه في نفوس أطفالها.

1. التوجهات القيمية الخاصة بكل ثقافة:

"حاولت العديد من الدراسات حصر التوجهات القيمية لكل مجتمع من خلال الاعتماد على البحوث الثقافية المقارنة التي تتناول جماعات الثقافة الفرعية داخل نفس المجتمع (الطبقات الاجتماعية، أهل الحضر، أهل الريف...) أو الدراسات التي تتم عبر الدول أو القوميات التي تنتمي إلى نفس الثقافة كالثقافة الغربية والثقافة الشرقية"¹.

الجدير بالذكر "أنّ التوجّهات القيمية البحتة لا وجود لها إلاّ في الذهن، في صورة أنماط مثالية، لأنه لا يوجد، في الواقع أمة أو ثقافة أو فرد يندرج ضمن هذه المنظومة أو تلك، لكن بعض الأمم تدنو من الطرف الأقصى المقابل، وإذا تحرّكت اتجاه قطب منظومة القيم المواتية، فإنها ستقضي إلى تحسن الفرص في تربية الإنسان وتنشئته تنشئة صحيحة، وإذا تحرّكت في الاتجاه المعارض فإنها ستقلل من فرص الأبناء في التطوير"². وفي هذا السياق أوضح **وجي هوفستيد Geert Hofstede** أن البعد التراتبي يكون في المجتمعات النامية الستاتيكية حيث تتمركز الثروة في يد النخبة، وتتوالى الأجيال دون حدوث

¹ عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سابق، ص 218.

² ماريانو جرونونونا: دراسة الأنماط الثقافية للتطوير الاقتصادي، من كتاب: الثقافات وقيم التقدم، ترجمة شوقي جلال، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط2، 2009، ص 120.

تغيير في البنية القيمية، ويرى الأفراد أن سادة المجتمع متخلفين عنهم، تكون السلطة والقوة لهم دائما وأفضل وسيلة لتغيير النظام بالنسبة لهم هو الإطاحة بالقابضين على السلطة، على عكس البلدان التي تتبنى على تراتبية قصيرة وتشهد المجتمعات تغيرات تقنية بسبب حاجتها للتطور والتقدم، حيث يتعلم الأطفال في الثقافات الأفريقية أنهم يعرفون أشياء كان آباؤهم يجهلونها وأن أصحاب المكانة الأسمى هم بشر مثلهم¹.

كما أوضح "دانيال اتونجا مانجويل" في دراسته للمجتمعات الإفريقية كمجتمعات تقليدية تتسم بالتركيز على قيم البقاء والتمثلة في ما يلي: القيم الدينية، قيم الترابط الأسري، الانصياع للسلطة، تجنب الصراع السياسي، التأكيد على توافق الآراء بدلا من المواجهة، التشديد على التماثل الاجتماعي بدلا من الإنجاز الفردي، تبلغ مشاعر الكبرياء والنظرة القومية مستويات عالية، تعاني من مستوى منخفض من الرفاه الذاتي ومستوى سيء نسبيا للحالة الصحية، لا تؤيد المساواة بين الجنسين، يتدنى نشاطها البيئي، تشدد على القيم المادية وتؤيد الحكم التسلطي². وقد قدم الباحث "ماريانو جرونونونا Mariano Grondona" في نظرية الأنماط الثقافية توجها قريبا من التوجه السابق، حيث صنّف القيم ضمن منظومتين: قيم داعمة للتطوير وقيم مناوئة للتطوير، تكون الأمة حديثة بقدر قربها من المنظومة الأولى، تقليدية بقدر قربها من المنظومة الأخرى، وتتمثل أهم هذه التوجهات القيمية في: الثقة بالفرد مقابل فقدان الثقة في الفرد، المبدأ الأخلاقي الملزم: الامتثال للقوانين والمعايير مقابل العمل وفق قانون الغابة، المنافسة مقابل التضامن والولاء، قيمة العمل، العقلانية³.

"كما أجريت دراسة للتمييز بين التوجهات القيمية لدى المجتمع الهندي والمجتمع الغربي، وتوصلت إلى أن الدافعية الكامنة خلف الالتزام بالقيم والقواعد الأخلاقية تختلف من ثقافة إلى أخرى، فالثقافة الهندية تعلي من شأن العوامل المتعلقة بالتوقعات ما بين الشخصية، في حين تعلي الثقافة الغربية من شأن العوامل المتصلة بالأمور المنطقية ومفهوم العدالة، وقد تقود هذه العوامل إلى الفروق الطفيفة في تقديرات الأفراد للمواقف المختلفة والحكم عليها"⁴.

¹ دانيال اتونجا-مانجويل: هل إفريقيا بحاجة إلى برنامج للتكيف؟، من كتاب: الثقافات وقيم التقدم، مرجع سابق، ص 149.

² دانيال اتونجا-مانجويل: نفس المرجع، ص 150.

³ ماريانو جرونونونا: دراسة الأنماط الثقافية للتطوير الاقتصادي، نفس المرجع، ص.ص 120، 121، 122.

⁴ سلوى السيد عبد القادر/محمد عباس ابراهيم: الانثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية، 2013، ص 289

مما سبق يتضح أن لكل ثقافة نسق قيمي خاص بها، يحدد اتجاهات الفرد نحو ذاته ونحو غيره ونحو البيئة التي يعيش فيها ويتفاعل معها، تساهم السمات أو الخصائص القيمية لكل ثقافة في تفعيل هذه العلاقات بشكل إيجابي أو سلبي، مما يسمح ببناء وتنشئة طفل متصالح مع نفسه ومع كل ما حوله، داعم ومطور أو العكس من ذلك. تؤثر هذه التوجهات القيمية على تنشئة الفرد وعلى مدى اقترابه من قطب التطور والتنمية أو ابتعاده عنه، تبعا لطبيعة البيئة الثقافية التي يعايشها، حيث تتسم بعض الثقافات بخصائص قيمية تدفع بها نحو التطور والتقدم، بينما يعود تخلف مجتمعات أخرى إلى خصائصها القيمية التي تكبح قيم المبادرة وتأسر الطفل داخل قوقعة من القيم المنغلقة.

2. التوجهات القيمية للثقافة العربية وتأثيرها على اكتساب الطفل للقيم التربوية:

إن ندرة الدراسات التي حاولت حصر القيم التربوية للمجتمعات العربية جعلت البحث عن الحاجات القيمية للطفل العربي أمرا غير ممكن، "حيث أكد التقرير الموسوم ب: خمسين سنة من التنمية وآفاق سنة 2025، أن شح المعلومات حول هذا النظام القيمي السائد في البيئة المغربية ومنها العربية لاشتراكهما في نفس المرجعية القيمية يزيد من حدة تشعبه وضبابيته، كما أكد التقرير أن نظام القيم لدى المغاربة والعرب بصفة عامة موسوم بسمات متباينة، تتأرجح، على سبيل المثال، بين اعتزاز مثالي وشجب غير مبرر، مما يحول دون قراءته بشكل موحد، من دون الوقوف على مسلك متجانس لتطوره خلال نصف القرن الماضي"¹، كل هذا وقف حائلا دون التمكن من حصر مصفوفة القيم التي تتحرك داخل الثقافة العربية، سنتكفي بوصف خصائص الثقافة العربية، دون التمكن من التشخيص العلمي الدقيق للوضع العربي من الناحية القيمية، مكتفين بالاستشهادات التي قدمها الباحثون في رؤيتهم للقيم السائدة في الثقافة العربية ومن خلالها الثقافة الجزائرية باعتبارها جزء من الثقافة العربية، الاعتماد على بعض الدراسات الميدانية التي حاولت رصد بعض القيم التربوية التي يتحرك داخل الثقافة العربية.

1.2 القيم السائدة في الثقافة العربية:

في الثقافة العربية يصعب الحديث عن نظام للقيم صيغة المفرد، فنظام القيم فيها محصلة لعدة نظم من القيم تعايشت وتصارعت فيما بينها، لكن المسيطر منها هو القيم التي تتصل مباشرة بالحياة العائلية وبالنظام الاجتماعي القبلي الأبوي، فالثقافة العربية كما يقول **حليم بركات**: "إن كانت تحوي قيما

¹Hassan Rachik : **50 de développement humain, perspectives**, 2025, rapport de synthèse de l'enquête nationale sur les valeurs, Maroc, 2004, p9.

قدرة وأخرى إرادية حرة، فيما سلفية وقيما مستقبلية، قيم إبداع وقيم إتباع، قيم مضمون وقيم شكل، لكن الحقيقة أن القيم المسيطرة هي قيم سلفية أكثر منها قيم مستقبلية وقدرة أكثر منها إرادية، وهي ميكانزمات دفاع أكثر منها قيم نهضة¹.

1.1.2 قيم التوجه الذاتي:

يمكن أن نستشف علاقة الإنسان العربي بذاته من خلال آراء العديد من الباحثين منهم الدكتور مصطفى حجازي التي أكد فيها "أنّ الإنسان العربي يعيش أزمة مع ذاته، يعيش عقدة النقص وفقدان الثقة بالنفس، لأنه يعيش حالة تهديد دائمة، يفتقر للإحساس بالقوة والقدرة على المجابهة، ويحتاج إلى زعيم أو منقذ سحري، عقدة النقص هذه تجعله عدواً للديمقراطية التي تتبع بالأساس بالإيمان بالجمهير وطاقاتها الخلاقة، يشعر الإنسان العربي بالخجل من ذاته والخوف من العار والفضيحة ولديه حساسية مفرطة لكل ما يهدد مظهره الخارجي الذي يحاول أن يقدم به نفسه، لديه اضطراب في منهجية التفكير وسوء التنظيم الذهني في التصدي للواقع ويتخبط في العشوائية وسوء التخطيط²، ويرجع الدكتور هشام شرابي سيادة هذه القيم السلبية، إلى النظام التربوي الذي يعلم الطفل الثناء على آراء غيره، وعدم الثقة في آرائه الخاصة، يتعلم المسايرة والتحفظ والإذعان للسلطة، فالطفل المؤدب هو الطفل المطيع والخاضع الذي لا يسأل ولا يجادل، كما أنّ اعتماد أسلوب العنف والتسلط والاستهزاء في التربية، يقلل من احترام الطفل لذاته ويجعله يتعلم توكيد الذات من خلال إذلال الآخرين، وفي الدراسة التي أجراها الباحث حول أنماط التربية في المجتمع العربي المعاصر وجد أنها تقوم بالأساس على إشعار الطفل بالعجز، وتنمي فيه التهرب، الاتكالية، الإسقاط كنوع من تفرغ للشحنات السلبية وآلية دفاعية لتبديد مخاوفه³، والملاحظ أنّ السائد في الثقافة العربية هو التقليل من استقلالية الفرد، فكل شخص هو معني ومرتبب بالأشخاص الآخرين، يمكنه التدخل في شؤونهم، لهذا ينشأ الطفل داخل الثقافة العربية مذذب بين عدة سلطات فلأب سلطة، للجار سلطة، للمعلم سلطة، مما يقلل من حضوره الذاتي داخل النسق الاجتماعي، لأنه عاجز عن إثبات ذاته بطريقة سوية، يضطر لإثباتها بطرق أخرى من خلال إلغاء وإقصاء الآخر، فوجودي ليس بالتعبير عن ذاتي وإنما بتهميش وإلغاء ذات الآخر، وهو ما ينشأ عنه حالة من التصادم لإثبات الذات بدل الحوار.

¹ حلّيم بركات: المجتمع العربي المعاصر: بحث استطلاعي اجتماعي، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ط 6، 2004، ص 120.

² مصطفى حجازي: التخلف الاجتماعي: مدخل إلى سيكولوجية الإنسان المقهور، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط 9، 2005، ص ص 45-51.

³ هشام شرابي: مقدمات لدراسة المجتمع العربي المعاصر، الدارالمتحدة للنشر والتوزيع، ط 3، 1984، ص 105.

2.1.2 قيم التوجّه نحو الآخرين:

تناولنا في الإطار المفهومي أهم المؤشرات لقياس القيم على المستوى الثقافي، وذكرنا أن علاقة الفرد بالآخر تحكمها قيم المساواة أو الهيمنة أو الخضوع حسب نموذج "فلورنس كلكهون Florence Kluckhohn"، بينما أكد "وجي هوفستيد Geert Hofstede" على المساواة مقابل التراتبية والفردية مقابل الجماعية والأنوثة مقابل الذكورة، بينما شالوم شوارتز Shalom Schwartz أكد على بعد تأكيد الذات مقابل تجاوزها، وبالتالي يمكن ضبط علاقة الإنسان العربي بغيره ضمن المؤشرات التالية: قيم المساواة والتراتبية، القيم الفردية والجماعية.

أ. قيم المساواة والتراتبية:

القيم السائدة في المجتمع العربي هي قيم هرمية سواء داخل الأسرة، في المدرسة، وفي مختلف مؤسسات المجتمع، فقيمة الفرد ومكانته في الثقافة العربية تحددهما في المقام الأول عوامل كالسن والجنس. هذا النوع من القيم أطلق عليه الدكتور حلّيم بركات "بالقيم الأفقية والقيم العمودية، التي تتعلق في أغلبها بالعلاقات بين بعض المراكز الاجتماعية والرئيسية، وتسير معظمها في ضوء طبيعة السلطة في اتجاه واحد من أعلى إلى أسفل، هي علاقات مبنية على الطاعة والخوف أكثر منها علاقات حب واحترام، وهذا لا يعني أن العرب كانوا خائعين، وإنما رفضهم للسلطة كان يتم عن طريق العنف أكثر من النقاش والحوار والتعاون بين الأطراف المتنازعة"¹. تؤثر هذه القيم الهرمية على تربية وتنشئة الطفل العربي، حيث تركز القيم والمعارف في عدد محدود من المراكز الاجتماعية العليا كتلك التي تكون خاصة بالأب والزوج وكبير السن وشيخ القبيلة وهي معارف تتضمن أحكاما جاهزة وحلولا نهائية، مما يرسخ لدى الطفل منطق القبول والتلقين والمسايرة وأهمية الموافقة والاتفاق، ويقتل لديه ملكة التفكير الناقد ويسحق هويته الذاتية، ويسهم في بناء شخصيات متسلطة جامدة.

"وقد وجد أحد الباحثين من خلال دراسته للقرية المصرية "سلوا" أن هدف التنشئة هو خلق الطاعة لدى الطفل، الطفل المؤدب في الثقافة العربية هو الطفل الذي يطيع والديه ولا يلعب في المساء، وقد لا يلعب إطلاقاً"².

¹ حلّيم بركات، مرجع سابق، ص 128.

² محمد عماد الدين إسماعيل، الأطفال مرآة المجتمع، عالم المعرفة، الكويت، 1986، ص 309.

ب. قيم الفردية والجماعية:

"إنّ القيم السائدة في المجتمع العربي هي قيم جماعية أكثر منها قيم فردية، أين يعامل الإنسان كعضو أكثر منه فرد مستقل، ويبلغ التوحّد بالجماعة والانتماء لها درجة كبيرة، حيث يتحوّل الانتماء والولاء لها أكثر من الانتماء للوطن، إن كان الالتزام بقيم الجماعة يعلّم الطفل التّعاضد والالتزام ويشعره بالأمان والطمأنينة فإنّ الضغط الاجتماعي اليومي، والذي يفرض على الفرد نوع من الامتثال الصارم، يفقد الطفل الكثير من حريته وتفوّده واستقلاله، واعتماده على نفسه، مما يؤدّي إلى نشوء نزعة نحو الفردانية والأنانية والتمحور حول الذات.

إنّ الإفراط في الاستقلالية أو الإفراط في الذوبان داخل الجماعة من وجهة نظرنا يؤدّيان إلى نتيجة مماثلة، وهو التمرکز حول الذات ونشدان المصلحة الشخصية، وبالتالي يزداد حسّ الفرد بالأنا على حساب النحن، مما يضعف لديه مشاعر المواطنة، حيث يكون الولاء للقبيلة على حساب الوطن، والولاء للعائلة على حساب القبيلة، والولاء للذات على حساب الآخر، كما يحدث للفرد شرح بين السلوك العلني القائم على مسابرة الجماعة وضرورة الخضوع لها حتى لا يعاقب بالحرمان منها، والسلوك السري القائم على إرضاء الذات وتلبية مصالحها الشخصية، فينشأ الطفل ويتعرّع داخل جماعة تضبط سلوكه الظاهري القائم على النفاق والمسابرة وعدم إبداء وجهة النظر الحقيقية، ضمن أجواء من الولاء والانتماء الانتهازي، التي سرعان ما تزول بزوال المصالح، وكنوع من المراوغة والمرونة بعيدا عن ثقافة الحوار والمصارحة التي يتكبّدخلها الفرد خسائر الإقصاء والتهميش، كما قد يخلق تقديس الجماعة وضرورة الولاء لها لدى الطفل فوبيا من النبذ، الذي قد يؤدّي به إلى الرغبة في الانسحاب وتجنّب الجماعة ومحاولة تفاديها.

"في هذا الصدد وجد أحد الباحثين أن تلميذات المدارس الثانوية بمصر يشعرون بحرج من الغيباء ويتجنّبون الناس، ويكرهون النشاط الاجتماعي ويصعب عليهم القيام بعملهم، عندما يشعرون بمراقبة الناس لهم، كما عبّر عن حالات من العصبية والخجل والارتباك وعدم الاهتمام بالاتصال الاجتماعي"¹.

¹ محمد عماد الدين إسماعيل، مرجع سابق، ص 311.

3.1.2 قيم التوجه نحو البيئة:

يذهب الدكتور مصطفى حجازي للقول: "أنّ الإنسان العربي يعيش حالة خضوع لقوى الطبيعة، التي تشكل تهديداً فعلياً لقوته وأمنه وصحته (فيضانات، أوبئة، أمراض...)، هذا التهديد يجعله في حالة فقدان متفاوت في قدرته للسيطرة على مصيره، وحماية ذاته، ممّا يضخم مشاعر الخوف والقلق لديه، ويجعله يلجأ إلى آليات دفاعية بدائية كالإيمان بالقوى الخارقة والقدرية والخضوع والاستكانة"¹.

وبالتالي فإنّ العلاقة غير السوية للإنسان مع ذاته، ومع الآخر، تولّد علاقة سيئة مع البيئة المحيطة به، لأنه وكما ذكرنا سابقاً، الإفراط في تقديس الجماعة يجعل الفرد ينكبّ على بذل جهود من أجل إرضائها، وهو ما يضعف أنواع المواطنة الأخرى ومنها المواطنة البيئية، حيث ينشأ الطفل معتقداً أن البيئة مكان للاستغلال الثروات أو مكن للخطر، هذه النظرة الاستهلاكية لا تدفع الطفل لمصادقة البيئة إنما للهيمنة عليها من خلال استغلالها بشكل غير لائق، أو الخضوع لها، فتركيز الثقافة العربية على قيم البقاء التي ذكرها دانيال تونجا مانجويل سابقاً يجعل البيئة مكاناً للاستغلال والنهب ما يتسبب في تدني النشاط البيئي الذي يسعى للحفاظ عليها.

4.1.2 قيم التوجه نحو الزمن:

إن علاقة الإنسان العربي بالزمن علاقة ماضية قائمة على تمجيد الماضي، فلا يتوانى المعلم والأب والأكبر سناً في تذكير الطفل بما كانت عليه الأجيال السابقة، لهذا يذكر أدونيس "في كتابه الثابت والمتحول بحث في الإتيان والإبداع عند العرب، النزعة الماضوية التي سادت الحياة العربية، ويقصد بالنزعة الماضوية التعلّق بالمعلوم ورفض المجهول والخوف منه"²، هذا ما يفسر إيمان الفرد العربي بالقيم قدرية لتبديد مخاوفه أو إلى الخرافة (اللجوء إلى العرافات، الأولياء الصالحين، التنبؤات...)، بالتالي يعيش حالة من الاغتراب مع الزمن فالعيش في الماضي أو القلق على المستقبل يجعلانه يشعر بالاغتراب عن الحاضر، وبذلك يمكننا القول أنّ أصل صراع الإنسان العربي حول الزمن يعود إلى عدم عيش الحاضر والتمزق بين الماضي والمستقبل، وهو ما ينسجم مع قول محمد عابد الجابري: "يتناوب الماضي مع الحاضر على ساحة الوعي العربي، بل قد ينافس الأول منهما منافسة شديدة حتى يبدو وكأنه هو نفسه

² مصطفى حجازي، مرجع سابق، ص 139.

الحاضر... وهو ما يدل أنّ تاريخ الثقافة العربية في حاجة إلى إعادة ترتيب الزمن الثقافي العربي، فهناك حالة عدم تثبيت في الزمن الثقافي¹. في هذا السياق يذهب الدكتور مصطفى الحجازي للقول أن علاقة الفرد بالزمن تفنقر إلى الديمومة، ويعيش الإنسان العربي حالة تضخيم لآلام الماضي، وتآزم في معاناة الحاضر، وانسداد لآفاق المستقبل، انعدام المثابرة وتركيز التفكير في أمر محدود زمنياً².

إنّ أزمة الإنسان العربي في علاقته بالزمن، تعود إلى عدم منح الوقت قيمته الكافية، حيث يصرف الإنسان تفكيره في كيفية تمضية الوقت وتصريفه، فهو يرى فيه عبء أكثر منه فرصة، وبالتالي فالزمن عندنا استهلاكي أكثر منه زمن منتج، وعدم إحساسنا بقيمته يجعلنا غير قادرين على إدارته وترشيده والتخطيط به للمستقبل، مما يجعل نظرتنا للوقت آنية ولحظية، تفنقر للرؤية والتخطيط، وبالتالي يصبح الزمن مجالاً لخلق الأزمات بدل التنبؤ بها والاستعداد لها، وينشأ الطفل العربي على مبدأ التسويف والمماطلة والكسل وعدم القدرة على الإنجاز، ويحتمى من الحاضر بالارتجاع للماضي بدلاً من الاستعداد للمستقبل والتخطيط له.

يتضح مما سبق أن الآراء تتجه في أغلبها نحو فرضية أن القيم السائدة في المجتمعات العربية هي بالضرورة قيم بالية وعقبات في سبيل التطور، وهو ما يجعل الخطاب حولها يبدو أكثر تشنجا وتطرفاً، في حين أن الثقافة العربية تحمل الكثير من القيم الإيجابية، وديننا الحنيف غذى هذه الثقافة بالكثير من المثل العليا، إلا أنّ شح الدراسات حولها جعل القيم السلبية هي من تطفو أكثر إلى السطح، باعتبارها القيم الأكثر انتشاراً وبروزاً، وبالتالي فإن النظرة العلمية الرصينة حول قيم الثقافة العربية، تتطلب دراسات ثقافية معمّقة لقيم وأنماط السلوك السائدة، بغية الحفاظ على ما يمكن أن يكون مفيداً والعمل على تطويره، وإعادة إحياء وبعث ما تلاشى منها ليكون سنداً للتنمية، والتخلص من القيم التي تعيق تطور مجتمعاتنا العربية.

3. الاهتمام بالطفل كقيمة في الثقافة العربية:

"إنّ للاهتمام بالطفولة تاريخاً مديداً وحضوراً مرافقاً لكل الحضارات والأديان بما فيها الدين الإسلامي الذي تناول أساليب التربية الصحيحة للطفل، مع مراعاة خصوصية كل مرحلة، غير أن حالة

¹ محمد عابد الجابري: العقل الأخلاقي العربي، دراسة تحليلية نقدية لنظام القيم في الثقافة العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ط1، 2001، ص84.

² مصطفى حجازي، مرجع سابق، ص61.

التشرذم وضمور الحضارة العربية ومخلفات الاستعمار الثقافية وقف حائلا دون متابعة الاهتمام بها وتأخرنا عن أوروبا بحوالي 60 سنة، ثم استأنفت الأمة العربية اهتمامها بقضايا الطفولة والتي تبلورت جهودها في شكل خطط واستراتيجيات واتفاقيات ونشاطات لتنمية الطفولة من مختلف جوانبها¹، دون الدخول في تفاصيل هذه النشاطات التي لا تسع لها الورقة، رصدنا أهم الجهود المبذولة من أجل تنمية الجانب القيمي للطفل العربي من خلال عدد من الاتفاقيات التي نجل أهمّها في ما يلي:

- **الخطة العربية لرعاية الطفولة وحمايتها وتنميتها²:** المنبثقة عن المؤتمر العربي الرفيع المستوى لحقوق الطفل لسنة 1992، حيث هدف هذا الميثاق إلى ضمان تنشئة أجيال من الأطفال العرب، القادرين على صنع المستقبل، أجيال تتمسك بمبادئها وبعقيدتها وتدرك رسالتها القومية، وتخلص لأوطانها، تثق بنفسها وبأمتها، تلتزم بمبادئ الحق والخير والجمال، وتتطلع فكرا وسلوكا نحو المثل الإنسانية العليا.
- **الخطة القومية الشاملة لثقافة الطفل العربي 1993³:** تهدف إلى إعداد الطفل العربي للتعامل مع كافة التحديات التي يفرضها القرن 21 بوصفه عصر المعلومات والمعرفة، ومجتمع التفكير العلمي، ومجتمع التعددية والمشاركة في اتخاذ القرار، من خلال التأكيد على غرس قيم التفكير العلمي، التعامل مع التكنولوجيا، التعلم الذاتي، تقدير حتمية العمل، القدرة على العمل كفريق، تنمية القدرات الإبداعية، العمل على خلق الحس الفني، التعامل مع الآخرين، تقبل التعددية والنقد الموضوعي، تحمّل المسؤولية، واحترام القانون والالتزام بالعرف، تعزيز قيم الولاء والانتماء والمحافظة على البيئة.
- **الإطار العربي لحقوق الطفل (الأردن 2001)⁴:** الذي سعى لتكريس مفهوم حقوق الطفل وحشد الإمكانيات العربية لتمكين الأطفال من حقوقهم، وتنمية سياسات تنموية تركز حقوق الطفل، في مجال حقوق البقاء وحقوق الإنماء، والاهتمام بثقافة الطفل العلمية والحفاظ على هويته، وتنمية قدرته الفنية الخلاقة.

¹ أحمد مفلح، **الطفل في الوطن العربي (واقع واحتياجات)**، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ط1، 2011، ص21.

² انظر نص الخطة في الملحق رقم(2)

³ انظر نص الخطة في الملحق رقم(3)

⁴ انظر نص الخطة في الملحق رقم(4)

- إعلان القاهرة (تفعيل آليات العمل العربي المشترك نحو عالم جدير بالأطفال 2001)¹: والذي ركّز على واقع الطفولة المبكرة في المنطقة وتحديد قضاياها الأساسية من أجل بناء شخصية الطفل العربي من مختلف جوانبها (نفسية، روحية، اجتماعية..).

في دراسة قام بها الدكتور الطاهر لبيب في تحليله لمختلف الوثائق التي تلخص الجهود العربية في مجال قضايا الطفولة، تمكن من حصر أهم الاحتياجات القيمة التي تسعى لغرسها في نفس الطفل العربي من خلال أجهزة الإعلام، الأسرة، المدرسة، المجتمع بصفة عامة، والتي وضّحها في النقاط التالية²:

- تأصيل القيم الحضارية العربية الإسلامية مع التفتح على العالم والقيم الإنسانية.
- دعم الخلق والابتكار.
- دعم حرية الرأي.
- تطوير التفكير العلمي و تدعيم الهوية العربية.
- محاربة الغزو الثقافي.

"غير أن الوصول إلى هذا المساعي تعترضه عدة عقبات؛ أن المرجعية القيمة الموجهة للفرد العربي ليست بتلك الوحدة الخلّقة ولا هي موسومة بالتعدد الباعث على الغنى، بل هي أقرب للتمزق والتشظي وهذا راجع للطابع المركب للمجتمع العربي، كما أنّ الفرد العربي لم يعد يأسر نفسه في القيم التقليدية وفي نفس الوقت لم تكتمل لديه صورة الاعتناق الكلي لقيم الحداثة، مما أسهم في جعله نهبا لقيم ظرفية هجينة"³.

بالإضافة إلى التتميط الثقافي الذي أصبح يعيشه الإنسان العربي، فالعولمة التي خلقت فيضا من الخيارات، قد أوجدت تقاربا في التطلعات والقيم أي توحيد الرؤى والأهداف.

استمرار تصاعد حالات عدم الفهم والالتباس والارتجالية في وضع الخطط التربوية والتنمائية في العالم العربي، وعدم إدراك طبيعة هذا التحولات القيمة ومحاولة التعاطي معه بشكل استباقي، والإصرار

¹ انظر نص الخطة في الملحق رقم(5)

² الطاهر لبيب: الطفل العربي بين الحاجات والمؤسسات، الطفل في الوطن العربي(واقع واحتياجات)، مرجع سابق، ص82.

³ محمد الكتاني: أزمة القيم في عالم متحوّل، أزمة القيم ودور الأسرة في تطوير المجتمع المعاصر، مطبوعات أكاديمية بالمملكة المغربية، الرباط، 2001، ص99.

على الارتقاء وراء أسوار دوغمائية في العمل التربوي، واستزاد قيم ونماذج تربوية دون محاولة تكييفها مع طبيعة وسمات الثقافة العربية.

وانطلاقاً مما سبق يتضح أن الجهود العربية المبذولة تدور حول فكرة أساسية هي الحرص على غرس القيم الأصيلة لدى الطفل، مقابل ضرورة الانفتاح على قيم العالم الخارجي، من خلال السعي إلى بناء قيم توفيقية لا مجال فيها للانغلاق على الذات مع مراعاة الانفتاح الواعي على الآخر، غير أن السؤال الذي يظل مطروحاً ما هي القيم التي يجب التخلي عنها والتي يجب الحفاظ عليها؟ هل هناك نسق قيمى موحد تسيير فيه الأمة العربية؟ وهل نحن قادرين على التعامل مع الوافد إلينا؟ والذي لم نخطط له بل تفاجئنا به ولم نكن مهينين لاستيعاب آلياته سوى برفضه ظاهرياً والاستسلام له ضمناً؟.

يجيب الدكتور الطاهر لبيب عن جزء من هذه الانشغالات من خلال الدراسة الميدانية التي أجراها في أربع أقطار عربية (العراق، السعودية، تونس، الأردن) "وتوصل إلى أنّ النقص لا يكمن في الجهود المبذولة من أجل الاهتمام والتكفل بقضايا الطفولة وحاجاتها، وإنما في غياب الوعي الحضاري بالطفل كقيمة إنسانية مستقلة، تناول حاجاته وقيمه على هذا الأساس، وضرورة عدم التعامل معه كقطاع متجانس تعكس احتياجاته طبقة أو فئة مسيطرة. إن علاقة الجهود بالمبذولة باحتياجات الطفل القيمية والتربوية، هي علاقة افتراضية، وأن غياب المعرفة العلمية المنظمة لحاجات الطفل وقيمه سيجعل هذه الجهود معرضة للارتجال"¹، وقد أكد التقرير الموسوم بـ: خمسين سنة من التنمية وأفاق سنة 2025، هذه النظرة القاصرة للطفل حيث أجاب 95% من المبحوثين بأن وجود الأبناء يكون من أجل ضمان مستقبل الآباء حتى يتكفلوا بهم في شيخوختهم"²، وهذا يعني أن الطفل لا يشكل في مجتمعاتنا العربية سوى ضماناً للمستقبل وتحقيق الأمن النفسى لأوليائهم، وليس كقيمة مستقلة بذاته.

¹ الطاهر لبيب، مرجع سابق، ص84.

²Hassen Rachik. Op.cit., p18.

ثانياً: المحددات الاجتماعية ودورها في إكساب الطفل القيم التربوية

وقد حصرتنا المحددات الاجتماعية في الأسرة باعتبارها الحاضنة الأولى لقيم الطفل، وتأثير الثقافة الفرعية على نسق القيم الذي يكتسبه الطفل.

1. أهمية الأسرة في اكتساب الطفل للقيم التربوية:

إنّ عالم الأحكام القيمية لدى الطفل في المراحل العمرية المبكرة، عالم واسع وغير محدد، وذلك بسبب افتقاده إلى إطار مرجعي واضح من الخبرات، كما أن الطفل في بداية حياته لا يكون لديه ضمير أو مقياس للقيم، فهو يسلك بطريقة غير أخلاقية لأنه لا يستطيع التمييز بين ما هو صواب وما هو خطأ، ثم ينمو ميثاقه الأخلاقي في ضوء علاقته بالآخرين.

لذلك يقول عالم الاجتماع **روبرت ميرزونماكيفر** "لا يوجد بين التنظيمات التي يحتويها المجتمع ما يفوق الأسرة في قوة أهميتها الاجتماعية، فهي تؤثر في حياة المجتمع بأكملها بأساليب متعددة، كما أنّ صدى التغيرات التي يطرأ عليها يتردد في الهيكل الاجتماعي برمته"¹، وتختصر الدكتورة **دوروثي لونولتي** و**راشيل هاريس** تأثير المحيط الأسري في اكتساب الطفل للقيم، في كتابهما **الأطفال يتعلمون مما يعيشونه**، "يتعلم الأطفال السخط إذا نشئوا في جوّ من الانتقاد، يتعلم الأطفال السلوك العدواني إذا نشئوا في جوّ من العدا، يتعلم الأطفال القلق إذا نشئوا في جوّ من الخوف، يتعلم الأطفال الرّثاء لحالهم إذا نشئوا في جوّ يشيع فيه الإشفاق على الذات...² وهو ما يؤكّد تأثير البيئة الأسرية على القيم المتعلمة من طرف الطفل.

وقد قارن **هوفمان (Hoffman)** بين ثلاثة أنماط من الرّعاية الأبوية، وأثر كل منها في السلوك الأخلاقي، مستخدماً أسلوب المقابلة مع الأبوين، وتضمّن الأسلوب الأول حرمان الطفل من الحب، باعتباره الأسلوب الأنجع في إكساب الطفل القيم، غير أنّ أطفال الأسر الذين استخدموا هذا الأسلوب لم يكونوا أفضل أخلاقياً من أبناء الأسر الذين استخدموا أساليب تربوية أخرى، أما الأسلوب الثاني فيكون

¹ نسيم طيشوش: **الفتوات الفضائية وتأثيرها على القيم الأسرية، لدى الشباب**، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر،

2011، ص159

² دوروثي لونولتي و راشيل هاريس: **الأطفال يتعلمون مما يعيشونه**، ترجمة: مكتبة جرير، المملكة العربية السعودية، ط1، 2005،

ص4.

باستخدام أساليب عقابية لضمان تصرف الطفل وفق ما يروونه مناسباً أو صحيحاً أخلاقياً، وقد أظهرت النتائج أنّ هؤلاء الأطفال يستجيبون للتهديد، وهم لا يعرفون كيفية التصرف بطريقة مناسبة في حالة غياب من يرشدهم أو يجبرهم على التصرف بطريقة مناسبة، أمّا الأسلوب الثالث فيتضمن قيام الأبوين بحثّ الطفل على استخدام السلوك الأخلاقي، بعد أن يشرحا له أسباب ذلك، وتوضيح النتائج المحتملة لأنواع معينة من السلوك، وقد أكدت نتائج الدراسة أنّ الأسلوب الثالث أنجع من زاوية تطوير المفاهيم والمبادئ الأخلاقية الخاصة بالطفل¹. يمكن توضيح أهم الأساليب التربوية المعتمدة من طرف الوالدين وتأثيرها على النسق القيمي للطفل من خلال الجدول التالي²:

جدول رقم (4): يوضح أنماط التربية الأسرية وتأثيرها على الطفل:

النمط التربوي للأسرة	الوصف	تأثيره على قيم الطفل
النمط التسلطي	مسيطرون، عقابين، صارمون، باردون، كلماتهم قوانين، تقديس الطاعة والولاء، لا يتحملون تعبيرات أطفالهم على عدم الموافقة	قلقون، منسحبون، تفاعل اجتماعي قليل نسبياً، أولاد غير ودودين، عدوانيون، بنات اعتماديات يملن إلى الانسحاب من المهمات التي تتسم بالتحدي
النمط الديمقراطي	يضعون قيود واضحة وثابتة بالرغم من ميلهم نحو التزمّت النسبي كما هو الحال عند المتسلطين، إلا أنهم محبوبون وداعمون انفعالياً، يشجعون الاستقلالية لدى أولادهم، عندما يطلبون من أولادهم التصرف بطريقة ما في موقف ما فإنهم يقدمون الأسباب والتوضيحات، يقدمون أسباباً وتبريرات منطقية عندما يعاقبون	مستقلون بشكل عام، ودودون مع رفاقهم، مؤكدون لذاتهم، متعاونون، دافعيّتهم للإنجاز مرتفعة، ناجحون، جديرون بالحب، يضبطون سلوكهم بفعالية في علاقتهم بالآخرين، الضبط الانفعالي للذات، أقل ميلاً نحو التتميط المتعلق بالجنس، تتميز الإناث بدرجة مرتفعة من الاستقلالية، الرغبة في إتقان المهارات الجديدة، يتميز الذكور بدرجة مرتفعة في السلوكيات الودية والتعاونية
النمط المتساهل	يزودون أولادهم بتغذية راجعة ضعيفة، يطلبون القليل منهم، لا يضعون قيود أو	مستقلون، متقلبو المزاج، ضعيفين في ضبط الذات وفي المهارات الاجتماعية، متمرّدون عندما

¹ كولن فريزر/برندان بيرشل: **تقديم علم النفس الاجتماعي**، ترجمة: فارس حلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1، 2012، ص271.

² معاوية محمد أبو غزال: **النمو الانفعالي والاجتماعي للطفل من الرضاعة حتى المراهقة**، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2011، ص148.

يطلب منهم القيام بأشياء تتعارض مع رغباتهم الآنية، سلوكهم أناني وغير ناضج	ضوابط على سلوك أولادهم	
الشعور بعدم الحب، الانفصال الانفعالي، تباطؤ في النمو الجسمي والمعرفي، الخضوع في مرحلة المراهقة، قلة تحمل الإحباط، ضعف الضبط الانفعالي، صعوبات في التحصيل الدراسي	عدم اهتمام فعلي بأولادهم، لا مبالين بسلوك أولادهم، منفصلون وباردون انفعاليا، يرون أن دورهم ليس أكثر من إطعام أولادهم.	النمط المهمل

2. النظريات المفسرة لدور الأسرة في اكتساب الطفل القيم:

حيث تطرقنا لأهم النظريات المفسرة لتأثير الأسرة على اكتساب الطفل للقيم:

1.2 نظرية التعلم الاجتماعي:

"يمكن تلمس موقف نظرية التعلم الاجتماعي لراندا ألبرت باندورا **Albert Bandura** وزملائه من دور الأسرة في النمو الأخلاقي للطفل، من خلال عمليات الثواب والعقاب، الملاحظة، التقليد، والتوحد، هي عمليات ليست مستقلة وإنما متداخلة، ويكمل بعضها البعض الآخر، وأحيانا يتعارض بعضها مع البعض الآخر، مما يعيق عملية التعلم، فمثلا يستخدم الأب الثواب والعقاب من أجل نهي الابن عن سلوك معين ثم يقوم هو بهذا السلوك، فيتعلم الطفل عن طريق الثواب والعقاب وعن طريق التوحد مع الأب سلوكيين أو قيمتين متناقضتين. وقد حددت نظرية التعلم الاجتماعي أساليب التعلم بإتباع الطرائق التالية¹:

- أسلوب الثواب والعقاب: حيث يذهب (**Aronfeed**) "إلى أن الأطفال يكتسبون قيمهم بواسطة نوع من الاشتراط الاجتماعي، أين يلعب الأبوين أهمية كبيرة في هذه العملية، فتأييد تصرف معين من طرف الوالدين يزيد من احتمال تكراره لدى الطفل، على النقيض فتوجيه نقد أو عقوبة على سلوك معين يضائل من احتمال تكراره، عليه فإن مكافأة الطفل على أنماط معينة من السلوك وتعزيزها يؤدي إلى ارتباط الطفل بهذا السلوك والعكس صحيح.
- عملية الملاحظة: لا يكون الطفل دائما بحاجة إلى تدعيم استجاباته سلبا أو إيجابا عن طريق الثواب والعقاب، إنما يمكن تنمية أنماط معينة من السلوك عن طريق ملاحظة سلوك الآخرين،

¹كريمان بدير: الأسس النفسية لنمو الطفل، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط1، 2007، ص.ص 179 - 181.

ويذهب ألبرت باندورا إلى التأكيد أنّ التطور الأخلاقي يحدث من خلال الملاحظة غير المباشرة لسلوك الوالدين، ووجد من خلال دراسته التجريبية أنّ الطفل الذي يشاهد راشد يعطي أحكاماً أخلاقية يعطون أحكاماً أكثر نضجاً من الأطفال الذين لم يشاهدوا أو يسمعون أحكاماً أخلاقية.

- **التقليد:** يبدأ الطفل بتقليد أفعال الآخرين في نهاية السنة الأولى، إلا أنّ التقليد في هذه المرحلة يعتمد على الملاحظة المباشرة للفعل، وعندما يصبح بإمكانه تكوين صور ذهنية لما يقع حوله والاحتفاظ بتلك الصور واسترجاعها، تتسع دائرة الأفعال التي يمكن أن يقلدها.
- **التوحد:** هو أعلى درجات التقليد، أين يتوحد الطفل مع النموذج، ويتطلب التوحد وجود روابط عاطفية مع النموذج المقلد، فالطفل يقلد العديد من الأشخاص لكنه لا يتوحد سوى مع الأشخاص الذين لديه ارتباط شديد بهم ويكونون قدوة له.

2.2 نظرية التحليل النفسي:

يرى سيغموند فرويد أنّ إحساسنا بواجباتنا الأخلاقية ينبع من علاقتنا بأبويننا، وتتبع أهمية هذه العلاقة في دور الأسرة في توفير الراحة والمساعدة والمواساة والأمان، ويختصر فرويد هذا كله في كلمة واحدة "حب الطفل"، وطبقاً لتصور فرويد يكتسب الطفل أناه الأعلى (super ego) من خلال ما أسماه بالتوحد identification مع الوالدين، فيقوم الوالدان بدور ممثلي النظام، فهما من يعلمان الطفل القواعد الأخلاقية والقيم التقليدية والمثل العليا للمجتمع الذي يترى فيه الطفل، وهما يفعلان ذلك عن طريق مكافأته عندما يفعل ما يجب عليه، كما أنّهما يعاقبانه عندما يخطئ فيما يجب عليه، وفي السنوات الأولى تكون العقاب والمكافأة أداة للضبط، ومع مرور الوقت تتحول هذه الأداة الخارجية إلى أداة داخلية، عن طريق شعور الفرد بالذنب أثناء ارتكابه لخطأ، والرضا إذا تصرف بطريقة أخلاقية. وقد تعرّضت هذه النظرية لبعض الانتقادات، أولها أنّها لم تحظ بتأييد إمبريقي، كما أنّ العديد من فرضياتها عصي عن الإثبات والفحص العلمي، فكيف يمكننا التمييز مثلاً بين الطفل الذي يتصرف بطريقة أخلاقية لتجنب مشاعر الذنب أو الإثم، وبين الطفل الذي يفعل ذلك بسبب خوفه؟¹

¹كولن فريزر/برندان بيرشل، مرجع سابق، ص 275.

3. تأثير الأسرة العربية في اكتساب الطفل للقيم التربوية:

حتى تتمكن من تحديد تأثير الأسرة العربية على القيم التي يتبناها الطفل علينا أن نعرف سمات وخصائص الأسرة العربية والذي يؤثر على نمط التربية التي يتلقاها الطفل.

1.3 التوجهات القيمية للأسرة العربية:

هناك الكثير من الدراسات التي تناولت سمات الأسرة العربية التقليدية ثم سمات الأسرة العربية المعاصرة، غير أننا ارتأينا دمج هذين العنصرين معا لأن الأسرة العربية لا تزال تتخبط بين ما هو تقليدي وما هو معاصر، لا تزال الكثير من السمات التقليدية حاضرة وبقوة في نظام أو بنية الأسرة العربية، التي لا يمكن الحديث عنها سوى بصيغة الجمع، فهي لا تسير وفق نموذج اجتماعي ثقافي وحيد، إنما وفق نماذج متعددة كالأسرة الممتدة، النووية، الموسعة، رغم اختلاف الدراسات حول بنية الأسرة الممتدة والأسرة النووية، وحول تحوّل وظائفها نتيجة التغيرات التكنولوجية والاقتصادية والثقافية، إلا أنها اتفقت بأن محتوى قيم الأسرة، تبقى متأثرة بنسبة كبيرة بالقيم التقليدية، حيث أكدت **سناء الخولي** بأنه لم يظهر أي دليل إمبريقي على أنّ الأسرة العربية تحمل في طياتها بذور عزلتها عن الأسرة الممتدة، وبالتالي فهي تنقل القيم التقليدية للأبناء في عملية التربية، كما أكدت دراسات الباحث الجزائري **سليمان مظهر** بأنّ الأسرة الجزائرية تحتفظ بقيمها التقليديّة ويظهر ذلك من خلال العلاقة بين استمرار نقل القيم التقليدية من طرف الأسرة، واستمرار مظاهر التخلف في المجتمع الجزائري، الذي ما يزال يرفض الحداثة بسبب تشبّعه بالقيم التقليدية، أما دراسات **علي زعفرور** فأكدت على تعايش القيم التقليديّة وقيم الحداثة مما أنتج نمط فكري خاص ونسق خاص من القيم، تتلاصق فيها العقلانية بالاتجاهات الخرافية¹.

ويمكن إجمال أهم خصائص الأسرة العربية وتوجهاتها القيمية في ما يلي:

أ. العائلة العربية عائلة أبويّة:

تتميز العائلة العربية بكونها عائلة هرميّة، حيث يحتلّ الأب رأس الهرم، يكون تقسيم العمل والتفرد والمكانة على أساس الجنس والعمر، يتوجّه الأب بالنصائح والإرشادات، ويتوجّه الأبناء بالاستجابة والطاعة والاحترام، ويعيش عادة الأب بعيدا عن أبنائه، يترعرع الأبناء في الأسرة العربية، متأثرين أكثر

¹ رضا حبرش: علاقة قيم الاسرة وقيم المدرسة الجزائرية بالتنظير والتنمية الشاملة، مجلة فكر ومجتمع، العدد 17، تموز 2013، ص.ص.293-294.

بأمهاتهم. غير أن هذا النظام التربوي قد تعرّض لتغيرات كثيرة بقيام العائلة النووية، أين بدأت تحل مزيد من المشاركة في السلطة والمسؤوليات، أصبحت الأسرة تنزع أكثر نحو المسلك الديمقراطي، خاصة بعد تعليم المرأة وخروجها للعمل ومشاركة زوجها المسؤوليات والتوجه نحو الأسرة النووية الذي يسمح بالاستقلال في السكن والقرارات وفي تربية الأبناء،"في هذا الإطار أكدت أحد الدراسات بأن 71.3% من المبحوثات الجزائريات أجبن بأنهن يقررن مثل الرجل أو أكثر في القضايا المرتبطة بتربية الأطفال، وأنّ النساء الأجيرات يتمتعن بمشاركة أوسع في صنع القرار داخل الأسرة، مقارنة بنظيرتهنّ غير الأجيرات"¹، "كما أصبح الآباء يظهرون أكثر بمظهر الآباء العصريين ويتخلّون عن بعض سلطاتهم، ويبدون تسامحا واضحا إزاء سلوك أبنائهم، الذي يصل أحيانا إلى درجة السكوت عن بعض السلوكيات التي يرتكبها الأبناء والتي تعتبر خروجا عن الأعراف والتقاليد، يحاول الآباء في علاقاتهم بأبنائهم ممارسة ما يسميه هيلاني كلاين التماهي الإسقاطي **identification projective** حيث يسعون للتخلّص من كل ما هو ممنوع ومكروه داخلهم بإسقاطه على أطفالهم، بذلك يشعر الآباء أنّهم حقّقوا نصرا ولو بأثر رجعي، بالسماح لأطفالهم بالتعبير عما لم يكن بإمكانهم التعبير عنه عندما كانوا أطفالا ومراهقين"².

ب. العائلة العربية عائلة ذكورية:

تكون الحظوة للذكر أكثر من الأنثى في العائلة العربية، يتعلم الأطفال منذ الصغر أدوارهم الاجتماعية المنتظرة منهم، حيث تتعلم الفتاة كيف تكون أنثى من خلال إتقانها للمهارات المنزلية، طاعتها وخضوعها للعائلة، كما تتشرب قيم التادّب والحشمة، وعدم رفع صوتها، جمالها هو رأس مالها الأهم لكونها موضوعا جنسيا. "أما شخصيّة الولد فيتم تطبيعها على أساس الأدوار المتوقع القيام بها في الأسرة والمجتمع، فدوره كرجل يعتمد على قاعدة الاعتماد على الذات، الاتزان، الصلابة، السيطرة، فهو المعيل الأساسي للأسرة، ينتظر منه أن يؤمّن احتياجاتها، يضمن لوالديه حياة كريمة في العجز والكبر، الوريث الشرعي لرأس مالها المادي والرمزي والممثل في اسم العائلة، يتميز ترميم سلوك الطفل في مرحلة حياته المبكرة بالتساهل والتراخي، تشكل الأمّ المصدر الأساسي لقيم الطفل، وتسد إليه مهامها خارجية، يدرّب على أنّ مكانته أكبر من مكانة أخته، وأنّ حريته أوسع، بل يسيطر على كل ما هو أنثوي داخل ذاته وخارجها، فيبدأ بمراقبتها خارج المنزل ويفرض عليها عقوبة إذا انحرفت عن سلوكه، غير أن هذا النوع من

¹ دحماني سليمان: ظاهرة التغير في الأسرة الجزائرية، العلاقات، ماجستير انثروبولوجيا، جامعة أبي بكر بالقائد، تلمسان، 2006/2005، ص 91

² سميرة سطوطاح: الإشهار والطفل، دراسة تحليلية للأنماط الاتصالية داخل الأسرة من خلال الومضة الإشهارية وتأثيرها على سلوك الطفل، رسالة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، ص 98.

التربية يتميز بالازدواجية، فمن جهة يدرّب الطفل على الخشونة والسيطرة والمنافسة والاستقلالية بتفكيره وسلوكه، من جهة أخرى تغرس في نفسه الطاعة والتبعية والخضوع لمن هم أكبر سناً¹.

إن ما يعرفه المجتمع العربي من تطورات جعل هذا النوع من التربية على أساس الجنس تتراجع نوعاً ما، حيث قامت الباحثة راجية بنالي بإجراء دراسة للتعرف على أساليب التربية داخل الأسرة الجزائرية والقيم التي تسعى لغرسها في نفوس أطفالها، من خلال تطبيق استبيان على عينة تراوح عددها 230 عائلة من ولاية باتنة، وتوصلت الدراسة إلى غياب الأساليب التعسفية في تربية الأبناء، وعدم تأثر نمط التربية بالمستوى السوسيوثقافي للعائلة أو بجنس الأطفال، عدم وجود توزيع أدوار محدد للأم والأب في العملية التربوية، حيث يتولى الأب جانب الرعاية وإشعار الأبناء بالقرب والحميمة، قد تتولى المرأة وظيفة الرقابة والعقاب، كما لا تسعى الأسر لإعداد الفتيات لتكن ربّات منزل كما هو سائد في الثقافة التقليدية، إنما يطمح الآباء في إكمال بناتهم وأبنائهم مساهمهم الدراسي، وهذا لا يعني غياب بعض مظاهر الثقافة التقليدية، التي تؤكد على أن الأعمال المنزلية مهمة أنثوية، وأن التربية تعني الأدب والطاعة والخضوع للتقاليد والأعراف، أنّ شرف العائلة مرتبط بسلوك الفتاة خارج المنزل، وحدود علاقتها مع الجنس الآخر².

ج. التلاحم والتآزر داخل الأسرة العربية:

الأسرة الجزائرية تتميز بطابعها الاشتراكي من خلال التعاون والتآزر والذي يمكن لمسه من خلال العمل الجماعي التضامني الذي يشارك فيه الفرد طواعية وعن رغبة مع الجماعة.

د. حضور القيم التقليدية في العائلة العربية:

تقدم العائلة العربية والجزائرية القيم الروحية على القيم المادية، تعتبر احترام الغير خاصة الأكبر سناً مصدر للبركة، الغنى يكون دائماً في القلوب أكثر منها في الماديات، الشرف قيمة مركزية وما يعبر عنه بـ "النيف" الذي يحمل وجوب الاحترام والطاعة، الالتزام بالوعد (الكلمة)، طاعة الوالدين (الرضا)،

¹ دحمانى سليمان، مرجع سابق، ص.ص، 78، 79.

²Radjia Benali : Education familiale en Algérie entre tradition et modernité , Insaniyat / إنسانيات / 29- 30 | 2005, pp 21-33.

القدرية (المكتوب)، "كما بيّن استطلاع الرأي الذي أجراه فريق الباحث التابع لمركز البحث الوطني في الأنثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية في مدينة وهران، أن العائلة لم تنزل قيمة مهمة جدا بالنسبة للشباب"¹

هـ. اعتماد النمط التسلطي في التربية:

يسود الاتجاه التسلطي في التنشئة (ضمن اتجاهات أخرى) في كثير من الأسر العربية، إن لم يكن أغلبها في البلدان العربية، حيث توصل القريشي إلى نتيجة مفادها "أن الاتجاهات الوالدية في تربية الأبناء يغلب عليها التذبذب، تعتبر أكثر الاتجاهات الغير سوية ارتفاعا... كما تعتبر اتجاه الحماية الزائدة أيضا مرتفع نسبيا."² وقد توصلت بومريند في دراستها أنّ الآباء القاسيين لا يتميز أبناؤهم بالاستقلالية، كما ميزت بين عدة أنماط من التربية الوالدية، حيث يقيم الآباء المتسلطون أبناءهم على أساس الطاعة العمياء أما الآباء المتحكمون فيستخدمون أسلوب توجيهي، ومع أنهم حازمين في حكمهم وممارساتهم فإنهم يحترمون الطفل كفرد³، كما وجد عبد الحليم مثلا أن هناك علاقة عكسية على مستوى دال إحصائيا، بين الاتجاهات غير السوية للآباء والأمهات والمتمثلة في التسلط والإهمال والألم النفسي والتذبذب، وبين القدرة على التفكير والابتكار لدى التلاميذ والتلميذات⁴.

ثالثا: دور الجوانب الاجتماعية الفرعية في اكتساب الطفل للقيم التربوية

والتي نعني بها دور المتغيرات النوعية داخل الإطار الحضاري في إكساب الطفل للقيم الملائمة: كالجنس والدين والمستوى الاقتصادي والاجتماعي والمهنة والمستوى التعليمي وغيرها.

5. تأثير الطبقة الاجتماعية على القيم التربوية للطفل:

قبل الحديث عن تأثير الطبقة الاجتماعية على القيم التربوية التي يكتسبها الطفل، ارتأينا تقديم تعريف وجيز للطبقة الاجتماعية ومؤشرات تصنيفها حتى يسهل علينا تحديد الفروق في الطبقات وتأثيرها على قيم الطفل.

¹مصطفى مجاهدي: برامج التلفزيون الفضائي وتأثيرها في جمهور الشباب، مدينة وهران نموذجاً، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، لبنان، 2010، ص 269.

² محمد عماد الدين إسماعيل، مرجع سابق، ص 306.

³ روبرت واطسن/هنري كلاي ليندرجين: سببولوجية الطفل والمراهق، ترجمة داليا عزت مؤمن، مكتبة ميدولي، القاهرة، ط1، 2004، ص 309.

⁴ محمد عماد الدين إسماعيل، مرجع سابق، ص 307.

1.1 تعريف الطبقة الاجتماعية:

يعرّف الاقتصادي الألماني **جوستاف شمولر (Gustave Schmoller)** الطبقة الاجتماعية على أنها تقسيم الجماعات إلى عدد معين من جماعات كبيرة، تضم الأفراد والأسر التي لها ظروف متشابهة، تكون بحسب المهنة، نوع العمل والثقافة، أما **موريس هالفاكس (Maurice Halbwachs)** فيرى أن الطبقات الاجتماعية شديدة التعقيد ويصعب حصرها، وهي عبارة عن مجموعات متدرجة إلى أقصى حد، لها وعيها الجماعي النوعي، تتجلى فيها درجات مميزة من حيث إسهامها في المثل الأعلى المشترك للمجتمع الذي يضمها وفي الأنشطة المتصلة بها، وتعرف من حيث مستوى حاجاتها، نوع المعيشة الخاصة بها، المادة التي ينصب عليها عملها، ونشاطها الاقتصادي¹.

ويتّضح من هذه التعريفات أنها حاولت ضبط المفهوم من خلال تزويدنا بالمؤشرات والمعايير التي تسمح لنا بتقسيم الطبقات وإيجاد الفوارق بينها، والتي يمكن إجمالها في النقاط التالية: من حيث مؤشر الثروة أو الدخل (**كارل ماركس وأتباعه**)، من حيث المهنة أو الحرفة (**جان ماك كونل**)، السلوك الاجتماعي أسلوب التعامل (**مارشال**)².

2.1 تقسيمات الطبقات الاجتماعية:

من أشهر التقسيمات المعمول بها هو التقسيم الذي يقترحه علم الاجتماع الأمريكي، حيث قسم الطبقات إلى:

- طبقة عليا وتنقسم إلى شريحة عليا عليا، عليا دنيا.
- طبقة وسطى تنقسم إلى شريحة وسطى عليا، وسطى دنيا.
- الطبقة الدنيا تشمل شريحة دنيا عليا، دنيا دنيا³.

بينما قسم **حليم بركات** الطبقات إلى:

¹ عبد القادر القصير: **الطبقة، البناء الطبقي في الريف والحضر، مثال المجتمع المغربي**، دار النهضة العربية للطباعة و النشر،

بيروت، ط1، 1997، ص31

² نفس المرجع، ص35

³ نفس المرجع، ص112.

– **طبقة عليا:** تضم كبار التجار الصناعيين والممولين، رجال أعمال، المالكيين والعقاريين، كبار رجال الإدارة والعسكريين.

– **الطبقة المتوسطة:** تضم صنّاع وتجار يمارسون مهنا مستقلة، جميع عناصر المهن الحرّة الذين لا يمكن اعتبارهم جزءا من الطبقة الحاكمة، وخاصة العناصر المتواضعة للمهن الطبية والقانونية، التقنيين والأطر الوسطى في الصناعة، التجار، صغار ومتوسطي الموظفين.

– **الطبقة الدنيا:** تشمل فلاّحين لا يملكون أرضا، عمّال زراعيين، عمّال ماجورين لا يملكون سوى قوّة عملهم، صغار التجار، العمال اليوميين، عمال يدويين، عمال مهاريين¹.

بالتالي قسّم الباحث الطبقات حسب ملكية وسائل الإنتاج، واليد العاملة، فالطبقة العليا تملك وسائل الإنتاج وتوظف الطبقات الأخرى في خدمتها، الطبقة المتوسطة تملك وسائل الإنتاج لكنها لا توظف غيرها من الطبقات، والطبقة الدنيا محرومة من وسائل الإنتاج وتبيع قوّة عملها.

3.1 تأثير الطبقة الاجتماعية على قيم الطفل:

"أوضحت الدّراسات أنّ هناك اختلافات في قيم الطفل باختلاف الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها، حيث تهتمّ الأسر من الطبقات المتوسطة بغرس قيم الإنجاز والإبداع، في حين لا تهتمّ أسر الطبقات الدنيا بذلك، كما أنّ الأمّهات ذات المستويات الاقتصادية المرتفعة يعطين أهمية لقيم اعتبار الآخرين وحب الاستطلاع وضبط النفس والمتعة، يعملن على غرس هذه القيم في أبنائهنّ، في حين يعطي الأمّهات ذات المستوى المنخفض أهمية لقيمة النظافة والطاعة، كما تبيّن أنّ الأفراد ذات المستوى الاقتصادي المنخفض، يعطون أهمية لقيم التديّن والصدّاقة والتسامح والطاعة والتهديب، في مقابل ذلك يعطي الأفراد من المستوى الاقتصادي المرتفع أهمية كبيرة لقيم الإنجاز والأمن الأسري، الحب والكفاءة والاتساق الداخلي².

"أكدت الدراسة التي قام بها كل من **بارسونز، كلوكهن، وستوفر (Parsons Kluckohn Stouffer)** من أجل قياس مستوى الذكاء لدى الأطفال، أنّ هناك نسق قيمي يحكم كل طبقة اجتماعية، يؤثر على مستوى الذكاء والطموح لدى الآباء والأبناء، حيث توصلوا إلى أنّ الأطفال الذين ينتمون إلى

¹ حليم بركات، مرجع سابق، ص ص 113-124

² عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سابق، ص 78.

الطبقات الدنيا يعطون أهمية اقل لقيمة النجاح ولديهم نظرة دونية لأنفسهم، ويقللون من قيمة طاقاتهم، ويهملون النشاطات التي تسمح لهم بتحقيق ذاتهم، على خلاف الطبقات المتوسطة التي تعطي قيمة للنجاح. كما أكدت دراسات أخرى أنّ علاقة الآباء بالأبناء في الطبقات المتوسطة يحكمها التسامح والمساواة، بينما العلاقات في طبقة العمّال قائمة على الخضوع للنظام واحترام القوانين¹.

وقد توصلت نتائج الدراسة التي أجراها الدكتور **عماد الدين إسماعيل** وآخرون في مجال التنشئة الاجتماعية للطفل المصري، "أنّ اهتمام آباء الطبقة المتوسطة بقيم المتعلقة بالتغذية، النوم، الاستقلال أكثر من آباء الطبقة الدنيا، كما يتميز آباء الطبقة الدنيا باستخدام أسلوب العقاب البدني أو التهديد به، في حين يستخدم الآباء من الطبقة المتوسطة أسلوب النصح والإرشاد اللفظي، كذلك تتضح الفروق بين الطبقتين في شدة حرص الطبقة الوسطى على المظهر الخارجي عند الطفل وعلى أدائه وتغيير نشاط الطفل، أكبر مما يحدث لدى الطبقة الدنيا².

ويتضح مما سبق تأثير المستوى الاقتصادي والاجتماعي على نسق القيم لدى الطفل، حيث تميل الأسر ذات المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع والذين ينتمون إلى الطبقات المتوسطة والعليا إلى اعتماد نمط تربية ديمقراطي، وتشدّد في تربية أبنائها على غرس قيم الإنجاز والنجاح، وبالتالي ينشأ الأطفال على قيم الثقة في الذات وفي الآخر، وعلى الأخلاقيات التي يكون مصدرها داخلي وليس خارجي، وهذا راجع لقدرة هذه الأسر على تحقيق حاجاتها الأساسية والوصول إلى مرحلة متقدّمة في سلّم ماسلو للحاجات، أي تحقيق الحاجات البيولوجية، حاجات الأمن، والسعي لتحقيق حاجات تحقيق الذات والوصول إلى التقدير الذاتي، خاصة وأنّ هذه الطبقات يكون مستواها التعليمي في الغالب مرتفع، مما يجعل وعيها التربوي أعمق، في حين أنّ الطبقات الدنيا تركز جهودها على تحقيق الحاجات البيولوجية وحاجات الأمن، وبالتالي يتسم طابع التربية بالتسلّط أو الإهمال بسبب غياب الوقت والجهد لإقناع الطفل، حيث يكون العقاب البدني أو الإهمال هو الأسلوب الأسهل والأنجع، كما أنّ التوتر والضغط الذي تعيشه هذه الأسر يجعلها تنفس عن نفسها بضرب الأبناء، بالإضافة لغياب الوعي بسبب تدني المستوى التعليمي، وإن كانت هذه الطبقات تشدّد على قيم التحصيل الدراسي فذلك سعياً لبناء مستقبل لأبنائها

¹Combessie Jean-Claude : **éducation et valeurs de classedans la sociologie américaine**, revue française de sociologie, 1969, pp 20 - 32

²عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سابق، ص 79.

يختلف عن واقع هذه الأسر، وبالتالي لا تهتم بالمحتوى التعليمي بقدر اهتمامها بالنتائج المادية المترتبة عنه.

6. تأثير الجنس على قيم الطفل التربوية:

سنتناول تأثير الجنس كمتغير اجتماعي ونفسي وليس فقط متغير بيولوجي في اكتساب الطفل للقيم، حيث تؤكد ساندرام بيم (Sandra Bem) "أن الفروق بين الذكور والإناث خاصة الفروق المعرفية والشخصية القيمة تتزايد نتيجة جانبين مهمين من الهوية "الجنسية" وهما الأدوار الجنسانية (السلوكيات، الاهتمامات، المواقف، المهارات، الخصائص) والتعلم الجندي (ما يتعلمه الطفل من الثقافة عن دوره السابق)، وتتشكل الهوية الجنسية للطفل من خلال ما أطلقت عليه الباحثة سيكما الجندر كطريقة أو مخطط لمعالجة المعلومات المرتبطة بالنوع الاجتماعي، يساعد الطفل على تصنيف المعلومات حول جنسه، وتتشكل هذه الخطة المعرفية عبر مراحل، حيث يجمع الطفل في مرحلة الطفولة المبكرة معلومات عن جنسه، في عمر الست سنوات يبدأ في تثبيت المعلومات، في ثماني سنوات يبدأ بنشرها"¹.

كما أكد جون بياجيه (Jean Piaget) "أن الأطفال، في أثناء مناقشتهم للمشكلات تأثروا بهويتهم الجنسية، حيث تتحول مصدرا للسلطة في تقرير ما هو أخلاقي. في حين ذهبت الباحثة كارول جيلجان أستاذة في علم النفس التطوري بجامعة هارفارد للقول أن التوجهات القيمة تختلف حسب الجنس، وهذا عائد إلى اختلاف أساليب التربية الاجتماعية في المجتمعات الغربية، حيث تهدف تربية الفتيان إلى تقوية الإحساس بالاستقلال لدى الطفل، في حين أن تربية الفتيات يهدف إلى تنمية دورهن الاجتماعي في الرعاية، وأن تكون مشاعر الاستقلالية لديهن أقل بكثير من تلك الموجودة لدى الفتيان، وتقود هذه التربية إلى تبني الرجل رؤية أخلاقية أكثر استقلالية، تهتم بمبادئ وقضايا العدل العملي والنظري، في المقابل يؤدي أسلوب تربية الفتيات إلى تعزيز دورهن الاجتماعي في تقديم الرعاية"². "وقد توصلت دراسة أجريت على عينة قوامها 577 مراهق من بينهم 349 فتيات، 224 ذكور في مقاطعة كباك للمتمدرسين من سن

¹CendrineMarro: Évaluation de la féminité, de la masculinité, et auto-attribution des qualificatifs

« **féminin** » et « **masculin** ». Quelle relation ?, L'orientation scolaire et professionnelle, 31/4 | 2002, pp

545-563.

² كولن فريزر/برندان بيرشل، مرجع سابق، ص.ص 82-90.

14 إلى 18 سنة، إلى أن الفتيات يفضلن قيم العلاقات المتسقة مع العائلة، مساعدة الآخرين، قبول الاختلاف، في حين يفضل المراهقين من جنس الذكور قيم النجاح المادي، الشهرة، القيادة¹.

وعلى المستوى العربي "كشفت الدراسة التي قام بها كل من سلوى السيد عبد القادر ومحمد عباس إبراهيم أنّ قيم الذكورة السائدة في المجتمع المصري تتمحور حول: تفضيل إنجاب الذكور، تحمل المسؤولية، اتجاه الأسرة من إنفاق ورعاية، أمّا قيم الأنوثة فهي متصلة بجمال الشكل والقوام والأناقة وقيم الاحترام². وتوضح الدكتورة فاطمة المرنيسي أن المنظومة القيمية للمجتمع العربي تقوم على مفهوم تفوق الرجل على المرأة، حيث عومل الرجل كنموذج بيولوجي واجتماعي للبشرية، وعوملت المرأة على أساس مرجعية أساسية هو الرجل، ومن ثم أصبحت المرأة جنسا ناقصا وذلك لأنها لا تشبه الرجل، فمفهوم الأنوثة كثقافة صنعته أدوات السلطة في علاقتها مع الرجل، ولأن الثقافة ربطت الأنوثة بالسلبية فقد أبعدتها وأقصتها عن أرضية السلطة وصنع القرار، لتبقى قيم الأنوثة من وجهة نظر الثقافة الفحولية عبارة مجموعة من القيم الجسدية الصافية والمختارة تجعل من التأنيث مفهوما اجتماعيا وليس مجرد مفهوم بيولوجي"³.

7. نسق القيم والدين:

يعتبر بارسونز الدين أحد أهم المحددات القيمية للفرد، وهو ما أكده ماكس فيبر الذي أرجع تطور الرأسمالية في البلدان الغربية إلى بعض القيم البروتستانتية، حيث اعتبر أن كل نسق قيمى للدين أو الأخلاق، لا يمكن أن يستمد أصوله وجذوره من اعتبارات اقتصادية وسيكولوجية، وإنما يستمد تلك الجذور من مصادر دينية بحتة⁴، وقد بينت الدراسات أن هناك فروق بين المتدينين وغير المتدينين فيما يتبنونه من قيم، فيعطي الأشخاص المتدينون أهمية كبيرة لقيم الطاعة، الأمانة والتسامح أي القيم الغائية، في حين أن الأشخاص الأقل تدينا يعطون أهمية للقيم الوسيلية الخاصة بالكفاءة والافتقار كالاستقلال والعقلانية

¹Marie-Claude Rivard/Christine LebelLa: **représentation des valeurs des adolescents en relation avec les compétences transversales du renouveau pédagogique**, revue des sciences de l'éducation Volume 33, n° 1, 2007, pp 67-87.

²سلوى السيد عبد القادر/محمد عباس إبراهيم، مرجع سابق، ص 231

³فاطمة المرنيسي: **ما وراء الحجاب، الجنس كهندسة اجتماعية**، ترجمة: فاطمة الزهراء أزرويل، المركز الثقافي العربي، ط4، 2005، ص51.

⁴سعيد بو معيزة: **أثر وسائل الإعلام على قيم وسلوكيات الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية**، مرجع سابق، ص143.

والاهتمام بالأنشطة العقلية والمنطقية، كما تبين أن هناك اختلافا في الأنساق القيمية بين الأفراد الذين ينتمون إلى ديانات مختلفة، فيعطي اليهود أهمية لقيمة المساواة، السعادة، أمن الأسرة، الحكمة، الكفاءة، أما المسيحيون فيعطون أهمية لقيمة النجاة والخلود وقيمة التسامح¹. وبالنظر للتأثير الذي يمارسه الدين على نسق القيم لدى الأفراد، فإن الثقافة العربية، وإن كانت تستمد قيمها من الدين إلا أنها لا تزال تعاني من حالة ركود وتخلف، والسبب من وجهة نظرنا عائد لفهمنا الخاطئ للدين وعجزنا عن استنباط وإعادة إحياء قيمه، فنحن نمارس تدينا سلوكيا أكثر منه معرفيا، ونحصر الدين في الممارسات والشعائر والطقوس، في حين نغيب الجانب الروحي والمعرفي في فهم الدين، فنربي أبناءنا على أداء الفرائض دون أن نعلمهم استشعار الجانب القيمي في ممارستها، كما أن تنشئتنا تعتمد في كثير من الأحيان على أحكام الأعراف والتقاليد أكثر منها على الأحكام الشرعية، فنعلم أطفالنا منذ الصغر الخوف من الفضيحة والعار أكثر من الخوف من عدم الالتزام بقيمنا الدينية.

8. النسق القيمي ونوع المهنة:

تبين من الدراسات التي قام بها (R.Centers) أن هناك فروق قيمية بين أفراد المهن المختلفة، فالعمال يميلون إلى العمل الذي يتيح لهم الأمن، في حين أن أصحاب المهن العليا يهتمون بالعمل الذي يتيح لهم التعبير عن الذات، كما توصلت الدراسات التي قام بها Olivier chwartz أن الآباء من طبقة العمال لا يركزون على قيم المساواة بين الجنسين، وإنما يعملون على إعادة إنتاج القيم التربوية التي تؤكد على السلطة، الطاعة والتأديب، التوزيع التقليدي للأدوار بين الجنسين، وقد برّر فئة العمال مساندتهم لقيم الدور الجندي، بأن الرجل والمرأة خلقوا بقدرات فطرية تأهلهم للقيام بمهام محددة مسبقا، كما ذهب (David Lepoutre) أن قيم الطاعة والتأديب والسلوك الحسن تكون بمثابة رأس مال رمزي للوالدين من أجل تعويض نقص احترام الذات على المستوى المهني والاجتماعي².

ومن خلال استعراضنا للمحددات الثقافية الفرعية التي تؤثر في اكتساب نسق القيم لدى الطفل، اتضح لنا أن الانتماء الطبقي للطفل والمهنة والدين والجنس ليست متغيرات محايدة وإنما هي أدوات فاعلة تتدخل في بناء قيم الطفل على نحو محدد.

¹ عبد اللطيف محمد خليفة ، مرجع سابق، ص 83.

² Le Pape Marie-Clémence: Être parent dans les milieux populaires : entre valeurs familiales traditionnelles et nouvelles normes éducatives, Informations sociales, 4/2009, pp 88-95.

رابعاً: المحددات الفردية لاكتساب الطفل القيم التربوية

تشكل مرحلة الطفولة فترة خصبة وحاسمة في اكتساب الطفل القيم التربوية الصحيحة، لما يتمتع به الطفل من مرونة فكرية وقدرة على تعلم وتشرب قيم المجتمع، وقد ركزنا في هذا المبحث على عوامل النمو المعرفي والاجتماعي والانفعالي والخلقي للطفل كمحددات فردية تؤثر على نسقه القيمي.

1. الأطر النظرية المفسرة لأثر نمو الطفل على اكتساب القيم:

تناولنا في هذا العنصر أهم النظريات التي حاولت ربط أحد جوانب نمو الطفل بالقيم التي يكتسبها خلال مراحل طفولته، ونظر لتعدد هذه النظريات فقد أكتفينا بذكر أهمها، خاصة أن العديد منها جاء كإمداد لنظريات أخرى.

1.1 نظرية النمو المعرفي لبياجيه:

"أكد جانبياجيه أن تطور الحكم الأخلاقي للطفل يتم من خلال تطور أبنيتته المعرفية، وأن نمو المستوى المعرفي يقابله نمو في المستوى الأخلاقي للطفل عبر مراحل العمر المختلفة، نتيجة عمليات التدريب المستمر التي يقوم بها الفرد لوظائفه العقلية من أجل التواءم مع البيئة، هذه الرغبة في المواءمة تتم من خلال عملية الموازنة التي تهدف إلى القضاء على مختلف أشكال التناقضات، فأمام الخبرات الجديدة، يحدث للطفل نوع من الاضطراب والصراع بين ما هو متوقع وما يشاهده أمام ناظره، ويسعى من خلال التكيف كهدف نهائي لعملية الموازنة للخروج من حالة الاضطراب عن طريق التفاعل بين عمليتين فرعيتين هما التمثل والموائمة، حيث يلجأ الطفل من خلال عملية التمثل إلى تحويل الخبرات الجديدة إلى خبرات مألوفة، بينما عملية الموائمة هي عملية الانتباه التي تختص كلية بالتجربة الجديدة وبصورة مستقلة عن الخبرات السابقة¹.

• **مراحل النمو المعرفي لدى الطفل:** وقد قسم بياجيه تطور المستوى المعرفي لدى الطفل في

المراحل التالية²:

أ. المرحلة الحسية الحركية (من السنة الأولى إلى السنة الثانية): تتسم بالخصائص التالية:

¹ثناء بونس الضبع/ناصر فؤاد عيش: تنمية المفاهيم الدينية والخلقية والاجتماعية لدى الأطفال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011، ص125.

²معاوية محمد أبو غزال، مرجع سابق، ص.ص 243-245

- يكتسب الطفل معارفه ويطورها من خلال أفعاله المرتبطة بحواسه.
- يدرك مفهوم استمرارية الأشياء وانتظامها بالرغم من اختلافها أمام ناظره.
- يصبح لديه قدرة على التقليد المؤجل، أي القدرة على تذكر وتخزين سلوك النموذج الغير حاضر أمامه.
- ب. المرحلة ما قبل الإجرائية (من ثلاث سنوات حتى سن السابعة): وتتميز هذه المرحلة بالسمات التالية:
 - عدم القدرة على إنجاز عمليات عقلية مثلما يفعل الأطفال الأكبر سنا.
 - يتّصف تفكيرهم بالمنطق غير المرن والمقيّد بجانب واحد من جوانب الموقف، وذلك لتواجد خاصية التمرکز حول الذات أي عدم القدرة على اعتبار أكثر من وجهة نظر، وينظرون للمواقف والأحداث من وجهة نظرهم الشخصية ويعتقدون أن ما يحبونه وما يكرهونه، يحبه ويكرهه الآخرون (الأب ذهب للسوق ليشتري له لعبة، الشمس تشرق لحراسته).
 - التفكير الإيحائي المبني على اعتقاد بأن الأشياء غير الحيّة لها خصائص حيّة (الشمس تغضب، تفرح..).
 - عدم القدرة على الاحتفاظ حيث يرى الطفل في هذه المرحلة أن الأشياء المادية تحافظ على هويتها بالرغم من التغيرات التي تطرأ عليها، وذلك نظرا لسيطرة خاصية التركيز على بعد واحد للموقف، شدة التأثير بالمدركات الحسيّة، التركيز على الحالات أكثر من التحوّلات، ولفهم هذه الخاصية سنعود لتجربة بياجيه التي أجراها حيث وضع كوبين متشابهين ويحتويان على نفس كمية الماء، ثم سأل الأطفال حول تساوي كمية الماء فأجابوا بنعم، لكن عندما سكب كمية الماء في كوب آخر مسطح، لاحظ الأطفال تغيير ارتفاع الماء في الكوبين وأجابوا بأنّ كمية الماء ليست نفسها في الكوبين، ويعود الخطأ في الإجابة لخاصية عدم القدرة على الاحتفاظ بالتركيز على جانب واحد (التركيز على بعد ارتفاع الماء)، انبهارهم بالتجربة جعلهم لا يلاحظون تأثير تغيير الكوب، تركيزهم على حالة الماء في الكوبين ولم ينتبهوا للتحوّلات الحاصلة نتيجة تغيير الوعاء.
 - عدم القابلية للعكس، حيث يفكر الأطفال بشكل خطي ولا يستطيعون العودة إلى نقطة البداية.
 - عدم القدرة على تصنيف الأشياء في فئات.

– تفكير تحوّلي حيث يقفز الطفل من فكرة إلى فكرة دون أن يكون هناك ترابط منطقي بين الأفكار (التفكير من الخاص إلى الخاص دون القدرة على الانتقال من العام إلى الخاص أو من الخاص إلى العام).

ج. المرحلة الإجرائية المحسوسة (من السابعة إلى الثانية عشر): تفكير الأطفال في هذه المرحلة يكون أكثر منطقيّة ومرونة ويتميز بالخصائص التالية:

- القدرة على التمييز بين الحقيقة والخيال.
- القدرة على التفكير السببي.
- ينجحون في مهمات الاحتفاظ والتصنيف.
- يفكرون بطريقة منظمة ومنطقية لكنهم يجدون صعوبة في التعامل مع الأفكار المجردة التي لا يمكنهم ملاحظتها في حياتهم اليومية.

د. المرحلة الإجرائية الصورية (تبدأ من سن الثالث عشر): حيث يتميز تفكير المراهقين بخاصيتين أساسيتين:

- القدرة على الاستدلال الفرضي (الاستنتاجي)؛ حيث يضع المراهق كل الاحتمالات المسؤولة عن حصول الموقف، استنتاج فرضيات حول أسبابها، اختبار الفرضيات.
- القدرة على الاستدلال المنطقي من خلال تقييم المقترحات حول مسألة معيّنة دون الرجوع إلى ظروف الواقع (كل الزهور رائحتها زكية، الياسمين زهرة، الياسمين رائحته زكية).

انطلاقاً مما سبق يتضح من خلال نظرية النمو المعرفي لبياجيه أن عملية إكساب الطفل للقيم التربوية ليس وصفة جاهزة ونهائية لما يجب غرسه في أطفالنا من قيم، فالطفل ليس لوحة ملساء نكتب عليها ما نشاء ولا هو مستودع لصب معلومات وتقديم أوامر ومعايير، وإنما النظرة السليمة لتربية الطفل هي التي تتعامل معه بصفته صاحب حاجات وخصائص معرفية تختلف من مرحلة عمرية إلى أخرى، وإن عملية التنشئة سواء من خلال الأسرة أو المدرسة أو وسائل الإعلام هي التي تعتمد على المرونة، وتعترف أن داخل كل طفل مجموعة أطفال تختلف طرائق وأساليب تربيتهم باختلاف المرحلة المعرفية، فطفل المرحلة الحسية الحركية يختلف في أساليب تربيته عن طفل المرحلة ما قبل الإجرائية، عن طفل مرحلة العمليات الملموسة أو طفل مرحلة العمليات الصورية.

2.1 نظرية النمو الأخلاقي لبياجيه:

"انتقد بياجيه بشدة توجه دوركهايم في مساواته للأخلاق بصفة عامة بأخلاق الراشدين فقط، وتجاهله لتطوير الأطفال لقواعد أخلاقية خاصة بهم، حيث يرى أن كل ما هو أخلاقي يتضمن جملة من القواعد، وأن جوهر ما هو أخلاقي يتأتى من البحث عن مدى احترام الفرد لهذه القواعد، والانتقال مما يفرضه الراشدين على الطفل للبحث عن القواعد التي يضعها الطفل لنفسه"¹. قد بدأ بياجيه بحوثه للكشف عن تطور نسق القيم لدى الطفل من خلال محاولة استكشاف طبيعة فهم أطفال سويسرا لقواعد اللعب، ولاحظ أن قواعد هذه اللعبة (بالنسبة للذكور لعبة الحلول، وبالنسبة للإناث لعبة الحجلة) تنتقل من جيل إلى جيل مثلما تنتقل القيم من الراشدين للأطفال، وبالتالي فإن فهم كيفية تعاطي الطفل مع قواعد هذه اللعبة، سيفيد في فهمنا لكيفية تفاعل الطفل مع قيم الراشدين². وقد استخدم بياجيه أسلوب المقابلة الإكلينيكية للتعرف على أفكار الطفل أثناء اللعب، وتوصل إلى عدة مراحل لتطور تفكير الطفل الأخلاقي أثناء اللعب وكيفية تعامله مع قواعد اللعبة ومع شركائه³:

- **المرحلة الأولى:** يكتسب الطفل القواعد الحركية للعبة (مفهوم الانتظام) ويكتسب بذلك فكرة الانتظام بواسطة القواعد التي يحددها له الراشد من قبيل وقت النوم، وقت الاستيقاظ، أو من خلال العادات التي يطورها الطفل لنفسه في أثناء محاولاته التحكم في (الجلول) وقذفها بطريقة ناجحة، وهنا تبدأ تتطور لدى الطفل قيم التنظيم الذاتي، وفي فترة الثلاث سنوات لا يفرق الطفل بين الأفعال القصدية والأفعال اللاإرادية، ويحكم الأطفال على الأفعال من خلال العناصر المادية للموقف، وليس من خلال نية الفاعل.
- **المرحلة الثانية:** يبدأ الطفل من 6 إلى 8 سنوات التمييز بين الكذب القصدي والخطأ، يأخذ في حكمه على الأفعال احتمالات رد فعل رموز السلطة، وتتميز هذه المرحلة بالجمود والعيانية، ويحكمها التفكير الأناني الذي لا يسمح لصاحبه بإدراك أن الآخرين قد ينظرون للأمور من زاوية مختلفة ونتيجة لهذا الموقف فإن رموز السلطة قادرين على توقيع العقاب عليه وإجباره على قبول القواعد الأخلاقية.

¹ Jorgo Da gloria/José carreto Batisto : **les normes des jugement morales chez l'enfant, transmission ou creation**, quaderns de psicologia, 1983, p28

² كولن فريزر/بيرندان بيرشل، مرجع سابق، ص288.

³ Jean Piaget : **Le jugement moral chez l'enfant**, 5eme édition, 1978, pp143-145.

• **المرحلة الثالثة:** ينمو لدى الطفل الإحساس بالواجب في إدراك أن القواعد تنصف بالجبرية والإكراه، يبدأ في إدراك الطابع الاجتماعي للقواعد السلوكية، وفي المقابل تعتمد القواعد العقلانية التي يتم تطويرها في المرحلة الثانية على الاحترام المتبادل، وهنا يصل الطفل إلى مرحلة التفكير الاجتماعي، ويؤدي هذا الاحترام الأحادي الجانب إلى جعل القواعد والمبادئ مقدسة ولا يمكن تغييرها، فهي مفروضة من الخارج بواسطة المجتمع، يتفق بياجيه مع دوركهايم أن الطفل في هذه المرحلة يتمثل إلى القواعد التي تأتيه من أشخاص يشكلون له سلطة.

• **المرحلة الرابعة:** وجد بياجيه أن الأطفال الأكبر سنا من سن العاشرة فما أكثر يعتبرون قواعد اللعبة ملزمة لهم، لأنها تساعدهم على اللعب مع بعضهم بطريقة منظمة وذات معنى، مع ذلك فإن تغيير النظام من أجل تطوير لعبة جديدة أو طريقة جديدة أمر ذات مغزى أيضا، في حالة موافقة جميع المشاركين، وبالتالي فإن احترام كل طفل للأطفال الآخرين، سمح لهم بتغيير القواعد ليبتكروا ويطوروا نظاما مناسباً هو الأفضل لهم والأكثر عقلانية، وهذه القواعد ليست مفروضة عليه بواسطة نماذج للسلطة، وإنما هي نابعة من داخلهم ونتيجة عن احترامهم للآخرين وتفهم وجهات نظرهم. ومن خلال الاستنتاجات السابقة قسم بياجيه مراحل النمو الأخلاقي إلى¹:

– مرحلة الأخلاق الواقعية:

الواقعية الأخلاقية وهي ميل الطفل لاعتبار الواجبات والقيم التي يتلقاها مستقلة عن وعيه ومفروضة عليه من الخارج، والواجب بالنسبة للطفل هو كل فعل يخضع لإرادة الكبار، كما أنّ الخضوع لهذه القواعد يكون من خلال فهم الطفل لها والقدرة على تجسيدها، لهذا يقول أحد الباحثين في علم النفس أن الأطفال يرسمون الأشياء كما يعرفونها وليس كما يرونها، وبالتالي فتتابع الليل والنهار لا علاقة له بقوانين الطبيعة، وإنما لأنه ممنوع على الشمس أن تشرق في الليل وتختفي في النهار.

– مرحلة المسؤولية الذاتية:

الأطفال الأكثر عمرا أكثر استقلالية وإنسانية في أحكامهم الأخلاقية، لأنها تقوم على فكرة النية والدافع والقصد، وكما يحدث في قواعد اللعبة (يرى الأطفال الأكبر عمرا أن تغيير قواعد اللعبة أمر ممكن لكن بموافقة الآخرين)، فإن قواعد الأخلاقية لدى الأطفال الأكبر سنا لا يتحكم فيها رموز السلطة، وإنما يقررها أو يتحكم فيها قبول الآخرين لها. ويساعد التفكير المستقل للطفل على إدراك أن للآخرين

¹ Jorgo Da gloria/José carreto Batisto. Op.cit. pp 29- 30.

وجهة نظر أخلاقية مختلفة عن وجهة نظره، بعبارة أخرى لا يكون تفكير الطفل أنانياً أو ذاتياً في هذه المرحلة، وهو ما يسمح له بإنشاء مفهوم أخلاقي مشترك بينه وبين الآخرين. وفي سياق التفكير الاستقلالي في المبادئ الأخلاقية، فإن تغيير الأخلاق لا يتم إلا بواسطة الاتفاق المتبادل، وبالتالي تعطينا الاستقلالية طريقة أو أسلوب لتغيير المبادئ الأخلاقية الموجودة حالياً، أو إنشاء قواعد جديدة. "حيث توصلت دراسة إلى أن الأطفال الذين ناقشوا مشكلات أخلاقية مع الراشدين كانوا أقل مشاركة في المناقشة مقارنة بالأطفال الذين ناقشوا تلك المشكلات مع أطفال آخرين، كما أظهرت الدراسة تمتع الأطفال الذين ناقشوا تلك المشكلات مع أطفال آخرين بمستويات أعلى من التفسير الأخلاقي"¹.

من خلال ما سبق يتضح أن بياجيه يعتبر أن التغيير الذي يحدث في نظرة الأطفال إلى العلاقات الاجتماعية يرتبط بادراك متزايد ومتنامي للطبيعة الاجتماعية للواجبات الأخلاقية، وبالتالي فإن استمرار الراشدين في فرض سلطتهم على الأطفال يؤدي إلى بقائهم أسرى للتفكير الأخلاقي الأناني والقيود الأخلاقية الأخرى. وليمكن الأطفال من تطوير فهمهم لوظيفة الأخلاق الحقيقية لا بد لهم من الاشتراك في علاقات غير محكومة برموز السلطة، وضرورة الامتثال لرغباتها وأوامرها، ولا يأتي هذا الفهم إلا من خلال التفاعل مع الأقران، وفي إطار لا يضع قيوداً على التفكير الأخلاقي للأطفال.

3.1 نظرية نمو الحكم الأخلاقي لكولبرج:

طور لورنس كولبرج (Lawrence Kohlberg) نظريته من خلال عرض معضلات أخلاقية تتميز بالتناقض، عرضها على أطفال شيكاغو، حيث طلب منهم اختيار أحد البديلين وتفسير سبب ذلك الاختيار، من أجل رصد ردود أفعالهم وأحكامهم حول القصة، مما ساعده على تصنيف هذه الأحكام في نظام مبادئ أخلاقية عامة، ومن أمثلة القصص التي عرضها لورنس كولبرج على الباحثين نجد قصة هانز التي أختصرها فيما يلي "زوجة هانز مريضة جداً، ويمكن أن تموت في أي لحظة إن لم تتناول الدواء الذي لا يستطيع هانز دفع ثمنه ولم ينجح في استئذانه ثمنه، توجه هانز للصيدلية الوحيدة التي تملك هذا الدواء، لكن الصيدلي رفض منحه الدواء. ماذا يفعل هانز في هذه الحالة؟ هل يسرق الدواء أو يترك

¹كولن فريزر/برندان بيرشل، مرجع سابق، ص 283.

زوجته تموت. وقد صنّف إجابات المبحوثين حسب مراحلهم العمرية، وأحكامهم القيمية كما هو موضح في الجدول التالي¹:

جدول رقم 5: يوضح إجابات المبحوثين عن المعضلة الأخلاقية المقترحة من طرف كولبرج قصة هانز:"

مراحل النمو الأخلاقي حسب الإجابات	تبريرات الفئة التي اختارت ترك زوجة هانز تموت	تبريرات الفئة التي اختارت سرقة الدواء
المرحلة الأولى	الشرطة ستضعه في السجن	الله سيعاقبه لأنه ترك زوجته تموت
المرحلة الثانية	يمكنه إيجاد امرأة أخرى	لن يجد من يحضر له الطعام
المرحلة الثالثة	زملاؤه لن يتقبلوه كسارق	زملاؤه لن يقبلوا به بدون زوجة
المرحلة الرابعة	لأن السرقة ممنوعة في القانون	لأن القانون سيعاقبه لعدم إنقاذه حياة شخص
المرحلة الخامسة	لأنّ حق الملكية لا يمكن أن يخترق	لأنّ الصحة مهمة
المرحلة السادسة	لأنّ حق التملك هو مبدأ عالمي	لأنّ الصحة حق عالمي

وقد استطاع كولبرج بذلك تطوير نظرية تتكون من ستة مراحل وثلاث مستويات للنمو الأخلاقي والتي تتسع لتشمل مرحلة الرشد، ويؤكد كولبرج أن الانتقال من مرحلة إلى أخرى ناتج عن حالة نزاع تظهر عندما يدرك الفرد أنّ الآخرين يرون الأمور بشكل مختلف، هذا الإدراك يتطور من خلال مهارات التخاطب، لذلك يعتبر المستوى المعرفي من المحددات الرئيسية للتفكير الأخلاقي. وتشمل مراحل التطور

¹Clouidine leleux :**théorie de développement moral chez Lawrence kolberg et ses critiques, pour éducation post nationale**, Bruxelles, édition de université Bruxelles, pp111-128.

الأخلاقي عند الطفل المستويات التالية: مستوى ما قبل الأخلاقيات، المستوى التعاقدى، المستوى ما بعد التعاقدى، وقد أدرج ضمن كل مستوى مرحلتين من النمو الأخلاقي¹:

• مستوى ما قبل الأخلاقيات:

حيث يميل الأطفال في هذه المرحلة إلى تطبيق القواعد الأخلاقية التي تشبع حاجاتهم، ويكون الحكم على الأخلاقيات في هذا المستوى بالخضوع إلى رأي الكبار وبالنظر النتائج المترتبة عنه، ولا يفهم الطفل قواعد المجتمع، يلتزم بالقوانين فقط عندما يتواجد حوله أشخاص. ويشمل هذا المستوى المراحل التالية:

– **المرحلة الأولى (توجه الطاعة والعقاب):** حيث يكون اهتمام الطفل منصبا على إشباع حاجاته، عدم قدرة الطفل على رؤية العالم من وجهة نظر الآخرين (التمركز حول الذات حسب بياجيه)، يجد صعوبة في معالجة وجهتي نظر مختلفين حول معضلة أخلاقية لاعتقاده بوجود وجهة نظر واحدة صحيحة وهي معايير السلطة.

– **المرحلة الثانية (النفعية واعتبار النوايا):** يصبح للطفل القدرة على وضع نفسه مكان الآخرين ورؤية الأشياء من وجهة نظرهم، وفهم أسباب ونوايا أفعالهم، ويتوقع من الآخرين تفهم أسباب سلوكه، يتفهم المعضلات الأخلاقية وتصارع وجهات النظر لكن هذا الفهم يكون مادياً، أي اختبار الحكم الأخلاقي الذي يحقق منفعة مادية، حيث تقوى لديه النزعة الأداة وفكرة تحقيق المنفعة المتبادلة.

• مستوى الأخلاق التعاقدية:

"أين يبدأ الطفل في التحكم في القواعد الاجتماعية وتبني نظرة أكثر موضوعاتية، يتشكل لدى الطفل الأنا الأعلى، يختفي لديه التمركز حول الذات، ويتسم هذا المستوى من النمو باكتساب الطفل للأخلاقيات القائمة على المسايرة، حيث يتوجه طبقاً للتوقعات الاجتماعية من حيث الحفاظ على النظام الاجتماعي بإتباع قوانينه من أجل التعايش مع معايير المجتمع وليس خوفاً من العقاب، ويشمل هذا المستوى:

¹Henri lehalle et autres : **développement sociocognitif et jugement morale**, l'orientations scolaires et professionnel, n° 33, pp288-314.

– **المرحلة الثالثة (أخلاقية الولد الطيب والفتاة اللطيفة):** يهتم الأطفال في هذه المرحلة (بداية المراهقة) برأي الآخرين بهم لهذا ترتفع قيم التأمل الذاتي والشكلي (مظهر الطفل، مدى جاذبيته) لدى الطفل من أجل مطابقة صورته مع توقعات الآخرين، وهو ما يفسر حساسية المراهق اتجاه استحسان الرفاق، وبالتالي يضاف بعد للنمو الأخلاقي في هذه المرحلة وهو الحاجة إلى التعايش مع توقعات الآخرين.

• **المرحلة الرابعة (الاتفاق الاجتماعي):** إنَّ تزايد التفكير المجرد لدى المراهقين، يساعدهم على رؤية أنفسهم كأعضاء في المجتمع، يتحول تركيز المراهق واهتمامه الأخلاقي من الأسرة إلى المجتمع المحلي الكبير.

• **مستوى الأخلاقيات ما بعد التعاقدية:**

حيث يكون التركيز هنا على المعايير الاجتماعية المتفق عليها، لكن حسب الرؤى الشخصية المستمدة من المبادئ المعنوية للفرد، يحاول الفرد تحديد المبادئ الأخلاقية التي تطبق بصرف النظر عن رأي الجماعة وانتمائه لها.

يتضح مما سبق أن كولبرج تتبع مراحل النمو الأخلاقي ليس من ناحية الأخلاقيات التي تظهر في كل مرحلة، وإنما من خلال تتبع تطور الحكم الأخلاقي من مرحلة إلى أخرى، وكيفية ارتقائه من الخضوع للسلطة (الحكم الأخلاقي مصدره خارجي)، ليصبح مصدره داخلي من خلال ذوبت المعايير والقيم، وهو ما عبر عنه بياجيه كما رأينا سابقا بالأخلاق الذاتية والأخلاق الموضوعية.

كما تبين لنا أن معرفة تطور مراحل النمو الأخلاقي للطفل يسمح لمؤسسات التنشئة الاجتماعية في انتقاء أساليب تقديم القيمة بما يتناسب مع خصوصية المراحل العمرية التي تختلف فيها الأحكام القيمية للطفل وهو ما يتيح إتباع أساليب التبليغ ناجحبتقادي الوقوع في التربية العشوائية. وتكون بذلك كل من نظرية كولبرج وبياجيه في النمو الأخلاقي من المرتكزات الأساسية التي سنعتمد عليها في الكشف عن أساليب تقديم القيم التربوية في برامج الأطفال عينة دراستنا

4.1 نظرية النمو الانفعالي لفرويد:

إذا كان بياجيه اهتم في دراسته للنمو الأخلاقي بالجوانب أو العمليات المعرفية، فقد ذهبت مدرسة التحليل النفسي الفرويدي للتأكيد على أهمية الجوانب الانفعالية اللاشعورية في نمو الضمير وبشكل خاص

التوحد والإثم كدافعين للسلوك الجيد، حيث يعتقد فرويد أن التطور الأخلاقي يكتمل إلى حد كبير فيما بين السنة الخامسة والسادسة من العمر مع نهاية المرحلة القضيبية، أين يسيطر الأنا الأعلى باعتباره مكوناً من مكونات الشخصية الثلاث (الهو، الأنا، الأنا الأعلى) وهو البعد الأخلاقي للشخصية والذي يتطور من خلال تخلص الطفل من الانفعالات السلبية كالخوف من فقدان حب الوالدين ومشاعر التعلق الزائدة، مما يساهم في تحقيق النمو الأخلاقي للطفل¹.

5.1 نظرية النمو الاجتماعي لأريكسون:

وقد اعتمد إريك أريكسون في توجهه على نظرية فرويد في التحليل النفسي، حيث اهتم في تحليله بعلاقة الأنا بالمجتمع، مؤكداً على وجود قدرة غريزية لدى الفرد تساعده على التنسيق والتوافق مع البيئة وتجاوز الصراع معها في سبيل الكفاح والسيطرة عليها، والنمو الخلقى من وجهة نظره لا يكون بالتغلب على الغرائز (فرويد) وإنما من خلال التغلب على المخاطر السيكولوجية في الحياة، والتي أطلق عليها الأزمات، حيث تولد كل أزمة سواء شخصية أو اجتماعية عوامل أخرى تؤدي إلى النضج، ويقدم إريكسون في كتابه الطفولة والمجتمع مفهوماً إيجابياً للأزمة فهي ليست كارثة أو عائق للنمو، وإنما هي نقطة تحول ضرورية تسمح للطفل بالانتقال من مرحلة إلى أخرى بطريقة سوية والوصول إلى مستوى أرقى من النضج، فكل مرحلة مرتبطة عضويًا بما قبلها وما بعدها²:

2.5.1 مراحل النمو الاجتماعي والانفعالي لإريك أريكسون: والتي تناولها في ما يلي:

- أزمة الثقة مقابل فقدان الثقة: تبدأ هذه المرحلة من الميلاد حتى عام، حيث ينمي الأطفال الرضع إحساساً نسبياً بالثقة أو عدم الثقة في العالم المحيط بهم، من خلال الأم التي تلعب خبرتها دوراً حاسماً في هذه المرحلة، وفي هذا الصدد يقول إريكسون: "أن حاسة الثقة سمة نفسية اجتماعية أساسية للطفل والنجاح في تحقيقها يشكل القاعدة الأساسية لكل المراحل اللاحقة، فاعتقاد الطفل أن هناك شخص موجود لأجله وثقته فيه يجعله يتفاعل مع العالم أسهل في حين أن غياب هذه الثقة بسبب عوائق مرتبطة بالطفل أو بالقائم بالرعاية يجعل الطفل ميت من الناحية

¹ محمد عودة الرمادي، علم نفس نمو الطفولة والمراهقة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2008، ص262

² Rénee Houde : **Erick Erikson(1902-1994) le psychologue de la générativité**, revue québécoise de psychologie, vol 23, n°1, 2002, p261.

النفسية ويضعف مقاومته ومناعته الجسدية والعاطفية مما يجعله أيضا يموت من الناحية العضوية¹.

● **أزمة الاستقلال الذاتي مقابل الإحساس بالشك والخجل:** تبدأ هذه المرحلة من سن الثانية إلى سن الثالثة، حيث ينمو لدى الطفل الضبط العضلي ويبدأ في التدريب على التحكم في الإخراج، أين يحتاج إلى الحزم كحماية ضد فوضى دوافعه، ويؤدي الشعور بالإرادة وإتاحة الفرصة لممارسة بعض المهارات، ومحاولة الاعتماد على نفسه في القيام ببعض الأنشطة، والتفاعل في مع العالم الخارجي، من خلال إمساك الأشياء وإسقاطها، إلى نمو الشعور بالاستقلالية. أما فشل الطفل في تحقيق التحكم الذاتي والاستقلال نتيجة الرعاية الزائدة التي لا تسمح للطفل بمحاولة تنفيذ بعض المهام، أو عدم مساعدة الطفل في إنجاز العمل وتوضيح أنجع الأساليب في ذلك، فإن الشعور بالخجل والشك سيسيطر عليه².

● **أزمة المبادرة مقابل الشعور بالذنب:** تبدأ هذه المرحلة من السنة الثالثة حتى الخامسة، حيث يحاول الطفل العثور على توازن مع بيئته، ينمي الطفل ضميرا واتجاها قويا نحو الوالدين، تقوى لديه عمليات ملاحظة الذات وتوجيهها وكذلك وعقابها، يلاحظ في هذه الفترة العمرية الفروق الجنسية بين أفراد أسرته، يتعلم الطفل القيام بأشياء أكثر من التي كان يقوم بها من قبل، يتولد لديه إحساس بالإنجازات الحقيقية، يتعرض للحظات يشعر فيها بالخوف والخطر والإحساس بالذنب.

● **أزمة الاجتهاد مقابل الشعور بالنقص:** تبدأ هذه المرحلة من سن السادسة إلى غاية سن الثانية عشر حيث يصبح هدف الطفل هو الإنجاز وإجادة العمل الذي يؤديه والنجاح فيه، وينتقل بذلك من مرحلة اللعب إلى الإحساس بالإنجاز، حيث يصبح نشاطه موجها لتحقيق نتائج ملموسة، ويركز انتباهه على القيام بالأشياء بشكل جيد من أجل الشعور بالاكتمال والرضا عن العمل الذي يؤديه، وإلا فإن مشاعر النقص ستتولد لديه، أين يحاول الطفل استبعاد الفشل بأي ثمن طالما أمكن له السيطرة على مهام الأنا في إطار مجالات سنه، فإن الهو والأنا العليا يظلان داخل حدود آمنة. في هذه المرحلة يميل الجنسان (الذكر والأنثى) للانفصال، كما يفقد اللعب أهميته في نهاية هذه المرحلة، تتميز هذه المرحلة بقوة الاستدلال والاستنتاج لدى الطفل وكذلك القدرة على

¹ Ibid, p259.

² كريمان بدير: الأسس النفسية لنمو الطفل، مرجع سابق، ص 179.

الارتباط بالأقران وفقا لقواعد محددة مسبقا. يتخذ عالم الإقران أهمية بالنسبة للطفل فهم لازمون من أجل احترام الذات، كما أنهم معيار لقياس مدى نجاح أو فشل الطفل فقبول الأقران له يشكل مصدرا آخر لتحقيق الذات لديه خارج الأسرة، كما أنّ الاعتمادية على الوالدين باعتبارهما المؤثر الرئيسي على الطفل، تتحول إلى اعتمادية على المدرسة والمؤسسات الاجتماعية الأخرى¹.

- أزمة الذاتية والهوية مقابل اضطراب الهوية: مع نهاية الطفولة تبدأ فترة المراهقة في العمل على إحداث تكامل وتنظيم للخبرات السابقة في شكل جديد، لذلك يتساءل الأطفال عن أدوار ونشاطات نماذج القدوة التي كانوا يتوحدون معها ويحاولون في ذات الوقت تجريب القيام بأدوار جديدة. ومن ثم ينمو لديهم إحساس جديد بالهوية الذاتية، مع العلم أن وجود بعض حالات المبالغة في التوحد والتي تفقد الفرد هويته، إنّ إحساس الفرد بالذاتية والهوية يحمل معه القدرة على السيطرة على مشكلات الطفولة التي يتعرض لها².

قدم كل من سيغموند فرويد وإريك إريكسون تأثير النمو الاجتماعي والانفعالي في اكتساب الطفل للقيم، وإن التحديات التي يعيشها الطفل في بيئته الاجتماعية ونجاحها في حلها تسمح له بالارتقاء القيمي والأخلاقي من مرحلة إلى أخرى، هذه المراحل قسم من خلالها إريك إريكسون الطفولة إلى شرائح زمنية، كل شريحة تعبر عن مستوى معين من النضج الذي يؤهل الطفل للانتقال للمرحلة اللاحقة، وهي تتشابه إلى حد بعيد مع تقسيمات بياجيه لمراحل النمو المعرفي على النحو التالي:

المرحلة الحسية الحركية لبياجيه يتعرض فيها الطفل حسب إريك إريكسون أزمة الثقة مقابل فقدان الثقة وأزمة الاستقلال الذاتي مقابل الإحساس بالشك والخجل،
أما مرحلة ما قبل الإجرائية تقابلها عند إريك إريكسون أزمة المبادرة مقابل الشعور بالذنب
المرحلة الإجرائية تقابلها أزمة الاجتهاد مقابل الشعور بالنقص
المرحلة الصورية تقابلها أزمة الهوية مقابل اضطراب الهوية

وبهذا نكون تطرقنا إلى أهم النظريات التي حاولت تفسير كيفية تطور المستويات الأخلاقية للطفل انطلاقا من النمو المعرفي والاجتماعي والأخلاقي كمحددات لبناء القيم، والتي ستكون بمثابة دليل يرشدنا لأهم الاحتياجات القيمية لكل مرحلة من مراحل النمو، فالطفولة وإن كانت مفهوم عام فإن خصائص

¹ صالح حسن الدايري: مبادئ علم النفس الارتقائي ونظرياته، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008، ص183

² مرجع سابق، ص.ص 186-188.

نموها تختلف من مستوى إلى آخر وبالتالي مستوياتها القيمية بدورها ترتقي حسب خصوصية كل مرحلة وهذا ما سيتم توضيحه في العنصر الموالي من خلال توظيف هذه التفسيرات النظرية وتصنيفها حسب كل مرحلة عمرية.

2. خصائص المراحل العمرية للطفل واحتياجاته القيمية:

إن النقاش حول القيم التي يجب غرسها في مرحلة الطفولة تعترضها عدة عوائق:

- الفترة المثالية لغرس القيم حيث يختلف الباحثين حولها ويرجعها البعض إلى سن الثالثة والرابعة، بينما يؤخرها البعض الآخر إلى سن السابعة.
- أهم القيم التي يجب تعليمها للطفل، والاحتياجات القيمية لكل مرحلة عمرية من مراحل الطفولة.
- تقسيمات مراحل الطفولة حيث يرجعها علماء النفس حسب الأعمار الزمنية بالاعتماد على أساس معرفي أو شخصي أو اجتماعي أو أخلاقي، أو حسب المراحل الدراسية¹ وقد حاولنا تكييف هذه التقسيمات مع الأخذ بعين الاعتبار الفئات العمرية التي تستهدفها قنوات برامج الأطفال عينة دراستنا لهذا استبعدنا مرحلة الطفولة الرضاعة (قبل ثلاث سنوات).

1.2 الاحتياجات القيمية لأطفال ما قبل المدرسة (من 3 إلى 5 سنوات):

1.1.2 قيم التوجه الذاتي:

إنّ غرس قيم إيجابية في علاقة الطفل بذاته يقصد به تشجيع الطفل على تقدير السمات والمهارات والخصائص التي يعتقد أنّها تحدد من يكون، فالصورة التي يشكلها الطفل عن قدراته عبارة عن تمثّلات وصفية وتقييمية للذات تحدد كيف يجب أن يشعر حول ذاته وكيف يوجّه أفعاله.

"إنّ القيمة التي يعطيها الطفل لذاته أو الحكم الذي يصدره الطفل عن ذاته في هذه المرحلة المبكرة، لا يكون مؤسس على تقييم واقعي للقدرات وسمات الشخصية، فالأطفال يبالغون في تقدير مهاراتهم المعرفية والاجتماعية، وعلى الرغم من قدرتهم على إطلاق الأحكام حول كفايتهم في مختلف النشاطات، إلاّ أنهم غير قادرين على تصنيفها بشكل دقيق من حيث الأهمية (عدم القدرة على التصنيف

في هذه المرحلة العمرية حسب منظور بياجيه)، وهم يميلون إلى قبول أحكام الآخرين الذين يزودونهم بالتغذية الراجعة، وذلك راجع لكون مفهوم الذات عند الطفل في هذه المرحلة غير واضح ولازال في بداية تشكله. لهذا يحتاج الطفل في هذه المرحلة إلى تطوير الإحساس بالذات وبمشاعره الإيجابية والسلبية المصاحبة لتطور هذا الإحساس، فوعي الطفل بذاته هو وعيه بما يعتقد¹، وقد حدد "البياجيون الجدد" مراحل نمو وعي الطفل بذاته، حيث يصف الطفل ذاته في سن الرابعة من خلال أوصاف ملموسة وخارجية كأن يقول: "أنا اسمي أحمد، أسكن مع أمي، أملك لعبة جميلة، أنا طويل، أحب مشاهدة الأفلام... الخ"، وتشكل بذلك عبارات الطفل حول نفسه تمثلات فردية منفصلة، حيث يكون تفكيره وكما ذكرنا سابقا تحويلا (انظر ص: 96)، أي التفكير من الخاص إلى الخاص دون القدرة على الانتقال من العام إلى الخاص أو من الخاص إلى العام، في سن الخامسة حتى السادسة يحاول الطفل ربط جوانب شخصيته ببعضها البعض، كأن يقول أنا أحب الكرة وأنا ماهر فيها، غير أنه يظل يعبر عنها بلغة الكل فالطفل لا يستوعب أن يكون جيد في شيء وسيء في شيء آخر².

إن كان الطفل لا يكتسب مفهوم واضحا عن الذات في هذه المرحلة العمرية حسب آراء العديد من الباحثين (Scheff et Fearon)³، فإنّ التجارب المبكرة داخل الأسرة توفر أساسا يستطيع الطفل من خلاله تكوين صورة عن ذاته، جمع المعلومات وتنمية المعارف حولها، لهذا يجب على القائم برعاية الطفل وتربيته مراعاة مراحل نمو مفهوم الذات أو الوعي بالذات لديه، وتشجيعه على استكشاف ذاته وتسريع الانتقال به من مرحلة إلى أخرى، من أجل تقديم وعي أنضج لذلك ينصح في هذه المرحلة بعدم جعل العالم الخارجي المصدر الوحيد في تعرّف الطفل على ذاته (آراء الآخرين)، وإنّما يجب تدريب الأطفال على أن يكون لديهم الحس الداخلي للشعور بالسيطرة على حياتهم وتطلعاتهم، وذلك بتكليفهم مسؤوليات تساعدهم على التعرف أكثر على أنفسهم، والتعلم من أخطائهم وكشف أفضل الطرق التي يمكن استخدامها لحل مشاكلهم، تشجيعهم على تحمل المسؤولية، وتدريبهم على التخطيط لحياتهم، تحديد المصادر التي يستخدمونها في تحقيق الأهداف المنشودة، وبالتالي فمهمة التربية هي تقليص الفجوة بين الصورة الواقعية للطفل وتلك المثالية التي يرسمها لنفسه في هذه المرحلة، أو الصورة المنتظرة المتوقعة من الآخرين، والتي إذا فشل الطفل في الوصول إليها يشعر بالإحباط وعدم الكفاءة.

¹ روبرت واطسن/هنري كلاي ليندرجين: سيكولوجية الطفل والمراهق، مرجع سابق، ص 405.

² Maintier Christine, Alaphilippe Daniel. Validation d'un questionnaire d'auto-évaluation de Soi destiné aux enfants. In: *L'année psychologique*. 2006 vol. 106, n°4.p514.

³Ibid.

وقد ذكرت (lindonCathrine) في هذا الصدد "أنه علينا أن نقاوم الضغط الزائد على الطفل ومحاولة بناء طفل للأفضل، فاستخدام أسلوب حاول مرة أخرى هو الأسلوب الأفضل لتعليم الطفل"¹.

إن تكوين مفهوم إيجابي وواضح للطفل عن نفسه يكون من خلال تجاوز الأزمات والتحديات التي يعيشها الطفل، والتي حددها -كما رأينا سابقاً- أريكسون في أزمة المبادأة مقابل الشعور بالذنب، فرويد في أزمة التخلص من الانفعالات السلبية يكون ذلك بمساعدة الطفل على اختبار قدراته والشعور بالسيطرة على ذاته، وهو ما يتطلب تنمية التأكيد على قيم الثقة والاستقلال والتحكم الذاتي.

يذهب نيومان نيومان للتأكيد على أهمية قيمة التحكم الذاتي في هذه المرحلة التي حددها بقدرة الطفل على الاستجابة لطلب ما وتعديل سلوكه بما يتوافق مع الموقف الذي يتعامل معه، كما أنه يمكن تعزيز التحكم الذاتي من خلال صرف انتباه الطفل عن الرغبات الآجلة، طرح بدائل أكثر نفعية وإعطاء بعض الآراء، من أجل التعامل مع نزواته المفاجأة"².

"عندما نتحدث عن احترام الذات نبدأ في إضفاء قيمة على الهوية ويشمل الوعي بالذات ووعي الطفل بهويته الجنسية التي تتطبع منذ الطفولة المبكرة، ويمكن إرجاعها لعمليات التعلم والتعزيز الاجتماعيين،"ويمراجعة الأبحاث الخاصة بالتنشئة الاجتماعية للطفل استنتج الينور ماكوبي "أن الأطفال يظهرون أولاً سلوكاً نمطياً تبعاً لجنسهم ثم يقلدون الكبار من نفس الجنس"³ وهذا ما يفسر أن الطفل يستطيع تحديد الفروق الجنسية بالرغم لافتقاده لمهارات التصنيف التي أكد عليها بياجيه، يصل الأطفال في هذه المرحلة إلى إدراك جنسهم والأنماط الجندرية والتفضيلات والسلوكيات، يساعد تحديد الأدوار الجندرية للطفل على تخطي العقد النفسية خاصة عقدة اوديب في المرحلة القضيبية عندما يتوحد الطفل مع نفس جنس الوالدين⁴، وتذهب نظرية "السيكس الجندرية" كما ذكرنا سابقاً بأنه في اللحظة التي يعرف فيها الطفل جنسه يطور كما من المعارف حول ما يجب أن يفعل ذكراً أو أنثى، هذه المعرفة تساعد الطفل في تنظيم وتفسير سلوكياته وتؤثر في تفضيلاتهم وأنشطته"⁵

¹ رحاب محمود صديق: التفاعل الاجتماعي لدى طفل الروضة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2012، ص12.

² رحاب محمود صديق، مرجع سابق، ص127

³ روبرت واطسن/هنري كلاي ليندرجين، مرجع سابق، ص408.

⁴ رحاب محمد صديق، مرجع سابق، ص100

⁵ محمد عودة الريماوي، مرجع سابق، ص31.

إن كان التوجه الإيجابي للطفل نحو ذاته يساعده على الإنجاز ويطور من قدراته وتجاوز الأزمات والاستفادة من نموه المعرفي والاجتماعي فإن هناك مشاكل محتملة عن غياب قيم التوجه الذاتي، في هذا السياق يؤكد **white** أن غياب قيم التقدير الذاتي لدى الطفل تؤدي إلى الشجار عدم النجاح المدرسي، فالأطفال يتصرفون عادة بشكل خاطئ لشعورهم بتأنيب داخلي واعتقادهم بأنهم لا يملكون القدرة والإمكانات التي تؤهلهم للنجاح¹، وخلافا لذلك يتميز الأطفال حسب (Haltwanger) ذوي التقدير الذاتي المرتفع بالثقة بالنفس حب الاستكشاف القدرة على التكيف مع الآخرين في مرحلة مبكرة².

2.1.2 قيم التوجه نحو الآخرين:

إن علاقة الطفل بالآخرين في هذه المرحلة حسب ما أوضحه كولبرج قائمة على أخلاقيات الطاعة والخضوع تجنباً للعقاب، وعلى غياب الصراع مع الآخرين لعدم القدرة على التمييز بين ما يراه هو وما يراه الآخرون، ويعتبر أن ما يريده هو يريده الآخرون (خاصية التمرکز حول الذات التي تحدث عنها بياجيه).

غير أن البحوث التي أجرتها تينا بروك، وأيدتها دراسات مارجریت دونا لدسون، أكدت أنه يمكن إخراج الطفل من مرحلة الأنوية في هذه الفترة العمرية من خلال تنمية قيم تفهم وجهات نظر الآخرين وقيم التعاطف والمساندة³، ويقر فالنتين ويردجر أنه حتى سن الثانية أو الثالثة يظهر الأطفال بعض علامات المشاركة الوجدانية إزاء الأم وإزاء الآخرين كالترتيب والاحتضان والتقبيل وبعض التعبيرات اللفظية التي تظهر المحبة والمودة⁴، كما أوضح هوفمان إمكانية تعزيز سلوك التعاطف للأطفال ما قبل المدرسة من خلال علاقات التعاطف مع الوالدين ومع الأقران، كما حدد مرحل تطور قيمة التعاطف بدأ بمرحلة العدوى الانفعالية (بكاء الطفل عندما يرى طفل آخر يبكي)، مرحلة سلوك المساعدة المقصود (تهنئة طفل بتقديم دميته له)، المرحلة التي يظهر فيها الأطفال قدرة على اعتبار وجهات نظر الآخرين ويصبحون أكثر وعياً بمشاعر الآخرين واحتياجاتهم التي قد تختلف عن احتياجاتهم الشخصية⁵.

¹رحاب محمود صديق، مرجع سابق، ص12

² معاوية محمد أبو غزال، مرجع سابق، ص105

³ نفس المرجع، ص78

⁴ ، ثناء يونس الضبع/ناصر فؤاد عيش، مرجع سابق، ص109

⁵ معاوية محمد أبو غزال، مرجع سابق، ص103.

3.1.2 قيم التوجه الأسري:

وتعد الأسرة أول بيئة اجتماعية يكتسب من خلالها الطفل التوجهات القيمة نحو الآخر، حيث تنتصف هذه المرحلة بشدة تعلق الطفل بالوالدين مما يجعلها فترة خصبة لتقوية الروابط بين الطفل ووالديه من خلال تدعيم قيم كالطاعة، الاحترام، التعاطف، تقديم يد المساعدة، وبناء علاقات مع الإخوة قائمة على قيم التسامح والمساندة والتعاون بدل المنافسة والتزاحم.

4.1.2 قيم التوجه نحو الأقران:

تزداد في هذه المرحلة الميول نحو الأقران من أجل محاولة التغلب على الأبعاد الاجتماعية لبيئته وتجريب مهارات جديدة، ويبدأ الطفل بالتخلي تدريجياً عن التمرکز حول الذات ومحاولة إدراك الطفل لوجهات نظر الآخرين.

حيث كشفت نتائج أبحاث ديفريز¹ من خلال مواقف اللعب الجماعي للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 3 و6 سنوات أن مراحل اللعب الجماعي يدرك من خلالها الطفل تدريجياً اختلاف وجهة نظره عن وجهة نظر الآخرين وإمكانية إدراك وتفسير سلوكهم، كما كشفت نتائج أبحاث (flavel) أن الأطفال يستطيعون تعديل تفسيراتهم لسلوك الآخرين بعد التجربة الثانية¹. إن تنمية قيم كالصداقة والتعاطف والمشاركة والقيادة والتسامح والاعتراف المتبادل ليس فقط لإخراج الطفل من مرحلة الأنابوية، وإنما لتفعيل التفكير المشترك، حيث بينت دراسات (Azmetia) أن الأطفال في سن الخامسة والذين يعملون في ثنائيات يحصلون على نتائج أفضل، وجود شريك في اللعب وأداء الواجبات يساعد الطفل على زيادة الوقت المخصص للعب والعمل، يشجع على الثبات عند التعرض لأي موقف محرج وزيادة الاستمتاع والمهارات².

5.1.2 قيم التوجه البيئي:

يمكننا القول أن تنمية القيم التربوية المتجهة نحو علاقة الفرد ببيئته هي عملية تكوين وتنمية وتوجيه السلوكيات نحو التفاعل الإيجابي مع البيئة بمواردها المختلفة، وما تحمله من نظم وعلاقات، وذلك بمساعدته على اكتساب المعلومات البيئية بشكل مستمر، "وعن أهمية التربية البيئية يؤكد كل من

¹كريمان بدير، مرجع سابق، ص55.

²رحاب محمود صديق، مرجع سابق، ص43

(Tilbury et Wilson et Stap) "أنه ينبغي أن يكون الأطفال منذ سن مبكرة شعورا قويا اتجاه البيئة المحيطة بهم، وبدون ذلك فإنه ليس بإمكانهم تكوين ذلك في أي مرحلة أخرى، وأن تشرب القيم البيئية يجب أن يؤسس على الدهشة و متعة الاستكشاف والانطلاق من بالمبادرات البسيطة التي ترتبط بما ألفه الطفل"¹، ويؤكد كل من (Friedrich, Frobel, Maria Montessori) "على ضرورة تنمية الثقة بالنفس لدى الطفل وبناء شخصيته من خلال توجيه نشاطه الذاتي في الخبرات المباشرة مع البيئة المحيطة به عن طريق حب الاستطلاع والاستكشاف"².

في تعامل الطفل مع البيئة المحيطة به والتواؤم معها أي الوصول إلى الموازنة معها، اهتم بياجيه كما رأينا سابقا في تحديده لمراحل النمو المعرفي للطفل، بعملية التمثيل والمواءمة، فبتنظيم الطفل لخبراته عن العالم من حوله فإنه يعطي لهذا العالم معنى، وبعملية المواءمة فإنه يكيف بناءه ليستوعب الجديد من الخبرات، وبالتالي فإن بناء فهم جديد يعتمد بالدرجة الأولى على الخبرة، والطفل في سنوات حياته الأولى تتقصر هذه الخبرة، مما يتطلب تحريض قيم الدهشة والاستكشاف لدى الطفل، ومن خلال اطلاعنا على خصائص التفكير المعرفي لدى الطفل في هذه المرحلة، فإن تشرب القيم البيئية يكون من خلال التفكير بحواسه الخمس وتحويل الخبرات البيئية إلى خبرات تطبيقية مباشرة، فتفكير الطفل في هذه المرحلة يكون عياني محسوس وبالتالي لا يستطيع فهم القضايا المجردة، كما يتميز تفكيره وكما أشرنا سابقا بالإبحائية أي إعطاء الحياة والشعور والقصدية للأشياء، مما يتطلب وضع تصورات الطفل على محك التجربة الفعلية ليتجاوزها، إن كان العالم بالنسبة للطفل لا يوجد إلا من خلال التفاعل معه، ويعتبر أن كل ما حوله هو مسخر لخدمته، فإنه من الضروري تشجيع الطفل على التفاعل مع البيئة ليس بتسخيرها فقط لخدمته وإنما أيضا من خلال خدمتها والحفاظ عليها.

وقد اهتم بياجيه في جانب من دراسته بدراسة العلية الطبيعية حيث عرض ظواهر مختلفة حول الطبيعة على الأطفال، ثم طلب منهم تفسيرها، أي تفسير السبب الذي يجعل السحاب يتحرك مع تغيّل الإجابة، وقد تمكن دويتش من حصر خمسة أنواع من التفكير الّسببي³:

¹ منى محمد علي جاد: التربية البيئية في الطفولة المبكرة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2011، ص11

² ايناس السيد محمد ناسة: الإعلام المرئي وتنمية ذكاءات الطفل العربي، دارالفكر، بيروت، ط1، 2009، ص42.

³ روبرت واطسن/هنري كلاي ليندرجين، مرجع سابق، ص528

- **السببية الظاهرة:** يدرك الطفل وقوع حدثين أو مثيرين معا على أساس السبب والنتيجة، فالطفل يشرح بأن الحصة تغرق لأنها بيضاء (هناك عدم فهم للعلاقة الحقيقية بين الأحداث) السببية الحيوية (السحاب يتحرك لأنه حي وهو يرغب في ذلك).
- **السببية الدينامكية:** هو يفسر الأحداث بشكل حيوي ولكنه يرى أنّ القوى الموجودة في الأشياء تفسر ذلك.
- **السببية الميكانيكية:** يشرح سبب الحركة بدون أي فكرة عن وجود قوى داخلية مثل دفع الريح للسحاب يجعله يتحرك (الشرح بواسطة الاستدلال أي يعلل السبب).

6.1.2 مقترحات حول أسلوب بناء القيم التربوية:

- ومن خلال اطلعنا على خصائص الطفل المعرفية والخلقية والاجتماعية والانفعالية لمحلة الطفولة المبكرة، اتضح أن أفضل الطرق لغرس القيم في الطفل هي:
- تبسيط القيمة وتفسيرها، وتقديمها بشكل محسوس (تقديم سلوكيات تعبر عن القيمة)، فالطفل لا يستطيع استخدام هذه القواعد إن لم يفهمها بشكل صحيح، خاصة في مراحل الأولى أين تغلب على تفكيره طابع العيانية ويحتاج إلى التبسيط والتوضيح.
 - مناقشة أهمية هذه القواعد الأخلاقية ودوافعها، لأن الطفل كما يقول بياجيه يحكم على الأفعال كأفعال بغض النظر عن نية الفاعل ودوافعه، فالقول أن الصمت من ذهب يعني أن الطفل يفهم أن الصمت قاعدة أخلاقية ايجابية في كل المواقف.
 - إظهار النتائج المترتبة عن الالتزام بالقيمة أو التخلي عنها، لأن الطفل يتبنى في هذه المرحلة القيم من منطلق النتائج المترتبة عنها (نتائج تحقق له إشباع أو تجنيه العقوبة)
 - يظهر الأطفال في هذه المرحلة قدرة على تقليد ومحاكاة السلوك، وبالتالي يمكن تعليم هذه القيم سواء داخل الأسرة، من خلال المقررات الدراسية، في وسائل الإعلام، وذلك من خلال نماذج تمارس هذه القيم مما يسهل عملية تشربها.
 - اعتماد أسلوب الوعظ والإرشاد فالطفل في هذه المرحلة تنقصه الخبرة ويحتاج إلى معلومات لبناء السيكما المعرفية القيمة التي تكون بمثابة دليل يرشده حول القيم المرغوبة.

2.2 الاحتياجات القيمية لمرحلة الطفولة المتوسطة من 6 إلى غاية 12 سنة:

1.2.2 قيم التوجه الذاتي:

"يطور الطفل في هذه المرحلة مفهوم ذات أكثر دقة ووضوحا مقارنة بمرحلة الطفولة المبكرة، فهو ينظم ملاحظات حول سلوكياته الداخلية في أوصاف عامة، ولا يركز على سلوكيات محددة في وصف ذاته مثلما يفعل أطفال ما قبل المدرسة، بل على قدراته، بالإضافة إلى التركيز على السمات النفسية أكثر من الجسدية، التركيز على جوانب الضعف والقوة لديه، وهذا مخالف لأطفال ما قبل المدرسة، ولا يصف الأطفال أنفسهم بلغة الكل أو اللأشيء"¹.

يعتبر التطور المعرفي عامل حاسم في صقل مفهوم الذات لدى الطفل، إذ يصبح عند تفكيره بعالمه المادي أكثر قدرة على التنسيق بين عدة مظاهر للموقف، وما ينطبق على العالم المادي ينطبق على العالم الاجتماعي، فالأطفال قادرين على دمج سلوكياتهم في تنظيمات واضحة، ودمج خصائصهم الإيجابية والسلبية منها في صورة ثابتة عن الذات، حيث يصل الطفل في سن السابعة والثامنة وفقا لآراء "البياجيين الجدد"، إلى مرحلة متطورة لمفهوم الذات، وهي مرحلة الأنظمة التمثيلية، أين يشكل مفاهيم واسعة وشاملة تضم مختلف خصائص الذات ودمجها معا (التركيز على كل الأبعاد وليس على الكل أو العدم)، وبذلك يقدم أوصافا أكثر توازنا يقيم من خلالها مختلف جوانب ذاته، ويقارن بين ذاته الواقعية وذاته المثالية"². وتكون نظرة الطفل لذاته أكثر تمايزا، حيث يكون مفهوما ذاتيا جسيما والذي يتشكل من المظهر وقدراته الجسمية، انفعاليا يقيم فيها انفعالاته الخاصة، واجتماعيا مرتبط بعلاقته بالآخرين، وأكاديميا مرتبط بإنجازاته، ضمن هذا السياق قدمت الباحثة (Harter Susan) مقياس للتوجه الذاتي للطفل (self-perception profile for children) وذلك بتقسيم هذه الذات إلى مجالات مختلفة المظهر الخارجي، الجانب المدرسي، الجانب الرياضي، السلوك، المكانة بين الأقران، المظهر الخارجي، الذات الكلية"³.

"يعتمد الطفل في تعريف ذاته على المقارنات الاجتماعية والتأكيد على الفروق التي تميزه عن غيره، ويسعى لتحديد مكانته انطلاقا من غيره، ويعتبر (Bandura) أن المقارنة الاجتماعية التي يجريها

¹منى محمد علي جاد، مرجع سابق، ص13.

²معاوية محمد أبو غزال، مرجع سابق، ص203

³Françoise Bariaud : **Le Self-perception profile for adolescents (SPPA) de S. Harter**, L'orientation scolaire et professionnelle, 35/2 | 2006, 282-295

الأطفال مع غيرهم، قاعدة أساسية في تقييم الطفل لذاته وقدراته¹، وعلينا هنا أن نتساءل عن خطورة ما تبثه وسائل الإعلام من شخصيات مثالية، لا تعكس واقع كل الأطفال، وما تحدثه من شرخ لدى الطفل وشعور بالدونية.

تتضح في هذه المرحلة صورة الطفل عن هويته الجنسية حيث يصلحسب نظرية سيكما الجندر إلى مرحلة تثبيت الهوية الجندرية(انظر: ص93)، والتي على أساسها يستطيع تصنيف المعلومات والسلوكيات والنشاطات التي تتوافق مع جنسه، ويتوحد الطفل في هذه المرحلة مع الدور الجنسي المناسب له، "كما تظهر عمليات التتميط الجنسي، أين يتبنى الطفل الدور الجنسي المحدد له من طرف الثقافة والمجتمع، والذي على أساسه يكتسب الاتجاهات والميول والمعايير السلوكية كمقاييس الجمال، والقوة، وخصائص الجنس، والقيم حيث يميل الذكور مثلا إلى الاهتمام بالنشاط التنافسي وتميل الإناث إلى النشاطات الخاصة بالرعاية. وفي هذا الصدد تحذر الباحثة الأمريكية (Sandra Bem) من خطر التتميط الجنسي على الطفل وحبسه في نماذج جاهزة معمة ومعدة مسبقا، وتقتح إمكانات تعديل أو تعليم الأطفال سيكمات جندرية بديلة قائمة على المساواة بدل التمييز الجندري، وذلك من خلال إشراك الطفل في مهمات غير نمطية، وتقديم هدايا غير نمطية، وتحفيز الجنسين للقيام بنشاطات غير نمطية، وهذا ما يساهم (كما أكدت في دراستها) في نمو الشخصية الأندروجينية (Androgynous personality) لدى الطفل، وفيها تدمج القيم والخصائص الذكورية الإيجابية (الحزم، السيطرة، الاعتماد على الذات) وفي نفس الوقت القيم والخصائص الأنثوية (العاطفية، التفهم، الرقة، الرعاية)".²

ومن أجل تعزيز قيم التوجه الذاتي الإيجابي لدى الطفل، فأن القضية التي تحتاج إلى حل هي أزمة المثابرة مقابل الشعور بالنقص حسب منظور إريك اريكسون(انظر: 105)، أي الحاجة إلى تطوير الكفاءة من خلال تشجيع الطفل على إنجاز عمل أو نشاط جديد، وتفريغ طاقاته ومواهبه وتعزيز قيم الثقة بالذات، الاستطلاع، الاستقلالية، القدرة على حلّ المشكلات، مواجهة التحديات، المبادرة والانهماك في نشاطات جديدة، تحمّل الإحباط، الإصرار على تحقيق الأهداف، تقبل النقد برحابة صدر، وأيضا من خلال فهم الفرد لحاجاته الشخصية، إشعار بأنه جيد وتشجيعه على استكشاف ذاته ومعرفة مجالات

¹Maintier Christine, Alaphilippe Daniel. Validation **d'un questionnaire d'auto-évaluation de Soi destiné aux enfants**. In: *L'année psychologique*. 2006 vol. 106, n°4 P517

الكفاية لديه، وتشجيعه على المواجهة بدل التجنب، واعتبار النجاح كنتيجة للجهد وليس الحظ، والقيام بتقييمات محددة وتجنب تعميم النجاح والفشل.

وفي هذا الصدد "توصلت الأبحاث التي قام بها ستاليكوبر سميث (Stanly Coopersmith) إلى أن جزءا كبيرا ممن لديهم درجة عالية من تقدير الذات نشيطين وناجحين اجتماعيا وعلميا، وقد لعبوا دورا نشطا في المناقشات، وعبروا باشتياق عن آرائهم ولم يحبطوا بسهولة من النقد، والصبيان في المستوى المتوسط من تقييم الذات كانوا متشابهين تماما مع الصبيان ذوي التقدير المرتفع، لكن مع قيم وأنماط سلوكية مقتنعة وبدوا غير واثقين من تقديرهم لذاتهم وأكثر اعتمادا على القبول الاجتماعي من ذوي التقدير المرتفع، أما الأولاد منخفض تقدير الذات كانوا غير متحمسين ومكتئبين ويشعرون بالنقص"¹.

2.2.2 قيم التوجه نحو الآخرين:

"تنمو لدى الطفل في هذه المرحلة الصفات ذات العلاقة بالمجالات الاجتماعية مثل الحديث عن الجماعات المرجعية، جماعة الرفاق، التعريف بذاته من خلال المقارنة التأكيد على الفروق التي تميزه عن غيره، "يؤكد علماء نفس النمو على قدرة أطفال هذه المرحلة على الأخذ بوجهة نظر الآخر وفهمها وتقديرها بما فيها مشاعر وأفكار الآخرين، وقد أطلق العلماء على هذه القدرة أسم التعاطي مع وجهة نظر الآخر"².

أ. **قيم التوجه نحو الأسرة:** تضعف علاقة التعلق الزائدة للطفل بأسرته نتيجة انفتاحه على فضاءات جديدة، ويتطور في هذه المرحلة لدى الطفل الحس الأخلاقي ويفهم أن الخير والشر ليس ما يشجع عليه الوالدان أو يمنعانه، بل يتواجدان داخل الطفل كقيم خاصة به، يتطور الحس الأخلاقي لديه من خلال نمو السيطرة على الذات و تأجيل الرغبات الآنية أو حتى التخلي عنها، هو ما عبر عنه فرويد بسيطرة الأنا الأعلى(انظر: ص103)، مرحلة الأخلاق التعاقدية حسب منظور كولبرج(انظر: ص100).

ب. وفي هذا الصدد "أجرى روجر بحث حول العلاقة بين مصدر الضبط لدى الطفل ومعاملة الوالدين، وأشارت النتائج أن الأطفال ذوي الضبط الداخلي كانا والدهما يشجعان الطفل على اتخاذ

¹ روبرت واطسن/هنري كلاي ليندرجين، مرجع سابق، ص515

² محمد عودة الريموي، مرجع سابق، ص88

قراره الخاص، بينما الخارجيون يميلون إلى توجيه الأوامر¹ مما يتطلب تشجيع القيم القائمة على التعاون والمساندة والاحترام (أي القيم الأفقية)، مع الحفاظ على القيم العمودية القائمة على الامتثال للقواعد الأسرية والطاعة والتهديب.

ج. **قيم التوجه نحو الأقران:** في هذه المرحلة تصبح مجموعة الأقران قوة جذب بالنسبة للطفل أكثر إغراءً وتنبهًا من تأثير الأسرة، "وتعود جاذبيتها لكونها تمثل مجالاً للصراع على المراكز وتحدياً قوياً، مقارنة بالثبات والأمن والانغماس في النشاطات الانعزالية كمميزات يوفرها المنزل، كما أنها أكثر ملائمة للطفل، حيث يكون من السهل عليه استبعاد السلوك الخاص بالبالغين، تقليد من تكون قدراتهم واهتماماتهم وخبراتهم أكثر تطابقاً مع ما لديه، ويكون رفض الطفل من طرف المجموعة نوعاً من العقاب، وقبوله نوعاً من المكافأة، وطرده لا يفقده مركزه فقط وإنما هويته، فهو لا يدري لمن ينتمي وإلى أين يذهب². لهذا تصبح مجموعة الأقران بالنسبة للطفل المجموعة المرجعية التي يرجع إليها الطفل في سلوكه وحكمه، وهو ما يتطلب نجاح الطفل في إدارة علاقته مع أقرانه بإتقان مهارات وتعلم قيم تمكنه من ترشيد هذه العلاقة، حيث تشكل الصداقة أحد أهم أوجه التفاعل مع الأقران وأكثرها عمقا، فهي ليست مجرد مشاركة في الاهتمامات بل هي علاقة تفاهم، يفسدها انتهاك الثقة (عدم الرغبة في المساعدة) عدم الالتزام بالوعد.

وقد حدد الباحث (Selman Selman) مراحل تطور قيمة الصداقة حسب المراحل العمرية، حيث تكون الصداقة في السنوات الأولى مبنية على دوافع خارجية كجمال الشكل، القرب المكاني، جوانب مادية (لديه لعبة أحبها) ومع التقدم في العمر تقوم الصداقة أكثر على دوافع داخلية كالتقارب الفكري، التشارك في الاهتمامات، الثقة المتبادلة، التفهم³. وهذا راجع لقدرة الأطفال في هذه المرحلة على تفهم وجهات نظر الآخرين (التخلي عن التمرکز حول الذات)، وهو ما يفسر ما توصلت إليه دراسة هوكس حول أنماط القيم الشخصية، حيث رتب المبحوثين (تتراوح ما بين 10 إلى 12 سنة) القيم على النحو التالي: قيم الصداقة، يليها الإثارة، الحياة الأسرية، والراحة أو الاسترخاء، التحسن الشخصي، والجمال والخصوصية، الحرية

¹ روبرت واطسن/هنري كلاي ليندرجين، مرجع سابق، ص 507

² نفس المرجع، ص 536

³Thomas, R. Murray, and Claudine Michel : **L'avenir des théories de développement par stades.** " Questions de personne. 1994, pp 529-548.

البدنية والجسمية والتحكم. وإن كانت الصداقة والتعاطف ومشاركة الأقران قيم مركزية في هذه المرحلة العمرية، فإن القبول الاجتماعي لا يقل عنهم أهمية، فالطفل في حاجة للحصول على احترام وتقدير الآخرين له، "يرغب في أن يكون مقبولاً من الآخرين، وقلق من أن يكون غير حساس أو واعي بمشاعر الآخرين، ويمكن أن يلبي هذه الحاجة بطريقة سوية من خلال اعترافه بالآخرين وعدم التحيز ضدهم، فإن كان الطفل يميل إلى من يتشابه معهم في الجنس والخصائص والسمات، الأكثر شعبية، عليه أن يتعلم احترام المختلفين عنه والذين يكونون عادة أقل شعبية.

حيث "وتتولد هذه المواقف الراضية اتجاه الآخرين عن طريق البالغين والأطفال الأكبر سناً، وهذا لا يعني مطلقاً أن الطفل يولد ديمقراطياً ويتعامل بطريقة تلقائية، فإنشاء الوضع الاجتماعي ظاهرة طبيعية تحدث في أي مجتمع إنساني أو حتى ما دون الإنساني"¹.

3.2.2 قيم التوجه البيئي:

إذا كان الطفل في مرحلة الطفولة المبكرة يرى أن كل ما يحيط به موجود لخدمته وتحقيق رغباته نتيجة لخاصية التمرکز حول الذات، (فما يحبه هو يحبه الآخرون وتحبه الأشياء) فإن الطفل في هذه المرحلة يستطيع الفصل بين الأنا الداخلي والأنا الخارجي، حيث تتحول نظرة الطفل للبيئة من فضاء لتحقيق الرغبات والاستهلاك والتملك، إلى فضاء للبحث والخلق والاستكشاف، وقد عبر الباحث فيليب ميريو عن هذا التحول "الانتقال بالطفل من العالم كشيء إلى العالم كمشروع"² وأوضح كيفية تربية الطفل على التعامل مع المحيط من خلال تغيير نظريته حوله من فضاء للتملك والاستهلاك وتحقيق الرغبات، وأحياناً فضاء يتعرض فيه لفرض الأدوار والواجبات والخضوع للقوانين، إلى العالم كفضاء للابتكار والتساؤل والمشاركة من خلال ما نفعله وما نستطيعه. كما تساعد تفاعل الطفل مع البيئة على تنمية الإحساس بالإنجاز وتجاوز الأزمة التي أطلق عليها إريكسون الكفاءة المتولدة عن حاجة إلى السيطرة على البيئة. ففي هذه المرحلة وحسب نظرية بياجيه يخرج الطفل من مرحلة الإيحائية والاصطناعية ويلجأ إلى ربط الظواهر بأسباب علمية وواقعية، بالإضافة إلى القدرة على التحليل المنطقي. وبالتالي هي مرحلة خصبة لغرس القيم الإيجابية في التعامل مع كل ما يحيط به بطريقة علمية مدروسة مما يساهم في حل المشاكل البيئية وتنمية القيم والمواقف الإيجابية نحوها.

¹ روبرت واطسن/هنري كلاي ليندرجين، مرجع سابق، ص 505

² Meirieu, Philippe: "Éduquer à l'environnement: pourquoi, comment?." Conférence au Forum francophone Planet'Erer. Vol2. 2001.p12

4.2.2 مقترحات حول أساليب غرس القيم التربوية لهذه المرحلة العمرية:

بالإضافة إلى الأساليب السابقة يمكن إضافة:

- تقديم القيمة في شكل معضلة أخلاقية (أسلوب استخدمه كولبرج) وتقوم على استثارة التفكير الأخلاقي عبر تعريض الطفل إلى قيمتين متناقضتين، والتوصل إلى اختيار أحدهما مع ذكر المبررات.
- تقديم القيمة بطريقة أكثر شمولاً (عدم الحديث عن الصدق مع الوالدين وإنما تقديم الصدق كقيمة عامة نتعامل بها مع كل الأفراد).

3.2 الاحتياجات القيمية لمرحلة الطفولة المتأخرة (من 12 إلى 15 سنة):

1.3.2 قيم التوجه الذاتي:

اختلفت الدراسات في تقييم اتجاهات الطفل نحو ذاته في هذه المرحلة، حيث أكدت بعضها على ارتفاع قيم التوجه الإيجابي نحو الذات، بينما أكدت أبحاث أخرى أن الأطفال في هذه المرحلة يصلون إلى مفهوم ذات ثابت عن أنفسهم وبالتالي يكون تقديرهم لذاتهم ثابت، في حين توجهت الدراسات أجراها روزنبرغ (Rosenberg) للتأكيد على انخفاض قيم تقدير الذات في هذه المرحلة خاصة لدى الفتيات، في الوقت الذي توصلت فيه الدراسة الطولية قام بها (Bolognini et Al) لأطفال من عمر 11 و12 و13 و14 سنة أن احترام الذات المرتبط بالمهارات الاجتماعية والمظهر الخارجي يتضاءل، بينما احترام الذات المرتبط بالدراسة يرتفع بشكل تدريجي¹.

ومن الدراسات المبكرة التي اهتمت بالقيم المتعلقة بالطفولة المتأخرة (بداية المراهقة)، نجد دراسة كيلون والتي ركزت على بتغير القيم لدى عينات من التلاميذ في الفترة العمرية (12، 13، 14)، وكشفت عن أهمية قيم المرح، والشجاعة، الصداقة والشعبية والمظهر الحسن، كما كشف سيمونز وآخرون في دراستهم لارتفاع نسق القيم في الفترة العمرية من 12 إلى 13 سنة، لدى عينة من تلاميذ وتلميذات

¹Seidah Amélie, Bouffard Thérèse, Vezeau Carole : **Perceptions de soi à l'adolescence : différences entre filles et garçons** , *Enfance*, Vol. 56 , 4/2004, pp405-420.

الصفين السادس والسابع، أن هناك تشابها في نسق القيم لدى تلاميذ الصفين، فبشكل عام تبين أن قيمة الاهتمام بالمظهر أو الشكل، الشعبية، الصداقة¹.

ورغم اختلاف وتضارب نتائج هذه الدراسات إلا أن الملاحظ ارتفاع قيم الشعبية والمظهر الحسن لدى الطفل في هذه المرحلة، حيث يطور في هذه الفترة تمركزا جديدا حول الذات والذي يتكون حسب الباحث الكندمن جزأين: **أوهام النظارة** أي اعتقاده أن الآخرين مشغولين به كما هو مشغول بنفسه، **الأوهام الشخصية** أي إحساسه بالتفرد، بأن لا أحد يفهم مشاعره²، إن هذه المرحلة هي التي أطلق عليها إريكسون مرحلة أزمة الذات، حيث يبدأ بالتفكير بذاته وبقدراته بمعنى من هو؟ وماذا يريد أن يكون؟ وهل هناك انسجام بين ما يريده هو وما يريده الآخرون؟، ونتيجة هذا كله يبدأ بالتفكير بنفسه ككيان مستقل عن الآخرين، وأن تفكيره في الأمور يختلف عن الآخرين وهو ما أسماه إريكسون وضوح الهوية وتحديد الأهداف مقابل غموض الهوية، نتيجة التغيرات الجسمية والنفسية (انظر: ص105) لهذا يجب مساعدته في هذه المرحلة على إيجاد التقارب بين مفهومه عن ذاته ومفهوم الآخرين عنه وما ينتظره الآخرون منه، وتحديد أهدافه في الحياة، وذلك يتم من خلال دعم قيم الثقة والإنجاز وعدم اختصار ذاته في الجاذبية الجسدية وأوهام النظارة، دعم قيم الاستقلالية لديه.

يرى "سيفرت وهوفنج وهوفنج" أن مفهوم الاستقلالية يعتبر أحد الركائز الأساسية في تكوين الذات المستقلة لدى المراهق ويرى أن هناك أربع أطوار لتشكل مفهوم الاستقلالية لديه تبدأ بالتفريق حيث يكتشف تمايز تفكيره واتجاهاته عن الآخرين ويشعر بالاعتزاز بأفكاره، ثم التجريب بالاعتماد على الذات في تجريب أشياء جيدة، مروراً بالتقارب أي الاستعداد للتعاون والاستماع للآخرين، وصولاً لتماسك الذات القائم على القدرة على اتخاذ القرارات بشكل منفرد، انطلاقاً من اهتمامات خاصة³.

2.3.2 قيم التوجه نحو الأسرة:

تتميز مرحلة بداية المراهقة بأنها المرحلة الحياتية التي تتصف بالاستقلالية وتجريب كل ما هو جديد، إنه الوقت الذي يبدأ فيه الوالدان بالشعور بفقد تلك الصلات الحميمة مع أطفالهم، وبأن الأصدقاء

¹ عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سابق، ص55

² محمد عودة الرماني، مرجع سابق، ص230

³ Seidah Amélie, Bouffard Thérèse, Vezeau Carole. Op.cit.pp 405-420.

أهم لأطفالهم من العائلة، وأن الاتصال معهم يضعف شيئاً فشيئاً، حيث تبدأ الاتصالات تتحطم، الغضب ينفجر بين الآباء والأولاد، وتبدأ المشاكل الأسرية بالتطور، فيعيش الطفل في حالة صراع بين ضغوط مطابقة الرفاق من جهة والتواءم مع معايير الأسرة التي تظل تذكر الطفل ببعض أنظمتها من جهة أخرى.

وفي هذا الصدد تشير العديد من الدراسات إلى أن صراع الآباء مع المراهقين من أكثر الصراعات إزعاجاً وضغطاً على الأبناء، فهل ثمة من طرق يمكن أن تخفف من حدة وآثار هذه الصراعات؟ من خلال العديد من الدراسات التي أجراها (Steinberg) حاول أن يجيب على هذا السؤال وأشار إلى أسلوب الحل التعاوني للمشكلات والحوار بين الآباء والأبناء هو الحل الأنسب¹، فالطفل في هذه المرحلة يشعر أنه يفهم تفكير الراشد ويشعر أنه مواز له، لكن بكثير من الحماس والاندفاع، حيث يكون لديه مزيج من المثالية ومن الخيال ومن التمرد، فهو يرى الأشياء من زاويتها الجميلة، ويضع المشاريع الضخمة ويعاند في مناقشاته، وهو واقع بين قطبين قطب سلبي يجعله يشعر أنه غير مفهوم، قطب إيجابي يدفعه إلى تأكيد ذاته².

إن الخروج من حالة التصادم المحتمل وقوعها بين الطفل والأسرة تتطلب مرافقة الطفل والثقة فيه وإشراكه في اتخاذ القرار، ومحاولة معالجة المواضيع باعتماد التحليل المنطقي وإخضاع الأفكار والتصورات إلى المحاكمة القيمية (إيجابيات وسلبيات القضية) من أجل التوصل معه لحلول أكثر واقعية، والابتعاد عن ممارسة الرقابة وفرض السلطة عليه، وبناء علاقة قائمة على الاحترام والمحبة.

3.3.2 قيم التوجه نحو الأقران:

إذا كانت هذه المرحلة تتميز بزيادة التوتر بين الأهل، فإنها تتميز أيضاً بقوة العلاقة مع الرفاق، ففي دراسة لكل من هنتر ويونس "اتضح أنّ الصداقة تتضاءل وتتناقص مع الوالدين وتزداد مع الرفاق"³، وهذا لا يعني أن الطفل لا يعيش حالة من التوتر والتأزم مع الأصدقاء، ضغوط الرفاق والتطابق معهم، ويشعر بأنه يتعرض لضغوط نفسية تجبره على التوحد أو على الأقل التشابه مع أصدقائه حتى في نوعية

¹ المرجع نفسه، ص 235

²Thomas, R. Murray, and Claudine Michel .Op.cit.p530.

³ المرجع نفسه، ص 122.

انفعالاته،¹ فالحاجة إلى تحقيق التكافؤ مع الزملاء من جهة تقابلها الحاجة إلى تحقيق التفرد والتميز من جهة أخرى، وهو ما يولد لديه صراع بين قيم الانتماء وقيم الإنجاز، فنقوده الأولى إلى الانضمام إلى الأقران، ونقوده الثانية (قيم الإنجاز) إلى الاندماج في النشاطات التي تزوده بخبرة مكتسبة من أجل كفاءته الخاصة، لما يمكنه وما لا يمكنه عمله، وكل ما يمكنه تعلمه من أجل أداء أفضل، وما هي الأخطاء التي تعلمها؟ وما هي أقوى وأضعف النقاط فيه؟ الشخص الذي لديه إنجاز عال يستمتع بالنشاطات التي تمكنه من تقييم وتحسين مهاراته، وتمنحه المنافسة مع الآخرين فرصا ليتنافس فيه مع نفسه، كطريقة لاختبار تحسن الأداء، والشخص الذي لديه إنجاز عال يكون ميّالا لإنجاز العمل ويحب إتمام الأمور التي بدأها، وما أن يتم مهمة يبدأ بأخرى من جديد ويبحث عن المهمات الصعبة، في حين أن الانتماء لا يحتاج لمثل هذا الجهد لذلك يميل الطفل أحيانا لإتباع الجماعة لأن استقلاليتها تتطلب مجهودات مضاعفة.

4.3.2 قيم التوجه البيئي:

تمثل هذه المرحلة مستوى متقدم من التفكير الأخلاقي لدى الطفل، حيث تنتقل اهتماماته من تفهم حاجات الأسرة ونظام الجماعة نحو رؤية أكثر عمومية وشمولا، أين يبدأ يهتم بقضايا مجتمعه المحلي (انظر: ص 101)، وتكون بذلك فترة خصبة لتقوية اتجاهات الطفل نحو البيئة، ولأنه وكما رأينا سابقا يقوم بتحليل الأمور بشكل مثالي يشعر انه قادر على حل مشكلات فانه من المناسب استغلال حماسه وتوجيه نشاطه نحو المحيط من أجل اكتساب خبرات ووضع خطته ومشاريعه على محك التجربة، خاصة وان خصائص تفكيره التي تتسم بالتفكير الاستدلالي ولاستنتاجي ستكون عاملا قويا في إيجاد حلول للمشاكل البيئية، كما أن ميل المراهق إلى التجارب العلمية والتفسير ووضع الفروض ومحاولة التثبت من نتائجها المنطقية، الاعتماد على خاصية المنطق العلمي واستخدام أسلوب حل المشكلات، التركيز على الاحتمالات بدلا من الحقائق الواقعية، والتشكيك في كل ما حوله وإعادة تقييمه من حيث الخطأ والصواب (الحس النقدي، رؤية الأمور من زوايا مختلفة) كلها مهارات تساعد الطفل على التعامل مع الأبعاد المعقدة للبيئة وتنمية القيم التجريبية لديه.

¹ محمد عودة الريماوي، مرجع سابق، ص 235

5.3.2 مقترحات حول البناء القيم التربوية لمرحلة الطفولة المتأخرة:

بالإضافة إلى الأساليب المقترحة السابقة يمكن إضافة:

- أسلوب تحليل القيمة: وهو أسلوب مقترح من قبل كل من بانكس ونوتن (Banks, Nouthton) حيث تؤكد على أهمية المنطق والتفكير التأملي ويشجع على تقويم القيمة بدل قبول حكم أو قيمة موجودة أصلاً ويجب على الطلبة استخدام التفكير العقلاني والدفاع عن أفكارهم واستخدام قيمهم في المواقف المختلفة، فهم يحاولون أن يفهموا نتائج ومواقف معينة ويفهموا الصراعات التي تنشأ بين قيمتين ويفهموا الأسباب التي تكمن وراء اختيارات قيمية معينة¹. وهو شبيه بالصراع القيمي الذي يقترحه كولبرج لكنه يتعمق أكثر في تحليل أسباب اختيار قيمة دون أخرى والنتائج المترتبة عن ذلك، من خلال الإمعان في تقويم الخيارات والبدائل إخضاع اختيار القيمة إلى نوع من المحاكمة القيمية.
- تقديم القيمة في شكل أكثر تجريدا وعمومية واعتماد الأسلوب المنطقي في عرضها.

¹ جمال عبد الفتاح العساف: أثر استخدام استراتيجيات توضيح القيم وتحليل القيم والنمو الخلفي في تنمية القيم لدى طلبة الصف التاسع في مبحث التاريخ، المجلة التربوية، العدد 98، مجلس النشر العلمي، الكويت، 2010، ص 446.

الفصل الثالث:

التلفزيون والطفل:

مجالات التأثير وحدوده

مدخل:

عندما تثار علاقة الطفل بالتلفزيون فإنَّ الأسئلة التي غالباً ما تطرح: ما هو تأثير التلفزيون على الطفل وعلى نموه العقلي وعلى تحصيله الدراسي...؟ كيف يؤثر على السلوك الاجتماعي للطفل وبنية قيمه؟ وما هي حدود هذا التأثير؟ إنَّ الأجوبة ليست دائماً قاطعة ونهائية، وما زال من غير الممكن القول على نحو قاطع وحاسم ما هو التأثير الدقيق والمحدد الذي يمارسه التلفزيون على الطفل، فالمسألة معقدة و دائرة الجدل حولها في أوسع، "وهو ما أكَّده "جيمس كاران" (James curran) بقوله أنَّ الاعتقاد بأن وسائل الإعلام هي أجهزة تأثير هامة هو صحيح على العموم، لكن الطرق التي تمارس بها وسائل الإعلام التأثير معقدة ومشروطة"¹، وقد تمكَّن الباحث إستراسبورجر (Strasburger) من الإحاطة بالموضوعات الحاسمة في فهم أثر وسائل الإعلام على الطفل والتي لخصها في التساؤلات التالية²:

- ما هو مقدار تأثير وسائل الإعلام على الطفل؟
- هل جميع الأطفال عرضة لهذا التأثير بدرجة واحدة؟
- ما هو صدق البحوث في هذا المجال؟
- وما الذي يمكن عمله لتحسين نوعية البرامج؟

استناداً للأبعاد التي أقرتها الباحثة في مقارنة موضوع تأثير وسائل الإعلام على الطفل، سنحاول من خلال هذا الفصل معالجة مشكلة التأثير من بعض جوانبها، وذلك بالتطرق: تأثير التلفزيون على النسق القيمي للطفل، ثم لأشكال حوار الطفل مع الصورة التلفزيونية (فهم حدود التأثير)، بناء المشاهد الإيجابي.

¹ السعيد بو معيزة، مرجع سابق، ص36.

² هارولز جلبرت: طرائق البحث العلمي في المجالات الإعلامية، ترجمة: المركز الثقافي للتعريب والترجمة، دار الكتاب الحديث، 2009، ص34.

أولاً: تأثير التلفزيون على النسق القيمي للطفل

1. بحوث التأثير:

حيث سنركز على الاهتمامات البحثية في مجال تأثير التلفزيون على الطفل، وعن أهم خصائص هذا النمط من البحوث.

1.1 الاهتمامات البحثية:

تعتبر إشكاليات تأثير وسائل الإعلام على الطفل خاصة التلفزيون، أحد أهم الاهتمامات البحثية التي شغلت الباحثين والرأي العام على حد سواء، "حيث وصل عدد الكتب والمقالات العلمية المحكمة في هذا المجال إلى 4000 عملاً، نشرت سنوات الخمسينيات¹. "كما ظهرت في تلك الحقبة عدة أعمال بارزة منها دراستين في أوروبا، دراسة في أمريكا الشمالية، وأخرى في آسيا، قام بها ثلثة من الباحثين: (Himmelweit, Oppenheim, Vince, Schramm, Iyle, Parker, Maletzke) وسعت هذه الدراسات لتقديم بعض الإجابات في عدة مجالات، خاصة ولأكثرها صعوبة وتعدد، ما يخص تأثير التلفزيون على قيم ومعارف الطفل، وعلى السلوك الاجتماعي، بالاعتماد على مناهج تجريبية، حيث أكدت هذه البحوث على أنّ تأثير التلفزيون على قيم الطفل يكون من خلال ما يلي²:

- تكرار عرض نفس القيم في البرامج.
- ربط القيم المقدمة في التلفزيون بالمصالح الشخصية للطفل واحتياجاته.
- الاعتماد على الإثارة والمبالغة في استخدام الأدوات التعبيرية مما يضعف القدرة النقدية للطفل.
- عرض القيم في شكل درامي مما يجلب تعاطف الطفل ويثير فيه ردود فعل انفعالية.
- غياب نسق قيمي واضح تسير فيه الأسرة والمحيطين بالطفل المشاهد، يسمح لهم بتوجيه الطفل إلى ما يجب عليه مشاهدته.

والملاحظ أن هذه البحوث ربطت التأثير بعاملين:

¹Norberto Bottani : **Les enfants et télévision, résultats et tendances de la recherche**, service de la recherche en éducation, département de l'instruction publique, république et canton de Genève, 1998, p4.

²Wilbur Schramm : **L'influence de la télévision sur les enfants et les adolescents**, rapport, n :43, Organisation des nation unies pour éducation et culture, paris, 1965, p14.

- عامل مرتبط بالمثير وكيفية عرضه للقيمة: بالاعتماد على أساليب متعددة: الإثارة (مثيرات تعبيرية تجذب الطفل)، التكرار، الأدرمة (التركيز على الجانب الدرامي لإثارة عواطف)، وكلها أساليب تغيب الوعي وتتلاعب به مما يمتص الطاقة النقدية لدى الطفل، فيتشرب تلك القيم دون وعي أو تفكير.
- عامل مرتبط بالإشراف الإعلامي للطفل: فغياب قيم التوعية الإعلامية في الوسط المحيط بالطفل، وغياب مهارات التوجيه تجعل تأثير التلفزيون على النسق القيمي أعمق.

2.1 خصائص بحوث تأثير التلفزيون على الطفل:

ويمكن في هذا الإطار رصد أهم خصائص بحوث تأثير التلفزيون على الطفل في النقاط التالية: سعي الكثير من الدراسات إلى إضفاء الشرعية العلمية على الافتراضات القائلة بالتأثيرات السلبية للتلفزيون على الطفل، وذهبت غالبية البحوث أن مضامين هذه الوسائل تميل إلى خلق سياقات ملائمة لنمو وتفشي العنف، "فقد أكدت 3500 بحث علمي على وجود علاقة ارتباط بين العنف الذي تبثه وسائل الإعلام والسلوك العدواني للطفل، بينما 30 دراسة نفت هذا الارتباط وأكدت على الدور التطهيري أي التنفيسي لوسائل الإعلام"¹.

نتائج الدراسات متضاربة بسبب اختلاف السياقات التي تم فيها إجراء البحوث، تعدد مسالك البحث وأدواته ومناهجه، تباعد الفترات الزمنية التي جرت فيها البحوث. في هذا الصدد يقول لازرسفيلد: "إن تأثير التلفزيون على الطفل مسألة جدلية بحيث أن أي واحد يستطيع أن يقحم أفكاره المسبقة، والواقع أن الدراسات عن التلفزيون والطفل نادرة، ثم إن النتائج التي توصلت إليها بعض هذه الدراسات متضاربة"².

النتائج المتوصل إليها تفتقر في كثير من الأحيان للدقة كما وضحته مقولة الباحث، والسبب أن مسألة التأثير خضعت لأجندة عمومية وهيمنة خطاب التخويف (تخوف الآباء من التأثيرات السلبية للتلفزيون على أبنائهم) أكثر من خضوعها للبحث العلمي والتفكير المنهجي الرصين، وفي هذا الصدد لذلك يقول أحد الباحثين "ومما يؤسف له حقا، أن النقاش حول تأثير التلفزيون، وحول تأثير وسائل

¹ فضاء الطفولة، الصادق رابح، فضاء الطفولة والوسائط الإعلامية والمجتمع الشبكي بين التفاعل والتنافر، كلية الاتصال،

جامعة الشارقة ص4.

² سعيد بو معيزة: مرجع سابق، ص41.

الإعلام الجماهيرية بشكل عام، يميل إلى أن يدار ويجرى على مستوى منخفض. ومن الواضح أنّ سبب ذلك يعود إلى أنّ الأسئلة الصحيحة، نادر ما تطرح. وهذا ليس مدهشاً، وذلك الذين يطرحون الأسئلة ويقدمون الإجابات والتفسيرات (ويتضمن ذلك العديد من الذين يزعمون أنهم علماء الاجتماع) يعملون ضمن نماذج وقوالب وصيغ قاصرة، وغير وافية بالغرض (نادراً ما يتم تحديدها بوضوح وصراحة) سواء بالنسبة للمجتمع أو لعمليات الاتصال¹.

2 تأثير التلفزيون الطفل بين حضور القيمة وتحديدها:

إذا كان تأثير وسائل الإعلام كما يقول الدكتور عبد الرحمن عزوي يكون إيجابياً إذا كانت محتويات وسائل الإعلام وثيقة الصلة بالقيمة، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير إيجابياً، وبالمقابل يكون التأثير سلبياً إذا كانت محتويات وسائل الإعلام لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكبر. سنحاول فهم تأثير التلفزيون على قيم الطفل من خلال بعدي حضور القيمة وتحديدها.

1.2 مظاهر حضور القيمة في المحتوى الإعلامي:

ويمكن تلمس حضور القيمة في تلفزيون الطفل من خلال المظاهر التالية:

1.1.2 التلفزيون كمرشد أيديولوجي:

"إن حديث الباحث جون فنسك وجون هاريلي عن التلفزيون كشاعر ملحمي وقبلي يعمل على جذب وتوحيد الناس عبر خطابه الأناتي والاحتفالي والمحدد غالباً بطريقة تشبه الوظيفة التقليدية لشعراء القبائل ولرواة القصص والحكايات"²، يجعلنا نتحدث عن التلفزيون كمرشد أخلاقي وأيديولوجي. وقد كان تأثير التلفزيون على قيم الطفل محل العديد من الدراسات، "حيث نسجل في هذا الإطار تواجد 36 دراسة منشورة حول دور التلفزيون في تعديل السلوك والوصول إلى السلوك المرغوب"³، ومنها الأبحاث التي قام بها مركز الإثنوغرافيا وعلم النفس بباريس تحت إشراف "ماري جوزي شومبار دو لو" (Marie José Chambard de Lauw)، حيث ركزت هذه الدراسات على التصورات حول

¹باتريسيا ادغار: الأطفال والتلفزيون بحوث ندوة براغ الدولية حول الأطفال ووسائل الإعلام، لماذا يشاهد الأطفال التلفزيون؟

وكيف يتأثرون به؟ من كتاب: التلفزيون والطفل، ترجمة: ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، ص52

²جون كورنر: التلفزيون والمجتمع، التأثير النوعية والإعلانات، ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1999، ص8.

³Norberto Bottam. Op.cit. P49

القيم وأنماط المعيشة التي تمررها المحتويات التلفزيونية بما فيها برامج الأطفال، ومن جهة أخرى التأكيد على دور برامج الأطفال في تعزيز القيم ونشرها"¹.

2.1.2 التلفزيون وبناء تصورات عن العالم:

إن التلفزيون يساعد الطفل في إدراك العالم الخارجي وترتيبه، "ويتم ذلك كما يقول بيار موغان (Pierre Moeglin) يمر بالمراحل التالية: الإعجاب بمشهد العالم، ملاحظة نظام العالم، تعلم أجدية العالم، خلق عالم خاص به"²، ويقرّ الأطفال أنفسهم بأنهم يتعلمون سلوكا اجتماعيا من خلال مشاهدتهم للتلفزيون، "حيث تم إجراء بحث حول مكانة التلفزيون في حياة الطفل على عينة من الأطفال تتراوح أعمارهم من 8 سنوات إلى 18 سنة، أوضح المستجوبون أنهم يستفيدون من التلفزيون في تكوين نظرة عن مهنتهم المستقبلية، معلومات عن محيطهم، معارف مرتبطة بجدوى وجودهم"³. والتلفزيون لا يقدم لنا تصورات عن العالم فحسب، بل يتدخل في دورة إنتاج المعنى، الأمر الذي يعظم من دوره في تشكيل قيم الأجيال القادمة. في هذا الصدد قول كل من الباحثين "دونا وكروس" (Donna et Cross) "وسائل الإعلام ليست مجرد وسيلة للتواصل إنها وسيلة لإدراك الواقع، إنها تزودنا بنوافذ عن العالم"⁴.

3.1.2 التلفزيون وبناء خزان الرموز الاجتماعية:

أننا نشكل تصوراتنا عن العالم وعن ذاتنا، من خلال خزان الرموز الاجتماعية والمعاني والمعارف التي يضحّها يوميا التلفزيون، والحديث عن معارف ومعاني يجزّنا للحديث عن قيم "كما يقول المفكر الفرنسي شارلو برنارد (Charlot Bernard) العلاقة بالمعرفة هي علاقة بمعان ومن ثم بقيم"⁵، وبالتالي فإن القول أن التلفزيون أداة تعليمية ومعرفية إقرار بأنه أداة قيمية، "وقد وجد غرينبورغ أنّ التعلم هو أهم سبب شائع يدفع الأطفال لمشاهدة التلفزيون، حيث يقدّم لهم معارف مرتبطة بما

¹ Ibid. p40

²Frédéric Marty : **les usages de l'audiovisuel éducatif par les enseignants face au numérique : l'exemple du site.tv** , Thèse doctorat, université Toulouse, Science de l'information et de communication, 2015, p20.

³Ibid.

⁴مرؤى عصام صلاح وآخرون: **إعلام الأطفال ماله له وما عليه**، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، سوريا، ط1، 2015، ص180.

⁵ محمد شلبي: **مسألة القيم في برامج الأطفال التلفزيونية، نظرة للكفاءات المشرفة على هذه البرامج إلى القيم المتداولة في برامج الأطفال**، المؤتمر العربي حول الإذاعة والتلفزيون والطفل، 3-6 أبريل، 2003، ص386.

يمكن أن نسميه المعرفة الاجتماعية، حيث يتشرب الطفل القيم الاجتماعية من نوع (من ينتهك القانون سوف يقدم للعدالة، وان الدواء يشفي معظم الأمراض)، ويستخدم أطفال آخرون مضمون البرامج التلفزيونية من أجل تحقيق أهداف تتعلق بالتأهيل الاجتماعي¹، حيث تعتبر التلفزيون واحد من أقوى أدوات التنشئة الاجتماعية باعتباره المربي غير الشخصي للطفل، نتيجة الطوعية والاختيارية التي تحكم علاقة الطفل بالتلفزيون بعيدا عن اكرهات التعلم التي تميز مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى وأسلوب الثواب والعقاب مما يجعله يتحول من أب ثالث إلى أب أول.

وقد أكد الباحث الإيطالي (Flores D'arçais) أنه "إذا كنا ننسب للطفولة والمراهقة مصطلح مسلي فإنّ هذا يعني إكساب المصطلح معنى إيجابي"²، وبالتالي فإن المحتوى الذي تقدمه برامج الأطفال لا يعبر فقط عن وجهة نظر للتعارض والانفصال، أي الانحراف والهروب من الواقع، إنما تقدم البرامج أيضا محتويات ايجابية تدخل ضمن صيرورة نمو الطفل، وتشكل عنصر مفضل في تكوينه الاجتماعي الروحي.

إن إقرارنا بأن التلفزيون يساهم في عملية التنشئة الاجتماعية لا يعني إطلاقا إلغاء دور القنوات الحضارية الأخرى كالأسرة والمدرسة، بقدر ما هو تأكيد على إن هذه الأدوات لا تقف على قدم المساواة، ففي ظروف معينة وسياقات معينة تصبح أدوات تنشئة معينة أكثر فعالية من أخرى، فإذا كان التلفزيون يؤثر على قيم الطفل فانه يؤثر على الأطفال الذين ليس لديهم مواقف صلبة وثابتة، ومعظم الأطفال هم كذلك نتيجة هشاشة هذه المرحلة العمرية من جهة، وتراجع ادوار مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى، كما أن المعايير والقيم التلفزيونية تنتمي إلى مجالات ليس للكبار أية خبرة أو تجربة فيها، وكذلك ليس للإباء، وحتى الأصدقاء ممن السن ذاته، أو حتى للمدرسة أيضا خبرة أو معرفة فيها وهو ما يجعل الخلفية الاجتماعية تفقد بعضا من أهميتها لصالح الشاشة.

2.2 أسلوب حضور القيمة في المحتويات التلفزيونية:

ويمكن للتلفزيون تمرير المحتويات القيمة من خلال عدة أساليب منها:

¹ كفينو فونتوف: التلفزيون..... الأسرة..... الطفل، من كتاب: التلفزيون والطفل، مرجع سابق، ص37.

² Enrico Fulchignoni : *la civilisation de l'image*, petite bibliothèque Payot, Paris, 1972, p269.

1.2.2 عرض القيمة من خلال النماذج التربوية:

يقدم التلفزيون للطفل نموذجا تربويا محددًا يشمل حياة الطفل وجنسه وكل ما ينطبق على المحيط الثقافي، فتعرض دائما الطفلة الصغيرة وهي تبكي، يحاول الوالد دائما تجاوز الصعوبات التي تعترضه، تصور الأم والجدة كمثال للطيبة والرفقة والتفهم، والأب نموذجا للسلطة والمعرفة... "حسب ميشال سوشن" (Michel souchon) تتناسب هذه الرؤية التبسيطية للحياة مع قدرات الأطفال، فلا يصح على المستوى التربوي أن نقدم للأطفال تعقيدات عن العالم في سن مبكرة، لأن فكرة الأطفال عن الأشياء يجب أن تكون واضحة و محددة¹، وقد ذهبت العديد من الأبحاث على أن هناك مجال للتأكيد أن معتقدات الطفل يمكن أن تتشكل من خلال ما يشاهده الطفل، وما يجزبه من انفعالات مطابقة لما تعرضه الشخصيات على الشاشة²، فالأطفال يتعلمون من التلفزيون خاصة طريقة اللباس، طريقة السلوك، وكيفية التصرف وإن كان هذا لا يمنع أنه يمكن أن يتعلم منها السلوك العدواني.

2.2.2 تحطيم الصور النمطية:

إن اعتماد النماذج التبسيطية الذي تحدثنا عنه في العنصر السابق لا يعني إغراق الطفل في رؤى اختزالية ومجزأة، لأن هذا سيجعل الطفل يختصر الواقع ويتشرب نماذج قيمية ومعايير اجتماعية قاصرة، بل على العكس من ذلك يجب على التلفزيون تحطيم الصور النمطية المتعلقة بالنوع الاجتماعي والأدوار الاجتماعية والطبقة الاجتماعية للشخصيات، من خلال صناعة برامج تدمج مختلف الفئات والطبقات التي تنتمي إليها الشخصيات، فمثلا في السلسلة الأمريكية الموجهة للأطفال والتي أنتجها التلفزيون العمومي الأمريكي **freestyle** تظهر الشخصيات النسائية وهي تقوم بنشاطات رجالية ووظائف غير معهودة كوظيفة الميكانيكي، ويقوم الرجال بوظائف مصنفة اجتماعيا وثقافيا على أنها من مهام النساء.

"وقد نجحت السويد في تقديم تجارب إعلامية تحطم الصور النمطية المتعلقة بالأقليات (ذوي الاحتياجات الخاصة، أهل الريف..) وتدعم فكرة التنوع العرقي والمذهبي للشخصيات في برامجها"³، "كما أكدت الدراسات التي تم فيها إجراء تحليل المحتوى على برامج تلفزيونية أمريكية أنتجت من أجل

¹ميشال سوشن وآخرون، **الطفل والتلفزيون**، ترجمة على أسعد وطفة وآخرون، دار الإصدار العلمي للنشر و التوزيع، سوريا، ط1، 2015، ص114.

²Wilbur Schramm . Op.cit, p37.

³Patricia Greenfield et Jean Retschitzki : **les effets de la télévision**, des jeux vidéos et ordinateurs universitaire fribourg-suisse, 1998, p40.

التقليل من الصور النمطية الخاصة بالنوع الاجتماعي ومن خلال دراسة اتجاهات الأطفال حولها، اتضح أنّ الذكور تقبلوا أكثر الأدوار الغير تقليدية المسندة لهم، بشرط أن تحافظ على مكانتهم الذكرية في المجتمع، فالتأثيرات ليست محكومة فقط بطبيعة البرنامج وأيضا من خلال متغيرات متعلقة بسن الطفل، فالأطفال الأصغر سنا أكثر تقبلا للأدوار المقدمة لتلفزيونيا على عكس الأطفال الأكبر سنا، كما أن عملية التأثير أيضا محكومة بالاتجاهات الوالدية فقد اتضح إن الأطفال لا يقلدون النماذج التلفزيونية إلا إذا وجدوا تشجيعا من الوسط¹، وقد أكدت الباحثة "ماري جوزي شومبار دو لو" (Marie José Chambard de Lauw) أن خلال تنشئة الطفل تتشكل لديه تصورات عن الدور الاجتماعي الذي يمكن أن يؤديه وإذا كانت وسائل الإعلام تساهم في بناء هذه التصورات فان الأبحاث أكدت أن صورة الطفل عن جنسه أكثر تقليدية من تلك المنقولة عن طريق وسائل الإعلام².

3.2.2 التنوع في المضمون:

تقول الباحثة "باتريسيا غرانفيلد" (Patricia Greenfield) في معرض حديثها عن تأثير التلفزيون على الطفل "إن أسوأ تهمة يمكن توجيهها ضد التلفزيون هي أن يفرض المماثلة (المشابهة النمطية الزى أو النمط الواحد على جمهوره، وذلك نظرا لان هذه المماثلة تحول الناس إلى عبيد. ثمة اختياران اثنان أمام التلفزيون في مجتمعنا المعاصر والمعقد، إما أن يزيد التلفزيون من قوة الاتجاه السائد في القرن العشرين نحو المماثلة، أو أن يكون صادقا مع الحياة والواقع، انه يستطيع أن يقوي التنوع داخل المجتمع من خلال إعطائه الفرصة للحوار الاجتماعي، وكذلك من خلال عكسه للطبيعة الجمعية الحقيقية للمجتمع، في البرامج التي يقدمها³. وبالتالي على التلفزيون ان يقدم مضامين متنوعة تعكس اختلاف الأذواق والخلفيات الاجتماعية والثقافية وتحارب فكرة النموذج الواحد والنمط الواحد.

4.2.2 التنوع في المثبرات:

إن الطابع المميز للتلفزيون كوسيلة اتصالية قادرة على التجسيد البصري وإنتاج صور متحركة حية مباشرة أو مسجلة، هو الذي يسهم في الآثار التربوية الواعدة، حيث تمارس الصورة المتحركة تأثيرا قويا ومناسبا للتطور المعرفي و الوجداني للطفل، "فقد أكدت بحوث معاصرة قادتها التفاعلية

¹Norberto Bottam, op.cit, p51

² Ibid., p53.

³باتريسيا ادغار، مرجع سابق، ص55.

الرمزية على دور الصورة في نمو الأفكار و المعارف، كما تناول الباحث "غابرييل سلمون" (Gabriel Salomon) تأثيرات الأشكال التلفزية في تطوير معارف الطفل واتجاهاته، مؤكداً أن التلفزيون هو عبارة عن نظام من التمثلات وليس مجرد شخصيات تتحرك وتتحدث داخل علبة، وأن التركيز على محتوى العرض دون الأخذ بعين الاعتبار الشكل يعتبر عمل قاصر وغير مكتمل لأن العرض التلفزيوني مرتبط بالنظام الرمزي أي الطريقة التي تم بها تشفير الرسالة¹. كما أكد (Welch) أن عمليات التذكر وفهم المضمون التلفزيوني تكون أفضل عندما يقدم في شكل قصة بالاعتماد على الصور المتحركة أكثر من الثابتة، وأن كان الاعتماد على الصور المركبة والمزدحمة بالتفاصيل يؤثر سلباً على العمليات العقلية للطفل ويشتت الانتباه، كما أن الإيقاع السريع للبرامج يشد الانتباه أكثر ولكنه يؤثر سلباً على الفهم خاصة عند الأطفال أقل من ستة سنوات في حين يؤكد (Writh et Huston) المظاهر الشكلية للتلفزيون تؤثر على الدوافع والرغبة في فهم المضمون المقدم².

3.2 تحديد القيمة في المحتوى الإعلامي الموجه للطفل:

لقد أشار ماكس رافيتي المراقب السابق للتعليم العام في كاليفورنيا، وهو رجل محافظ، إلى والت ديزني باعتبارها المعلم الأعظم في هذا القرن³، إذا كانت شركة والت ديزني معلماً فأي نوع من التعليم تقدمه؟ إن الإجابة عن هذا السؤال تحيلنا إلى الدراسات التي قام بها "اريل دور فمان" (Ariel Dorfman) في تحليله لكتب ديزني الهزلية وتوصل إلى بعض الاستنتاجات، حيث كشف عن العنصرية والامبريالية والجشع والعجرفة متخللة الهزليات المستقلة عن القيمة، فأكثر من ثلاثة أرباع القصص تصور رحلة تستهدف البحث عن الذهب، وفي الربع الباقي من القصص تتنافس الشخصيات على المال والشهرة، نصف القصص تقع الأحداث في أماكن خارج كوكب الأرض، بينما تقع النصف الآخر في أرض أجنبية حيث تعيش أقزام تتصف بالبدائية بوجه عام، وهم جميعاً من غير البيض ولا نرى في هذه القصص غير الرجال ويتصف معظمهم بضخامة الجسم وقوة العضلات، وهم يتصرفون كأطفال ولا يحتاجون للإنتاج ليعيشوا وهم في النهاية مستهلكون نموذجيون⁴، مما سبق يتضح أن برامج الأطفال وصناعتها اليوم أصبحت طرفاً في اللعبة الاقتصادية، حيث أدى التحالف بين الرأس المال

¹Salomon Gavriel. **La fonction crée l'organe**. In: Communications, 33, 1981. Apprendre des médias, sous la direction de Geneviève Jacquinet. pp. 75-101

²Norberto Bottam, op.cit, p40

³ هيرت أ. شيلر، **المتلاعبون بالعقول**، ترجمة: عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، الكويت، 1999، ص118.

⁴مرجع سابق، ص120.

الاقتصادي(برامج الأطفال كصناعة) ورأس المال الإعلامي (برامج الأطفال كنظام رمزي) إلى تحييد القيمة.

"ويؤكد الدكتور عبد الرحمان عزي في هذا السياق أن رأس المال الرمزي يتميز بغياب القيمة في الفضائيات المسماة الترفيهية التي أضفت نوع من الشرعية على نوع من النص الإعلامي الذي يركز على الجسد والغرائز الدونية¹، ويمكن استخلاص مظاهر تحييد القيمة من خلال المؤشرات التي قدمها الباحث ألدريش Aldrich، حيث تناول أربع أنماط من التأثيرات السلبية للتلفزيون على الأطفال: الأفكار المحرفة عن الواقع من خلال تبسيطه أو تضخيمه، تجاهل القضايا المثيرة للجدل حول التغير الاجتماعي، تلعب دورا محافظا بخصوص الاتجاهات والقيم والمعتقدات بطريقة سطحية، تزويد الإنسان بعالم خيالي حيث تصبح أحلام المرء كأنها حقيقية، مرض الثلاثين دقيقة²، ويمكن أن ندرج بعض المؤشرات التي نعتقد أنها مهمة: وهو ما أكده الباحثان ميج و ديفينا فرو divinafraumeigs جهيل سوفي (Jehe.Sophie) وهما مختصان في مجال التلفزيون والطفل، حيث بينتا أن النزعة لتطبيع العنف في الشاشة الصغيرة وجعله امرأ عاديا وطبيعيا، وتسليعه ينذر بمخاطر على ثلاث مستويات ثقافية³، وهي:

- تمجيد العلاقات القائمة على القوة وتبجيلها، وتحولها إلى أنموذج سلوكي مفضل.
- النظرة للعالم من زاوية مناوية والافتتان بها، فتسطح الفكر تبسط النظرة للأشياء وتختزلها بشكل يحرف معناها. فتقسيم العالم، بشكل ساذج، إلى مجموعة من الثنائيات، مثل أبيض وأسود، ولا يوجد بينهما أي لون آخر...
- إفقار السرد والحكي والتركيز على حركة الصورة ومؤثراتها المرئية والصوتية وتضييع المعنى.

1.3.2 التأثير على مفاهيم الطفل فيما يخص الواقع الاجتماعي:

إن الإعلام يقترح ويفرض على الطفل صور تهيكّل تنشئته الاجتماعية وتقدم له نماذج تشكل جزء من هويته، تقدم له تصورات اجتماعية للعالم مرتبطة بضرورات السوق (الطفل البطل يظهر من خلال وسائل الإعلام باستقلاليته عن عالم الكبار، طغيان المشهد الذكوري، عائلة البطل غير ظاهرة، تكاد صورة الأم تتمحي، تعويض العلاقات مع الحيوانات مكان العلاقات الإنسانية) بهذا المعنى وكما

¹عزي عبد الرحمان: دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ص44.

²مروى عصام صلاح وآخرون، مرجع سابق، ص180

³نصر الدين العياضي: مقدمة في نقد التلفزيون، الأفق المشرقة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص271.

يقول "هربرت شيللر" (Herbert Schiller) فإن التلفزيون يشكل الوعي العام بما هو كائن، بما هو مهم، وما هو حق، وما هو مرتبط بأي شيء آخر¹، يقوم التلفزيون بعملية تحديد الأدوار والمراكز لكل الأفراد في إطار الحياة الاجتماعية وبالتالي فرض المعايير الاجتماعية، ويقول للطفل ما يجب عليه فعله وما يجب عليه أن يكونه، فهو لا يقدم له نصائح عادية في صيغة أمره بل يقدم له عالم طبيعي يوجد فيه طفل مماثل يؤدي نموذجاً سلوكياً ويحمل اتجاهات محددة، وقد توصل جورج جيربندر (George Gerbner) من خلال تحليل محتوى العديد من البرامج حول الصور النمطية المتعلقة بالنوع الاجتماعي، أن الشخصيات النسائية في برامج الأطفال تظهر دائماً سلبية مقارنة بالشخصيات الرجالية ذات القدرات الخارقة، الرجال يلعبون أدوار متعددة أما النساء دائماً في دور الأم والأخت أو الصديقة، 20% من النساء الذين يملكون أطفال يعملون خارج المنزل بينما الواقع أن 50% من النساء في المجتمع الأمريكي يعملن². والتلفزيون يعطي للمشاهد إحساساً ثنائياً بالانفتاح والانغلاق في نفس الوقت، الانغلاق في عالم المرئي وانعزاله عن الآخرين، والانفتاح داخل هذا العالم الافتراضي من خلال العلاقات التي يجربها الطفل صاحب الخمس سنوات مع بطل مشهور حيث تتطور علاقة خيالية مع الشخصية داخل مكان الفرجة أو المشاهدة، أين يشعر الطفل أنه يتخاطب معها ويقاسمها الفضاء، مما يجعله يخلق عالم موازي يمكنه أن يتواصل فيه مع شخصيات من الحيوانات ويزور أماكن ويخترق أحياناً عالم الكبار، إلا أن هذا الانفتاح عادة ما يكون مزيفاً لأنه يقدم أحكاماً جاهزة ومواقف جاهزة، يخلق لدى الطفل صراعات وتحديات وهمية فكثيراً ما تصور برامج الفضاء الخارجي كعالم مظلم فضاء للصراع وللمعارك بين سكان الأصليين والسكان الخارجيين وغيرها من المظاهر.

2.3.2 العنف:

يمكن تلمس مظاهر تحييد القيمة من خلال العنف في ثلاث تقديرات أساسية: أن الطفل قد يميل إلى تقليد مظاهر العنف في الحياة العملية، التعرض لهذه البرامج يضعف حساسية الطفل اتجاه العنف فيصبح أكثر تقبلاً واستعداداً لكسر الحواجز التي تؤجله أو تحجزه عن الوصول إلى ميدان العنف، أن

¹ هربرت أ. شيللر، مرجع سابق، ص 119

² Patricia Greenfield et Jean Retschitzki. Op.cit, p50

العنف في حد ذاته قد يصبح قيمة اجتماعية عندما يعتقد الطفل أن العنف هو السبيل الأنجع في الوصول إلى ما يصبو إليه¹.

3.3.2 دفع الطفل إلى عالم الكبار:

يذهب إليه المفكر الأمريكي "جوزيف ميرو فيتز" (Joseph Meyrowitz) للقول في أحد مقالاته لقد قضى التلفزيون على مفهوم الطفولة نفسها فلم يعد للكهول أسرار². وهو ما يعني أن التلفزيون دفع الصغار إلى عالم النضج، بشكل أبكر مما يمكن أن يتحملة نموهم العاطفي، فحصلهم على معلومات عن عالم الكبار لا يعني أبدا القدرة على استخدامها بحكمة لأن الطفل غير مستعد نفسيا وعقليا لاستقبال معلومات تفوق قدراته الذهنية مما يخلق للطفل حالة من التشويش والاضطراب وعدم قدرته على عيش مرحلة الطفولة كما هي.

4.3.2 تأثير التلفزيون على الهوية الثقافية للطفل:

من خلال البحث الذي أنجزه الباحث Benitez في كولومبيا حول تأثير الرسالة التلفزيونية على الهوية الثقافية للطفل، وجد أن الأطفال يرغبون في التوحد مع أبطال البرامج الأجنبية وبهذا يتلقون قيم لا تعكس هويتهم الثقافية مما يدخلهم في دائرة صراع³. كما أن الإعلام يكتفي بعرض الأفكار الشائعة والسائدة، تلك الأفكار التي يتقبلها الجميع تافهة ومبتذلة وسطحية، لكن هي تلك الأفكار التي عندما يتلقاها الطفل يكون قد تم قبولها بالفعل بحيث لا تطرح مشكلة التلقي والإدراك، خلافا للتفكير كفعل مخرب بحيث يتم تفكيك الأفكار الشائعة وعرضها على محك النقد، وتكتفي برامج الأطفال بتقديم النظام الرأسمالي كنموذج أوجد حيث تسعى إلى نشر قيم السعي للربح المنافسة الاقتصادية والخضوع لمنطق السوق، من خلال تقديم شخصيات نموذجية تعمل في وظائف راقية تعيش في مساكن فاخرة، قادرة على إيجاد حلول عبقرية للمشاكل والتي يقوم بها فرد واحد، وهو ما يشجع النزعة الفردية، التميز الفطري، وتقديس العمل الفردي.

4.2 بعض أساليب تحييد القيمة:

حدد الباحثين عدة أساليب تعتمد على وسائل الإعلام لتحديد القيمة حيث اعتبرها البعض أدوات التلاعب بالوعي، بينما أطلق عليها البعض الآخر أدوات التلاعب

¹عزي عبد الرحمن وآخرون: **فضاء الإعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص92.

²Joseph Meyrowitz: **La télévision et l'intégration des enfants**, Réseaux n°74, 1995, p. 55-88.

³Norberto Bottam.Op.cit, p49.

بالعقول في حين ذهب أصحاب المدرسة النقدية لاعتبار وسائل الإعلام أدوات للهيمنة وتسطيح الفكر، في حين اعتمدنا مصطلح الذي قدمه الدكتور عزي عبد الرحمان " تحييد القيمة" للإشارة للتأثير السلبي لوسائل الإعلام على الجمهور. ومن بين هذه الأساليب:

1.4.2 التجزيئية:

من خلال التأكيد على النظرة التي تحصر المشكلات في بؤر بدلا من رؤيتها بوصفها أبعادا لكل واحد، وهذه التجزيئية التي تطبع الإعلام المعاصر تتم من خلال التكرار الآلي لموضوعات كثيرة لا رابط بينها، وقد تحدث الباحث "هربرت شيللر" (Herbert Schiller) في تحليلاته عن برامج الأطفال التي يقال عنها أنها توضع خصيصا لأهداف تربوية، أنها أصبحت هي الأخرى تستخدم النمط الفني للإعلان التلفزيوني السريع الإيقاع، والمقطع¹.

وتؤكد الباحثة المكسيكية "باتريس باديللا فيلاريل" (Beatriz padilla villareal) أن وسائل الإعلام تقوم ببناء مضامينها اعتمادا على الاستراتيجيات التالية²:

2.4.2 الشخصية: ويقصد بالشخصنة سرد الأحداث عبر الشخصيات التي تعتقد وسائل الإعلام أنها تقوم بدور استثنائي في حدوثها. وينتهي هذا السرد في الغالب، باختصار هذه الأحداث والوقائع في بعض الشخصيات.

3.4.2 الإثارة: تستند في وجودها حسب الباحثة المذكورة إلى مجموعة العناصر وهي: القطيعة مع الوضع القائم إي الخروج عن المألوف والانتزاح عن ما هو عادي، والصراع الذي يحتوي على قدر من التنافس والغلبة، الاعتماد على الدراما على اعتبار أن الإثارة هي المعادل الدرامي للإعلام، ونعني هنا الاعتماد على الدراما تكثيف الانفعال في توتره ثم تحريره فجأة.

4.4.2 الاقتتال: تلجا وسائل الإعلام في عرض القيم إلى الاستعارات المستقاة من الحرب هذا ما نلاحظه، على سبيل المثال في سرد الأحداث الرياضية، فالتفوق يتحول إلى سحق الخصم، وتسديد

¹هربرت شيللر، مرجع سابق، ص 39.

²Beatriz padilla villareal : **P'agenda médiatique et construction sociale de l'incertitude, magazine de la communication de crise et sensible**, observatoire international des crise, col . 13 avril,, 2004, p10

الكرة تتحول إلى ضربة صاروخية، ومراوغة اللاعب تتحول إلى مناورة الفريق، والخسارة تتحول إلى انهزام.

5.4.2 الأسطورة: العرض الإعلامي للقيم والوقائع بواسطة الطقوس والأسطورة، فوسائل الإعلام توظف الأساطير والسرديات لإعطاء معنى للقيم، حتى وان كان هذا التوظيف يؤدي إلى اختصارها وسجنها في صور نمطية. وهذه الاستراتيجيات لا تساهم في إثراء المعنى بقدر ما تساهم في التضليل والتلاعب بوعي المشاهد من خلال تغييب العقل ومخاطبة العواطف.

3 قيم جديدة في ظل بيئة إعلامية وتربوية جديدة:

إن الحديث عن حضور القيمة وتحييدها في التلفزيون لا يعني وجود إجابة قطعية أو نهائية تقدم حضور نهائي للقيمة أو إقصاء تام لها، بدعوى أن طغيان الجانب الترفيهي في المحتوى الإعلامي قد ألغى حضورها، فالترفيه أو التسلية غير مستقلان عن القيمة، والمضامين الإعلامية لا يمكنها أن تكون محايدة وإنما تتحرك دائما ضمن إطار إيديولوجي يدفع بها نحو اتجاه معين.

"وهو ما أكده "إيريك برنو" مؤرخ التلفزيون الأمريكي إن الترفيه بما هو مفهوم لا يتصل من بعيد أو قريب القضايا الجادة للعالم مفهوم خاطئ لأن الترفيه نظوي على إيديولوجية مضمرة"¹، "هذه الإيديولوجيا المضمرة لا تظهر من خلال تعزيز القيم أو تحييدها بشكل نهائي، وإنما من خلال تغليب قيم ومفاهيم على أخرى، إنها في الواقع صياغة جديدة للمجتمعات تحت تأثير نسيج قيمي متكامل وذو أهداف محددة، تقوم بعملية تكوين الصور من أجل خلق قيم جديدة.

من هذا المنطلق فإن النقاش الذي يجب أن يطرح اليوم، ينبغي ألا ينصب حول المراجعة الشاملة للمنظومة القيمية بقدر ما هو بحث متواصل عن القيم التي يجب إدراجها في ظل بيئة إعلامية وتربوية جديدة، وهذا ما ذهب إليه فرانسيس بال وغيره من المفكرين في مجال العلوم الإنسانية مؤكدين "أن ما مر به تاريخ الفكر البشري من مراحل اقتضت نظرة جديدة إلى القيم، فكلما ظهرت تحولات عميقة سواء كانت فكرية عقديّة أم اقتصادية مادية ظهرت قيم جديدة، وبالتالي وكما يقول الباحث عبد الله عبد الدائم" السؤال الأكبر هو السؤال السهل الممتع، أي إنسان نود أن نكون عن طريق التنمية؟ ما هو الناتج النهائي في شتى ملامحه وصفاته لذلك المصنع الكبير، مصنع التربية؟ ما هو حصاد

¹ هيريت شيلر: مرجع سابق، ص96

كل ما نضع وندخل في النظام التربوي من مال وخبرة ورجال؟ ومن هو ذلك المخلوق الذي حاولنا صنعه؟¹

ضمن هذا السياق فان السؤال الذي يظل مطروح: ما هي القيم التي يتطلبها مجتمع المعلومات والمعرفة؟ وبناء على هذا التساؤل العام ما هي القيم التي يجب تقديمها في الإعلام الموجه للطفل العربي؟

إن الإجابة عن هذه التساؤلات ليست بالمهمة السهلة على التربويين والإعلاميين معا لأن القيمة مفهوم مركزي يرتبط بمختلف الظواهر الاجتماعية وبضرب بجذوره في عمق النسيج الإنساني، وبالتالي من العبث محاولة تجهيز قائمة بما يجب أن نطرحه كقيم صالحة لكل الأشخاص ولكل الثقافات. وفي هذا الصدد يقول الباحث "تريغوري روني" (Tregort René): "أعتقد أن أكبر مشكل يجابهه الباحث اليوم في حقل الإعلام والاتصال هو الحديث عن القيم التي يقتضيتها اليوم مجتمع الإعلام والاتصال"²، هذا المجتمع الذي طرح مهام معقدة على المؤسسات التلفزيونية العربية من حيث ضرورة تطوير المنظومات القيمية الخاصة بها وتكييف الوافدة إليها بما يوافق حاجاتها ومنظورها، ولن يتم ذلك بالانكفاء والاعتصام بقيم محافظة وأحيانا شبه مغلقة، وإنما بالتفاعل الذي صار خيارا لا خيار سواه في العمل الإعلامي، من أجل تجاوز التعارض بين نموذجين إعلاميين إحداهما يعتنق قيم غربية مستعارة من الآخر دون اعتبار للسياقات الثقافية والتاريخية التي نشأ فيها ويكرس التبعية التلفزيونية للغرب، ويعتمد على الإنتاج المستورد الغير مراقب بكل ما يحمله من قيم دخيلة، وآخر منغلِق على ذاته منبعث من طيات الماضي وقد جرد هو الآخر من المحضن الثقافي والتاريخي الذي نشأ فيه، وذلك من أجل التأسيس لإعلام حضاري يسعى إلى تنشئة طفل عربي متوازن الشخصية معتر بمقومات هويته الثقافية منخرط في روح العصر، متشبع بقيم التفتح والحوار والتسامح، قادر على التعامل مع كافة التحديات التي يفرضها القرن القادم الذي يتصف بكونه عصر المعلومات والمعرفة.

¹ محمد أحمد موسى: دور نظام التعليم في تنشئة الطفل العربي، من كتاب: الطفل في الوطن العربي (واقع واحتياجات) سلسلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2011، ص179

² نفس المرجع، ص386.

ثانياً: المتغيرات المؤثرة في أشكال تفاعل الطفل مع التلفزيون

بعدتناول إشكاليات حضور القيمة في المحتوى الإعلامي الموجه للطفل، سنحاول الكشف عن أشكال حوار الطفل مع الصورة، والتي تنقل النقاش حول تأثير التلفزيوني على الطفل من وجهة نظر أحادية معممة، إلى التأثير الذي يتوقف على رد فعل المتلقي وكيفية فك شيفرة الرسالة وتأويلها، فالمعنى ليس معطى جاهز وإنما هو عملية تفاعلية بين المرسل والمتلقي، والطفل عندما يخوض تجربة المشاهدة فإنه لا يخوضها منعزلاً، وإنما يأتيها محملاً برويته وتصوراته وقيمه وتجربته الشخصية ودوافعه التي تختلف باختلاف مرحل نموه وباختلاف السياق الاجتماعي والثقافي الذي وجد فيه، فجمهور الأطفال ليس جمهوراً متجانساً وإنما هو جمهور مفتت يخفي داخله شرائح اجتماعية تختلف أذواقها ونمط مشاهدتها، كما أن عملية المشاهدة في حد ذاتها هي عملية شعائرية طقوسية تؤثتها دوافع لا شعورية أكثر مما تحكمها عوامل نفعية واعية، مما يجعل عملية التأثير تبقى نسبية ومحدودة خاضعة لتفاعل الطفل مع الصورة، من هذا المنطلق يصبح التساؤل مشروعاً حول كيف يشاهد الطفل التلفزيون، وكيف يفهمه ويتأثر به؟ والإجابة انه لا يوجد هناك طفل واحد وإنما أطفال تتغير فهمهم وإدراكهم للرسالة التلفزيونية انطلاقاً من عدة متغيرات.

1. تأثير الخلفية الاجتماعية على تفاعل الطفل مع الصورة التلفزيونية:

تشير الدراسات أن المستوى الاجتماعي والاقتصادي يعد من المتغيرات المهمة التي تحدد شكل تفاعل الطفل مع الصورة ومدى تأثره بها، وإن كانت دراسات ولبر شرام سباقة في هذا المجال حول آثار التلفزيون على الأطفال¹ حيث وصفت على أنها الدراسة الأولى من نوعها والتي تعمقت في فهم في العلاقة بين التلفزيون وحياة الأسرة، وقد توصلت إلى أن الأطفال الأسر ذوي المستوى التعليمي المرتفع يبدؤون في استعمال التلفزيون والوسائل الأخرى قبل نظائهم من أطفال الأسر المتوسطة التعليم¹، كما أكدت الدراسات "أن الأسر ذات المستوى المتدني أكثر تأثراً بما يشاهدونه، ويعود السبب في ذلك إلى أن الأطفال في هذا المستوى أكثر حرماناً من الناحية الاقتصادية، فضلاً عن قلة الأماكن الترفيهية المتوفرة في البيئة الاجتماعية"² في حين توصلت أحد الدراسات إلى أن معظم

¹ ولبرشرام وآخرون،:التلفزيون وأثره في حياة أطفالنا، ترجمة: زكريا سيد حسن ، الدار المصرية للتأليف والترجمة، ص64- 65

² محمد شمال حسن:الأطفال والفضائيات، الآثار النفسية المترتبة على مشاهدة الأطفال للفتنات الفضائية، من كتاب: الإعلام وتشكيل الرأي وصناعة القيم، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2013، ص204.

مشاهدي التلفزيون من الطبقة المتوسطة، وان الأطفال من الأوساط الاجتماعية الفقيرة يشاهدون التلفزيون بنسبة 102 دقيقة في اليوم، بينما الأطفال المنحدرين من أوساط غنية يشاهدون التلفزيون لمدة 72 دقيقة¹.

وقد تعمق كل من "دافيد مورلي" (David Morly) و"باتريك شومباني" (Patrick champagne) في دراسة تأثير الخلفية الاجتماعية على عملية المشاهدة بالتركيز على ما يعرف بالسياق المنزلي وتأثيره على كيفية تفاعل الطفل مع الصورة، وتوصلت الدراسات في هذا الإطار إلى أن حضور التلفزيون محدود في أوساط الطبقة الوسطى، باعتباره منافسا لأشكال التربية الأخرى، بينما يسجل التلفزيون في طبقة العمال حضورا كبيرا لكونه على حد تعبير الباحث "اوليفي شوارتز" (Olivier Schwartz) مصدر وحي في المنزل، نتيجة تشغيل هذا الجهاز بشكل مستمر، حيث أجرى الباحث دراسة حول كيفية استخدام الطفل للتلفزيون حسب متغيرات الجنس والعمر والطبقة الاجتماعية، توصل إلى أن مدة المشاهدة تطول في الطبقة الفقيرة وتسود المشاهدة الجماعية، بينما متوسط المشاهدة بالنسبة للطبقة الوسطى 72 دقيقة يوميا، كما يصرح الأطفال المبحوثين من الطبقة الفقيرة أنهم يشاهدون التلفزيون أكثر من 3 ساعات يوميا، في حين صرح 26 % من أطفال الطبقة الوسطى بأنهم يشاهدون التلفاز بهذا المعدل (3 ساعات يوميا)².

"وعن اندماج التلفزيون في الأسرة، صرح الأطفال من الطبقة الفقيرة بنسبة 71% أنهم يشاهدون التلفزيون مع العائلة مقابل 55% من أطفال الطبقة الوسطى صرحوا بأنهم يشاهدون التلفزيون جماعيا، يشاهد 45% من أطفال الطبقة الفقيرة حصتهم المفضلة مع الأم، مقابل 44% من الطبقة الوسطى،³ حيث أن الأساليب التنشئة التي تتسم بالتسلط والعقاب تفضي بالطفل إلى مشاهدة الجريمة، والبرامج التي تتسم بالإثارة، في حين أن أساليب التنشئة التي تتسم بالدفء والتقبل تدفع الطفل إلى مشاهدة البرامج الاجتماعية وتلك التي تخلو من العدوان والجريمة⁴.

¹ Josiane Jouet, Dominique Pasquier : Les jeunes et la culture de l'écran. Enquête nationale auprès des 6-17 ans, Réseaux n°92- 93, 1999, p.18

² Ibid, p19.

³ Ibid.

⁴ محمد شمال حسن، مرجع سابق، ص206.

ونخلص مما سبق أن طريقة تفاعل الطفل مع الصورة التلفزيونية من حيث كثافة المشاهدة وأساليبها هي عملية إسقاط للتجربة الحياتية على التجربة التلفزيونية. فحوار الطفل مع الصورة هو استحضار لخلفية ودوافع اجتماعية تجعل المشاهدة تتخذ إيقاعا وشكلا معيناً.

2. تأثير الدافعية على تفاعل الطفل مع الصورة التلفزيونية:

في كتابه "أتركهم يشاهدون التلفزيون" أكد الباحث "فرونسوا ماريي" (François Mariet) أن هناك نوعان من الاستهلاك التلفزيوني الذي يرتبط بدوافع المشاهدة: دوافع نفعية (مشاهدة برنامج معين) ودوافع روتينية (التعلق بالوسيلة في حد ذاتها بغض النظر عن مضمونها)¹، حيثتسود المشاهدة الروتينية عندما لا يجد الطفل ما يفعله، ترافق عملية المشاهدة بنشاطات أخرى ويصبح تشغيله من باب إحداث ضجة في المنزل، هذا النوع من الاستخدام يحد من تأثير التلفزيون على الطفل ويجعل طول مدة المشاهدة لا يعني أنها تمت فعلاً.

"وهذا ما تنبته له الدراسة التي أجريت بفرنسا حول تأثير التلفزيون على وقت فراغ الطفل من عمر 4 إلى غاية 14 سنة من طرف وزارة الشباب والرياضة الفرنسية، وأظهرت ضرورة التمييز بين التلفزيون المختار والتلفزيون الخاضع في حساب عملية المشاهدة، ففي حالة التلفزيون الخاضع يتحول التلفزيون لمجرد فضاء للمرافقة وإمكانية انجاز نشاطات أخرى ومحاولة اصطياد شيء قد يثير الاهتمام بالاعتماد على جهاز التحكم ما دام الطفل لا يجد ما يفعله، في هذا النوع من المشاهدة نجد أن 80% من الأطفال يشاهدون التلفزيون لهذا الغرض لمدة 3 ساعات يومياً"². وبالتالي فإن عملية تأثير التلفزيون على الطفل لا يمكن التثبت منها من خلال حساب ساعات المشاهدة التي لا يمكن أن تكون مؤشراً على أن عملية المشاهدة قد تمت بالفعل، لأن المشاهدة الروتينية أو ما يطلق عليها البعض بالمشاهدة الطقوسية-والتي تشهدها الكثير من الأسر العربية نتيجة انعدام فضاءات التسلية- تكون من باب التعلق بالوسيلة فقط وليس بغرض متابعة المحتوى التلفزيوني المقدم مما يجعل عملية التأثير محدودة أو غائبة كلياً لغياب الانتقائية والقصد في عملية المشاهدة.

¹Norberto Bottam, op.cit, p10

²Ibid.

3. تأثير متغير جنس الطفل على تفاعل الطفل مع الصورة التلفزيونية:

يعد الجنس أحد أهم المتغيرات تساعدنا في تحديد معدلات مشاهدة التلفزيونية ولكنها لا تقدم فهما حقيقيا لكيفية المشاهدة، حيث تشير الدراسات أن الذكور أكثر تأثرا بما يشاهدونه، كما أن الذكور أكثر من الإناث يبحثون عن البرامج التلفزيونية الجاذبة للانتباه، أو تشمل على قدر كبير من الإثارة، وقد يفضي هذا إلى اكتساب المزيد من المعلومات عن العالم المحيط بهم¹، أما الإناث من حيث الكم يصرفن وقت أكبر مما يصرفه الذكور في عملية المشاهدة، ولعل ذلك يعود إلى أن الإناث عادة يقضين أغلب الوقت في المنزل الأمر الذي يترتب عليه الإكثار من المشاهدة في محاولة منهن للتخلص وقت الفراغ الزائد عن الحاجة، وهذا لا يفسر أنهن الأكثر تأثرا بالصورة التلفزيونية.

4. تأثير متغير السن على تفاعل الطفل مع التلفزيون:

والتي سنحاول فيها فهم علاقة الطفل بالتلفزيون حسب مراحل نمو الطفل ولأننا فصلنا في الفصل الثاني خصائص كل مرحلة واحتياجاتها فإننا سنحاول تطبيقها على تجربة المشاهدة التلفزيونية من خلال العناصر التالية:

1.4 تأثير المرحلة العمرية على عادات المشاهدة لدى الطفل:

يمضي معظم الأطفال في مرحلة سن ما قبل المدرسة معظم وقتهم مع العائلة، حيث تمارس عادات الآباء فيما يخص المشاهدة تأثيرا قويا على سلوك الأطفال، الذين يكتسبون اتجاهات الوالدين والإخوة في رؤيتهم للتلفزيون، بالإضافة إلى تأثير الأقران في هذه المرحلة.

"وتؤكد الدراسات أن متوسط مشاهدة للأطفال مرتين في الأسبوع وذلك بسبب دوافع ومحرضات خارجية أكثر من مبادرتهم الخاصة، ويتقدم الطفل في العمر يكتسب عادات وأنماط مشاهدة خاصة به، بعيدا عن تأثير العائلة والأقران². وقد أثبتت الدراسات العربية الميدانية أن مشاهدة الطفل للتلفزيون تحتل الصدارة بالنسبة لطفل ما قبل المدرسة، والاهتمام يصل إلى أقصاه من 5 إلى 7

¹ محمد شمال حسن، مرجع سابق، ص 205.

² سيسيليا فيليترن: التلفزيون والتنشئة الاجتماعية: نتائج الدراسات الاسكندنافية حول موضوع الأطفال والتلفزيون في عملية التنشئة الاجتماعية، من كتاب: التلفزيون والطفل، ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، ص 18

سنوات ثم يقل بعد هذه المرحلة¹. وهذا راجع من وجهة نظرنا إلى قلة فضاءات الترفيه حيث يقضي طفل ما قبل المدرسة معظم وقته في البيت أو في الحضانه نتيجة تخوف الآباء من ترك أبنائهم خارج المنزل، وعدم تحمل نشاطهم الزائد داخل المنزل، ليصبح بذلك التلفزيون المربية الثانية التي تتكفل بتربية الطفل أثناء انشغال الوالدين، مما يرفع معدلات المشاهدة لديهم.

2.4 تأثير المرحلة العمرية على مستويات الاستفادة من التلفزيون:

"تؤكد الدراسات أن الطفل دون السن الثالثة لا يستفيد من التلفزيون في نموه، وهذا ما استنتجه طبيب الأمراض العقلية الفرنسي والمختص في علاقة الأطفال بالصورة "تيسرون سرج" (Tisseron Serge) من تجاربه، ومن البحوث الأمريكية التي اهتمت بعلاقة الطفل بالتلفزيون، فالطفل في هذا السن يستفيد في نظره أكثر من التفاعلات مع البشر ومع ألعابه، بينما التلفزيون لا يسمح بمشاركة الطفل لأنه غير تفاعلي، لذا يقال أنه لا يوجد اختلاف في رد فعل الطفل في هذا الاتجاه في ما يشاهد في الشاشة الصغرى²، بعد هذا السن تتغير علاقة الطفل بالصورة، حيث يرى عالم النفس والأمراض العقلية، كلود آلارد (Claud Allard) وصاحب كتاب الطفل في عصر الصور، أنه خلال الفترة الممتدة ما بين ثلاث وأربع سنوات يصبح الطفل مفتونا بكل ما ينتمي إلى سجل الحركة - الحركة داخل الصورة- وهو مأخوذ بحلم اليقظة التي يشاهدها في الشاشة، والذي يتطلب منه جهداً وتركيزاً كبيراً، ويفرض عليه تطوير حاسة النظر على حساب الحواس الأخرى، وخلال الفترة الممتدة ما بين أربع وسبع سنوات يقوم الطفل بنقص بعض الشخصيات التي يشاهدها في التلفزيون، حيث يدمجها في تخيلاته وهو في حال عدم التمييز بين الواقع والخيال³، وحسب الدراسة التي أجراها "بيار كورسي" (Pierre Corset) على عينة من الأطفال الذين بلغ عددهم 3000 طفل في مدة بلغت ثلاث سنوات حول مدى قدرة التلفزيون على أن يسمح للطفل بفهم أفضل للعالم المعاصر، وجد أن الأطفال ذات الفئة العمرية المتراوحة بين 14-16 سنة تنطبق عليهم أكثر مثل هذه الافتراضات، في حين أن فكرة التلفزيون يسمح بأخذ معلومات وأفكار مفيدة تنطبق على الفئة العمرية التي تتراوح بين 8 إلى 10

¹ ليلي عبد المجيد : العلاقة بين الأطفال العرب والتلفزيون، دراسة تحليلية للدراسات والبحوث الميدانية التي أجريت على الطفل العربي من سنة 1960 حتى سنة 2000، المؤتمر العربي حول الإذاعة والتلفزيون والطفل، ابريل، تونس، 2002، ص73.

² نصر الدين العياضي: مقدمة في نقد التلفزيون، الأفاق المشرقة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص269.

³ Allard Claude : L'enfant face aux images animées, de l'imaginé à la symbolisation, Le Divan familial 2/2001, pp. 57-70. URL : www.cairn.info/revue-le-divan-familial-2001-2-page-57.htm. DOI : [10.3917/difa.007.0057](https://doi.org/10.3917/difa.007.0057).

³ نفس المرجع، ص270.

سنوات و 11 الى 13 سنة، وقد بينت الدراسة أن حقل معارف الأطفال يتشكل دون أن يعي الأطفال سبب اختيارهم لهذه المعلومة أو تلك فهم يدمجونها بطريقة عفوية مع معارفهم المكتسبة.¹

وبالتالي يتضح أن مستويات الاستفادة من التلفزيون تختلف حسب الشريحة العمرية، ففي الوقت الذي يقصد فيه الأطفال الأصغر سنا التلفزيون من اجل الاستمتاع والتسلية، خاصة وأن قدراته على الانتباه والفهم والانتباه تكون محدودة (المرحلة ما قبل الإجرائية حسب تصنيف بياجيه) فإن الأكبر سنا يقصدونه أكثر للبحث عن معلومات معينة مما يجعل فرص الاستفادة تزيد مع التقدم في العمر نتيجة نمو قدراته المعرفية، بينما يضل الأطفال الرضع أكثر الجماهير الغير مستفيدة من تواجدها أمام التلفاز ومع هذا يصير الإعلام على تقديم قنوات كاملة موجهة لهذه الفئة.

3.4 تأثير المرحلة العمرية على العمليات المعرفية الموظفة في المشاهدة التلفزيونية:

وقد حددنا تأثير المرحلة العمرية على العمليات المعرفية الوسيطة التي تتدخل في فك تشفير الرسالة الإعلامية: الانتباه، الفهم، التذكر.

1.3.4 تأثير المرحلة العمرية على انتباه الطفل للتلفزيون:

إن عملية الانتباه التلفزيوني لا تحددها متغيرات السن فقط وإنما تتحكم فيها عوامل أخرى، حيث لوحظ في العديد من الدراسات لورش، أندريسون، ليفن (Lorch, Anderson, Levin) (لورش، أندريسون، ليفن) ارتباط ملحوظ بين مستويات الانتباه والفهم المتوقع لمحتوى البرامج، كما يؤثر تقدير الأطفال لما يمكنهم فهمه من المحتوى على مستويات انتباههم نحوه، وقد أكدت دراسات كل من هاوكنز، كيم، بنجري (Hawkins, Kim, Pingree) لأطفال تراوحت أعمارهم بين 3، 5، 7 سنوات إن الطفل إذا ما صادف جزء غير واضح من البرنامج فإن انتباهه نحوه يضعف².

- **مدة الانتباه:** إن المدة الفعلية لانتباه الطفل للبرامج التلفزيونية تقريبا تثلثي الفترة الزمنية التي يقضونها أمام التلفزيون، وبالتالي لا يمكننا القول أن الأطفال الذين يقضون فترة أطول أمام التلفزيون هم الأكثر مشاهدة له، وغالبا ما يغادر المشاهدون الأصغر سنا البرنامج قبل نهايته،

¹Norberto Bottam, op.cit, p40

²هارولز جليبرت، مرجع سابق، ص.ص 96، 97.

لهذا يوصي الخبراء دائما بتقسيم البرنامج إلى وحدات صغيرة، واللجوء إلى التكرار في السياقات الصعبة.¹

• **الانتباه لخصائص المثير:** لقد أثارت أهمية الخصائص الشكلية في التلفزيون في جذب الطفل نحوها اهتمام العديد من الباحثين أمثال هوستن، جريير (Huston, Greer) فعرض البرامج بسرعة معتدلة له تأثير إيجابي على انتباه الطفل وفهمه للمحتوى، بينما المبالغة في السرعة لها تأثير سلبي، هذا وقد أكد ميرتون وبرانيت وزلمان (Miron, Bryand, Zellmann) أن طبيعة البرنامج بدورها تحدد درجة السرعة، فبرامج التسلية تفيد السرعة خلافا للبرامج التعليمية أين يكون الانتباه منصبا على تجميع الأطفال للمعلومات مما يجعل للسرعة تأثير سلبي على العمليات المعرفية للطفل. وإن كان هناك اختلاف في درجة التأثير حسب فروق النمو، حيث أظهرت الدراسات أندريسون، ليفن (Anderson, Levin) أن الأطفال الأصغر سنا أكثر انتباها للملامح البارزة للشخصيات بما فيها من مشاهد مليئة بالحركة و أصوات لافتة، إيقاع سريع تتناغم في الأصوات والكلام.²

وتقيدنا هذه المعطيات في معرفة مدى قدرة برامج الأطفال على استغلال الخصائص المعرفية للطفل لتقديم محتويات وأشكال قادرة على استثارة عمليات الانتباه لديه وهو ما سنختبره في الدراسة التحليلية.

2.3.4 تأثير المراحل العمرية للطفل على فهم المحتوى التلفزيوني:

تؤكد دراسات كل من "بابر اوكيف" (Babrow O'keefe) أن فهم الأطفال للمضمون التلفزيوني يعتمد على قدرتهم على فهم ما تعرضه الشخصيات في تمثيلها ومن خلال عمليات التفاعل في ما بينها، وأن العمليات المعرفية للأطفال وتكويناتهم الفرضية التي يستخدمونها من أجل فهم وتفسير البرامج تختلف عن تلك التي يستخدمها الكبار³. ويمكن أن نحدد الفروق في مستوى الفهم عند الطفل حسب متغير السن في النقاط التالية:

¹ نفس المرجع، ص 61

² نفس المرجع، ص 100

³ نفس المرجع، ص. ص 101، 102

• **معالجة معلومات محتوى البرامج:** وهي خاصة بتكوين وتناول كل ما يتعلق بالأحداث والأشياء التي يدركها أو يفكر فيها الشخص أو يتذكرها، وتعتبر مشكلة معالجة المعلومات التي تواجه الطفل كما يصفها أندريسون وسميث (Anderson, Smith) مشكلة ملحة، فتتوسع محتوى البرامج يجعله عرضة لمستويات متعددة من الفهم والتحليل، تبعاً لقدراتهم المعرفية وهو ما يفسر أن الطفل يقوم بجهد عقلي كبير في عملية الفهم، لكنه لا يتعلم سوى القليل من التلفزيون، ويرتبط الجهد العقلي المبذول في فهم المحتوى التلفزيوني حسب رأي سالمون (Salomon) بإدراك الشخص المشاهد لما هو مطلوب مشاهدته وما يحتاجه من أنظمة رمزية¹. ومن خلال متابعتنا للعديد من البرامج اتضح لنا سعي معديها لجعلها تبدو سهلة ومألوفة وبالتالي لا تتطلب جهد فكري كبير، مما يجذب الطفل ويجعله يقبل عليها وذلك من خلال، تقديم ملخصات في بداية أو نهاية كل حلقة، "وقد وجد كل من كيلي وسبير (Kelly, Spear) أن فهم الأطفال وتذكرهم لمحتوى المشاهد التلفزيونية يمكن أن يزداد مع إضافة ما يعرف بمساعدات المشاهدة داخل البرنامج التلفزيوني، وهي عبارة عن مجمل أو خلاصة واضحة لمضمون البرامج ومشاهده الرئيسية"²، كما يلجأ أيضاً صانعي برامج الأطفال اليوم إلى إنتاج برامج الأطفال على شكل مواسم، حيث تقدم في كل موسم أجزاء مكملة للجزء السابق مع تطوير الأحداث والشخصيات، في حين تقوم برامج أخرى بإحياء شخصيات قديمة يعرفها الأطفال وتقديمها في برامج جديدة بالكامل مع الحفاظ فقط على اسم الشخصية الرئيسية ولامحها، مستغلة خبرات الطفل ومعايشتها لهذه الشخصيات وحالة الألفة التي حصلت بينها وبين الطفل.

وبخصوص تأثير عملية الفهم بسن الطفل "فقد أكدت الدراسات أن الأطفال الأصغر سناً لا يفهمون سوى القليل من المضمون، ففي هذه المرحلة لا يستطيع الأطفال عادة فهم الكوميديا والسخرية ومع هذا يفهمون بعض المشاهد المضحكة، ذات الملامح البارزة في آثارها الحسية عليهم، تبعاً لقدراتهم كالتفريغ الواضح، الكوميديا المتسمة بالفوضى، والحركات الظاهرة كالقفز أو السقوط على الأرض، ولاحظ كل من أندرسون وكولينز (Anderson, Collins) قدرة أطفال ما قبل المدرسة على تمييز المضمون الأساسي والقيام ببعض الأنشطة الاستدلالية على الأقل لبعض البرامج القصيرة، إلا

¹ نفس المرجع، ص 101

² نفس المرجع، ص 103

أنهم يجدون صعوبة كبيرة وسوء تفسير متكرر لبرامج الدراما، حيث لا يستطيعون الفهم الكامل للرواية التمثيلية التي يعرضها التلفزيون¹ "تزداد عمليات الفهم في المراحل العمرية اللاحقة، حيث أكدت الدراسات على وجود غنى في الإمكانيات الدرامية لدى الأطفال الذين تتراوح أعمارهم ما بين الثامنة والعاشر عاماً، وذلك لأن هذا السن هو فترة يقظة الوعي وفترة اكتشاف الظلم وفترة الرغبة في الاستقلالية، انه السن الذي يبدأ فيه الفضول الجنسي بالتحرك والإثارة،² وهو السن الذي يبدأ فيه الصراع بين الأخلاقية المطلقة للطفولة، وبين الأخلاقية النسبية للنضج، هذه الموضوعات كافة تنتظر من كتاب البرامج التلفزيونية، ومن مخرجي البرامج التلفزيونية أن يعالجوها معالجة جادة.

وبالعودة إلى المرحل النمو المعرفي لبياجيه التي تناولناها في الفصل الثاني للتأكيد أن الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين السادسة والثانية عشر يعيشون في مرحلة العمليات الملموسة، فلا يستطيع الطفل في هذه المرحلة أن يجابه ويفهم الأحداث الافتراضية أو تلك التي تقع في أمكنة بعيدة، وذلك نظراً لأن عملياته الفكرية محدودة بما يجري هنا والآن وفي الحاضر، أما بالنسبة لتفكير الطفل الصغير هي الأنوية والفردية بمعنى التركيز على الذات حيث يتصور الطفل نفسه محور وسبب جميع الأحداث ويعيش مقتصرًا على الحاضر، ويتخذ التلفزيون ويدمجه ببساطة داخل تجربته ويصبح جزء من عالمه الداخلي.

• **الشكل التلفزيوني وعمليات فهم المحتوى:** تؤكد الدراسات علاقة الترابط بين الشكل التلفزيوني وعمليات الفهم لدى الطفل، حيث أن سرعة عرض المشاهد التلفزيونية أكثر إعاقة لفهم الطفل من المشاهد البطيئة، لأن الأولى تحول دون اكتمال المعنى في عقل الطفل³.

يمكن دراسة النشاط الذي يقوم به الطفل في تعامله مع الأشكال التلفزيونية بفضل ثلاث مستويات تدريجية للتحليل⁴:

¹ مرجع سابق، ص 109

² باتريسيا ادغار: الأطفال والتلفزيون بحوث ندوة براغ الدولية حول الأطفال ووسائل الإعلام، لماذا يشاهد الأطفال التلفزيون؟ وكيف

يتأثرون به؟ مرجع سابق، ص 50

³ مرجع سابق، ص 111

⁴ فيلشس لورينزو، التلفزيون في الحياة اليومية، ترجمة: وجيه سمعان عبد المسيح، المجلس الأعلى للثقافة، المغرب، 2000،

ص.ص 52-58.

⁴ نفس المرجع، ص 56

- في المستوى الأول يفسر الأطفال الأشياء التي يرونها على الشاشة تبعاً للقدرات التي تم اكتسابها في وسطهم الواقعي، لكن يتعرضون أيضاً لزوايا التصوير وضبط الصور والألوان والإضاءة التي تحدد نوعاً معيناً من الإدراك السمعي المرئي للأشياء والموضوعات.
- في المستوى الثاني يواجهون تقاليد وأساليب معينة لوسائل الإعلام مثل المشاهد البانورامية والتغير السريع للأحجام والصور (زوم)، الرؤية عن قرب (اللقطة المكبرة)، لكنهم يواجهون بعد ذلك التقنيات الخاصة بوسائل الإعلام التي لا علاقة لها بالحياة الواقعية: المؤثرات الموسيقية والبصرية وطباعة عدة صور فوق بعضها (الطباعة الفوقية) والتصوير البطيء وما إلى ذلك حيث يدل حلول صورة محل أخرى تدريجياً إلى انتقال زمني أو يدل الانتقال السريع للصور على انتقال مكاني.

توضح الدراسات أيضاً أن الأطفال في مختلف مراحلهم العمرية يهتمون بالبرامج التي تستخدم صوت الأطفال، والمؤثرات الصوتية والموسيقية وتتأوب الرواة أكثر من استخدام التقنيات النمطية مثل المناظر البانورامية والتغير السريع لأحجام الصورة التي لا تزيد من درجة الاهتمام.

كما أن تقنيات المونتاج تتيح تحسين الفهم لدى الأطفال الأكبر سناً، خاصة عندما يتوافق قطع اللقطات مع التغيرات التي تطرأ على سير الحدث، وحتى وإن تكاثرت عمليات القطع ولم تتوافق مع أجزاء واقعية من السرد، فإن هذا لا يضعف من اهتمام المشاهد، غير أن تقنيات مثل الزوم والمونتاج قد لا تكون مفهومة من قبل صغار الأطفال وقد تعيق تسلسل الوحدات السردية، ويبدو مثلاً الربط بين لقطتين تم اتخاذهما من زاويتين مختلفتين مهمة فكرية صعبة بالنسبة لطفل في الرابعة من عمره، لأنه لم يكتسب بصفة جيدة مفهوم التيبولوجية المكانية (موقع الشيء الهندسي بالنسبة للأشياء الأخرى).

- **تأثير السرد اللفظي على فهم المحتوى لدى الطفل:** ثمة دراسات عديدة تعارض فكرة التأثير الشامل الذي تحدثه الصورة في تسهيل عمليات الفهم والتذكر (غالبية البحوث تؤكد على تفوق الصورة في عمليات الفهم والتذكر)، مؤكدة أن فهم السرد التلفزيوني يصبح أكثر صعوبة عندما يقتصر على حكاية أو قصة ما على الصعيد المرئي دون أن يتم التدخل على الصعيد اللفظي، وهذا ما يحدث بصفة خاصة عند الأطفال الأصغر سناً، خاصة وأن تحليل وتفسير المعلومات المرئية يتطلب قدرات أكبر مما يلزم للمعلومات الشفهية، وأن فهم حكاية ما عبر

العلاقة الزمنية بين المشاهد المتتابعة وليس فقط بين الأشياء والوقائع المعزولة، وأن الأطفال سيجدون صعوبة في فهم السرد الذي يقدم بالاعتماد فقط على الدعامة المرئية.¹

• **التمييز بين الواقع والخيال:** لقد ظهرت خاصية التمييز بين الواقع والخيال في أعمال بياجيه حول مراحل النمو المعرفي، ففي مرحلة ما قبل العمليات (الطفولة المبكرة) لا يستطيع الطفل التمييز بين الواقع والخيال، وبالتالي يعتقد أن كل ما يشاهده على الشاشة واقعي وحقيقي، في مرحلة العمليات المحسوسة والمجردة يستطيع الطفل التفريق بين الواقع والخيال . وبالتالي فإن القدرة على التمييز تجعل المحتوى التلفزيوني مفهوم من طرف الطفل. "وقد سألت الباحثة غومبرغ العديد من الأطفال في بلدان متعددة حول واقعية وحقيقية عدة برامج تلفزيونية، كانت قد عرضتها عليهم، وقد وجدت أن غالبية الأطفال، الذين تتراوح أعمارهم بين الثالثة أو الرابعة والخامسة من السنوات يؤكدون أن البرامج حقيقية، وأن الشخصيات تستطيع أن تطير، وتأكل و تفعل أشياء مثل شخصيات الدمى والكارتون، أما الأطفال الذين هم في سن السادسة والخامسة من عمرهم فإنهم أكثر ميلاً للتأكيد على أن هذه الشخصيات غير حقيقية كما تبدو على الشاشة، الخلط بين الحقيقة والخيال هو جزء مكمل ولا يتجزأ إطلاقاً من أسلوب الأطفال الصغار في مشاهدة التلفزيون². "وبعد السنوات السبع يستطيع الطفل التمييز بين الصور المقترحة والواقع لأنه اكتسب مفهوم الزمن والمكان، وأصبح في وضع يستطيع أن يختار ما يشاهده، وفي سن العاشرة والحادية عشر ينضج الطفل أكثر، ويشعر بالملل من التلفزيون، بسرعة، فيتجه إلى ألعاب الفيديو، وفي هذه المرحلة من عمر الطفولة يكون محتوى الصور أكثر أهمية في لعبة التقمص التي تتمتع بهذا القدر أو ذاك من الوعي، وتبرز من خلالها الميول والاختيارات، فالبنين يفضلون الشخصيات التي تداهن نرجسيتهم: البطل الذي لا يهزم، أما البنات فتفضلن النجوم التي تغذي رغبتهم في الإغراء³. أما المراهقين فيفضلون البرامج التي تظهر الاستمرارية المنطقية للحبكة، وفي الوقت الذي يستطيع فيه المراهقون التمييز والتفريق بين البرامج أكثر من الأطفال الأصغر سناً، فإنهم يرفضون المبالغة في مسرحة الأحداث، والمبالغة في التمثيل، والمبالغة في الشكلية والأسلوبية، التي، وكما رأينا سابقاً، تمكن الأطفال الأصغر سناً من فهم الخط العام للقصة، وفقاً لـ: **كيلها يكروفوغ** سوف لن يتقبل

¹ نفس المرجع، ص 56

² ف. كفينو فونتوف: **التلفزيون... التلفزيون... الأسرة... الطفل**، مرجع سابق، ص 37.

³ نصر الدين العياضي، **مقدمة في نقد التلفزيون**، مرجع سابق، ص 270.

الأطفال تلك الحلول العرضية (الاتفاقية- بالمصادفة) للمشاكل التي تعرضها وتقدمها الأفلام، والتي يأخذها الأطفال الأصغر سنا منهم كحقيقة مسلم بها¹، كذلك فان المراهقين يفضلون القصص التي تدور حول العلاقات الإنسانية، والمفهوم الذاتي، والهوية الذاتية، وإذا ما كانوا يفضلون التصوير الواقعي على التصوير الفني، فان هذا لا يعني أنهم يفضلون البرامج التي لا تهتم بالشكل الفني، بقدر ما يفضلون البرامج التي لا تهتم بالشكل الفني، بقدر ما يعني أنهم يفضلون الدراما التي تبدو واقعية قدر الإمكان².

ومن خلال اطلاعنا على علاقات تطور الفهم لدى الطفل وأشكال تفاعله مع الصورة يبقى السؤال المطروح عن مدى قدرة القائمين على برامج الأطفال على تقديم مضامين تراعي القدرات المعرفية للطفل وهل يتم احترام خصوصيتهم المعرفية وقدراتهم على الاستيعاب، أم أن صانعي البرامج مشغولين بتقديم مضامين تحقق عائداً اقتصادية وليس لديهم دراية كافية بخصائص النمو المعرفي بقدر انشغالهم بخصائص نمو حصصهم السوقية، بينما ينشغل الآباء والمربين بمدى تقديم محتوى عميق ومكثف بغض النظر عن مدى استفادة الطفل منه وبقيمونها من منطق كهولي وليس من منطلق طفولي.

3.3.4 المرحلة العمرية للطفل وعمليات التذكر:

قد أظهرت نظرية النمو الإدراكي لبياجيه في تحليل سلوك الأطفال أثناء المشاهدة أن قدرات استظهار الأحداث وحفظها تزداد مع التقدم في السن وذلك بطرق ثلاث³:

- عن طريق التمييز بين الصور والكلمات: حيث يعاني الأطفال الأصغر سنا من صعوبات في تمييز تفاصيل الصور مما يؤثر عليهم بإضعاف ذاكرتهم المرئية، لكن حالما يصبح الأطفال قادرين على وصف الأشياء شفها فان قدراتهم على استظهار الصور تزداد عن طريق العلاقة بين الوحدات البصرية والوحدات الصوتية: إن إثارة الحوافز البصرية عن طريق التوسط الشفهي استراتيجية يستخدمها الأطفال الأكبر سنا وهكذا نجد مثلا أن تعلم التنشيط البصري عند الأطفال الذين تقل أعمارهم عن ست سنوات يكون أصعب من تعلم التنشيط الصوتي.

¹ف. كفينو فونتوف، مرجع سابق، ص 39.

²غرانت نوبل، مرجع سابق، ص 33.

³فيلشس لورينزو، التلفزيون في الحياة اليومية، مرجع سابق، ص 50.

• عن طريق القدرة على دمج أحداث وقعت في فترات مختلفة: يرى بياجيه أن الأطفال الأصغر سنا يخلطون بين تعاقب الأحداث زمنيا ويميلون إلى مطابقتها بالأشياء، فعندما يتحرك غرضان في نفس الوقت ويتوقفان في وقت واحد في مكانين منفصلين، فإن الأطفال بين الرابعة والخامسة لا يدركون الآنية إلا وقت التحرك ولا يدركونها عندما يتوقف هذان الموضوعان.

توصل العديد من الباحثين، وفي العديد من الدراسات، إلى حقيقة أن الأطفال في مرحلة التفكير ما قبل العملياتي، يهتمون فقط بالحوادث المنفصلة والمنفردة، وإنهم بالتالي لا يشاهدون، ولا يفهمون سوى القليل من القصة، في حين أن الأطفال الأكبر سنا يستطيعون أن يتذكروا الحوادث ضمن مجمل الخط العام لتطور القصة¹، كما أظهرت التجارب التي أجريت على تقدير فهم وإدراك القصة عن طريق تذكر وإعادة رواية القصة، وكذلك عن طريق ترتيب الصور الفوتوغرافية بالترتيب ذاته التي عرضت فيه القصة، أن الطفل في سن التاسعة هو أكثر من يتذكر ويروي الحوادث على حساب الخط العام للقصة. وقد قامت الباحثة غرانت نوبل بسؤال الأطفال أن يرووا لها قصة البرنامج الذي كانوا قد شاهدوه منذ لحظات، ووجدت أن أطفال ما قبل المدرسة لم يفهموا قصة الفيلم وكانوا سعداء بان الفيلم قد انتهى، في حين أن الفيلم قد تم فقط إيقافه في المنتصف، وتوصلت إلى أن الأطفال الصغار لا يستطيعون عادة أن يعللوا أو يفهموا سبب وقوع الأحداث في البرنامج، كما أنهم لا يستطيعون التنبؤ بما سوف يحدث فيما بعد وتتخذ طريقة المشاهدة لطفل ما قبل المدرسة الأشكال التالية²:

– الطريقة الأولى: من المحتمل أن يستجيب الطفل الصغير لوسطه، بما فيه التلفزيون بطريقة مضاعفة أو بطريقة كل شيء أو لا شيء. مثل هؤلاء الأطفال يدركون ويفهمون شخصيات التلفزيون إما أنها جيدة، أو كلها سيئة، مع عدم وجود أي موقف وسط. وقد أفادت غومبورغ أن الطفل الذي بلغ الرابعة من عمره، يعتقد أن جميع الشخصيات التي تظهر على شاشة التلفزيون إما أنها جميعا جيدة وطيبة، إما أنها جميعا شريرة وسيئة. جميع الشخصيات رعاة البقر، مثلا هي شخصيات جيدة.

¹غرانت نوبل: ما الذي يجب أن يعرفه الآباء عن الأطفال والتلفزيون، الطفل والتلفزيون، ترجمة: أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، ص23.

²غرانت نوبل، مرجع سابق، ص.ص:22، 23

– **الطريقة الثانية:** التركيز على الذات يعني أن الطفل غير قادر على إدراك وفهم الأحداث من أية وجهة نظر أخرى غير وجهة نظره هو. إن مثل هذه هؤلاء الأطفال قد ينظر إلى التلفزيون كحقيقة ووقائع، وذلك لأنهم غير قادرين على تصور أن هؤلاء الناس (الشخصيات) يمثلون أدوارا رسمت لهم، وكذلك لأن شخصيات الدمى والكارتون قد وهبت الروح والحياة. وقد أفادت غومبورغ أن طفلة انعزالية في السنة الرابعة من العمر قالت: "يأتي السوبرمان ليزورني باستمرار. ويحضر لي معه هدايا. ويقبلني قبلة وبعد ذلك أذهب إلى النوم".

– **الطريقة الثالثة:** التركيز على الذات يعني أن الطفل الصغير سوف يصنف المواد (الموضوعات) والأحداث سواء على أو من خارج التلفزيون، بطريقة فريدة ومميزة. إن مثل هؤلاء الأطفال قد يكونون غير قادرين على التعرف على الشخصية التلفزيونية ذاتها في مواقف مختلفة.

– **الطريقة الرابعة:** نظرا لأن الأطفال الصغار لا يستطيعون أن يستخدموا العمليات في التفكير، فإنهم غير قادرين على عكس التتابعية في سلسلة التفكير أو التعليل. إن مثل هؤلاء الأطفال، الذين يعيشون على نحو خاص في الحاضر، لا يستطيعون دائما أن يتذكروا ما الذي حدث من قبل في البرنامج التلفزيوني، وقد لا يدركون أن قصة الفيلم التلفزيوني لها بداية ووسط ونهاية.

وفي النهاية يمكن القول أن التعرف على الخصائص المعرفية للطفل وتأثيرها على عملية المشاهدة، وتفاعل الطفل مع الصورة لا يمكن أن يكون انشغالا تربويا بقدر ما يجب أن يكون أيضا هاجسا اقتصاديا، لان عدم انتباه الطفل للمحتوى التلفزيوني وعدم فهمه وتذكره يعني في النهاية خسارة جمهور وفقدان لحصص سوقية، وبالتالي فإن المحتوى المقدم للطفل لا يمكن أن يكون محايد وهدفه في الأخير جعل المشاهد معلقا في الصورة، غير أن الخط الفاصل بين التعلق الواعي والتعلق القائم على تغييب الوعي هو من يجعل التربويين يركزون على المكونات التي تعود بعائد تربوي طويل الأمد، بينما يركز الاقتصاديين على تحقيق التفاعل الحالي وقصير الأمد. والذي يركز على جوانب الإثارة والإبهار أكثر من الاستفادة المعرفية.

ثالثا: نحو بناء سلوك المشاهدة الإيجابي عند الطفل

إنموجة الانتقادات التي تعرض لها التلفزيون حول تأثيراته السلبية على الطفل، جعل المربين والإعلاميين على حد سواء، يفكرون في طريقة ناجعة لجعل الطفل يكتسب مهارات المشاهدة المفيدة، ومساعدته على أن يكون أكثر انتقادا لما يشاهده من خلال التربية الإعلامية كأحد الآليات المحورية الناجعة لإيجاد علاقة صحية بين هذه الوسائل وفضاء الطفولة وباعتبارها ممارسة بيداغوجية تهدف لتكوين مشاهدين ومستخدمين إيجابيين، من خلال تزويدهم بعارف حول وسائل الإعلام، وطرق اشتغالها، وكيفية استخدامها، والاستفادة منها، وتحاشي مخاطرها.

خاصة أمام ثراء البيئة الإعلامية للطفل وازدحامها بالمثيرات الرقمية والتي تترجمها البحوث والإحصائيات الكمية هو ما يجعلنا نخوض في دواعي هذه المقاربة وأهدافها، " حيث تؤكد الدراسات أن 26% من سكان الولايات المتحدة الأمريكية أي 3.76 مليون مستخدم للانترنت يترددون على موقع اليوتيوب مرة في الشهر، منهم 3% تتراوح أعمارهم بين 3 و 11 سنة، 19% ما بين 12 و 17 سنة، ويملك 35% من أطفال بريطانيا هاتفا خلويا وهم فيسن الثامنة ، وربعهم يستخدمه للإيصال بالمسابقات التي تعلن عنها البرامج التلفزيونية، كما أن نسبة مشاهدة البرامج والأفلام التلفزيونية والفيديو كليب في منصات غيرالتلفزيون: الانترنت والهاتف الخليوي ترتفع بسرعة إذ أنها بلغت نسبة 21% لدى الأطفال الذين تتراوح أعمارهم ما بين 12 و 15 سنة في بريطانيا" أما عن الإحصائيات العربية في ما يخص حدود استخدام التكنولوجيا الاتصالية تظل غائبة، سواء من حيث المقاربة الكمية أي معدلات الاستخدام أو من الناحية الكيفية المرتبطة بأنماط وطرق استهلاك التكنولوجيا وتملكها أي كيفية استخدامها والتعاطي معها.¹

1. علاقة التربية بوسائل الإعلام:

"إن كل تاريخ لتقنية اتصالية مرتبط بتاريخ التربية"² تلخص مقولة الباحث والتربوي برينو اوليفي(Bruno Olivier) الارتباط التلازمي بين الحقلين التربوي والإعلامي، "حيث تثير علاقة التربية بوسائل الإعلام عدة مقاربات، الأولى نفعية قائمة على قاعدة توظيف تقنيات الإيصال في العملية التعليمية، والثانية تنقيفية تعود إلى ضرورة تربية المجتمع على فهم وسائل الإعلام وكيف تطورت هذه

¹ نصر الدين العياضي، مقدمة في نقد التلفزيون، مرجع سابق، ص 276.

²Frédéric Marty. Op.cit, p11.

الوسائط تاريخيا، لتصبح محددًا في تشكيل الآراء والسياسات، وتلقي الأخبار والمعارف¹. وبالتالي يمكن إدراج تطور علاقة التربية بوسائل الإعلام ضمن مقاربتين: مقارنة تقنية ومقارنة تنقيفية.

1.1 علاقة التربية بوسائل الإعلام ضمن المقاربة التقنية:

برز التفكير في علاقة وسائل الإعلام بالتربية منذ ستينيات القرن الماضي، وذلك من خلال التعاون بين منظمة اليونسكو والاتحاد الأوربي وكان الهدف من التقارب نفعيا بالمقام الأول أي كيف يمكن توظيف وسائل الإعلام في عملية التدريس والتلقين²، "وهي الفكرة التي غذت مشروع التلفزيون التعليمي، سواء كان داخل الفصول الدراسية أو خارجها، وقد تم تطبيق فكرة التلفزيون التعليمي داخل الفصل الدراسي في الولايات المتحدة الأمريكية من الفترة 1969 إلى 1977 تحت مسمى "مشروع التلفزيون المدرسي"، وتوقف بسبب مشكلات فنية وإدارية، لتبث أول محطة تعليمية بمدينة هيوستون بولاية تكساس في سنة 1954، حيث رسخت مقومات التلفزيون في المجال التعليمي على مستويين، مستوى تربوي والذي يهدف إلى تنمية مدارك المتلقي وغرس القيم والعادات الصحيحة في نفسه، أما المستوى الثاني يهدف لتدريس مقرر دراسي للطلبة الغير نظاميين³.

وقد رافق دخول وسائل الإعلام للفصول الدراسية تنديدات تحذر من تأثيرها السلبي على التلاميذ، ففي فرنسا مثلاً قام البابا beethleem بتكريس عمل كبير كتب في مقدمته "الصحافة سم يهيمن على الشخص"⁴، ونتيجة لهذا التصادم بين من يحرص وجود وسائل الإعلام في الفضاء التربوي ومن يندد بخطورتها، تبلورت فكرة التربية على التعامل مع وسائل الإعلام، أين ارتقى الهدف من توظيف وسائل الإعلام في العملية التربوية، نحو كيفية تكوين مشاهدين إيجابيين ضمن مقاربة نقدية، حيث يتعلم التلميذ مهارات تمكنه من اتخاذ المسافة الأزمة بينه وبين وسائل الإعلام، والبحث عن البرامج ذات الطابع التربوي التي يمكن وضعها حيز التنفيذ للاستجابة لهذه المتطلبات.

¹ جمال الزرن: من التربية بوسائل الإعلام إلى التربية على وسائل الإعلام، نهاية الإعلاموفوبيا، مجلة الإذاعات العربية، العدد الثاني، إتحاد الإذاعات العربية، 2012، ص10.

² نفس المرجع.

³ طارق سيد أحمد الخلفي: معجم المصطلحات والأعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ص165

⁴ Laurence Corry et Jacques Gonnet : dictionnaire d'incitation à l'info-com, deuxième édition, Vuibert, 2008 , p97.

2.1 علاقة التربية بوسائل الإعلام ضمن المقاربة التثقيفية:

ظهرت التربية على وسائل الإعلام في بداياتها الأولى في شكل مبادرات فردية ومعزولة، ثم تحولت إلى مشروع تربوي، تم إدماجه في الأوساط المدرسية والمقررات الدراسية في العديد من البلدان مثل فنلندا، والنرويج وبريطانيا، واستراليا ومقاطعة أونتاريو بكندا، بوصفها (التربية على وسائل الإعلام).

وخارج هذه البلدان، نجد أن هذه التربية على التعامل مع وسائل الإعلام ظلت ممارسة قائمة على مبادرات فردية في كل من أمريكا اللاتينية والولايات المتحدة الأمريكية وبعض البلدان الأوروبية، لكن مع التطور الهائل الذي عرفته تكنولوجيا الإعلام والاتصال، انتقل الاهتمام من جمعيات المجتمع المدني، إلى الهيئات الرسمية التي بادرت بتخصيص اعتمادات مالية وبرامج لإنشاء مراكز متخصصة في هذا الحقل، وتدعيم البحوث في هذا المجال، حيث استفادت معظم المدارس في أمريكا الشمالية من البرنامج الذي أنشأته جامعة ماك جيل (Mc Gill)¹، بدأت في فرنسا المعاهد تنشط من أجل تطوير تربية نقدية بمعهد اللغات في Saint-Etienne، حيث أخذت على عاتقها التفكير في الإعلام بنظرة كلية والبحث عن مدى تطابقه مع الفنون المرئية (وسائل الإعلام كفنون مرئية)، كما سعى المعهد الإقليمي للتوثيق البيداغوجي الفرنسي لاقتراح برنامج من أجل تشجيع الطفل على إعداد صحيفته الخاصة²، وبالتالي انتقل الحديث من التربية على وسائل الإعلام من المقاربة التقنية (توظيف وسائل الإعلام في العملية التعليمية) للبحث في كيفية تثقيف المشاهد وتزويده بالمهارات والقيم اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام.

¹ عبد الوهاب بوخنوقة: تربية الطفل العربي على التعامل مع وسائل الإعلام السمعية البصرية، أي دور للمدرسة وللأسرة، المؤتمر العربي حول الإذاعة والتلفزيون والطفل، 3-6 أفريل، 2003، ص586

² Laurence Corry et Jacques Gonnet, op.cit, p98.

2. مفهوم التربية على التعامل مع وسائل الإعلام:

التربية على التعامل مع وسائل الإعلام هو مفهوم يغطي ممارسات بيداغوجية متعددة الأشكال تهدف إلى تكوين أفراد ناقدين، من خلال معرفة أفضل بطبيعة وسائل الإعلام وسيرها، ويمنح الآباء والمعلمين معرفة أفضل بالعالم الثقافي الذي يندمج فيه الأطفال والشباب¹.

عرف هوبز (Hobbs) التربية الإعلامية بأنها القدرة على استخدام وتقييم الرسائل الإعلامية مؤكدا على ضرورة تنمية تقييم الفكر الناقد كمهارة ضرورية للنشء، بينما يرى كيوبي وكسيكزتتميهالي (Kuby, Csikszentmihalyi) أنه من الضروري توعية الأطفال بكيفية استخدامهم للتلفزيون وتزويدهم بأفكار ناقدة عن برامجه²، ويبدو تركيز الباحث على البعد النقدي في التربية الإعلامية راجع لكون دور وسائل الإعلام عند المهتمين بمبحث التربية على وسائل الإعلام هي تشكيل التمثلات، أي إعطاء تصورات ما للعالم وللمعيش، تبدو وكأنها حقيقية وطبيعية وليست قابلة للمساءلة، وهو ما يتطلب من التربية على وسائل الإعلام أن تزيل من ذهن المتلقي صفة طبيعي وبديهي في كل ما تبثه وسائل الإعلام، ولا يمكن بلوغ ذلك في حقيقة الأمر إلا بتفعيل البعد النقدي والفكر العقلاني.

ويمكن التعمق أكثر في فهم طبيعة التربية على التعامل مع وسائل الإعلام من خلال الخوض في أسس وأنماط التربية الإعلامية، ليتضح لنا أكثر المحاور التربوية التي تشغل عليها عمليات التنقيف والتوعية.

3. أسس ومباحث التربية على وسائل الإعلام:

يقترح ميرويتز (Merowitz) أنواعا متعددة من التربية الإعلامية أو التنقيف الإعلامي:

- تهدف معظم برامج التربية الإعلامية إلى تعليم الطفل القواعد التي يسير عليها التلفزيون في بعض برامجه وكيفية التعبير عن هذه القواعد بأشكال مختلفة، وذلك بغرض زيادة فهمهم لطابع هذه البرامج وكيف تكونت، وما يتبع فيها من وسائل خاصة لتحقيق أهدافها ومثال ذلك الإعلانات وأساليب الإغراء المتبعة.

¹ عبد الوهاب بو خنوقة، مرجع سابق، ص 583.

² هارولز جلبرت، مرجع سابق، ص 388.

- التوعية بأثر العنف الإعلامي على العدوان الذي يمكن أن يحدث في مواقف الحياة، وأيضاً أثره على أنواع السلوك الأخرى كالتحصيل الدراسي ومفهوم الذات وغيره.
- الثقافة الخاصة بمضمون البرامج الإعلامية وكيفية تحليل المعلومات والرسائل المرسله من طرف وسائل الإعلام، مقارنة المعلومات التي يستقونها من التلفزيون بتلك التي يجدونها في مصادر أخرى.
- الثقافة الخاصة بكل وسيلة إعلامية والتي تتضمن دراسة الخصائص الثابتة نسبياً لكل وسيلة إعلامية.
- اللغة المميزة لكل وسيلة إعلامية أي النظام الفريد الخاص بكل وسيلة إعلامية والمميز لها عن وسائل الإعلام الأخرى وأساليب إنتاجها للمعلومات.
- دراسة الوسيلة الإعلامية كموقف أو بيئة تؤثر على الاتصال بصورة ثابتة بغض النظر عن المضمون الذي تعرضه (التفاعلات مثلا عن طريق البريد الإلكتروني تختلف عن التفاعلات في الهاتف).¹

كما قامت كل من كندا وأستراليا وفرنسا وبلجيكا وإسبانيا فيما يخص التربية على وسائل الإعلام بتوحيد الرؤى والأهداف حيث سطرت الأهداف التالية²:

- ✓ توعية الأطفال ضد كل أشكال التأثير والتوجيه التي تمارسها وسائل الإعلام وتسليحه بمختلف المهارات التي تسمح له بالاستفادة القصوى من كل المعلومات التي تطرحها وسائل الإعلام.
 - ✓ توعية الطفل بكونه جمهور مستهدف تسعى وسائل الإعلام إلى جذبته ضمن رؤية تجارية تنافسية أكثر منها تربوية
 - ✓ توعية الطفل بكيفية بناء الحقائق في وسائل الإعلام ومدى تطابقها مع الواقع (الصور النمطية)
 - ✓ كيفية توظيف تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
 - ✓ فهم اللغة التلفزيونية والأدوات التعبيرية المستخدمة
 - ✓ فهم الإطار الاقتصادي والتشريعي الذي تعمل فيه وسائل الإعلام.
- مما سبق حصر المحاور التي تشغل عليها التربية على وسائل الإعلام في النقاط التالية:

¹ هارولز جليبرت، مرجع سابق، ص.ص: 389، 390

² Laurence Corry et Jacques Gonnet. Op.cit. p101

- ✓ معرفة معلومات عن وسائل الإعلام وكيفية عملها، وطرق الاستفادة منها، مهارات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- ✓ القدرة على التحليل النقدي لمحتوياتها وشكلها وبنية رسائلها ومقارنتها بما هو موجود في الواقع.
- ✓ توعية الطفل بخاطر وسلبيات وسائل الإعلام.
- ✓ تشجيعه على ممارسة أنشطة أخرى وتكوين الخبرات، وجمع المعلومات من مصادر مختلفة.
- ✓ فهم السياق الاقتصادي والاجتماعي والسياسي الذي تبنى من خلاله هذه الرسائل وتقييم تأثيراتها على الفرد والمجتمع.
- ✓ فهم أخلاقيات العمل الإعلامي وما يجب أن يكون عليه.

4. التربية على التعامل مع وسائل الإعلام داخل الأسرة:

1.4 تأثير الإباء في بناء السلوك الإيجابي في عملية المشاهدة:

بيّنت الدراسات أن استماع الأبناء للتلفزيون في حضور آبائهم يساعد على اكتساب الطفل للمهارات اللغوية، وتعزيز قيم التعلم لدى الطفل، من خلال تشجيعه على طرح الأسئلة حول الحصة التلفزيونية المقدمة والبحث في الكتب والمجلات لتوسيع معارفهم والوصول إلى إجابات أدق¹، وتؤكد الدراسة التي أجراها سالمون أن الطفل لكي ينمي قدراته العقلية حول برنامج ما، فلا بد أن تكون لديه بالضرورة فكرة عما سوف يشاهده، وإذا ما شرح له أن هذا البرنامج مهم وعليه أن يشاهده باهتمام، فسوف يظهر الطفل مثل هذا الاهتمام دون بذل جهد كبير، وهنا يلعب الوسط دورا كبيرا، حيث على الآباء أن يتجاوزوا احتقارهم له وتحيزاتهم المسبقة ضد التلفزيون²، في كتابهما التلفزيون والعائلة يقدم الباحثين: (Roussel Jean and Cratiot-Alphander) دراسة حول الوساطة الأبوية في مشاهدة الأبناء للتلفزيون، حيث أجاب كل واحد من ثلاث آباء بأنه غالبا ما يتحدث مع أبنائه حول ما يتم مشاهدته، وأجاب اثنان من ثلاثة انه أحيانا ما يفعلون ذلك، وحول ردة فعلهم إذا وجدوا أبناءهم يشاهدون برنامج غير ملائم لهم، أجاب 20% بأنهم يقومون بغلق الجهاز، 68% قالوا بأنهم يبعدون الطفل، 12% يتركون الطفل يشاهد القليل منه³.

¹Norberto Bottam, op.cit, p26.

²فيلشس لورينزو، مرجع سابق، ص 57.

³Wilbur Schramm, op.cit.p28

ويمكن إجمال أهم التدخلات التي يمكن أن يجريها الآباء من أجل عظيم الاستفادة من الوسائط الإعلامية خاصة البرامج التلفزيونية في النقاط التالية:

جعل برامج التلفزيون مجرد نشاط واحد فقط من بين عدة نشاطات يمارسها الطفل وقت فراغه وراحته، وذلك بتقديم بدائل للطفل أكثر إثارة و فائدة، وتشجيعهم على ممارسة هواياتهم وتوسيع دائرة اهتماماتهم ومشاركتهم فيها.

الانتقاء، من خلال وضع الآباء لخطة مدروسة سلفا للبرامج التي يجب أن يشاهدها أبنائهم من بين جميع البرامج الموضوعية أو المقترحة.

مشاركة الآباء لأبنائهم عملية المشاهدة ومناقشة المواضيع التي يدور حولها البرنامج.

2.4 تأثير الإخوة والأخوات:

أكدت الأبحاث التي تم إنجازها من طرف (Alexandre, Ryan et Munoz) أن التفاعل مع الإخوة والأخوات يخلق جو ملائم للتعلم ويساعد الطفل على فهم أفضل لعالم التلفزيون، كما أكدت دراسات أخرى أن التعليقات المرسله من طرف الإخوة الأكبر للأصغر في ما يخص موضوع الحلقة أو البرنامج أثناء المشاهدة يساعد على اختيار نوع البرنامج الذي يشاهده الطفل¹.

3.4 التربية على التعامل مع وسائل الإعلام داخل الأسرة الجزائرية:

إن ندرة الدراسات حول عادات وأنماط المشاهدة لدى الأسرة الجزائرية والعربية عموما يحول دون الوقوف على تحديد مسالك علاقة الآباء بما يشاهده أبنائهم، وضبط أبعاد المرافقة الأبوية للأطفال أثناء المشاهدة وحدودها، وبالتالي تغيب المعطيات التي تسمح لنا بتشخيص حضور الوساطة الأسرية داخل فضاء المشاهدة التلفزيونية، لكن يمكن القول من خلال ملاحظتنا الشخصية أن التربية الإعلامية في الأسرة الجزائرية تواجهها العوائق التالية:

– عدم وعي الآباء بخطورة التلفزيون وأثاره السلبية على أبنائهم، وان حدث واعتبروه كذلك فإنهم في أفضل الأحوال يمارسون لفترات محدودة دور الرقيب، بإغلاق التلفزيون أو منع الطفل من المشاهدة ثم سرعان ما يتراجعون بضغط من الأبناء.

¹Norberto Bottam, op.cit, P59.

- اعتبار التلفزيون وسيلة تسلية للآباء وللأبناء، على حد سواء، خاصة أمام غياب فضاءات التسلية الأخرى، مما يزيد من فترات تشغيله ويتناوب عليه كل أفراد الأسرة، وهذا ما يجعل الطفل (اقتداء بأفراد أسرته) عرضة لمخاطر البرامج الغير موجهة له.
- التلفزيون في الأسر العربية كثير ما يكون مجالاً للصراع أكثر منه موضوعاً للحوار، فكثير ما يتصارع أفراد الأسرة حول الحصة أو البرنامج الذي سيتم مشاهدته، خاصة وأن أغلب الأسر تمتلك تلفزيون واحد، مما يجعل الحديث عن التربية على وسائل الإعلام وإمكانية الحوارات والتعليقات في وسط متشنج أمراً غير ممكن.
- افتقار الأسرة الجزائرية لثقافة الحوار بصفة عامة يعيق حضور هذا النوع من التربية على وسائل الإعلام، بل إن تدخل احد الأفراد بكلمة أثناء بث البرنامج يجعله عرضة لسخط الباقيين.
- عدم إحساسنا بالطفل كقيمة إنسانية تستحق تسخير كل الجهود من أجلها، واعتمادنا على الارتجالية والعاطفية الزائدة وأحياناً التسلط في تربية أبنائنا، يقف حائلاً دون بحث الآباء عن المسالك التربوية السوية في بناء سلوك المشاهدة السوي.

5. المدرسة ودورها في تفعيل التربية على وسائل الإعلام:

فبالرغم من أنّ العلاقة بين المدرسة والتلفزيون تتسم في أحيان كثيرة بالتصادم أكثر مما هي علاقة تكامل، حيث يتهم كل منهما الآخر بعدم النجاعة التربوية فإن هذا لا تنفي أن لكل حقل مزاياه الخاصة، وأنّ لكل حقل مؤسساته الفاعلة التي تستجيب لأهداف محددة من قبل المجتمع، مما دفع الكثير للبحث مخرج من ذهنية الإقصاء التي تحكم العمل الإعلامي والمدرسي معاً، بل وتوظيف المدرسة في إكساب الطفل المهارات المعرفية اللازمة للتعامل بكفاءة مع وسائل الإعلام.

تقول مديرة التربية بولاية نيويورك أنه مادام من غير الواقعي أن نتوقع من الأطفال والآباء أن يقوموا بإغلاق التلفزيون ويكرسوا أنفسهم للكتب، وبدلاً من ذلك تقترح المديرة أن تساعد المدارس الصغار لكي يصبحوا مشاهدين أفضل¹، من هذا المنطلق ظهرت في المناهج الدراسية ما يعرف بالدراية بوسائل الإعلام والتربية على وسائل الإعلام، وإن كان ظهورها لم يزل محتشم لأنها تصطدم

¹ ماري وين: الأطفال والإدمان على التلفزيون، ترجمة: عبد الفتاح الصبحي، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، عدد 247، 1999، ص 35.

بالتمثيلات السلبية التي يحملها التربويين حول هذه الوسائل، إضافة إلى أن تدريسها يعاني من مصاعب عدة منها اتساع الفجوة بين ما يعرفه الطفل عن وسائل الإعلام وما يعرفه المعلمين.

في الولايات المتحدة الأمريكية أيضا لم تزل مسألة التربية على وسائل الإعلام من الأمور الجديدة وتعترف بأن هناك صعوبات جمة في معرفة وضع التربية على وسائل الإعلام في 16000 منطقة مدرسية، ومع ذلك هناك اهتمام من بعض الجمعيات بهذه التهمة مثل: **the national middle schools association** التي قامت بتقديم دروس تجاوز عدد الذين حضروها 8500 معلم، والحقيقة أن المشكلة في موضوع التربية على وسائل الإعلام لا تكمن في عدم الوعي بأهميتها، وإنما تكمن في عدم وجود تمويل فدرالي أو محلي للتربية على وسائل الإعلام، وإن كان هناك توجه تدريجي على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية لدمج مفهوم تطوير الأداء المهني للمعلمين في مجالات صعبة مثل التفكير النقدي، كفاءة قراءة المعلومات والتي ترتبط بتهمة التربية على وسائل الإعلام¹.

1.5 تدريب المعلمين على اكتساب مهارات التعامل مع وسائل الإعلام:

عمدت منظمة اليونسكو إلى تقديم برنامج حول تكوين المعلمين للتعامل مع وسائل الإعلام والمعلومات (تشمل وسائل الإعلام التقليدية والإعلام الجديد، ومصادر المعلومات الأخرى كالمكتبات والأرشيف) كان حصيلة جهود خبراء ومتخصصين من أجل تزويد المعلم بالمهارات اللازمة لتربية الطفل على التعامل مع وسائل الإعلام والمعلومات، وقد شمل هذا البرنامج ثلاث محاور أساسية²:

- أ. معرفة وظائف وسائل الإعلام والمعلومات في تجسيد مبادئ الديمقراطية والمشاركة الاجتماعية: وذلك بما تتيحه من قنوات للتواصل بين المواطنين وبين الدولة والمواطن ومختلف الفاعلين الاجتماعيين، وقدرتها على مراقبة البيئة وممارسة الرقابة، إدراك أهمية وسائل الإعلام والسعي لاستخدامها داخل الصف لتحقيق مبادئ المشاركة مع التلاميذ.
- ب. تقييم محتوى وسائل الإعلام والمعلومات بشكل نقدي: إن مشكلة التعامل مع المحتوى بشكل نقدي تشمل مختلف التخصصات وليست حكرا على التعامل مع وسائل الإعلام، لذلك من

¹ مرجع سابق، ص 17

² Carolyn Wilson et autres : **Education aux medias et de l'information, programme de formation pour les enseignants, Organisation des nations unies pour l'éducation** ; la science de culture, France, 2012, p21

المهم تمكين المعلم من تقويم مصادر المعلومات، وتزويده بمختلف المعايير التي تمكنه من الحكم على المحتوى المقدم.

ج. الإحاطة بالسياقات التي تعمل ضمنها وسائل الإعلام وتوطينها: والتي تساهم في إعادة بناء وتشكيل الواقع، معرفة هذه الحقيقة من طرف المعلم والسعي لإثباتها، يساعد الطفل على اخذ المسافة اللازمة في تعامله مع وسائل الإعلام.

د. كيفية استخدام وسائل الإعلام: كيفية التعامل مع قواعد البيانات، التحكم التقني، استخدام وسائل الإعلام كأدوات للتعبير والتواصل، المدونة الأخلاقية لوسائل الإعلام، أي أخلاقيات العمل الإعلامي ومجالاته التشريعية:

2.5 التربية على وسائل الإعلام في المدرسة الجزائرية:

إن الحديث عن التربية على وسائل الإعلام في المدرسة الجزائرية من وجهة نظرنا تعترضه عدة صعوبات:

- اختزال علاقة المدرسة بوسائل الإعلام في شقها التقني، أي في كيفية توظيف وسائل الإعلام كدعائم تعليمية، ومساعدة الطفل على التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وإن كنا نعاني تعثر كبير في هذا المجال.
- استجابة الإصلاحات التربوية الجزائرية للأجندة السياسية ولضغوطات الشارع أكثر من استجابتها لاحتياجات طفل هذا العصر، يجعل من التربية على وسائل الإعلام هدفا ثانويا.
- التمثلات التي يحملها المعلم عن وسائل الإعلام باعتبارها مضيعة لوقت الطفل والسبب الرئيسي في تراجع أدائه الدراسي، يقف حائلا أمام تقبله لبيداغوجيا التربية على وسائل الإعلام.
- تفوق الطفل على أستاذه وعلى المدرسة في تعامله مع وسائل الإعلام، وبالتالي فإن تدريب الطفل على ترشيد علاقته بالتلفزيون لا يزال يحتاج لتكوين الأساتذة.

6. التربية الإعلامية في وسائل الإعلام:

إذا كان الاستثمار في المدرسة من اجل تسليح الطفل بالمهارات النقدية اللازمة للتعامل مع المعطى الاتصالي بطريقة ناجعة كانت فكرة مستهجنة إلى وقت ليس ببعيد، لكونها في نظر الكثيرين

تقرم من الدور التربوي للمدرسة التي تعتمد على تقديم مضامين ثقافية وتربوية جديّة، لتصبح احد أدوات نشر الثقافة السطحية ويصبح محتواها مركزا على ما يشاهده الأطفال من مضامين، فان هذا المنطق المتعالي قد تم التخلي عنه لصالح منطق تربوي آخر: فمادام من غير الممكن اجتثاث الطفل من بيئته الرقمية، فانه بالإمكان تعظيم الاستفادة منها. ليس فقط من خلال الأسرة والمدرسة وإنما من خلال وسائل الإعلام والبرامج التلفزيونية الموجهة للطفل، وان كان الأمر يبدو متناقضا فكيف يمكن أن تطالب وسائل الإعلام الطفل أن يقلل اهتمامه بها لصالح أنشطة أخرى أكثر نجاعة؟، وكيف للصورة التي تجتهد لتستحوذ على اهتمام الطفل أن تتخلى عن هذا الفكر؟ إن الأمر ببساطة مرتبط بالاستجابة للقناعات الاقتصادية أو التربوية وإيجاد الحدود الفاصلة بين بناء الرأس مال الاقتصادي والرأس مال الرمزي، وهذا النوع من المبادرات الإعلامية هي التي تحدد أين ينتهي الاقتصاد وأين تبدأ التربية؟

1.6 التجربة الإعلامية الكندية:

تقدم كندا عدة مبادرات إعلامية لتحسين الطفل إعلاميا، فبرنامج ستريت سنس مثلا هو برنامج خاص باتحاد الإذاعة الكندي، يستطيع فيها المشاهدون اختيار الإعلانات وانتقادها، كما أن هناك برامج جديدة تم ابتكارها وأدخلت حديثا إلى شبكة الانترنت، منها على سبيل المثال، ما تبيته كندا بواسطة شبكة الوعي الإعلامي عن إرشادات مساعدة البنات الكنديات اللاتي تراوحت أعمارهن بين 5 إلى 18 سنة على الشعور بالمسؤولية والاستخدام الآمن للإنترنت، وقد توصلت شبكة الوعي الإعلامي (media awarness network) إلى عمل قوائم فحص للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 9 إلى 12 سنة والمرافقين من سن 13 إلى 18 سنة، لتقدير مدى وعيهم بكيفية استخدام الانترنت بفعالية وأمان، بالإضافة إلى مجلات كمجلة التنقيف الإعلامي أحد المجلات المنشورة لهذا الغرض¹، ويمكن رصد بعض التجارب الإعلامية الناجحة في هذا المجال:

2.6 برامج أطفال أمريكية للتربية على وسائل الإعلام:

رغم التوجه التجاري الذي تعرفه صناعة البرامج الأمريكية إلا أن بؤادر التربية على وسائل الإعلام بدأت تظهر في العديد من برامجها، من أجل مساعدة الطفل على المشاهدة الناقدة والواعية

¹هارولز جليبرت، مرجع سابق، ص 393

للمحتويات الإعلامية، ومنها برنامج **Tuned-In** الذي مولته وزارة التربية في الولايات المتحدة الأمريكية ويستخدم قالب كوميديا المواقف لمساعدة أطفال المدارس المتوسطة في الحصول على مهارات أثناء تجربة المشاهدة، في حادثة ضمن برنامج **Tuned-In** يظهر الطفل جالسا في فراشه ويقوم بأداء واجبه المنزلي أثناء المشاهدة ، بينما تدخل أمه الحجرة قائلة لماذا تشاهد هذا الهراء إن **لينارد بريتشنين** على القناة الأخرى، كما أن هناك برنامج آخر يدعى الإفادة القصوى من التلفزيون من إنتاج مركز **yale family television research and consultation** وتمويله يأتي من مؤسسة الإذاعة الأمريكية، وخصص لتلاميذ الصف الثاني والثالث والرابع من أجل مساعدة الأطفال على التمييز بين الواقعي والوهمي على الشاشة، بمقارنة شخصية الرجل الأخضر (تعرض هذه السلسلة على الشاشات العربية) مثلا بناس حقيقيين التقى بهم الأطفال، ودعوة الأطفال إلى مقارنة أسرههم بأسر التلفزيون، مشيرا إلى أن الإعلانات التلفزيونية كثيرا ما تغالي في قيمة وجاذبية سلع متنوعة¹.

3.6 برامج أطفال لتنمية القراءة لدى الطفل:

في السنوات الأخيرة ظهرت برامج تسعى لتنمية القراءة لدى الطفل وتستخدم برامج تلفزيونية مثل **READING RAINBOW** حيث تعتمد على أحد نجوم التلفزيون كضيف لإثارة الحماس نحو القراءة لدى جمهور الصغار، كما ظهر مشروع "اقرأ أكثر عن..." الذي بدأت به شبكة **CBS** بالتعاون مع مكتبة الكونغرس، والذي جعل نجوم عدد من البرامج التلفزيونية التي أعدت على أساس الكتب يخرجون عن أدوارهم عند العرض الدرامي لتحفيز مشاهدي التلفزيون على الخروج وقراءة الكتاب ما داموا قد شاهدوا البرنامج، ولم تكن شبكة **NBC** عن الإعلان مرارا وتكرارا عن القراءة "حين تغلق حين تغلق جهاز تلفزيونك افتح كتابا"، كانت تلك هي الرسالة التي تبث مع انتهاء مسلسل محبب للأطفال في فترة ما بعد الظهر، وانضمت شبكة **ABC** بالمثل إلى الدعوة للقراءة بإنهاء بعض البرامج المقتبسة للأطفال من الكتب قائلة شاهد البرنامج، اقرأ الكتاب².

¹ماري وين، مرجع سابق، ص104

²ماري وين، مرجع سابق، ص84

4.6 برامج تلفزيونية تشق طريقها إلى الفصول الدراسية:

إن انفتاح التلفزيون على المدرسة تزايد في الفترة الأخيرة حيث عمدت قنوات برامج الأطفال إلى تزويد قنواتها بموقع تعليمي يقدم للطفل معلومات متلائمة مع المناهج الدراسية والمقررات، ونذكر من ذلك المنصة التعليمية **lesite.tv** الذي وضعته قناة برامج الأطفال **france5**، يتضمن فيديوهات أكثر من 3000 فيديو تعليمي، بالإضافة إلى موقع **curiosphere.tv** الذي يحمل مئات الفيديوهات التعليمية للتلاميذ والمعلمين¹، قنوات مثل **france3** بمساعدة الإذاعات والصحف الجهوية استطاعت تقديم قناة تدعى **cap canal** سنة 1991، كقناة تربوية تقترح برامج موجهة للطفل بالإضافة إلى بطاقات تقنية للمعلمين²، هذه المنصات التعليمية أيضا بادرت بوضعها قنوات عربية قناة تلفزيون ج وقناة **mbc3**.

5.6 مبادرات تمويل برامج تلفزيونية:

قام مركز الربط بوسائل الإعلام الفرنسي (**CLEMI**) والذي يحمل على عاتقه مهمة الترويج لاستخدام الوسائط الإعلامية بتمويل العديد من المشاريع والحصص، منها سلسلة مفاتيح الإعلام عبارة عن سلسلة واب للتربية على وسائل الإعلام تقدم في دقيقتين تعرض 25 حلقة بالاشتراك مع قناة **France tv education** وتحاول هذه السلسلة الإجابة عن تساؤلات حول ماهية وسائل الإعلام، ما معني مصدر المعلومة، ما هي الصورة النمطية في وسائل الإعلام وغيرها من المضامين الإعلامية³.

6.6 حصص تلفزيونية فرنسية:

قدمت قناة **france4** حصة تلفزيونية بعنوان: **as tout compris** تقوم بتنشيطها الإعلامية **hélène Roussel** برفقة متدرسين من أعمار (10 إلى 15 سنة) حيث تمنحهم الفرصة لعرض انشغالاتهم ونظرتهم النقدية لوسائل الإعلام حول ما تبثه، وذلك باستضافة أحد العاملين

¹Dominique Baudis: **Enfants et écrans : grandir dans le monde numérique**, rapport consacré à droit de l'enfant, 2012, p53.

²Divina Frau-Meigs/Sophie Jehel : **L'environnement médiatique des jeunes de 0 à 18 ans que transmettons-vous à nous enfants** ? Rapport au ministère délégué à la famille, à l'enfance et aux personnes handicapés ; mai 2002 ; retrieved 3 December 2015; from: www.unaf.fr/IMG/pdf/rapport_CIEM.pdf

³لمزيد من المعلومات انظر: مركز الربط بين التعليم ووسائل الإعلام: <http://www.clemi.fr/fr/tv/clesdesmedias>

بمجال الإعلام للتحدث عن مهنته وإجابة لجنة تتكون من أطفال من مختلف الأعمار لمناقشته حول دوره الإعلامي، واستقبال تدخلات الجمهور من الأولياء أو الأطفال أنفسهم يتم إذاعتها يوم الأحد على الساعة 13.45 مساءً، وتطمح لمساعدة الأطفال على فك تشفير سيل الصور والمعلومات التي تبثها وسائل الإعلام.

الفصل الرابع:

برامج الأطفال بين المطلب

التربوي واحتياجات السوق

مدخل:

إذا كان الإعلام نسق لا يعمل في فراغ وإنما ضمن أنساق اجتماعية واقتصادية وثقافية وتكنولوجية وتشريعية، فإن الإعلام المتخصص يعمل ضمن هذه المنظومة، التي بقدر ما ساهمت في ظهوره ووسعت من دائرة انتشاره، فإنها لا تزال تطرح مهمات وتحديات صعبة على المؤسسات الإعلامية، مما جعلنا نبحت في عوامل ظهور القنوات المتخصصة وأبرز التحديات التي تواجهها، من أجل الوصول إلى فهم أعمق لبنية قنوات برامج الأطفال كلون من ألوان الإعلام المتخصص، من حيث الأبعاد الاقتصادية والتنظيمية المتحكمة في عملها الإعلامي، مع التركيز على قنوات الأطفال العربية كجزء متفاعل أكثر منه فاعل في خارطة البث الفضائي العالمي.

أولاً: القنوات المتخصصة كنوع إعلامي جديد

تناولنا في هذا المبحث عوامل نشأة القنوات المتخصصة، آراء الباحثين في جدوى ظهورها، التحديات التي تواجه ظهور القنوات المتخصصة، توصيف للقنوات العربية المتخصصة.

1. عوامل نشأة القنوات المتخصصة:

يرى بعض الباحثين أنه ينبغي أن تتضافر ثلاث أصناف من المنطق لكي تنشأ وسيلة إعلامية جديدة: المنطق السياسي، والمنطق التقني، المنطق الاقتصادي¹، إذا أسقطنا هذه العوامل على الإعلام المتخصص باعتباره تطوير للمحتوى الإعلامي الذي تطلب هيكلة وتنظيم جديدين، فإننا يمكن أن نحصر عوامل نشأة القنوات المتخصصة ضمن الفئات السابقة.

1.1 العامل السياسي:

إن المنطق السياسي يقف وراء نشأة وسائل الإعلام ويؤطر وجودها، وهو ما يعيدنا إلى فكرة الفضاء العمومي، أين تكون الحاجة إلى بروز مجتمعات ديمقراطية حديثة مشروط بتهيئة الفضاء العمومي الذي يتلاقى فيه المصالح العمومية والخاصة، والإعلام المتخصص بهذا المعنى كان وليد حاجة المجتمع الحديث للمعلومة المتخصصة في عصر المعلومات والمعرفة، وعصر تمكين المواطنين من حقوقهم الاتصالية، عملاً بمبدأ ديمقراطية الاتصال ونظرية تفتيت الجمهور، بما يلبي احتياجات

¹عاشور فني: اقتصاديات وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2012، ص23

الجماهير ويشبع رغباتهم إلى أقصى درجة، مراعين عاملي الكم والكثافة والتنوع واختلاف الاهتمامات. "والمتتبع لتاريخ الإعلام المتخصص يجد أنه كان حاضرا في ميدان الصحافة من خلال تخصيص صفحات لمجالات مختلفة كالرياضة والفن أو التوجه إلى شرائح مختلفة كالمرأة والطفل، بعدما أدرك القائمون بالاتصال أن تركيزهم على الشأن السياسي والاقتصادي قد جعل خطابهم غير قادر على الاستجابة لاحتياجات المتلقي، ومع تعقد الحياة وتجزؤ الاهتمامات وتباينها ظهرت مجالات تعكس هذا التنوع والتشابك، وتستجيب لتطلعات المشاهد ورغبته في مزيد من التخصص كمجالات فروع الرياضة والموضة والبيئة وغيرها"¹.

ولا يختلف الأمر بالنسبة للتلفزيون، أين اتضح أن توجه اهتمام المبرمجين والمنتجين إلى صياغة برامج متخصصة في مضمونها وأخرى تستهدف جمهور متجانسا لم يعد ملائما لكل المشاهدين، مما أفرز الحاجة إلى مزيد من التخصص الذي دعمته إرادة سياسية حاولت جعل الإعلام كأداة تنموية أكثر تعمقا في تحليل الظواهر، أكثر إحاطة بالأحداث، أقدر على نشر المعرفة على أوسع نطاق، أكثر استجابة لتطور إيقاع الحياة واتساع مجالات المعرفة.

2.1 العامل الاقتصادي:

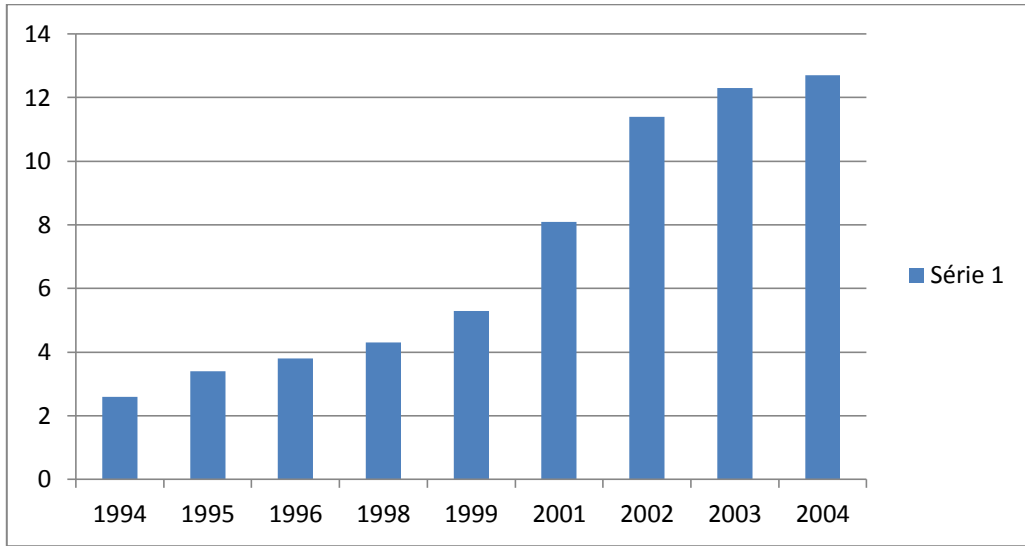
خلافًا لما يعتقد البعض، بأن الخصخصة جاءت فقط استجابة ل حاجات الجمهور وتمكينه من حقوقه الاتصالية في جو إعلامي ديمقراطي، فإن دخول ميدان الخصخصة حكمته دوافع اقتصادية متعلقة بتوسيع رقعة السوق وتوفير الطلب الكافي واستهداف جمهور أهملته القنوات الجامعة، وهو ما ساهم في الانتقال من تلفزيون الكتلة (télévision de mass) إلى التلفزيون المجزئ (télévision fragmenté) ومن منطلق العرض إلى منطق الطلب.

ويمكن أن نختبر هذه الفكرة من خلال تصريح(Patricele lay)مسئول قناة TF1² "أن هدف القناة هو مساعدة كوكا كولا على بيع منتجاتها"، وهو ما يبرر أن أكثر المجالات التي أنشئت حولها القنوات المتخصصة هي الأكثر استقطابا وجذبا للجماهير (السينما، الشباب، الرياضة، الموسيقى) مما

¹ المنصف العياري/محمد عبد الكافي: القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006، ص51.

²Valarie, Sacriste : **Communication et médias**. Sociologie de l'espace médiatique. Éditions Foucher. Paris, 2007.P176.

جعلها تسيطر على المشهد السمعي البصري وتشكل جزء من الموازنة المالية للتلفزيون، والشكل التالي يوضح رقم أعمال القنوات التلفزيونية المتخصصة الفرنسية ونسبتها من رقم أعمال التلفزيون الفرنسي.



Source: Valarie, Sacriste: **Communication et médias. Sociologie de l'espace médiatique.** Éditions Foucher. Paris, 2007.P176

ويتناول الباحث **جون لويس مسيكا (Jen Louis Missika)** مسار تطور التلفزيون وانزياحه أكثر وأكثر نحو المنطق التجاري الذي يتغذى على تجزئة الجماهير وتقنياتها، موضحاً أن التلفزيون والتخصص لم يكن استجابة لضرورات ديمقراطية وإنما كرس أكثر التفاوت الاجتماعي، وقد حدد مراحل تطور التلفزيون مستعينا بالنموذج الذي قدمه امبرتو إيكو (Emberto Ecco) حيث قسم مراحل تطور التلفزيون إلى مرحلة التلفزيون الكلاسيكي (Paléo télévision) أين قدم التلفزيون نفسه كمربي وبيداغوجي وملقن، في المرحلة الثانية (néo télévision) تحول التلفزيون إلى محامي يدافع عن المتلقي ويطرح مواضيع سيكولوجية تقترب أكثر من اهتمامات الفرد العادي، وقضى بذلك على تراتبية الاتصال لتحل محله علاقة الجوار والتقارب، ثم مرحلة ما بعد التلفزيون (post télévision) أين أصبح الحديث عن تلفزيون مجزأ تربطه علاقة حميمة بالمتلقي، مع التأكيد على الهوية الفردية، وعلى ما هو ذاتي وحميمي، وعلى فكرة الجمهور النجم وأحد أهم مكونات البرنامج، وفي هذا الصدد يقول كل من (Casstti et Odin) أن التعاقد بين المشاهد والتلفزيون قد تغير ولم يعد المشاهد يأتي ليثري المشهد

التلفزيوني وإنما ليعيش معه فقط، بالإضافة إلى التحول إلى النموذج الاقتصادي المدفوع والتسليمة المدفوعة¹.

3.1 العامل التقني:

إن الوعي بأهمية الدخول في مرحلة التخصص من الناحية السياسية والاقتصادية وحده لم يكن كافياً للدخول مجال الإعلام الموضوعاتي، "فقد مكّنت الثورة الرقمية والتطور التكنولوجي الذي رافق إطلاق الأقمار الصناعية من تكريس عصر السماوات المفتوحة، وتنامت وظيفة التلفزيون باعتباره وسيلة اتصال ناجعة يمكنها أن تتحول إلى مجال استثمار مريح، ومع هذا التنامي الوظيفي تحول نمط استهلاك الفرجة التلفزيونية إلى نمط استهلاكي يتعايش مع النمط القديم و أصبحت الشاشة التلفزيونية بمثابة محل بيع مجلات الذي يقترح على كل مستهلك المادة التي ينتظرها ويميل إليها، فقدقادت التحولات العميقة في مجال البث وإنتاج الصورة وتسويقها إلى إمكانية استحداث قنوات تلفزيونية جديدة بالوفرة المطلوبة وبجودة عالية على مستوى الصوت والصورة"² ولم تقتصر الثورة التكنولوجية على توفير عدد غير محدود من القنوات التلفزيونية المختلفة، ولا على توفير خدمات جديدة على قدر كبير من الأهمية، ولا إدماج تطبيقاتها المتجددة والمتداخلة بين القطاعات: الاتصالات الهاتفية المعلوماتية ووسائل إعلام الجماهيرية، ولم تسمح فقط لكل شخص باختيار قنواته التلفزيونية المتخصصة وتنمية اختلافاته، ولكنها أحدثت انقلاباً في المفاهيم والنظم التي تحكم العمل الإعلامي وتضبط العلاقات بين الأفراد"³، ونجم عن ذلك جدل خصيب بغية رصد انعكاسات هذا الانقلاب سلماً وإيجاباً وهو ما سنركز عليه في العنصر الموالي.

¹ Marion Duvauchel : **Jean-Louis MISSIKA, La fin de la télévision**, Questions de communication [En ligne], 11 | 2007, mis en ligne le 01 juillet 2007, consulté le 23 novembre 2016. URL : <http://questionsdecommunication.revues.org/7410>

² المنصف العياري/محمد عبد الكافي، مرجع سابق، ص 14.

³ نصر الدين العياضي، البرمجة وإعداد الخارطة البرامجية في القنوات التلفزيونية العربية: جدلية التصور والممارسة، اتحاد إذاعات الدول العربية، ص 59.

2. القنوات المتخصصة بين مؤيد ومعارض:

يرى بعض الباحثين أن بروز القنوات المتخصصة كان خطوة جبارة في مسيرة الاتصال لأنها أكثر ملائمة لتلبية فردانية الذوق والاستهلاك التلفزيوني، فهي استجابة إعلامية وثقافية لحاجات اجتماعية ترفض النظر للمجتمع كوحدة متجانسة وموحدة.

"بالرغم أن البعض الآخر يرفض اعتبار هذه الخطوة انجازا متقدما في سيرورة الإيصال، لأن التقدم الفعلي في نظرهم يتمثل في نظام الإيصال القادر على منح ملايين الناس الذين لا يملكون أي شيء مشترك ما يمكن أن يتقاسموه، وليس مجرد بتر للرسائل الرمزية وتحويلها إلى حاجز أمام تعزيز الاندماج الاجتماعي والانصهار الثقافي الذي تنتجه وسائل الاتصال الجماهيري باسم الاختيار الديمقراطي الفردي"¹. ويذهب في هذا الاتجاه **دومنيك (Dominique Walton)** الذي اعتبر أن ظهور قنوات متخصصة يعني فتح المجال لنقطة الجمهور وتشطيه وخلق نوع من التفاوت الاجتماعي، خلافا لما ذهب إليه **أندريس سامبرني (Andres Semprini)** حيث أكد أن التخصص لن يحمل معه أي مخاطر اجتماعية وثقافية لأنه سيظل حاضرا في النظام التلفزيوني الجديد ولأن شبكات القنوات المتخصصة ليست سوى وحدات كبرى ضمن الشبكة البرمجية للقنوات الجامعة، وبالتالي فالقنوات المتخصصة عبارة عن عملية تجزئة للقنوات الجامعة، كما أن المنطق الجامع سيضل حاضرا من خلال فعل المشاهدة، حيث يسمح جهاز التحكم للمشاهد بالانتقال من قناة إلى أخرى ضمن ما يعرف بظاهرة **المشاهدة بالموثبة***، والتي تتيح للمشاهد من خلال الانتقال بين القنوات إلى صنع شبكته البرمجية الخاصة والتي تجمع عدة اهتمامات، وبالتالي فالمشاهد يختار باقاة من البرامج التي تمثل تجسيدا كليا أو جزئيا لسياسة ورؤية القناة الجامعة"².

بغض النظر عن تأييد أو معارضة وجود القنوات المتخصصة فقد أصبحت واقعا فرض حضوره وبقوة في المشهد الإعلامي العالمي وفرض علينا أفرادا ومؤسسات التعاطي معه والبحث في سبل توجيهه في خدمة الصالح العام.

¹ بن نورية بو قزولة: **البرمجة التلفزيونية في محيط متغير، دراسة تحليلية لشبكة برامج التلفزيون الجزائري لموسم 2000/1999**، ماجستير إعلام واتصال، جامعة الجزائر، 2004/2003، ص110.

²Jean-Claude soulages : **lacommunication télévisuelle**, Armand Colin, 1998, pp69-71.

3. التحديات التي تواجهها القنوات المتخصصة:

تواجه ظهور القنوات المتخصصة كتوجه إعلامي جديد جملة من التحديات يمكن حصر بعض جوانبها فيما يلي:

1.3 جانب التمويل:

"إن ظهور القنوات التلفزيونية المتخصصة قد أحدث انقلاباً في العملية الإعلامية من خلال سحب المادة التلفزيونية من حقل الخدمة المجانية وتقديمها كسلعة، حيث حولت هذه القنوات التلفزيونية المشاهد إلى زبون يجب الأخذ برأيه والسعي لإرضائه، لأن ربح هذه القنوات يكمن في العائدات المالية التي تجنيها من الاشتراكات"¹، وهذا لا يعني مطلقاً أن القنوات المتخصصة تعتمد بصفة مطلقة على الاشتراكات، لأن هناك قنوات متخصصة تبث برامجها بدون تشفير ولا تشترط اشتراكاً لمتابعيها، وهو الاتجاه الذي يتبناه البث الفضائي العربي الذي يعتمد على ثقافة البث المفتوح، خاصة وأن الجمهور تعود على مجانية التلقي وليس من السهل أن يقبل فكرة المشاهدة المدفوعة. بالإضافة إلى تدني الوضع الاقتصادي في المجتمعات العربية، مما يجعل الاعتماد على اشتراكات المشاهدين أمراً غير مجدي. وفي هذه الحالة فإن القنوات المتخصصة توفر التمويل بطريقتين: إعانات الدولة والإعلان، لذلك يصبح هاجس هذه القنوات الأساسي هو رفع عدد متابعيها والذي تسهم في رفع عوائدها المالية، وهو ما يفسر اختيارها لمجالات تخصص تكون أكثر استقطاباً ومتابعة لتقاطعها مع اهتمامات الجماهير، وتضم في نفس الوقت فئات متعددة من الجماهير كالدراما والموسيقى.

2.3 على مستوى البرمجة:

إن البرمجة التلفزيونية كأسلوب في تنظيم المواد التلفزيونية وتوزيعها على خانات زمنية عبر اليوم والأسبوع والشهر، جعل القنوات التلفزيونية المتخصصة والتي تمولها في الغالب اشتراكات الزبائن تراهن في برمجتها على النقاط التالية:

- تركيز القنوات المتخصصة على نوعية ما تقدمه لجمهورها المتخصص للحفاظ على تعلقهم بها على مدار اليوم، وخلافاً لما كان سائداً في التلفزيون التقليدي أين يضرب المشاهد موعداً مع

¹نصر الدين العياضي: البرمجة وإعداد الخارطة البرمجية في القنوات التلفزيونية العربية: جدلية التصور والممارسة، مرجع سابق، ص 59

البرامج التي يشاهدها والتي تكون بصفة دورية ومنتظمة، فالتلفزيون في عصرنا قائم على مبدأ الاستمرارية من أجل ضمان المتابعة. وقد لاحظ مثلا (Raymond Williams) في تلفزيون الشمال الأمريكي هذا الطرح من البرامج المتتالية بالاعتماد على نظام الحلقات والسلاسل المتتالية ضمن توقيت معين، يجعل من عملية المشاهدة عملية شعائرية من أجل خلق إيقاع خاص بالمشاهدة، كما ذهب (Jean-Marc Verner) للتأكيد أن وفاء المشاهد هي العملية المحورية التي تعمل عليها القنوات المتخصصة¹.

– القنوات التلفزيونية المتخصصة لا تقترح برامج تمزج بين الأنواع التلفزيونية المتعددة، التي تميز القنوات الجامعة بل تقدم قدرا محدودا من البرامج التلفزيونية الموجهة لمجموعة بشرية أو جمهورا محددًا بخصائصه الثقافية ورغباته، إنها تعدل العرض والطلب التلفزيوني بشكل مستمر ومنتظم².

– "إن مشاهدة القنوات المتخصصة لا تتنافى ومتابعة القنوات الشاملة كما تدل على ذلك اختيارات المشتركين في باقة القنوات التلفزيونية، فالقناة المتخصصة لا تخلق جمهورها بل تعمل على كسبه حول اهتمامات محددة، إن المسألة التي تشغل بال مبرمجي القنوات التلفزيونية تختصر في السؤال التالي: متى تشاهد القناة المتخصصة بدل القناة الجامعة؟ تلاحظ الدراسات في الدول الأوروبية أن مشاهدة القنوات المتخصصة تتم في الصباح الباكر قبل التاسعة صباحا وأثناء أيام الإجازات في الساعات المتأخرة في الليل، فالجمهور يتابع البرامج التي لا تتضرر من المشاهدة المتقطعة مثل الأخبار والموسيقى صباحا، بينما البرامج التي تتطلب مشاهدة متواصلة مثل الدراما والرياضة فيشاهدها ليلا أو أثناء الإجازات وعطلة نهاية الأسبوع، وتشير بعض التقديرات في بعض الدول مثل فرنسا أن القنوات المتخصصة تحظى بنسبة مشاهدة 37.2% بينما القنوات الجامعة بنسبة 62.8%³.

– "إن مشاهدة القناة التلفزيونية الجامعة يتحدد بانتمائه إلى المجموعة الوطنية بينما مشاهد القناة التلفزيونية المتخصصة يشخص بموقعه الاجتماعي وشغفه الثقافي والفني والترفيهي ومنفعته الشخصية، إن سياق القناة التي يختار المشاهد متابعتها إذا تملك أهمية استثنائية بالنظر إلى

¹Jean-Claude soulages.Op.cit, p61.

²بين نورية بو قزولة، مرجع سابق، ص23

³ نصر الدين العياضي: البرمجة وإعداد الخارطة البرمجية في القنوات التلفزيونية العربية: جدلية التصور والممارسة، مرجع

سابق ، ص.ص 60- 63 .

هذا التشخيص، المشاهد في القناة المتخصصة يتابع القناة بذاتها أكثر من متابعة برنامج بعينه بينما يتابع مشاهد القناة التلفزيونية الجامعة برنامجا محددًا أكثر من متابعته للقناة¹.

مما سبق يتضح أن الانتقال للإعلام المتخصص ليس مجرد انتقال من العام نحو المجزئ وإنما هو تحول أعمق في بنية العمل الإعلامي وفي أدوات اشتغاله مما يجعل التسرع في ولوج هذه التجربة الإعلامية من أجل تسجيل حضور ارتجالي غير مخطط سيجعل المخاطر والتحديات تتضاعف.

4. توصيف القنوات العربية المتخصصة:

تعتبر مرحلة التخصص إحدى سمات عصرنا الحالي وذلك بعد مرور الإعلام في مخاطبته للجماهير بالمرحل التالية: مرحلة الصفوة وتشمل جمهور وسائل الإعلام الأكثر ثراء وتعلما، مرحلة الحشد وتشمل جمهور وسائل الإعلام من جميع قطاعات المجتمع، مرحلة التخصص وتشمل جمهور قطاعات معينة، ويمكن إجمال أهم القطاعات التي ركزت عليها القنوات العربية المتخصصة كما وردت في تقرير البث الفضائي العربي لسنة 2014 فيما يلي:

جدول رقم 6: يوضح توزيع القنوات الفضائية العربية حسب الاختصاص:

الاختصاص	القطاع العام	القطاع الخاص	المجموع
القنوات الجامعة	67	256	323
القنوات الغنائية	1	123	124
قنوات الدراما (أفلام ومسلسلات)	11	141	152
القنوات الرياضية	41	129	170
القنوات الدينية	9	86	95
القنوات الإخبارية	4	64	68
قنوات الأطفال	4	22	26
القنوات الثقافية	5	4	9
القنوات التعليمية	15	2	17
قنوات الأسرة	1	15	16

¹ نفس المرجع، ص 65.

قنوات السياحة	00	4	4
القنوات الاقتصادية	3	16	19
القنوات الربحية والتسويقية	00	248	248
اختصاصات أخرى	1	6	7

المصدر: البث الفضائي العربي، التقرير السنوي، اتحاد الإذاعات العربية، 2014، ص14

نلاحظ من خلال الجدول السابق سيطرة القطاع الخاص في مجال الإعلام المتخصص، وهو ما يفسر بروز القنوات المتخصصة في مجالات تحقق أرباح طائلة وتفتح شهية المعلنين للاستثمار فيها، ومن بينها:

- **القنوات الربحية والتسويقية:** والتي تأتي في أحد الأشكال التالية: قنوات تتولى بث نصوص إعلانية لحفاؤها تكتفي بتقديمها في الشكل الذي أنت عليه (نص مصاحب لصورة) تكون مرفقة بأغاني أو تلاوة قرآن أو دروس ومحاضرات دينية، وقد يصحبها ترويج للشعوذة ومداواة للأمراض المستعصية، من بينها الأمراض النفسية واقتراح حلول لمشاكل العنوسة مثلا، قنوات تبث برامج والعباب مباشرة، قنوات تبث حصص قصيرة من أجل التعريف بالمنتج وكيفية الحصول عليه.
- **القنوات الرياضية وقنوات الموسيقى والدراما:** وهي المجالات التي لا تتطلب جمهور متخصص وتجمع شرائح مختلفة، حيث طغى فيها الإعلام الخاص على الإعلام العمومي.
- **القنوات الدينية:** والتي قسمها تقرير البث الفضائي العربي إلى نوعان قنوات برامج دعوية سنوية وشيعية بالأساس وقنوات تبشيرية مسيحية مارونية وقبطية وباباوية وأرثوذكسية، وهو واقع يمكن فهمه من خلال الأهمية التي أصبحت عليها النزاعات التي تغذيها التيارات الدينية والسياسية والتي برزت بجلاء أكثر بعد الثورات العربية.
- **القنوات الإخبارية:** نلاحظ كثافة حضور القنوات الإخبارية في القطاع الخاص والتي أصبحت مجال استثمار مريح نتيجة، الأزمة السياسية والأمنية تعيشها الأمة العربية وتعطش الشارع العربي لمعرفة أهم المستجدات، مستغلة بذلك حالة الهلع والقلق التي يعيشها المواطن العربي واهتزاز ثقته بما يقدمه الإعلام الحكومي.
- **قنوات الأطفال:** تسجل أيضا قنوات الأطفال حضورا ملحوظا مع سيطرة القطاع الخاص على المشهد الإعلامي، لكن يبقى السؤال المطروح حول مصدر المحتوى المقدم، خاصة وأن صناعة

برامج الأطفال كسوق متخصصة تتطلب تكلفة عالية وتكوين تقني وفني، جعل القنوات الجامعة تعيش أزمة استرداد مستمرة لتغطية ساعات بث محدودة، فهل وجود قنوات متخصصة في إعلام الطفل قد جعلنا نتجاوز الأزمة أم أنه ضاعف من أخطارها؟.

- **القنوات الاقتصادية القنوات السياحية:** نظرا لأن القنوات الاقتصادية والقنوات السياحية تهتم قطاعات محددة وبالتالي تحتاج إلى جمهور متخصص لا يشمل شرائح وفئات متعددة مما يجعل حضورها محدود في البث الفضائي العربي.
- **القنوات التعليمية والقنوات الثقافية:** والتي سجلت حضورا ضعيفا بصفة عامة، وإن كانت قد ارتفعت نسبتها في القطاع المتخصص العمومي الذي استأثر بمجالات أهملها القطاع المتخصص الخاص كالقنوات التعليمية، القنوات الثقافية... وذلك تحقيقا لمبدأ الخدمة العمومية الذي يقوم على قيم التربية والتعليم والترفيه.

ثانيا: صناعة برامج الأطفال وقنواتها: تجارب عالمية

رصدنا في هذا العنصر أهم التوجهات السائدة في إنتاج برامج الأطفال والتي تختلف من دولة إلى أخرى باختلاف النظرة إلى التلفزيون ودوره في المجتمع، مما يجعل فهم وظيفة إعلام الطفل تطبع بسمات الثقافة الإعلامية السائدة، وعند محاولة اقتربنا من فلسفة إعلام الطفل في العالم، وجدنا أن أهم الأقطاب الإنتاجية التي تقدم رؤى وقيم مختلفة في نظرتها للطفل ولبرامج الأطفال وقنواتها على النحو التالي: النموذج الأمريكي، النموذج البريطاني، نموذج أوروبا اللاتينية، النموذج الياباني، وهو ما يزودنا بالموثرات التي تسمح لنا بتحليل برامج الأطفال عينة الدراسة والتي تدرج مصادر مفرداتها ضمن هذه التوجهات، ثم تطرقنا في الجزء الثاني من هذا العنصر للبحث عن أهم التحديات التي يواجهها بث قنوات الأطفال كتوجه إعلامي جديد.

1. التجربة الأمريكية في صناعة برامج الأطفال وقنواتها: والتي سنتناولها ضمن مستويين:

❖ النموذج الأمريكي في صناعة برامج الأطفال:

إن الصناعة في مجال الإعلام بصفة عامة اتصفت بالهيمنة الأمريكية على السوق الدولية خلال فترة الستينات والسبعينات من القرن العشرين، حيث كان واقع السوق الدولية يتميز بسيطرة التدفقات الإعلامية الأمريكية عبر العالم، ويظهر ذلك من خلال دراسة حصة البرامج الأمريكية في

مختلف البلدان من مناطق العالم، أين تمثل البرامج المستوردة في الولايات المتحدة الأمريكية 44% من مجموع البرامج المستوردة¹.

ونفس الأمر بالنسبة لسوق إنتاج برامج الأطفال، حيث نجحت الولايات المتحدة الأمريكية خلال سنوات (من خلال شركة والت ديزني) في تحويل الرسوم المتحركة كعلامات تربوية إلى صناعة سينمائية بارزة، بالاعتماد على عدد كبير من الرسامين ومصممي الديكور ومختصين في الصوت، وتغطية تكاليف الإنتاج الباهظة باستخدام خطط تسويقية ناجحة ومنها فكرة **حقوق الاشتقاق**، حيث بدأ المعلنون يستخدمون أبطال الرسوم المتحركة للترويج لمنتجاتهم من لعب وألبسة حيث توضع صورهم وأسماءهم على منتجات الطفل وذلك من أجل الترويج للسلعة، وقد احتلت شركة ديزني المرتبة الأولى في حق الاشتقاق في كافة أنحاء العالم، "وعلى أية حال فإن الطريقة التي يدار بها تسويق برامج ديزني التلفزيونية سعياً إلى الترويج للشخصيات التي يبتكرها والت ديزني ومنتجاته المشتقة من هذه الشخصيات تشكل مصدر للإعجاب في حقل التسويق، فقد ذكرت مجلة دليل التلفزيون على سبيل المثال أن المروج الأول والأكثر نجاحاً أيضاً، للبرامج التلفزيونية والأفلام هو استديو ديزني الذي بدأ عمله في الثلاثينات بطرح ساعات مكبي موس وكتبه الهزلية والمنتجات المشابهة"²

"ويتحوّل مجال برامج الأطفال إلى صناعة ظهرت عدة شركات ضخمة مهمة بهذا النوع ومعظمها كانت أمريكية أمثال **برامونت، ميترو كلوديون ماير، يونفرسل، فوكس**، إلا أن والت ديزني ظلت الشركة الرائدة خاصة أمام اعتنائها الكبير بالموثرات الشكلية مثل الألوان والرسوم والأصوات وباقي فنون الإشارة الأخرى، وقد بقيت الرسوم المتحركة تعرض في قاعات السينما إلى حين اختراع التلفزيون وتحوله إلى وسيلة جماهيرية، فاختص اثري ذلك عدد من المنتجين أمثال هانا بيبيرا في إنتاج عدة سلاسل تلفزيونية أمثال **سويرمان**"³.

أثناء مرحلة السبعينات الثمانينات من القرن العشرين ظهرت أقطاب متعددة أوربية وأسيوية، لكن هذا لم يلغي هيمنة السوق الأمريكية في مجال الإنتاج السمعي البصري، وهي ذات المؤسسات التي كانت تغذي سوق برامج الأطفال والقنوات التلفزيونية الجامعة والمتخصصة حيث أن شركة

¹ نفس المرجع، ص32

² هيربرت أ. شيلر، مرجع سابق، ص118

³ بشيش رشيدة: **الرسوم المتحركة في التلفزيون الجزائري: دراسة في القيم والتأثيرات**، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1996 1997، ص70.

Viacom كانت تمول قناة نيكلوديون، استديو walt disny يمول قنوات ديزني وقناة ABC، شركة TIME-WARNER تمول قناة كرتون¹.

"وقد حاول النموذج الأمريكي في مرحلة الثمانينات والتسعينات التحرر من القيود التقليدية التي طبعت إنتاج برامج الأطفال، والتي كانت تحرص على عرض القيم الرأسمالية، بالتأكيد على الوظائف الراقية والمساكن الفاخرة وعدم إظهار الشخصيات من الطبقة العاملة إلا ما ندر، وقدرة الشخصيات على إيجاد حلول عبقرية للمشاكل، التي يقوم بها فرد واحد، وهو ما يشجع النزعة الفردية التميز الفطري وتقديس العمل الفردي"² بالإضافة إلى تقديم مقاييس للجمال والأنوثة ثابتة ومنمطة وهو ما أظهرته بطلات ديزني، ونفس الشيء بالنسبة لأبطال البرامج كنماذج كونية للقوة والجادبية والرجولة. وربما معرفتنا بالولايات الأمريكية كقوة استعمارية واجهت تيارا بشريا متدفقا من جميع أنحاء العالم، وكدولة تم تأسيسها من طرف المهاجرين، وقامت على فكرة التعاقد، هو ما جعلنا نتفهم سعيها إلى بناء هوية تسمو على القواسم العرقية بفرض القيم الأمريكية على جميع أفرادها.

غير أن هذا التمشي لم يعد يجدي نفعاً، وأصبح الإعلام الأمريكي يجد نفسها مطالبة لفتح فضاءات جديدة للحوار والتسامح، وهو ما يفسر "تحول صناعة برامج الأطفال نحو قيم أكثر انفتاحاً وتسامحاً بالتأكيد على الجانب العلائقي والاجتماعي في برامج الأطفال وتوظيف شخصيات من أعراق وجنسيات متخلفة وبلغات مختلفة، بالإضافة إلى التنوع في القوالب الموسيقية وتوظيف إيقاعات ومؤثرات صوتية أفريقية وآسيوية"³.

❖ النموذج الأمريكي في قنوات برامج الأطفال:

"لقد حصل التطور في مجال الإعلام المرئي والمسموع في الولايات المتحدة الأمريكية بداية الخمسينيات، وقدّم خلال العقود الأربعة الماضية برامج متنوعة تلتقي ورغبات مختلف طبقات المجتمع، وفي بداية الستينيات كان شعار التلفزيون الأمريكي يعتمد على مبدأ دعه يعمل، وإتباع أسلوب الدعاية والمنافسة بين الشركات الخاصة الساعية إلى السيطرة على الأسواق، وكان عمل اللجنة الفدرالية محدود

¹Pierre Albert /Christine Leteinturier : **les médias dans le monde, enjeux internationaux et diversité nationale**, ELLIPSES , p44

²Carlson, James: **Television viewing: Cultivating perceptions of affluence and support for capitalist values**, political Communication , 1993:pp 243-257.

³ Ibid.

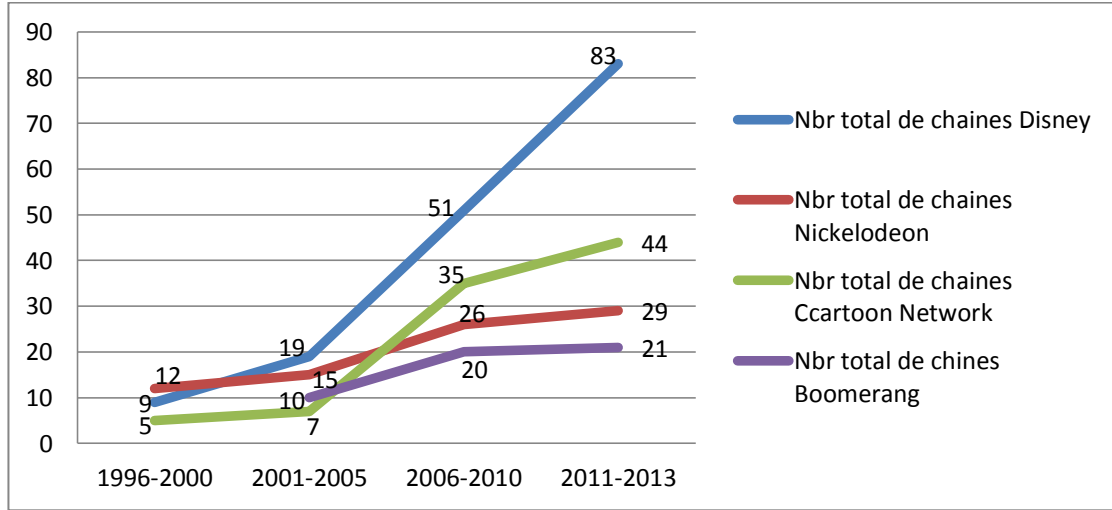
يقتصر على تنظيم بيع الموجات والسهرة على تغطية مختلف الأراضي الأمريكية، أما تحديد البرامج فكان يخضع للسلطة المعنوية للمؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزيوني، وهو ما أثار جدل وأحدث فوضى كبيرة في نظام البث، كما أدى إلى تنامي التلفزيون التجاري ووصوله إلى القمة، وبرزت ظاهرتان إعلاميتان، الأولى ظاهرة التكتل والتجميع، أي تعدد أنماط الملكية فيمكن لرجل أعمال مثلا أن يمتلك صحيفة وإذاعة وتلفزيون في نفس الوقت، أما الظاهرة الثانية هو السعي إلى التوفيق في حقل البرامج بين المصالح السياسية والاقتصادية، حيث ظهرت على إثرها أربع شركات تجارية في الولايات المتحدة الأمريكية وهم: **ABC ; NBC ; CNN ; CBS** والتي يطلق عليها لقب **coast to coast** لكونها تغطي البلاد من الشرق إلى الغرب، أي من الشاطئ الأطلسي إلى الشاطئ الهادي، ورغم تطوير القوانين والتشريعات للحد من ظاهرة الاحتكار التي عرفتها من خلال توسيع صلاحيات اللجنة الفدرالية للمواصلات، المتمثلة في صلاحية إيقاف المحطات المخالفة للقوانين عن العمل، مكافحة التمركز من خلال منع المؤسسات من امتلاك أكثر من سبع موجات لمنع امتلاك محطتين من الطراز نفسه، إلا أن سيادة قانون السوق والمنافسة الشرسة لم تقلل من احتكارية هذه الشركات¹.

وفي مجال برامج الأطفال فان سيطرتها على الصناعة جعل سيطرتها أيضا تتضاعف في ما يخص بث برامج الأطفال عبر قنوات تجارية خاصة متخصصة في برامج الأطفال، وتعد العلامات التجارية: **boomerang, nicklodeon, disny cartoon network** من أكثر قنوات الأطفال شهرة على المستوى العالمي وتبث بلغات مختلفة، حيث تبث العلامة ديزني ب 63 لغة، كرتون ناتورك 29 لغة، نيكلوديون 44 لغة، بوميرونغ 21 لغة، وقد استطاعت احتكار السوق البث الأمريكية المتخصصة في قنوات الأطفال، بالإضافة إلى غزوها للأسواق العالمية، إذ أصبحت تشكل تهديدا حقيقيا للسوق الأوروبية التي باتت تسعى للحفاظ على هويتها الثقافية أمام الغزو الأمريكي في مجال قنوات برامج الأطفال، بالرغم من امتلاك دول أوروبا لترسانة قوية من قنوات الأطفال ذات جودة ومتابعة كبيرة في السوق الأوروبية (**Duck tv, Bayby, Tv jimjam, kidsco**)، غير أن قوة المنافسة الأمريكية جعلها تتراجع في سلم تفضيلات الأطفال الأوروبيين، حيث تحتل **Disney channel** الترتيب الأول كأفضل قناة لدى الأطفال في كل من الدانمارك، اسبانيا، بريطانيا، البرتغال، السويد، كما تحصل قنوات **Nickelodeon** على نسبة متابعة مرتفعة في كل من بلغاريا، تشيك، بولونيا، رومانيا وسلوفانيا،

¹ القاضي أنطون الناشف: **البث التلفزيوني والإذاعي والبث الفضائي**، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، ط1، 2003، ص.ص.

وتحتل الترتيب الثاني في كل من بلجيكا، إيرلندا واليونان،¹ والشكل التالي يوضح تطور قنوات برامج الأطفال الأمريكية في سوق البث الأوروبية منذ سنة 1996 إلى غاية سنة 2013 كما يبينه تقرير المرصد السمعي البصري الأوروبي:

شكل يوضح تطور بث العلامات التجارية (قنوات الأطفال) الأمريكية في أوروبا:



المصدر: تقرير المرصد الأوروبي للسمعي البصري²

وعلى ما يبدو من مشهد الإعلام الأمريكي أن قنوات برامج الأطفال قد تم احتكارها من طرف الخواص، وذلك بالنظر إلى غياب أو تأخر فلسفة الخدمة العمومية في مجال الإعلام الأمريكي والقائمة على فكرة التربية والتعليم والترفيه كوظائف أساسية للإعلام الجاد، حيث لم تبصر الشبكة العامة للتلفزة النور، إلا بناءً على نصائح لجنة كارنجي التي ارتأت إنشاء مؤسسة جديدة للتلفزيون الرسمي، بشرط عدم تدخل الحكومة في شؤونها وألا يكون هدفها الربح المادي، ويتم تمويلها من خلال عدة مصادر (الأرصدة المتوفرة من الصحة والتربية ومؤسسات الضمان الاجتماعي، والتبرعات والبرامج الجبارة من بث التلفزيونات)³، ثم تم إنشاء شركة الإرسال العام وكانت مهمتها توزيع الأرصدة المخصصة من الكونغرس على المحطات التي لا تبغي الربح المادي. واستطاعت شبكة الإرسال العام أن تمثل نموذجا لإعلام الخدمة العمومية، حيث اضطلعت بدور كبير في مجال التربية وتشكل معظم برامجها من مواد

¹Alison Hindhaugh : **poursuite de la croissance des services de télévision pour enfants en Europe**, communiqué de presse , mis en ligne 3/6/2013, consulté le 20/ 2/ 2017. URL : <http://www.obs.coe.int/-/pr-mavise-continued-growth-of-children-s-television-services-in->

²Ibid.

³القاضي أنطون الناشف، مرجع سابق، ص 737.

ثقافية وتعليمية موجهة للتلاميذ والأساتذة، وهذا ما جعلها لا تشكل خطرا على القنوات الخاصة في مجال إعلام الطفل، واتخذت وضعية غير تنافسية لاهتمامها بالجانب التعليمي والتربوي، وهو الجانب الذي لم يحظى كثيرا باهتمام الخواص الذين يسعون إلى تحقيق الربح على حساب جودة المضمون، ويعود تراجع قنوات الخدمة العمومية في السوق الأمريكية إلى تعارضها مع فلسفة تحرير الأسواق وعدم تدخل الدولة، فقد انتقدت منظمة التجارة العالمية الوضع التفضيلي الذي تتمتع به الخدمة العمومية، بحيث تحصل على تمويل حكومي وفي ذات الوقت تتنافس مع محطات البث التجارية على إيرادات الإعلان، ودعت لتحرير كامل لسوق الصوتيات والمرئيات،¹ وحاجج البنك الدولي في دراسة له عام 2002 بأنه يمكن أداء التزامات الخدمة العمومية بشكل أفضل وأكثر فعالية من خلال محطات البث الخاصة.²

ويمكن إجمال أهم خصائص الإنتاج الأمريكي في صناعة برامج الأطفال وبثها تلفزيونيا في

النقاط التالية:

- امتلاك الولايات المتحدة الأمريكية لقدرات مالية عالية نتيجة تحرير الأسواق، ومساهمة القطاع الخاص الذي أنعش هذه الصناعة، بالإضافة إلى اعتمادها على سياسات تسويقية مبتكرة.
- تحكم تقني عالي، وتوظيف خلاق للموسيقى والرسومات وابتداع قوالب جديدة تحقق المتعة والإبهار الذي يتطلبه نجاح أي عمل تلفزيوني.
- عدم التعارض بين القطاع الخاص والعمومي في مجال قنوات برامج الأطفال حيث تسعى القنوات العمومية لتحقيق الأهداف التربوية بالاعتماد الكلي على دعم الدولة، مما يجعلها لا تنافس مع القنوات الخاصة على إيرادات الإعلانات التي تشكل أهم مصدر دعم لهذه الأخيرة.
- صناعات برامج الأطفال وقنواتها تتحكم فيها القناعات الاقتصادية أكثر منها التربوية مما يجعل أهمية القطاع الخاص تتضاعف في هذه الصناعة، بينما القطاع العمومي يظل مجالا مهمشا.
- سعي قنوات الأطفال الأمريكية للوصول إلى العالمية من خلال تبنيها للغات بث مختلفة وتقديم منتجات وبرامج على النمط الكوني والتي لا تتصادم مع الخصوصيات الثقافية للدول.

¹ أندرياس جرن وآخرون: **الإعلام المرئي والمسموع في أوروبا**، ترجمة: أشرف راضي، سلسلة قضايا الإصلاح، مركز القاهرة

لدراسات حقوق الإنسان، القاهرة، ط1، 2008، ص50

² مرجع سابق، ص59.

2. تجربة أوروبا اللاتينية في صناعة برامج الأطفال وقنواتها:

• تجربة أوروبا اللاتينية في مجال صناعة برامج الأطفال:

إن الهيمنة الأمريكية واليابانية على صناعة برامج الأطفال جعلت دول أوروبا اللاتينية كإيطاليا وفرنسا وإسبانيا... تتراجع في مجال إنتاج برامج الأطفال، وذلك راجع لعدم قدرة هذه الكيانات على تمويل هذه الصناعة، حيث تواجه فرنسا عوائق مالية وتقنية، فهي تقوم بإنتاج برامج من 5 إلى 6 دقائق، وتصل أحيانا من 13 دقيقة، وهو معدل منخفض جدا إذا ما قارناه بالإنتاج الياباني والإنتاج الأمريكي (الحلقة تتجاوز 25 دقيقة)، كما تلجأ إلى الدمى والعرائس أكثر من الرسوم المتحركة وإلى سياسات إعادة البث المتكررة، على خلاف الشركات اليابانية التي لا تعيد البث وإنما تبث مرة واحدة وتقوم بتصديرها مباشرة¹. وبرغم الجهود المبذولة من طرف المجلس الأعلى الأوربي للسمعي البصري في دعم هذه الصناعة، إلا أن الرغبة في المنافسة على المستوى الدولي، والحاجة إلى إنتاج وطني يحترم المعايير التربوية والثقافية جعل الكثير من الفاعلين يترددون في تمويل هذه الصناعة والخوض في مغامرة غير مضمونة العواقب². وهو ما جعل العديد من الدول تلجأ إلى سياسات الشراكة والاندماج، فمثلا اشتركت المحطات الفرنسية شيئا فشيئا في إنتاج مسلسلات عالمية كسلسلة *بابار* أين كانت الشخصيات فرنسية مع مونتاج كندي التصميم، وذلك ليس فقط من أجل تدعيم الإنتاج الفرنسي بل من أجل إعادة الاعتبار للقيم الفرنسية، كما أصبحت البلدان تتعاون في إنتاج الحلقات حيث ينتج كل بلد أربع حلقات للحصول على اثنتا عشر حلقة، وهو ما حصل في مسلسل الفرنسي *عملية موزار*، ليبدأ التعاون المشترك أكثر بين عشرات التلفزيونات الأوربية ضمن ما يسمى الاتحاد الأوربي للبث الإذاعي والتلفزيوني لإنتاج المسلسل الكرتوني³. وقد جسد الاتحاد الأوربي سياسة الشراكة من خلال الاشتراك في إنتاج برامج الأطفال في كافة مراحل الإنتاج، حيث أكد التقرير المرصد السمعي البصري الأوربي من خلال الدراسة التي قدمها (Martin Kanzler) يشمل عينة من أفلام الأوربية الموجهة للأطفال أقل من 12 سنة والتي غطت فترة 2004 إلى غاية 2013 وتوصلت إلى النتائج التالية: تنتج دول الاتحاد الأوربي كل سنة حوالي 70 فيلم للأطفال أي ما يمثل 11% من مدا خيل الأفلام الأوربية، تنتج من

¹Mousseau Jacques: **Plaidoyer pour une industrie française du dessin animé**. In: Communication et langages, n°52, 2ème trimestre 1982. pp. 82-89.

²أندرياس جرن وآخرون: **الإعلام المرئي والمسموع في أوروبا**، ترجمة: أشرف راضي، سلسلة قضايا الإصلاح، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، القاهرة، ط1، 2008، ص50.

³ميشال سوشن وآخرون، مرجع سابق، ص73.

2004 إلى 2013 حوالي 648 فيلم، وهي تلقى رواج كبير في السوق الدولية حيث تمثل 3.2% من السوق العالمية وتتفوق في رقم مبيعاتها على الأفلام الموجهة إلى فئات أخرى¹. كما لجأت دول أوروبا اللاتينية بدورها لما يعرف بحقوق الاشتقاق للتغلب على الأبعاد المالية لهذه الصناعة وفي فرنسا حقق نجاح برنامج **كازمير** عائدات إعلانية كبيرة حيث ظهرت صور شخصياته على الحلوى والأقمشة وعلى لعب الأطفال، كما حقق أيضا مسلسل **السنافر** نجاحات كبرى، إن مثل هذه البرامج وغيرها ما كانت لتظهر لولا هذا الدعم المادي الناتج عن الدعاية الإعلانية الذي سمح لقنوات الأطفال بإنتاج برامج مشتركة لا تساهم فيها بأكثر من 10% إلى 15% من ميزانيتها².

غير أن استخدام شخصيات الرسوم المتحركة كأدوات للترويج للمنتجات والألعاب يفقدها وظيفتها التربوية ويجعل منها مجرد علامات تجارية تزج الطفل في سوق استهلاكية، أين يصبح الرغبة في الشراء والتملك قيمة جوهرية. والأخطر من هذا أن منتجي برامج الأطفال هم من باتوا يوظفون شخصيات ألعاب الفيديو في برامجهم مستغلين شهرة هذه الشخصيات والمعرفة المسبقة للطفل بها مما يختصر عليهم مراحل الترويج لها، ورغم لجوء الكثير من الدول لدعم إنتاجها الوطني والحفاظ على هويتها، إلا أن الكثير من هذه الشركات التي تحصل على تمويل الدولة لا تحترم معايير الإنتاج مستغلة المنافذ القانونية التي تسمح لها بالتحايل، وهو ما حصل مع شركات إنتاج فرنسية تحظى بدعم حكومي منذ سنة 1989، حيث توصلت دراسة إلى "أن النماذج التربوية المعروضة في الأعمال التي أنتجتها هذه الشركات، هي من صنع شركات العاب أمريكية وهي موجودة قبل تواجد السلسلة الفرنسية، بالتالي لا تروج لهذه الألعاب بقدر ما تروج لسلسلتها مستغلة شهرة هذه الشخصيات في عالم الألعاب فسلسلة **Sky Dancer** شخصياتها العاب أمريكية منتجة من طرف شركة **New-yorkaise**³.

¹Alison Hindhaugh : **un film européen pour enfants réalise 5 fois plus d'entrées en moyenne en Europe qu'un film de fiction s'adressant aux autres publics**, , mis en ligne 3/7/2014, consulté le 28 juin 2016.URL : www.obs.coe.int/-/pr-kids-regio-2014

²ميشال سوشن وآخرون، مرجع سابق، ص 58.

³Myriam Bahuud : **Les stratégies de droit dérivés : entre logiques publique et commerciale**. Le cas des produits dérivés pour enfants et des programmes télévisés français, Dixième colloque Bilatéral franco-roumain / CIFSIC.Bucarest, 28 juin-2 juillet 2003

• تجربة أوروبا اللاتينية في مجال البث التلفزيوني لبرامج الأطفال:

إن روح الخدمة العامة والمنطق الإداري الذي طبع البث التلفزيوني في أوروبا اللاتينية، والتدخل الكبير الذي تمارسه الدولة على الإعلام، جعل القنوات ومضامينها موجهة بدرجة كبيرة لدعم الثقافة والتعليم، ولم يكن من المفترض أن تلبي ذوق الغالبية، ونتيجة لذلك لم يكن هناك اهتمامات بدراسات الجمهور، ولم تحصل عملية الانعقاد سوى مع بداية الثمانينات أين أصبح التدخل أقل سواء في القطاع العمومي أو القطاع الخاص¹.

يتولى تنظيم قطاع البث بأوروبا ثلاث لاعبين رئيسيين: فالحكومة مسئولة عن وضع السياسات وإعداد مسودات القوانين، والبرلمان يتولى مهمة المصادقة عليها والرقابة على تمويل المحطات البث العامة، وأخيرا فان مجلس الأعلى للبث الإذاعي والتلفزيوني مسئول عن منح التراخيص لمحطات البث الخاصة والإشراف على البرامج في جميع محطات². وفي ما يخص برامج الأطفال، "فقد أولت الحكومة مهمة التربية إلى القنوات العمومية وأعفت منها القنوات الخاصة، حيث يطالب المجلس الأعلى للسمعي البصري قنوات الخدمة العمومية بالتنوع في برامج الأطفال وعدم التركيز على الخيال،. غير أن الوضعية التنافسية التي تعيشها القنوات العمومية وتجاذبها بين تقديم محتوى جاد ومجاراة القنوات التجارية جعل قنوات القطاع العمومي تتخلى عن أداء مهام الخدمة العمومية منا هي مسطرة في دفتر الأعباء* وتنجرف وراء البرامج الأكثر شعبية ومتابعة، ففناة France 5 الفرنسية خسرت فئة كبيرة من جمهور الأطفال الذين تتراوح أعمارهم من 4 إلى 10 سنوات بسبب عدم مجاراتها لمعايير السوق"³.

في مجال البرمجة تعتمد مثلا القنوات الفرنسية العمومية والخاصة على المعطيات الكمية في اختيارها للبرامج (دراسات الجمهور، صبر الآراء، ميزانية القناة، وقت الذروة، الإعلانات)، بالإضافة إلى اعتماد المبرمج على حدسه وعلى المخاطرة في وضع برامج وهو ما حدث مع قناة TF1، حيث رفض المبرمجون وضع سلسلة دورا المستكشفة ضمن شبكتهم البرمجية، وبعد النجاح المذهل الذي عرفته السلسلة وتحت ضغط طلب الأطفال وآبائهم لهذه السلسلة تراجعت القناة عن رفضها وعرضتها ضمن

¹ نفس المرجع، ص 171

² نفس المرجع، ص 178

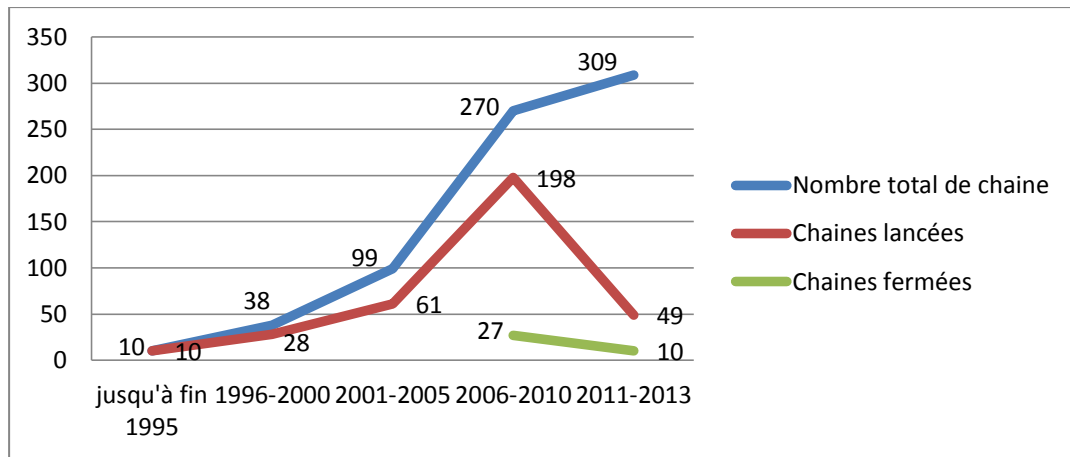
* دفتر الأعباء هو عبارة عن وثيقة تعاقدية يطلق عليها أيضا دفتر الشروط والتي تتمن المهام الموكلة للقنوات العمومية أي التابعة للدولة، وهذه المهام متفق عليها عالميا، وتتلخص في ثلاث محاور: التربية، التعليم، الترفيه سواء بالنسبة للقنوات الجامعة التي تنتوع فيها المضامين أو المتخصصة التي تركز على مجال واح.

³ Divina Frau-Meigs/Sophie.Op.cit, p42.

شبكة برامجها، هذا الحدس في البرمجة ما عبر عنه مسئول القناة (Dominique Poussier) بقوله: "لدينا جميعا أطفال ويمكن أن نتخيل ما يريدونه"¹، وهذا ما يعني إن قنوات الأطفال تحتكم إلى معايير كمية ولا تحترم سلم احتياجات الطفل التربوية ويكتفي المبرمج بما يتخيله ويتوقعه بعيد عن الرؤية العلمية التربوية الرصينة.

وفي مجال قنوات برامج الأطفال فإنها تعرف نموا مطردا حسب التقرير الذي قدمه المرصد الأوربي للسمعي البصري الذي تطور البث الفضائي الأوربي في قنوات برامج الأطفال منذ سنة 1985 إلى غاية 2013 بطريقة متسارعة، حيث حصر عدد القنوات التي تم إطلاقها وأخرى تم غلقها من خلال تتبع كرونولوجيا تطور سوق قنوات الطفل الموضحة في الشكل التالي²:

الشكل رقم (5): كرونولوجيا تطور البث الفضائي الأوربي في مجال قنوات الأطفال



المصدر: تقرير المرصد السمعي البصري

"وصل عدد القنوات الأطفال التابعة للاتحاد الأوربي 280 قناة في أوروبا أي ما يمثل 84 % من مجمل القنوات، 23% منها فقط ينتمي لمجال الخدمة العمومية والجزء المتبقي يحتكره القطاع الخاص، وهو راجع كما أسلفنا سابقا لضغوط منظمة التجارة العالمية وضغوط البنك الدولي من أجل تحرير القطاع السمعي البصري، وخضوع العديد من الدول إلى التمويل المختلط مما يجعلها في منافسة

¹Emilie Mondoloni : **les téléspectateurs préscolaires des publics**, communication, lettres et sciences du langage, vol 5, n° 1, Aout ; 2011, p34.

²Alison Hindhaugh : **poursuite de la croissance des services de télévision pour enfants en Europe**, communiqué de presse , mis en ligne 3/6/2013, consulté le 20/ 2/ 2017. URL : <http://www.obs.coe.int/-/pr-mavise-continued-growth-of-children-s-television-services-in->

مع القطاع الخاص على حصص الإعلانات، وهو ما يجعل حضورها ضعيفا مقارنة بالقطاع الخاص، لكن هذا لم يمنع من نجاح العديد من نماذج قنوات الأطفال العمومية، كقناة **LA TROIS** البلجيكية، قناة **RAI YOY** الإيطالية، قناة **TVECLAN** الإسبانية، **SVBT** السويدية قناة **ramasjangDr** في الدانمرك، قناة **GUILLI** في فرنسا قناة **CBBC** في بريطانيا **SVBT** في السويد¹.

ومما سبق يتضح أن أوروبا اللاتينية تتميز صناعة برامج الأطفال وبثها تلفزيونيا بالخصائص

التالية:

- ضعف الإنتاج المحلي نظرا لصعوبات مالية وتقنية.
- عد القدرة على المنافسة وغزو برامج الأطفال الأمريكية واليابانية السوق الأوروبية.
- سعي الدولة لتدعيم قطاع إنتاج برامج الأطفال والارتقاء بها من الناحية التربوية من خلال -
- تمويل الإنتاج المحلي ومطالبة القنوات العمومية بالالتزام بشروط بدفتر الأعباء المنصوص عليها.
- التركيز على جودة المحتوى المقدم للطفل والمطالبة بالتنوع في القوالب بالنسبة للقنوات العمومية بينما القنوات الخاصة فهي معفية من هذا الالتزام.
- توجه القنوات العمومية نحو المنطق التجاري حتى تحافظ على وجودها في سوق يهيمن عليها القطاع الخاص.
- ويبدو وان صناعة برامج الأطفال وان كانت تعرف ركودا في السوق الأوروبية، إلا أن قنوات برامج الأطفال تشهد انتعاشا إعلاميا واضحا، وهو وان كان مؤشرا ايجابيا من الناحية الكمية فانه يطرح رهانات على قنوات الأطفال الأوروبية من حيث ملاء ساعات البث واللجوء إلى الإنتاج الأمريكي والياباني بكل ما يحمله من قيم دخيلة.

¹Alison Hindhaugh : **présentation à annecy des premiers résultats de l'étude Mappings of the animation industry in Europe**. Mis en ligne le 17/6/2015, consulté le 5/4/2016. URL : <http://www.obs.coe.int/-/pr-mapping-of-the-animation-industry-in-europe>

3. التجربة البريطانية في صناعة برامج الأطفال وقنواتها:

ظل جهاز التلفزيون البريطاني منذ التسعينات نموذجا للتطور المطرد لمبادئ الخدمة العامة، حيث كان ولا يزال النظام فريدا في منح التراخيص لمحطات جديدة، خصص لكل منها الالتزام بتقديم الخدمة العمومية بصرف النظر عن كيفية تمويلها، وانتهاج سياسة مد الذراع الذي يعبر عن العلاقة التعاونية والصحيحة والقائمة على الاحترام بين الحكومة والهيئات المنظمة في نظام البث الإعلامي البريطاني¹، وتعتبر هيئة الإذاعة البريطانية محطة البث العام الرئيسية التي تحصل على إيراداتها من رسوم التراخيص وقدر هامشي من الإيرادات من مصادر تجارية، وتصنف كسادس أكبر منشأة إعلامية نتيجة جودة خدماتها الناتجة عن تمويل الدولة لها²، وقد قدمت هيئة الإذاعة البريطانية مجموعة قنوات مساعدة منها قناة الأطفال الموجهة للفئة العمرية الأقل من ست سنوات، وقناة سي بي سي للأطفال من ست سنوات إلى 12 سنة والتي انفق عليها ما يعادل 59.42 مليون يورو حسب ما أوردته وزارة الثقافة والإعلام³، ورغم التطور المطرد الذي عرفه إعلام الخدمة العمومية خاصة في مجال الخدمة الاجتماعية ومجال برامج الأطفال، فإن هذا لم يمنع بريطانيا من إجبار القنوات الخاصة على الالتزام بمعايير الجودة ومتطلبات الخدمة العمومية، والتي تكون أقل ضغط ومطالبة من التزامات القنوات العمومية⁴.

وتعتبر بريطانيا نموذجا رائدا في صناعة برامج الأطفال وفي بث قنواتها، ومرجعا تربويا هاما في ما يخص إنتاج مضامين تحترم عقلية الطفل، وتستجيب لتطلعاته واحتياجاته، وذلك راجع لكون بريطانيا تلزم قنوات الأطفال التابعة للدولة بأعباء الخدمة العمومية المتمثلة في ثلاثية التربية والتعليم والترفيه، وتوفر لها الموارد المالية الكافية الآتية من خزينة الدولة مما يمنعها من الانسياق وراء المنافسة التي يفرضها التلفزيون التجاري، الذي بدوره يظل مطالبا بأداء أعباء الخدمة العمومية، وهذا لا يعني أن تدخل الدولة في شؤون الإعلام ومنها إعلام الطفل، أن هامش الاستقلالية قد تقلص وإنما يكون

¹ دفيد وورد: خبرات أوروبية في تطوير وسائل الإعلام، النموذج البريطاني، من كتاب: الإعلام المرئي والمسموع في أوروبا، مرجع سابق، ص.ص: 103، 108

² تيري فيدال: خبرات أوروبية في تطوير وسائل الإعلام، النموذج الفرنسي، من كتاب الإعلام المرئي والمسموع في أوروبا، مرجع سابق، ص.ص: 118.

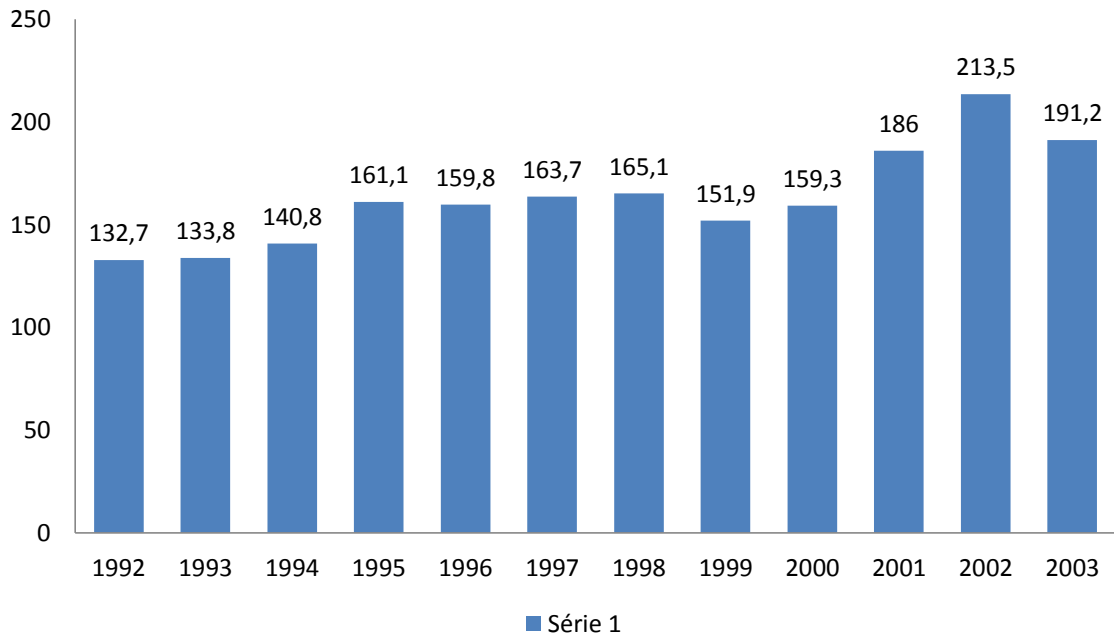
³ مرجع سابق، ص 153

⁴ مرجع سابق، ص

التدخل في إطار حماية مصالح الطفل وليس من أجل خدمة أغراض وحسابات سياسية ضيقة كما هو حاصل في الإعلام الحكومي في دول العالم الثالث.

4. التجربة اليابانية في صناعة برامج الأطفال:

بالرغم من تعدد أطراف المنافسة إلا أن اليابان ظهرت كأقوى منافس استطاع أن يغرق السوق العالمية في مجال الرسوم المتحركة، والشكل التالي يوضح حجم سوق الرسوم المتحركة اليابانية (بالبيون)¹.



شكل رقم (4)

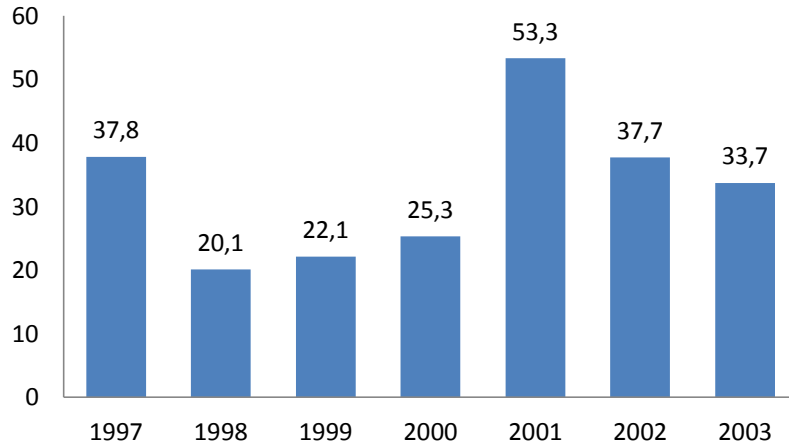
حجم سوق الرسوم المتحركة اليابانية (بالبيون) 2005

والملاحظ من الشكل ارتفاع حجم عائدات اليابان في سوق الرسوم المتحركة خاصة في السنوات الأخيرة، نتيجة الأسعار التنافسية التي تقدمها، والتفوق التقني الذي يشهده اليابان، ورخص اليد العاملة وتراجع أقطاب إنتاجية أخرى كأوروبا، وبنوتيرة أقل الولايات المتحدة الأمريكية، وزيادة حجم رؤوس الأموال اليابانية وتشجيع الاستثمار في صناعة برامج الأطفال كسوق مربحة تدر أموالاً طائلة.

ويوضح الشكل الموالي "حجم عائدات شبكات التذاكر للرسوم المتحركة اليابانية بالبيون"²

¹ عبد الحكم أحمد الخزامي: الإعلام العالمي، ترجمة توماس ل. ماكفيل، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2012، ص 55

² مرجع سابق، ص55.



إيرادات شبكات التذاكر لأفلام الرسوم المتحركة في اليابان (بالبليون ين) 2005

ويعود سيطرة اليابان على السوق العالمية للعوامل التالية:

- التطور التقني الذي سمح بترجمة الأشكال إلى معطيات رقمية وتحويلها من جديد، جعل اليابان منافس شرس للولايات المتحدة الأمريكية، وبفضل تحكم اليابان في هذه التقنية تمكنت من إنتاج عدد كبير من الأفلام بأقل جهد وأقل تكلفة، أغرقت السوق العالمية بأفلام الرسوم المتحركة المصممة وفق تقنيات عالية، وأصبحت بذلك اليابان لاعب أساسي في التجارة العالمية في أفلام الرسوم المتحركة، حيث وصلت نسبة صادراتها من الرسوم المتحركة إلى إيطاليا 60%، 27% إلى كوريا الجنوبية، وتحل 60% من إجمالي السوق المتحركة العالمية.
- إن إنتاج السلاسل المطولة وعدم احترام المعايير في صناعة برامج الأطفال، لم يسمح فقط باحتكار اليابان لسوق إنتاج برامج الأطفال، وإنما دفع بالعديد من الشركات الآسيوية للدخول إلى حلبة المنافسة (شركات تايوانية وكورية). حيث نجحت الاستوديوهات الآسيوية في إنتاج سلاسل مطولة للرسوم المتحركة من 52 إلى غاية 140 حلقة وأفلام مدتها المتوسطة 25 دقيقة، أصبحت قادرة على ضمان وفاء جمهور الأطفال والمراهقين، وربما يرجع هذا التفوق حسب رأي الباحثين إلى عدم احترام هذه الشركات للمعايير الفنية والذي يتطلب 12 صورة في الثانية أي 180000 صورة في 25 دقيقة، بينما هذه الشركات تستخدم من 6 إلى 8 صور، كما يتم إعادة استعمال نفس الصور والديكور عدة مرات بالإضافة للاستعانة باليد العاملة رخيصة الثمن¹.

¹Mousseau Jacques. Op.cit. pp. 82-89

- تخلي الشركات الأمريكية عن جزء من أعمالها وأسوقها للشركات الجنوبية خاصة أن الشركة والت ديزني وانشغالها بصناعة الأفلام السينمائية.
- دخول اليابان في شركات حتى تتوسع عالميا خاصة مع الولايات المتحدة الأمريكية واسيا، كما أنشأت شركة **Hal Film Maker** مشروعا مشتركا مع شركة صينية لإنتاج وبرمجة الرسوم المتحركة مع وضع ميثاق تجاري، اشترت الكثير من شركات إنتاج الأفلام الأمريكية حقوق طبع أفلام ورسوم متحركة يابانية¹.

وغالبا عندما يدور الحديث عن الإنتاج الياباني في مجال برامج الأطفال، فإن الفكرة الشائعة لدى التربويين والإعلاميين أن إنتاجها يتسم بالرداءة وعدم مراعاة الخصائص الفنية والتربوية. وغلبة العنف والتأكيد على القيم المطلقة كالخير والجمال، وتغييب القيم العملية المرتبطة بالممارسات اليومية، وان كان هذا لا ينفي تواجد أعمال جادة تحمل قيما ومثلا عليا يقتدي بها الطفل، غير أن تهافت القنوات ومنها العربية على الأعمال ذات الأسعار البخسة هو ما يجعلها تكتفي بالإنتاج الذي لا يحترم معايير الجودة المتعارف عليها؟

5. التحديات التي تواجهها القنوات التلفزيونية الموجهة للطفل:

تعاني قنوات الأطفال صعوبات جمة أدرجنا بعضها في ما يلي:

1.5 تحقيق الموازنة المالية عصب قنوات الأطفال:

إن المهمة الأولى للمسؤولين عن المحطات التلفزيونية في جميع بلدان العالم هو أن يناضلوا من أجل إيجاد الموازنة المالية، "في فرنسا من أجل 1000 ساعة سنوية من البث التلفزيوني أي أكثر من 20% من المواقيت المخصصة للقناة، فان الموازنة لا تتجاوز حدود 10% من الموازنة العامة، إن تحقيق الموازنة المالية جعل قنوات الأطفال الغربية تلجأ لملاً ساعات البث ببرامج معادة مسبقا فقد أعيد عرض المفتح **كادجيه** عشر مرات في القنوات الفرنسية، مما جعل العديد من الدول تتجه نحو الإنتاج المشترك². كما لجأت بعض قنوات الأطفال إلى **فلسفة التوسع الشبكي** لتكوين هوية لعلاماتهم التجارية باعتماد الإنتاج والتوزيع مثل شركة ديزني التي تستخدم عدة قنوات تابعة لها عبر العالم لتوزيع

¹ عبد الحكم أحمد الخزامي: **الإعلام العالمي**، مرجع سابق، ص.ص 435 - 437.

² ميشال سوشن وآخرون: **الطفل والتلفزيون**، مرجع سابق، ص.73.

منتجاتها كقناة ديزني شنال Disney Channel، قناة ABC التي اشترتها من فوكس fox وغيرها من القنوات، وفي المقابل لجأت قنوات أخرى لإتباع سياسة الانكماش مثلما فعلت قنوات الأطفال البريطانية التي شهدت تراجعاً ملحوظاً حيث كانت تملك 25 قناة موجهة للأطفال والشباب، ولأنها لم تتمكن من رفع إنتاجها الوطني في ظل انكماش طلبها على البرامج التلفزيونية الجديدة قامت القناة التلفزيونية البريطانية ITV بتعويض برامجها الموجهة للطفل بالأفلام التلفزيونية¹.

6.2 التوجه التجاري في قنوات برامج الأطفال:

إنّ سعي القنوات الأطفال لتحقيق العائد المالي وإرضاء جماهيرها جعل بعض الظواهر الإعلامية التي كانت تبدو غريبة ومبتذلة تطفو على السطح، فمثلاً ظهرت موجة من القنوات الموجهة للفئة العمرية ما بين 6 أشهر و3 سنوات حيث ظهرت القناة الفرنسية baby tv سنة 2005 وقناة baby first سنة 2007، وتدعي هذه القنوات أنها تقدم خدمات تربية للأبناء والآباء معاً، وأنها تسعى لتقديم مضامين متكيفة مع حاجات هذه الشريحة العمرية تحت إشراف خبراء عالميين في مجال الطفولة وأنها خالية من المضامين الإشهارية، غير أن تقرير الإدارة العامة للصحة (DGS) الصادر في 16 أفريل 2008 جاء مخيباً لآمال هذه التجارب التلفزيونية، حيث أكد التقرير أنه لا يوجد دراسة إلى الوقت الحال تظهر أن برامج الأطفال تعود بالفائدة النفسية أو المعرفية على هذه الشريحة العمرية، لذلك توقف بث قناة في 2010².

كما برز للوجود نوع إعلامي وجد صدى كبير لدى فئة الشباب ولم يتوانى المنتجون في تقديمه لجمهور الأطفال أين اقتحمت برامج تلفزيون الواقع عالم الطفولة فشركة اندمول Endmol صاحبة الملكية الفكرية لبرامج تلفزيون الواقع، لم تكل من إنتاج البرامج الغربية الاستغزائية المصاغة على إيقاع التسويق والإعلان. من بين برامجها أطفال للإيجار الذي يصور حجز أربعة أزواج في بيت ليمارسوا أمام عيون الكاميرا مهمة تربية أطفال أجروهم لهذا الغرض، والبرنامج الموسوم والدي السمينان والذي يحفز فيه الأطفال والديهما على تخفيف وزنهما من أجل الحصول على مبلغ مالي مقابل كل كيلو غرام يفقدانه من وزنهما³.

¹ نصر الدين العياضي: مقدمة في النقد التلفزيوني، مرجع سابق، ص 73

² Divina Frau-Meigs/Sophie Jehel. Op.cit, p55

³ نصر الدين العياضي: مقدمة في النقد التلفزيوني مرجع سابق، ص 269.

3.5 قنوت برامج الأطفال حماية حقوق الطفل:

إن تزايد عدد القنوات المتخصصة في برامج الأطفال بقدر ما حقق ضمان للطفل ولب حاجاته الاتصالية، فإنه طرح مهمات صعبة على المؤسسة التلفزيونية لحماية أطفالها من خطر الإعلانات ومشاهد العنف والجنس والمضامين التي لا تتناسب مع مراحل الطفولة. وهو ما دفع الكثير من الدول تأخذ بعين الاعتبار عند إصدار أي نص قانوني خاص بالإعلان: مدته، موضوعه، وقت بثه، صورة الطفل فيه، محرّماته. فالهيئة المنظمة لقطاع الاتصال **OFCOM** في بريطانيا على سبيل المثال حدت في نوفمبر 2006 من بث إعلانات المتعلقة بالمأكولات والمشروبات في القنوات التلفزيونية الموجهة للطفل، وهكذا الأمر بالنسبة للدول الإسكندنافية بحجة إن الأطفال دون السن الدراسية وحتى في المرحلة الابتدائية لا يميزون بين النص الإعلاني والمادة التلفزيونية¹، كما انتهجت **bbc** البريطانية سياسة تستهدف حماية النشء مع التفتح على القيم من الإنتاج. ولقد رفضت أن تستعبد الطفل الانجليزي كثافة الصور فانتهجت سياسة الحماية والحذر من الإنتاج الذي لا يستجيب لا للرؤية السياسية ولا إلى الأهداف والوظائف المحددة لبرامج الأطفال شكلا ومضمونا. أن هدفنا من خلال ما نعهده من برامج لأطفالنا يتمثل في تنشيط الخيال والفكر والتشجيع على الخلق والإبداع والنشاط المنتج... وبذلك تساهم في دفع الطفل إلى تجنب الاستهلاك الصامت والانبطاح أمام الشاشة².

وقد قامت القنوات التلفزيونية الألمانية بإطلاق قناة **كاندر كانال KINDERKANAL** الموجهة للأطفال بدون إعلانات وحقت نجاح باهر من دون أن تتنازل عن جودة برامجه بالإضافة إلى القنوات البلجيكية والقنوات الكندية، كما سعت قناة **TIJ** الفرنسية الموجهة إلى طفل ما قبل 7 سنوات إلى تخفيض نسبة الإعلانات أو ذلك بعدم بث إعلانات من الساعة 9 إلى 11 صباحا ومن الساعة 14 إلى الساعة 16 مساء³.

وفيما يخص مشاهد العنف تؤكد الدراسة التي نشرها الزوجان **ليتشتر واموندسون** و**بيترورث** بعنوان تغير في معدلات مشاهد العنف والإباحة في المواد الترويجية تشير إلى أن معدل تواتر مثل هذه المواد في إنتاج الشركات الإعلامية الكبرى **FOX, CBS, ABC** قد انخفض بنسبة سبعة عشر بالمائة

¹ مرجع سابق، ص 270.

² عبد القادر بن الشيخ: سياسة المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية وتجلياتها في الخارطة البرمجية، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، 3 إلى 5 ابريل، 2002، ص 120.

³ Divina Frau-Meigs/Sophie Jehel. Op.cit, p54

بالنسبة للعنف ونسبة تسعة وعشرون بالمائة بالنسبة للإباحة وذلك في الفترة الممتدة من 1999 إلى غاية 2001 وكان من بين أشكال هذا الانخفاض وضع الإشارة التحذيرية للمشاهدة بإشراف أسري PG الأمر الذي يستفاد منه أن تنبيه الآباء والأمهات يؤدي فعلا إلى تقليل تعرض الطفل لمشاهدة العنف والإباحية دون حرمان الشركات المنتجة من تشغيل طاقاتها¹.

قدم الاتحاد الأوروبي سنة 1997 إطار عام لحماية الطفل من الإشهار، من خلال احترام المعايير التالية: لا يجب إظهار الطفل بطريقة مباشرة وهم في وضعية شراء منتج أو خدمة، مستغلين بذلك قلة خبرة الطفل، ولا يجب إظهار الطفل بطريقة مباشرة وهو يقنع والديه لشراء منتج أو خدمة، كما لا يجب إظهار الطفل دون داعي في حالة خطر ولمزيد من التخلص من ضغط الإشهار عمد الاتحاد الأوروبي إلى توسيع التعليمية أكثر ووضع وتحديد المعايير بشكل أفضل بتركيزه على النقاط التالية²:

– لمن يتم إرسال الإشهار إلى الطفل أم إلى الأبوين؟

ضمن هذه الإشكالية كانت السويد أكثر صرامة في حيث منعت نهائيا أن يكون الإشهار مرسل للطفل أقل من 12 سنة، فلا يجب أن تكون السلعة موجهة للطفل، وخطت النرويج على خطا السويد، بينما فرنسا منعت أن تظهر في الإشهار "اشترى، استهلك" لكن فتحت الإمكانية لعرض سلع ومنتجات تدخل ضمن مجال خبرة الطفل مثل إشارات حول الألعاب لأنها سلع معروفة لدى الطفل.

– إلى أي حد يظهر الطفل كمشجع ودافع لأبويه لشراء المنتج؟

منع ظهور الطفل بشكل مباشر وهو يقنع والديه بشراء منتج أو خدمة معينة جعلت هذه التعليمية فضاضة إذ يمكن للطفل أن يظهر بطريقة غير مباشرة واجتهدت فرنسا في ضبطها من خلال وضع مدونة أخلاقية وضعها مكتب مراجعة الإشهارات (BVP) تؤكد أن الإشهار التلفزيوني يجب أن لا يحمل حكم الأطفال حول السلعة أو الخدمة، نفس الشيء بالنسبة لألمانيا، الدانمارك أكدت أن الأطفال أقل من 14 سنة، الأطفال يجب أن يظهروا كعنصر طبيعي أو جزء من الديكور، وحضورهم يكون ضروري من أجل إظهار أو شرح كيفية استخدام المنتج.

¹محمود عبد العزيز: مكانة الطفل العربي في الإستراتيجية الإعلامية العربية: العنف والصورة النمطية، المؤتمر العربي حول الإذاعة

والتلفزيون والطفل، مرجع سابق، 2002، ص31

²Monique Dagnaud : enfant, consommation et publicité télévisée, les études de la documentation française, Paris, 2003, pp 60-64.

- مدى التداخل بين البرنامج الموجه للطفل والرسالة الإشهارية؟

الفصل بين الإشهار والحصة من خلال وسائل معروفة سمعية أو بصرية، حيث سعت فرنسا إلى فصل بين الإشهار والحصة أو البرنامج بـ 4 ثواني على الأقل، عدم وجود علاقة بين الحصة المقدمة وموضوع الإشهار.

- منع الإشهار فيما يخص التدخين، الكحول، الأدوية وحماية الطفل من صور العنف، حيث منعت العديد من الدول الإعلانات التي تظهر العاب عنيفة أو تمجد العنف (اسبانيا، بلجيكا، اليونان) منعت اليونان الرسائل التي تحمل العاب من 9 إلى 22 مساءً.

ليظل التساؤل حول مصير الطفل العربي الذي يتعرض إلى فيض من الرسائل الاشهارية التي تغزو قنوات الأطفال العربية والأجنبية، خاصة في ظل الفراغ القانوني والتشريعي الذي ينظم تواجد الإعلانات ويضبط إيقاعها، كما أن وجود الطفل العربي اعزلا في غياب المرافقة الأسرية الواعية التي تحميه من خطر الانزلاقات القيمة التي تقدمها الشاشة و نقص المهارات النقدية التي تجعله يقاوم إغراء الصورة، من شأنه أن يخلق لدى الطفل الشعور بالإحباط والازدواجية والانفصام بين حياة الرفاه والاستهلاك التي تقدمها الشاشة، والحياة الواقعية التي تتحكم فيها القدرة الشرائية التي تقف حائلا دون أن تشبع الطفل رغباته ونزعه للاستهلاك.

ثالثاً: إنتاج برامج الأطفال في الدول العربية

1. الجهود العربية في مجال إعلام الطفل:

يمكن التأكيد في ضوء ما أقرته اتفاقية حقوق الطفل في مادتها 17 على الدور الهام الذي تؤديه وسائط الإعلام لفائدة الأطفال، وعلى واجبات الدول المتمثلة في ضمان حصول الطفل المعلومات المناسبة التي توفرها هذه الوسائط، بما من شأنه أن تعزز رفاهية الطفل الاجتماعية والروحية والمعنوية وصحته الجسدية والعقلية، بهذا المعنى فإن دور وسائل الإعلام يتعين عليه أن يلتقي تتقاطع مع دور التعليم، إذ لا بد لوسائل الإعلام أن تتوجه نحو تحقيق الأهداف التالية:

- تنمية شخصية الطفل ومواهبه وقدراته العقلية والبدنية في أقصى إمكاناتها، تنمية احترام حقوق الإنسان وحرياته الأساسية، تنمية احترام الطفل وهويته الثقافية ولغته وقيمه الخاصة وقيم الحضارة المختلفة عن حضارته، إعداد الطفل لحياة يستشعر فيها المسؤولية في مجتمع حر بروح من التفاهم والسلم والتسامح والمساواة والصدقة بين الشعوب، تنمية احترام البيئة.
- كما أوصت المادة 17 من اتفاقية حقوق الطفل بضرورة وضع مبادئ توجيهية لحماية الطفل من المعلومات والمواد الإعلامية التي تضر بمصالحه، كما أكدت مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية والمعروفة بمبادئ الرياض التوجيهية، والتي صادقت عليها الجمعية العامة للأمم المتحدة على أنه ينبغي على وسائط الإعلام بوجه عام ووسائط الإعلام التلفزيونية والسينمائية بوجه خاص التقليل إلى الحد الأدنى من العروض الإباحية والمخدرات والعنف على الشاشة.
- وتناغما مع بنود الاتفاقية الدولية لحقوق الطفل حاولت الدول العربية اتخاذ التدابير التي تضمن للطفل حق الانتفاع بمصادر المعلومات، حيث حرصت في تقاريرها الدولية على أن تكون تشريعاتها وجهودها المبذولة متلائمة مع المعايير الدولية¹.

ويمكن إدراج أهم الجهود العربية المبذولة في مجال إعلام الطفل حسب التسلسل الزمني انطلاقاً من الاتفاقيات والتقارير الدولية التالية: الاتفاقية الدولية لحقوق الطفل 1989، الإعلان العالمي لبقاء الطفل وإنمائه 1990، الخطة العربية لرعاية الطفولة وتنميتها 1992، الخطة القومية الشاملة لتقافة

¹ رضا خمخام: برامج الأطفال الإذاعية والتلفزيونية ومدى ملاءمتها للتشريعات العربية في مجال حقوق الطفل، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، مرجع سابق، ص 197.

الطفل 1993، الإعلان العالمي العربي الخليجي للتنشئة الاجتماعية وآليات تفعيله عام 1997، الإطار العربي لحقوق الطفل 2001، وثيقة عالم جدير بالأطفال.

انطلاقاً من التقارير السابقة يمكن إجمال أهم مواصفات ومعايير إعلام الطفل في النقاط التالية:

- ✓ أن يكون المحتوى الإعلامي نابع من البيئة والثقافة والتقاليد العربية.
- ✓ أن يعزز قيم انتماء الطفل لوطنه العربي.
- ✓ توسيع مدارك الطفل العربي وتمكينه من التعرف على واقعه المعاصر وقضاياها في محيطه العربي والعالم.
- ✓ أن يتضمن الإنتاج متابعة متواصلة لتطور المعارف والعلوم في ظل المتغيرات العلمية والتكنولوجية المعاصرة.
- ✓ أن يحقق الإنتاج تنشئة متوازنة للطفل ككائن اجتماعي متفاعل بشكل إيجابي مع أسرته ومجتمعه.
- ✓ احترام خصوصية المرحلة العمرية ومراعاة ذوي الاحتياجات الخاصة.
- ✓ الحفاظ على اللغة العربية والاستخدام السليم لها.

2. صعوبات إنتاج برامج الأطفال في الدول العربية:

إن إنتاج برامج الأطفال في الدول العربية ليس أمراً سهلاً نتيجة ارتفاع تكلفة إنتاجه. "فقد تصل تكلفة حلقة الرسوم المتحركة الواحدة مئة ألف دولار، في حين، قد يعاد بيع هذه الحلقة بنحو ستة آلاف دولار فقط. وهذا الأمر يدفع المسؤولين لاسترداد برامج الأطفال بأسعار رخيصة"¹. من خلال التصريح الذي قدمه فايز الصباغ رئيس قناة سبائس تون يمكن أن نستشف الصعوبات التي يواجهها إنتاج برامج الأطفال في الدول العربية والتي لا تختلف عن الصعوبات التي تواجهها هذه الصناعة في مختلف أنحاء العالم، إلا أن الاختلاف يكمن في طريقة الاستجابة لهذه التحديات، ففي الوقت الذي وجدت فيه الشركات العالمية منافذ أخرى للخروج من المأزق المالي والتقني ومسألة التسويق والتوزيع ما زالت الدول العربية تتخبط في مشاكل التمويل وكيفية التعامل مع التقنيات العالية الجودة التي تتطلبها مثل هذه الصناعات، ووجدت إن الحل الأسهل في استيرادها بأسعار رخيصة بغض النظر عن تأثيراتها طويلة

¹تسنيم أحمد مخيمر: القيم في برامج الأطفال التلفزيونية: برامج قناة MBC3 أنموذجاً، ماجستير إعلام واتصال، بجامعة الشرق الأوسط، 2015، ص49.

المدى على تكوين شخصية الطفل العربي¹ ويمكن إجمال أهم الصعوبات التي تواجه صناعة برامج الأطفال والتي تمس كل مراحل الإنتاج في ما يلي:

1.2 تكلفة الإنتاج:

إن المنتج دائما يبحث عن دورة إنتاج مضمونة وقصيرة لعودة رأسماله مضاف إليه الأرباح المادية، وبالتالي فالمنتج نادرا ما يغامر بأمواله لإنتاج عمل للأطفال نظر للتكلفة العالية، "فتكلفة الدقيقة الواحدة في برامج الأطفال الجيدة الحبكة عشرة آلاف دولار، وعندما تقارن إنتاج العرب مع دولة مثل اليابان نجد انه في عام 2000م كان إنتاجها من أفلام الكرتون 22 ساعة أسبوعيا، والرقم السنوي لليابان بمفردها 1144 ساعة تقريبا سنويا. أما الدول العربية مجتمعة، ففي أحسن الأحوال لم تقدم أكثر من 30 ساعة سنويا وليس أسبوعيا. ناهيك عن الفرق البادخ في النوعية والجودة والتقنية المميزة بين أعمال الشركات الغربية وأفلام الكرتون المحلية التي أقل ما يقال عنها أنها بدائية تفتقر إلى الحرفية والجودة العالية"². وبالتالي فإن إنتاج برامج الأطفال لا تخرج عن الجهات الحكومية وعلى رأسها التلفزيون وبعض قنوات الأطفال والقنوات الخاصة وعزوف الكثير من الدول العربية عن تخصيص ميزانيات معتبرة لدعم إنتاج برامج الأطفال كما هو حاصل في دولة بريطانيا باعتبارها مرجعا عالميا في مجال دعم الدولة لصناعة برامج الأطفال ذات الجودة العالية.

2.2 ضعف تكوين الكفاءات:

تؤكد الدراسة التي قام بها محمد شلبي حول واقع الكفاءات التي تتولى إنتاج برامج الأطفال في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون بتونس أن هناك تقصير واضح في إتاحة الفرصة للكفاءات المنتجة لبرامج الأطفال للمشاركة في دورات تدريبية لها صلة بالطفل، وعن إمكانية إجراء تلك الدورات التدريبية فان أغلبها في البلدان الأوربية إذ لم يشارك المعنيون إلا في مدينتين عربيتين بالمركز الإفريقي لتدريب الصحفيين والاتصاليين بتونس ومركز التدريب العربي لاتحاد إذاعات الدول العربية بدمشق، وتعتقد الكفاءات انه يجب أن تتوفر في القائمين على برامج الأطفال من منشطين ومعديين ومخرجين صفات

¹ إيمان بهي الدين: جهود المجلس العربي للطفولة والتنمية في مجال إعلام الطفولة، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، مرجع سابق، ص 61.

² نسيم أحمد مخيمر، نفس المرجع، ص 50.

كالإلمام بقواعد التربية، ثقافة عامة واسعة وعميقة، الإلمام بعالم الطفل¹. وهذا بالتأكيد ما يطرح إشكال آخر متعلق بتكليف البرامج مع احتياجات ومتطلبات الطفل العربي، مما يجعل بتأثيرها الإيجابي يتضاءلن فكل تقنية محملة بقيمة بالإضافة إلى تركيز واضح على الصيغة الفنية والتقنية لبرامج الأطفال.

3.1 صعوبات في الكتابة:

إن الإنتاج التلفزيوني الجيد هو الذي يعتمد على نص متين ومتماسك ومتحرر كل ما هو نمطي ومألوف، وهذا لا يعنى أن صناعة برامج الأطفال في الوطن العربي تفتقر إلى مبدعين قادرين على النهوض بقطاع الكتابة. بقدر ما هي تعاني من غياب الحوافز التي تحرك شعلة الإبداع لدى كتاب النصوص، وتحررهم من الاعتبارات المالية من جهة، والرقابة التي تمارس تسلطها على كل أنواع الإبداع من جهة أخرى، مع ضرورة خلق فضاءات تدريبية تحتوى هذا النوع من الإبداع وترعاه.

تؤكد أحد المخرجات في مجال الرسوم المتحركة "أن أكثر ما يعوقها ويؤخر ظهور أعمالها هو ندرة وجود النص الأدبي الملائم لتنفيذهن فليس هناك وجود معاهد تعليمية خاصة لكتابة النص والحوار للرسوم المتحركة، كما أن العلاقة مقطوعة بين جهات الإنتاج والكتابة وعدم اهتمام الجهات الإنتاجية بشراء النصوص الصالحة بالإضافة إلى تدني المقابل المادي الذي جعل الكثير من الكتاب يعزفون عن هذا اللون². وتوصلت الدراسة الميدانية التي قام بها الباحث **عبد الله الحيدري** حول شركات الإنتاج الإعلامية العربية إلى وجود ضعف في نسبة المؤلفين في مجال الكتابة للطفل (5 شركات عربية من مجموع 20 شركة أقرت بان لديها اكتفاء في هذا المجال)³.

4.2 صعوبات متعلقة بالدبلجة:

إن الدبلجة والترجمة كفعل حضاري، ضرورية من أجل الاطلاع على الثقافات الأخرى والاستفادة منها وخلق حركية إعلامية تسمح بانفتاح الأنا على الآخر، غير أن تحول الدبلجة إلى خيار

¹ محمد شلبي: واقع الكفاءات التي تتولى إنتاج برامج الأطفال في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون بتونس، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، مرجع سابق، ص 238، 240.

² منى أبو نصر: إنتاج الرسوم المتحركة: أزمة كتابة أم أزمة إنتاج، العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، مرجع سابق، ص 488.

³ عبد الله الحيدري: الصناعات الإعلامية العربية، قراءة في وسائل الإنتاج، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 9، جامعة البحرين، 2005، ص 122.

الطرف الأضعف العاجز عن الإنتاج فيلجأ إلى الدبلجة لتعويض تقصيره، يجعلنا أمام أزمة ثقافية حقيقية، فالانغماس في الاستيراد وتوجيه كل الجهود للدبلجة، يجعل صناعة برامج الأطفال أداة تغريب أكثر منها أداة تربية، وإذا ما تم غض الطرف على فعل الدبلجة فإن ما يثير الفزع يبقى حول المحتوى الذي يتم دبلجته، حيث لا تراعي شركات الإنتاج في انتقائها للنصوص النواحي التربوية والتنقيفية.

يقول المهندس التنفيذي لقناة سبائس تون "شركات الإنتاج والدبلجة تستخف بعقلية الطفل من أجل التوفير المادي إذ يقوم مؤد واحد بعدد كبير من الشخصيات الكرتونية التي لا تتناسب مع الشخصيات الأصلية، إن عمليات الدبلجة يجب أن تخضع إلى انتقاء أعمال ملائمة وإخضاعها لإشراف المربين المتخصصين في علم التربية، وبعد ذلك يكلف فريق من الكتاب بإعداد النص إعداداً يتلاءم مع ثقافة الطفل العربي ولا يسيء لعاداته وتقاليده"¹.

5.2 ضبابية الأهداف والرؤى:

ومن خلال دراسة أخرى أجراها حول بحث ميداني يتضمن توزيع ثلاث استبيانات على القدرات البشرية في مجال إنتاج برامج الأطفال: حيث أكدت الكفاءات القارة العاملة في دائرة برامج الأطفال أن نسبة تتراوح بين 17.6% و 30.7% أن المؤسسة تحقق الأهداف المتعلقة بتجذير الشعور القومي والانتساب إلى العالم العربي وتدعيم صلة الأطفال بالوطن ورموزه إثراء الثقافة الموسيقية في حين أن نسبة تتراوح بين 40 و 60% أجابت أن البرامج لا تساهم إلا نادراً في إشباع الحاجة إلى إثبات الذات وإثراء ثقافة الطفل العلمية والبيئية والتكنولوجية وترغيب الأطفال في المطالعة².

3. الخارطة البرمجية لقنوات الأطفال في البث الفضائي العربي:

لقد غير ظهور القنوات المتخصصة في إعلام الطفل وتدخل القطاع الخاص، في ملامح الخريطة الإعلامية للبث الفضائي العربي، وقد حاولنا رصد أهم التحولات التي شهدتها قنوات الأطفال في البث الفضائي العربي من خلال حصر لقنوات الأطفال الواردة في التقارير السابقة للبث الفضائي العربي المنجزة من قبل اتحاد إذاعات الدول العربية خلال 2011 و 2013 و 2014، والاستعانة

¹ سامي البكري: الدبلجة كتوجه أساسي لشركات الإنتاج العربية، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، مرجع سابق، ص503.

² أديب خضور: رؤية القدرات البشرية لأهداف ووظائف البرامج الموجهة للطفل، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل مرجع سابق، ص251.

بالمعلومات الموجودة على مواقع قنوات الأطفال العربية، بالإضافة إلى المشاهدة المكثفة لبعض قنوات الأطفال من أجل استخراج أهم مؤشرات خارطة البرامج والتي حصرناها في النقاط التالية: طبيعة الملكية، نوع البث، لغة البث، التغطية الجغرافية، ساعات البث، الأهداف. نحاول من خلال هذا العنصر استنتاج خارطة البرامج لقنوات الأطفال من خلال البحث في مؤشرات البرمجة ومدى تأثيرها على المحتوى القيمي المقدم للطفل.

1.3 من حيث طبيعة الملكية:

يتضح من المسح الأول لقنوات الأطفال في البث الفضائي العربي أنها تعود للقطاع الخاص بعد أن تراجع الاحتكار التلفزيوني العمومي لها وانتقلت المبادرة لمجال التلفزيون الخاص، خاصة مع زيادة النمو الديمغرافي لهذه الشريحة وانخفاض تكلفة إنتاج برامج الأطفال مقابل إنتاج المواد الدرامية الأخرى، حيث وصل عدد قنوات الطفولة في سنة 2011 إلى 40 قناة، 39 منها خاصة، وقناة واحدة عمومية¹، ليتراجع عدد القنوات الأطفال في 2014 إلى 4 قنوات عمومية و 22 قناة خاصة²، وأمام الاختفاء المفاجئ لبعض القنوات الذي يعبر عن الحضور الارتجالي الغير مدروس لها، اعتمدت قنوات أخرى على استراتيجية التوسع الأفقي على غرار مؤسسة تلفزيون الشرق الأوسط الذي توسع بإنشاء قناة مخصصة لجمهور الأطفال قناة **mbc3**، واتبعت الجزيرة أسلوبا استراتيجيا مماثلا، فقدمت باقة مختلفة من القنوات ومنها قناة الجزيرة للأطفال وقناة براعم. وغني عن القول أن نمط الملكية يؤثر في نوعية المحتوى القيمي المقدم للطفل، فبينما تسعى القنوات الحكومية التي تتمتع بالأمن المالي لتحقيق ما يعرف بالخدمة العامة التي تتمحور حول الإعلام التربوية والترفيه، تسعى القنوات الخاصة إلى تغطية تكاليف البث وتحويل الصناعة التلفزيونية إلى مشاريع مربحة تستجيب لرغبات المعلنين والجمهور مما يؤثر على جودة المحتوى المقدم.

¹ اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية: **البث الفضائي العربي**، التقرير السنوي، اتحاد الإذاعات العربية، تونس، 2011، ص19.

² اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية: **البث الفضائي العربي**، التقرير السنوي، اتحاد الإذاعات العربية، تونس، 2014، ص14.

جدول رقم 7: يوضح طبيعة ملكية قنوات الأطفال في البث الفضائي العربي:

العدد التقريبي لقنوات الأطفال العمومية	العدد التقريبي لقنوات الأطفال الخاصة
3	32

المصدر: التقرير السنوي للبث الفضائي العربي 2014

2.3 من حيث نوع البث:

نلاحظ تزايد عدد القنوات المفتوحة أي القنوات التي يتابعها كل المشاهدين دون دفع رسوم، وفي المقابل انخفاض عدد القنوات المشفرة التي لا يمكن متابعتها إلا عبر الاشتراك المعلوم، ويعود سبب اختلاف النسب بين المشفر والمفتوح، لكون تجربة التلفزيون المدفوع لم تنزل في الوطن العربي سوا ناشئة، وهذا راجع لتعود الجمهور على المشاهدة مجانا من جهة وارتفاع تكلفة الاشتراك في هذه القنوات من جهة أخرى، ليظل التساؤل المشروع حول ما يمكن أن تقدمه القنوات المشفرة للطفل العربي من حيث المحتوى القيمي وهل تسعى لتلبية حاجاته أم أنها تكتفي بتلبية رغباته ما دام هو من سيدفع؟.

جدول رقم 8: يوضح نوع البث الرقمي لقنوات الأطفال في البث الفضائي العربي:

العدد التقريبي لقنوات الأطفال المفتوحة	العدد التقريبي لقنوات الأطفال المشفرة
27	8

المصدر: التقرير السنوي للبث الفضائي العربي 2014

3.3 من حيث لغة البث:

تحتل اللغة العربية صدارة اللغات المعتمدة من قبل قنوات الأطفال، غير أن اللغة العربية المستخدمة في البث ليست دوما تلك التي تدرس في المؤسسات التعليمية، بل عادة يقع استخدام اللغات المحلية خاصة في القنوات الإنشادية: **طيور الجنة وكراميش وهادي للأطفال**، وهو ما قد يؤثر على قيم الانتماء العربي، ويحصر الطفل في الانتماءات الجزئية ذات الطابع المحلي، ويكرس قيم الانغلاق على الذات.

كما يلاحظ احتلال اللغة الانجليزية أيضا مكانة هامة في خارطة اللغوية باعتبارها لغة العصر واللغة الثانية لكثير من دول المشرق الذين يسيطرون على المشهد الإعلامي، وتليها الفرنسية

بنسب ضعيفة لكونها اللغة السائدة فقط في المغرب العربي، ورغم أن التنوع اللغوي يخلق لدى الطفل العربي ثراء لغوي وقدرة على قبول الآخر المختلف ومحاورته، إلا أنها قد تشوش على الطفل وتخلق لديه حالة من الاغتراب وتضعف من نسيجه القيمي.

جدول رقم 9: يوضح لغة البث لقنوات الأطفال في البث الفضائي العربي:

اللغة العربية	اللغة الانجليزية	اللغة فرنسية أو لغات أخرى
25	9	2

4.3 من حيث التغطية الجغرافية:

نلاحظ أن العديد من القنوات يغطي بثها المنطقة العربية وآسيا وإفريقيا وهذا ما يدفعنا للقول إن قنوات الأطفال العربية ما زالت تفضل التوجه إلى الداخل والاقتصار على الوصول إلى الجمهور العربي كهدف أساسي، وإن كان هناك العديد من القنوات في المقابل تسعى إلى التوسع خارج دائرة الجمهور العربي، غير إن خطابها لا زال يفتقر للقدرة على مخاطبة الآخر ومحاورته، في الوقت الذي يسعى فيه الغرب إلى التسريع في نسق بعث قنوات تتوجه إلى جمهور عربي في مجالات مختلفة وبلغات مختلفة.

5.3 من حيث ساعات البث:

إن المعادلة الصعبة التي تواجهها القنوات التلفزيونية المتخصصة في إعلام الطفل هو تحقيق الموازنة بين عدد ساعات البث ونوعية البرمجة المعروضة، ومعظم القنوات تسعى إلى أن يمتد بثها على مدار الساعة، لكن ذلك عادة لا يسبقه تخطيط واضح المعالم لنوعية البرمجة مما يجعل القائمين على البرمجة يتبعون سياسة ملء الفراغ ببث برامج مستوردة، حيث تقوم بدور العارض للمتوج المدبلج فقط على امتداد ساعات البث، وهو ما يؤدي إلى تسريب قيم دخيلة على المجتمع محملة بقيم المجتمع الذي نشأت فيه، إن تكاثر القنوات التلفزيونية واعتماد البث المتواصل دون توقف يحتاج إلى مزيد من البرامج الجديدة والمبتكرة والى كم وافر من الأفلام والأشرطة الوثائقية وهو ما تقتصر إليه قنوات الأطفال العربية.

6.3 من حيث الفئة المستهدفة:

من الملاحظ أن العديد من القنوات لم تحدد الفئة الموجه لها الرسالة الإعلامية وإنما جعلتها رسالة موجهة للطفل العربي بصفة عامة، بينما أدرجت قنوات أخرى الفئات العمرية خاصة وأنه اليوم يصعب الحديث عن مواد تلفزيونية عامة موجهة للأطفال، بل لا بد من تنوعها على مستوى الشكل والمحتوى لتناسب والنسق القيمي للطفل وهذا ما قامت به سبايس تون و سبايس باور وقناة الجزيرة للأطفال مستفيدة من التجربة وهذا ما قامت به قناة ج الفرنسية والتي قسمت برامجها إلى شرائح عمرية التالية: البراعم من 3 إلى 6 سنوات الناشئون من 6 إلى 10 سنوات واليافعين من 10 إلى 16 سنة، نفس الشيء الذي قامت به قناة ديزني في سنة 1997 لكن على شرائح عمرية أوسع تتجه كل كتلة إلى شريحة معينة من مشاهديها وهي كالتالي:

playhouse disny: عبارة عنكتلة من البرامج لمن هم في مرحلة التحضير للدخول المدرسي،
Disney zoog: كتلة برامج تبث بعد الزوال مجموعة من المسلسلات الموجهة للأطفال ما قبل المراهقة،
Vault disnyكتلة من البرامج التي تبث في ساعة متأخرة من الليل وتتضمن الأفلام والمسلسلات الكلاسيكية مثل زورو وميكي موس.

7.3 من حيث الأهداف:

إن قنوات برامج الأطفال كما تعرف نفسها تهدف إلى حفظ الهوية العربية وتزويد الطفل بالمهارات للتعامل مع مفردات الحياة اليومية، وغرس القيم العربية الأصيلة مع ضرورة التفتح على الثقافات الأخرى، وهو ما يتناسب مع الدراسة التي أجراها سعيد غواص "حيث أكد أن برامج الأطفال تهدف إلى غرس القيم الاجتماعية والقيم العصرية والقيم الحضارية كما أكدت دراسة أخرى إلى تعدد والإشباع المحققة من مشاهدة البرامج، وقد جاء في المرتبة الأولى تعليم سلوكيات جيدة ومعرفة معلومات عن الوطن وتنمية المهارات ومعرفة السلوكيات الضارة"¹ لكن السؤال المطروح حول مدى تجسيد هذه السياسة في اختيار البرامج الملائمة للطفل العربي فكثير ما يفتقر إنتاج برامج الأطفال إلى تخطيط تربوي واضح العالم.

¹يوسف محمد الفيكاوي: برامج الأطفال في تلفزيونات الهيئات الأعضاء بجهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، دراسة في تحليل المضمون، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، الرياض، 2012، ص20.

❖ ملاحظات ختامية حول قنوات برامج الأطفال العربية:

لقد أنشئت القنوات المتخصصة في إعلام الطفل باعتبارها فضاء تربوي يحمل مشروع حضاري متناغم مع نمو الطفل العربي ومع تطور بيئته الثقافية والرقمية، يسعى إلى تنشئة طفل متوازن الشخصية معتر بمقومات هويته الثقافية، منخرط في روح العصر، متشبع بقيم النفتح والحوار والتسامح، قادر على التعامل مع كافة التحديات التي يفرضها القرن القادم الذي يتصف بكونه عصر المعلومات والمعرفة. غير أن العديد من هذه القنوات قد انحرقت عن مسارها وتحولت إلى مشاريع استثمارية مربحة تسعى لتحقيق وجود فضائي، حتى وان كان يتسم بالارتجالية والتسرع ويكرس التبعية التلفزيونية للغرب ويعتمد على الإنتاج المستورد الغير مراقب بكل ما يحمله من قيم تربوية دخيلة تغذي في الطفل تمثلات غريبة عن بيئته وعن ميولاته، وتعيد إنتاج التراكمات السلبية وإقرارها في مخياله.

إن استنطاق الخارطة البرمجية العربية قد مكن من الوقوف على:

- سيطرة القطاع الخاص على المشهد الإعلامي.
- الاعتماد على البث الرقمي المفتوح مع ظهور بعض القنوات المشفرة.
- معظم قنوات الأطفال تقتصر تغطيتها الجغرافية على الداخل وتتوجه بالأساس إلى جمهور عربي.
- الاعتماد على اللغة العربية واللهجات المحلية العربية وعلى البث على مدار الساعة.
- الاعتماد على برمجة تتصف رغم الحضور الكمي بانعدام التوازن بين أصناف البرامج وتهميش أغلبها.
- إتباع سياسة ملء الفراغ وانتهاج السهل المريح.

محورية الكرتون في السياسات التلفزيونية العربية بالرغم من اطلاع بعض المؤسسات الإعلامية على غرار قناة براعم والجزيرة للأطفال على بعض البحوث النفسية والتربوية والاجتماعية الأكاديمية، وعلى بعض الدراسات الميدانية المتصلة بالطفل العربي غير أن انعكاس هذا الاطلاع على ما تخطط له أو تنتجه يبقى محملاً ببعض جوانب القصور.

الفصل الخامس:

عرض القيم التربوية في

برامج الأطفال عينة الدراسة

بعد الانتهاء من جمع المادة التحليلية والقيام بعملية الترميز بتطبيق الخطوات المنهجية التي سبق وأن حددت في الإطار المنهجي للدراسة، تأتي مرحلة تحليل وتفسير البيانات التي يجيب من خلالها الباحث على تساؤلات الدراسة، لذلك نعرض في هذه المرحلة نتائج الدراسة التحليلية من خلال تقسيمها إلى فصلين:

- فصل نتناول فيه القيم التربوية في برامج الأطفال عينة الدراسة والمتمثلة في: قيم التوجه الذاتي، قيم التوجه نحو الآخرين، قيم التوجه نحو البيئة.

- فصل نتناول فيه الشكل الذي قدمت به القيم التربوية محل الدراسة من حيث كيفية ظهور الشخصيات الرئيسية الحاملة للقيم التربوية، الأدوات التعبيرية المستخدمة، أسلوب عرض القيمة.

أما هذا الفصل، فسنقوم من خلاله بعرض وتحليل البيانات المتعلقة بالقيم التربوية في برامج الأطفال عينة الدراسة وفقا للتصنيف المقترح حول القيم التربوية التي تم تحديد أبعادها في الإطار المفهومي للدراسة وضبط مؤشراتها في التعريفات الإجرائية لفئات التحليل، وذلك بإتباع الخطوات التالية:

- عرض القيم التربوية حسب قنوات البحث: يتم عرض قيم التوجه الذاتي والتوجه نحو الآخرين والتوجه البيئي، وفقا لعينة الدراسة التي بلغ عددها 24 مفردة موزعة بالتساوي بين القناتين محل الدراسة (قناة أم.بي.سي.3، قناة تلفزيون جيم) مع استخراج القيم التربوية لكل قناة على حدى.

- عرض القيم التربوية المتضمنة حسب الشرائح العمرية التي تستهدفها عينة الدراسة: حيث قمنا بتقسيم مرحلة الطفولة إلى شرائح عمرية حسب مراحل النمو النفسي والاجتماعي والمعرفي والأخلاقي والتي حددناها في الإطار المفهومي وفي الفصول النظرية، وتكييفها مع التقسيم الذي تعتمده القنوات الأطفال عالميا. فمن خلال متابعتنا لبنية شبكاتها البرمجية اتضح أنها لا تشذ عن هذا التوجه السائد عالميا في جدولة البرامج، أين تكون الفترة الصباحية موجهة لأطفال ما قبل المدرسة، منتصف النهار وما بعد الظهر لبرامج لأطفال المرحلة المتوسطة، ومساء وليلا لأطفال المرحلة المتأخرة. وحصلنا بذلك على 8 برامج لكل شريحة

عمرية. والهدف من توزيع برامج الأطفال عينة الدراسة حسب الشرائح العمرية هو الكشف عن مدى قدرة برامج الأطفال على احترام خصوصية المرحلة العمرية من حيث النسق القيمي المقدم، لأنه بات من الصعب الحديث عن محتوى إعلامي وقيمي عام موجه للطفل بغض النظر عن خصوصيات ومتطلبات المرحلة العمرية.

- عرض القيم التربوية حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة؛ ذلك أن الشخصية الرئيسية في البرنامج تعكس الفكرة المحورية، باعتبارها نموذجاً ثقافياً إيديولوجياً وقيماً يعمل على تمرير أهداف ورؤى ومفاهيم القائم بالاتصال الذي يقوم بتشكيلها وإعادة بعثها فنياً وجمالياً وقيماً عبر الشخصيات الموظفة، كما تعتبر الشخصية أهم مكون إخراجي يتأثر به الطفل ويستجيب له ويتماهاً معه، ويحدد له ما يجب عليه فعله وما يجب عليه أن يكونه. وهو ما يجعلنا نبحث إن كان هناك تأثيراً لجنس الشخصية الرئيسية في حضور توجهات قيمية أو تغييب قيم معينة، أم أن المحتوى الإعلامي يقدم قيماً تربوية متنوعة تساهم في تحطيم التصورات الجاهزة والمعممة والمحرفة عما هو منتظر أن يكونه الأفراد ذكورا وإناثاً. وقد قسمنا البرامج وفقاً لجنس الشخصية الرئيسية على النحو التالي: 12 برنامجاً يوظف شخصيات رئيسية أنثوية، 3 برامج توظف شخصيات رئيسية ذكورية، 9 برامج توظف شخصيات مختلطة لنحصل على التصنيف التالي:

- برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية: دوريات المخلاب، كاسبر الشبح اللطيف، كونغ فو بندا أساطير الروعة.
- برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية: دورا المستكشفة، الجاسوسيات، بنات وبس، مارتين، دانيا، فليكا، قولولي كيف؟، سيرك جوجو، إيلا بيلا، برنامج نون، مغامرات سارة جاين، يوميات مادي.
- برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية مختلطة: كيت وميم ميم، أسماك الفقاعات، غزو الكائنات البحرية، أبطال بلدة هيجلي، الأوفياء يحكمون كوكب الأرض، أنا والدمى، حكاية العم مصلح، حملة العلوم، طريق السلام.

- عرض القيم التربوية المتضمنة في برامج الأطفال حسب بلد الإنتاج، والتي قسمناها حسب التوجهات الإنتاجية المتعارف عليها في السوق العالمية: توجه أمريكي (7)، توجه ياباني (2)،

توجه أوروبا اللاتينية(5برامج)،التوجه البريطاني (2)، توجه عربي(6)، التوجه المشترك بين أقطاب إنتاجية (2).

من هذا المنطلق تم توزيع برامج الأطفال عينة الدراسة على النحو التالي:

- ✓ إنتاج أمريكي: أبطال بلدة هيجلي، دورا المستكشفة، أسماك الفقاعات، دوريات المخلاب، فليكا، كاسبر الشبح اللطيف، كونغ فو بندا أساطير الروعة..
- ✓ إنتاج ياباني: الأوفياء يحكمون كوكب الأرض، طريق السلام
- ✓ إنتاج أوروبا الأثينية: الجاسوسيات، إيلا بيلا، غزو الكائنات البحرية، مارتين، يوميات مادي.
- ✓ إنتاج بريطاني: أنا والدمى، مغامرات سارة جاين.
- ✓ إنتاج عربي: برنامج نون، برنامج بنات ويس، حكايات العم مصلح، حملة العلوم، دانيا، قولولي كيف؟.
- ✓ إنتاج مشترك: سيرك جوجو، كيتوميم ميم.

أولاً: عرض قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال عينة الدراسة

المحور الأول: عرض قيم التوجه الذاتي حسب قنوات البث: حيث نتناول في هذا المحور عرض وتحليل كيفية توزيع قيم التوجه الذاتي في كل من قناة أم.بي.سي 3 وتلفزيون جيم.

جدول رقم 10: توزيع قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال في كل من قناتي أم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

قمنا بهذا العنصر استخراج قيم التوجه نحو الذات والتي قسمناها إلى ذات جسمية، انفعالية، إنجازية، الذات الكلية كما هو موضح في الإطار المفهمي.

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة إم بي سي 3		قيم التوجه الذاتي
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
11.25	17	5.29	8	5.96	9	قيم التوجه نحو الذات الجسمية
27.15	41	11.25	17	15.89	24	قيم التوجه نحو الذات الانفعالية
40.39	61	18.54	28	21.85	33	قيم التوجه نحو الذات الإنجازية

21.19	32	11.92	18	9.27	14	قيم التوجه نحو الذات الكلية
100	151	47.01	71	52.98	80	المجموع الكلي

ملاحظة: تم تقسيم تكرارات حضور القيم على المجموع الكلي لقيم التوجه الذاتي والذي بلغ 151 تكرارا.

يتضح من خلال الجدول السابق أن توزيع قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال عينة الدراسة

جاء على النحو التالي:

تحصلت قيم التوجه نحو الذات الإنجازية على الترتيب الأول بنسبة 40.39% وبعده تكرارات بلغ 61 تكرارا من مجموع التكرارات الكلي الذي بلغ 151 تكرارا، موزعة بين كل من قناة إم بي سي 3 التي وصلت نسبتها إلى 21.85%، وقناة تلفزيون جيم التي وصلت نسبتها إلى 18.54%.

أما قيم التوجه نحو الذات الانفعالية فقد حصلت على الترتيب الثاني بنسبة 27.15% وبمجموع 41 تكرارا، موزعة بين قناة إم بي سي 3 التي حظيت بنسبة 15.89%، وتلفزيون جيم الذي لم يحصل سوى على نسبة 15.89%. في حين أن قيم التوجه نحو الذات الكلية قد بلغت نسبتها 21.19% وبمجموع 32 تكرارا تقاسمتها كل من قناة إم بي سي 3 بنسبة 9.27% وتلفزيون جيم بنسبة 11.92%. بينما لم تحظ قيم التوجه نحو الذات الجسمية سوى بترتيب ضعيف لم تتجاوز نسبتها 11.25% بمجموع 17 تكرارا موزعة بين قناة إم بي سي 3 التي حصلت على نسبة 5.96%، وقناة تلفزيون جيم التي حظيت بنسبة 5.29%.

من خلال قراءتنا للبيانات الإحصائية السابقة يمكن تسجيل ملاحظتين:

✓ **الملاحظة الأولى:** اهتمام برامج الأطفال عينة الدراسة بقيم التوجه الذاتي والذي تعكسه ارتفاع نسب فئاتها الفرعية ومجموع تكراراتها الذي بلغ 151 تكرارا، مما يسهم في التأسيس لعلاقة سوية للطفل مع ذاته والتي على أساسها يستطيع الطفل بناء علاقات متينة وناجعة مع كل ما يحيط به، وتتضاعف أهمية هذا البعد القيمي في البيئة العربية، حيث يعاني الإنسان العربي حسب تشخيص العديد من الباحثين من علاقة متذبذبة مع ذاته تتراوح أحيانا بين الأنانية المفرطة والتضحية القائمة على الطاعة والخضوع للآخر (انظر: مصطفى حجازي: التخلف الاجتماعي: مدخل إلى سيكولوجية الإنسان المقهور، حليم بركات: المجتمع العربي المعاصر: بحث استطلاعي اجتماعي، هشام شرابي: مقدمات لدراسة المجتمع العربي المعاصر). وإن كنا لا نوافق تماما على هذا الطرح الذي تغذيه الرؤى

التعميمية ويحتاج إلى مراجعة وإعادة قراءة وتفقد الدقة التي تتطلبها المعالجة الموضوعية الرصينة، لكنه على الأقل يسمح لنا بتوصيف وضعية الطفل العربي في غياب المعطيات الكمية والكيفية التي تحول دون فهم علاقة الطفل العربي بذاته بشكل معمق. ومن الدراسات القليلة التي حاولت الكشف عن أنماط التربية السائدة في المجتمعات العربية "تجد دراسة القرشي التي تؤكد أن الاتجاهات الوالدية في تربية الأبناء يغلب عليها التذبذب، تعتبر أكثر الاتجاهات الغير سوية ارتفاعا... كما تعتبر اتجاه الحماية الزائدة أيضا مرتفع نسبيا"³⁶⁵، كما أن معاشتنا اليومية للواقع الجزائري تسمح لنا بتقصي بعض أنماط التربية السائدة في أسرنا الجزائرية التي كثيرا ما يغلب عليها الارتجالية في التربية، مما يجعلها عرضة للعاطفية الزائدة و التساهل الغير مبرر أو التسلط والصرامة المجحفة، فتعمل أنماط التربية المهملة في بناء طفل غير قادر على ضبط ذاته أناني وخاضع لانتفالاته، بينما يعمل النمط التسلطي على بناء طفل غير واثق ومسايير وازدواجي، وكلها معيقات وحواجز تمنع الطفل من اكتشاف ذاته وإدارتها بشكل فعال، كما أن الرؤية الاستهلاكية للطفل العربي باعتباره مجرد امتداد للأسرة وكضمان للوالدين في الكبر وتعزيز لمكانة المرأة وحمايتها من تهديد التخلي عنها في حالة عدم الإنجاب، تجعلنا غير قادرين على النظر إليه كقيمة والاستثمار في طاقاته وقدراته بشكل بناء، بل على العكس من ذلك انه يشكل عبء وفرد مستهلك وكائن مكلف، مما يجعل الطفل يستشعر الدونية ويصرف طاقاته بشكل غير سوي. وهذا لا يعني أن التلفزيون وحده قادر على تصحيح هذه العلاقة وإنما يظل أداة تنشئة اجتماعية من بين عدة أدوات قادرة على مساعدة الطفل على التعامل مع ذاته وإدارتها بطريقة ناجعة وفعالة وصحية من خلال تزويده بالسلوكيات والمهارات الحياتية اللازمة وتشجيعه على تبني الخيارات الذاتية الفاعلة.

✓ **الملاحظة الثانية:** أن حضور قيم التوجه الذاتي في المحتوى الإعلامي محل الدراسة وإن كان مؤشرا ايجابيا من الناحية الكمية، إلا أنه طرح من وجهة نظرنا عدة انشغالات وتساؤلات حول تحقيق التوازن والتكامل في حضور القيم في مختلف أبعاد الذات الإنسانية، فبرامج الأطفال عينة الدراسة وإن كانت أولت اهتماما متزايدا بقيم التوجه نحو الذات الإنجازية من أجل بناء الطفل الإيجابي والمنتج القادر على النهوض بأمته حضاريا وثقافيا وتنمويا، فإنها غضت الطرف عن

³⁶⁵ محمد عماد الدين إسماعيل، الأطفال مرآة المجتمع، مرجع سابق، ص 309

³⁶⁶ حليم بركات: المجتمع العربي المعاصر: بحث استطلاعي اجتماعي، مرجع سابق، ص 349.

قيم التوجه نحو الذات الجسمية من حيث نسب تواجدها ضمن عينة الدراسة، وهو ما كان مخالفاً للتوصيات، في مختلف الندوات والملتقيات العالمية والعربية التي أكدت على الدور المنوط ببرامج الأطفال في تزويد الطفل بالمهارات والسلوكيات التي تجعله قادر على تبني خيارات صحية وإتباع نمط حياة وإنتاج سلوكيات رشيدة تحافظ على ذاته الجسمية، "فنجذ على سبيل المثال ورشة ثقافة الطفل العربي والألفية الثالثة التي تؤكد على ضرورة تفعيل القنوات الفضائية للقيم الصحية للطفل وتشجيعه على تبني أنماط حياة وتغذية تعزز رصيده الصحي"³⁶⁶، سواء من خلال الاهتمام بالمظهر الخارجي الذي يمنح الطفل مزيد من الثقة فيذاته الكلية أو من خلال تبني خيارات صحية تحافظ على سلامته الجسمية.

جدول رقم 11: توزيع قيم التوجه نحو الذات الجسمية في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة إم بي سي 3		قيم التوجه نحو الذات الجسمية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
41.17	7	29.41	5	11.76	2	الاهتمام بالمظهر الخارجي
11.76	2	/	/	11.76	2	تكوين عادات غذائية ايجابية
5.88	1	/	/	5.88	1	الاهتمام بالنظافة الجسمية للطفل
23.52	4	11.76	2	11.76	2	المحافظة على السلامة الجسدية
11.76	2	5.88	1	5.88	1	توعية الطفل بمراحل نموه الجسدي
5.88	1	/	/	5.88	1	تشجيع على ممارسة الرياضة
100	17	47.05	8	52.92	9	مجموع قيم التوجه نحو الذات الجسمية

ملاحظة: تم تقسيم تكرارات حضور الفئات الفرعية على المجموع الكلي لتكرارات قيم التوجه نحو الذات الجسمية والذي بلغ 17 تكرارا

تبين بيانات الجدول أعلاه أن قيم التوجه نحو الذات الجسمية قد توزعت في برامج الأطفال عينة الدراسة على النحو التالي:

³⁶⁶ حمد عقلا العقلا: ثقافة الطفل والتحديات المفروضة في ظل عالم جديد، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 2، تونس، 2002. ص4.

حظيت فئة الاهتمام بالمظهر الخارجي على أعلى ترتيب بنسبة 41.17% موزعة بين قناة إم بي سي 3 التي حصلت على نسبة 11.76% وقناة تلفزيون جيم التي حظيت بنسبة 29.41%، في حين تحصلت كل من فئة اهتمام الطفل بنظافته الجسمية، تشجيع الطفل على ممارسة الرياضة على نسبة لم تتجاوز 5.88% في قناة إم بي سي 3 ولم تظهر نهائياً في برامج قناة تلفزيون جيم. ويعود ارتفاع نسبة اهتمام برامج الأطفال بالمظهر الخارجي على حساب المؤشرات الأخرى إلى دواعي وأسباب تجارية محضة، بحيث لا تتجه صناعة برامج الأطفال نحو بناء الهوية الشكلية للطفل من منطلق تزويده بمهارات وسلوكيات تنظيم مظهره والاعتناء بشكله، بقدر ما تحرص على إعطاء الشكل والمظهر قيمة مضافة على حساب الأبعاد الأخرى للشخصية، معتمدة على أسلوب الإبهار والقطع مع المؤلف لتحقيق الجاذبية والإثارة، من خلال صنع قذوات ونماذج تربوية أنيقة ومبهرة وهو ما ظهر مثلاً في برنامج بنات ويس، ومكمن خطر هذه القذوات ليس فقط في تقديسها للشكل، وإنما في غرس الشعور بالإحباط والقصور لدى الطفل العربي بما يتراكم لديه من عمليات إسقاط لا شعورية على واقع المتخلف مقارنة بما يتسم به الواقع الذي يقدم إليه من خلال الشاشة. وإذا كانت القيم السلبية كما سبق و ذكرنا في الإطار المفهمي ليست بظهور نقيض القيمة وإنما من خلال اختفاء القيم في حد ذاتها داخل النص الإعلامي، فإن ظهور قيم صحية سلبية كان حاضراً في برامج الأطفال عينة الدراسة نتيجة تغييب بعض مؤشراتهما مما قلل من تأثيرها (تشجيع على ممارسة الرياضة، توعية الطفل بمراحل نموه الجسمي، الاهتمام بنظافته الجسمية) خاصة أمام الواقع الصحي المتدني للمجتمع العربي، حيث كتب أحد خبراء منظمة اليونسيف "أن هناك مشكلات صحية جدية وما زالت بغير حل فيما يتعلق بالتوزيع الغير المتكافئ للخدمات الصحية وسوء التغذية في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا... وخلص إلى أن ظروف وعمليات النمو التي يخضع لها أكثرية أطفال وشباب المنطقة العربية تزيد من عدم تكيفهم مع الحياة العصرية على النطاق الفردي والاجتماعي والاقتصادي"³⁶⁷.

³⁶⁷ إلياس زين: الطفل العربي والإنماء، من كتاب: الطفل في الوطن العربي (واقع واحتياجات)، مركز دراسات الوحدة العربية ص.ص 152-

جدول رقم 12: توزيع قيم التوجه نحو الذات الانفعالية في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة إم بي سي 3		قيم التوجه نحو الذات الانفعالية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
17.07	7	9.75	4	7.31	3	تشجيع الطفل على التعبير عن المشاعر
19.51	8	7.31	3	12.19	5	التوعية بأهمية الاستمتاع والمرح
21.95	9	9.75	4	12.19	5	التعود على التصرف بطريقة مقبولة اجتماعيا
17.07	7	4.87	2	12.19	5	التشجيع تأجيل رغباته للوقت المناسب
9.75	4	4.87	2	4.87	2	التشجيع على التحكم في ردود الأفعال
14.63	6	4.87	2	9.75	4	مساعدة الطفل على تجاوز المخاوف
100	41	41.42	17	58.5	24	المجموع

ملاحظة: تم تقسيم تكرارات حضور الفئات الفرعية على المجموع الكلي لتكرارات قيم التوجه نحو الذات الانفعالية والذي بلغ 41 تكرارا

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق أن فئة التعود على التصرف بطريقة مقبولة اجتماعيا استأثرت بأعلى نسبة والمقدرة بـ 21.95% موزعة بين قناة إم بي سي 3 التي تحصلت على نسبة 12.19% وقناة تلفزيون جيم التي حصلت على نسبة 9.75%، ويعد تشجيع الطفل على التصرف بطريقة مقبولة اجتماعيا قيمة تربوية تحرص عليها مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية، غير أن الاختلاف يظل حول كيفية تحيد ما هو مقبول أو غير مقبول اجتماعيا، لأن هذه المعايير تظل وليدة سياقات وبيئات حضارية لها خصوصيتها، فما هو مقبول في ثقافة ما يكون مرفوض في ثقافة أخرى، لذلك عمدت برامج الأطفال عينة الدراسة إلى صياغة المعايير والسلوكيات الاجتماعية على النمط الكوني ولم تراعى فيها الخصوصية الثقافية للمجتمعات، وهو ما أظهرته مثلا سلسلة أنا والدمى التي تشجع الطفل على قبول الصداقات، والعلاقات بين الجنسين، ومشروعية أن تكون للفتاة أو الفتى حبيب أو معجب باعتبارها سلوكيات مقبولة اجتماعيا، وهذا مخالف لعاداتنا وقيمنا المجتمعية.

كما تبين لنا بيانات الجدول السابق أن برامج الأطفال عينة الدراسة لم تولي اهتماما بقيمة التشجيع على التحكم في ردود الأفعال، إذ لم تتجاوز نسبتها 9.75% موزعة بين قناة إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم بشكل متكافئ وبنسبة 4.87%، حيث يعود إغفال هذه القيمة من وجهة النظر الباحثة

إلى سعي برامج الأطفال لتكريس مبدأ تجاري وتسويقي مهم "المبالغة وليدة الوظيفة" حيث تتبع برامج الأطفال أسلوب المبالغة في إظهار الانفعالات من باب إضفاء جو كميدي أو درامي واستقطاب أكبر قدر من جمهور الأطفال، فصناع برامج الأطفال لا يسعون لمحاكاة الطبيعة لمنحنا نسخة طبق الأصل من الواقع، بل المهم هو الحقيقة الانفعالية وإضفاء الإثارة والإبهار على المضمون من خلال إطلاق العنان للانفعالات ومفاجأة الجمهور بردود أفعال غير متوقعة.

جدول رقم 13: توزيع قيم التوجه نحو الذات الإنجازية في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة إم بي سي 3		قيم التوجه نحو الذات الإنجازية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
14.75	9	4.91	3	9.83	6	تنمية ثقة الطفل في قدراته
3.27	2	1.63	1	1.63	1	إتباع الطرق الأخلاقية في تحقيق الأهداف
13.11	8	6.55	4	6.55	4	تشجيع المبادرة والانهماك في نشاطات جديدة
16.39	10	8.19	5	8.19	5	التشجيع على احترام خياراته الشخصية
19.67	12	9.83	6	9.83	6	التشجيع على الاعتماد على الذات في انجاز المهام
8.19	5	4.91	3	3.27	2	التعلم من الأخطاء
14.75	9	4.91	3	9.83	6	التدريب على التخطيط المسبق للأمور
9.83	6	4.91	3	4.91	3	توعية الطفل بأهمية الاستعانة بالآخرين
100	61	45.84	28	54.04	33	المجموع

ملاحظة: تم تقسيم تكرارات حضور الفئات الفرعية على المجموع الكلي لتكرارات قيم التوجه نحو الذات الإنجازية والذي بلغ 61 تكرارا.

يتضح من خلال بيانات الدراسة التحليلية أن قيم التوجه نحو الذات الإنجازية توزعت بين برامج إم بي سي 3 وتلفزيون جيم على النحو التالي:

استأثرت فئة التشجيع على الاعتماد على الذات في انجاز المهام بأعلى نسبة بلغت 19.67% موزعة بين قناة إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم بشكل متكافئ، حيث وصلت نسبة كل منهما إلى 9.83%. أما قيمة إتباع الطرق الأخلاقية في تحقيق الأهداف حصدت أقل ترتيب حيث لم تتجاوز نسبتها 3.27%، موزعة بين برامج قناة تلفزيون جيم وقناة إم بي سي 3 والتي لم تتجاوز نسبة

كل منهما 1.63%. ويعد التركيز على الجانب الانجازي في تعامل الطفل مع ذاته أمر في غاية الأهمية، حيث يسمح ببناء طفل القرن الواحد والعشرين القادر على الإنجاز والإنتاج بشكل إيجابي لكن عدم تحصيل الجانب الانجازي ووضعه في إطاره الأخلاقي قد يوقع الطفل في مزالق قيمية حيث يخلق لدى الطفل، "ما عبر عنه أحد الباحثين بالشخصية الفهلوية التي تهتم بالنجاح الشكلي بأقصر الطرق، واللجوء إلى الحيل وإخفاء العيوب واعتماد الفكر التبريري والمجاملة وموافقة الرأي الغالب وتغليب المصلحة الشخصية"³⁶⁸. وهو ما يشجع الطفل على السعي للنجاح بأسهل الطرق ما دامت الغاية تبرر الوسيلة.

جدول رقم 14: توزيع قيم التوجه نحو الذات الكلية في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة إم بي سي 3		قيم التوجه نحو الذات الكلية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
21.87	7	12.5	4	9.37	3	تشجيع الطفل على تقبل شكله، وضعه الاجتماعي، قدراته
15.62	5	9.37	3	6.25	2	عدم ربط احترام الطفل لذاته بتفوق في ميدان معين
12.5	4	6.25	2	6.25	2	تشجيع الطفل على التعريف بمختلف جوانب ذاته
12.5	4	6.25	2	6.25	2	تشجيع الطفل على عدم مقارنة ذاته بغيره
21.87	7	12.5	4	9.37	3	مساعدة الطفل على معرفة نقاط قوته وضعفه
15.62	5	9.37	3	6.25	2	تشجيع الطفل على الوعي بتميزه وفردانيته
100	32	56.25	18	43.75	14	المجموع

ملاحظة: تم تقسيم تكرارات حضور الفئات الفرعية على المجموع الكلي لتكرارات قيم التوجه نحو الذات الكلية والذي بلغ 32 تكرارا

توضح بيانات الجدول أعلاه أن قيم التوجه نحو الذات الكلية قد توزعت بشكل متفاوت في برامج الأطفال عينة الدراسة حيث استأثرت كل من فئة تشجيع الطفل على تقبل ذاته، وفئة مساعدة الطفل على معرفة نقاط قوته وضعفه بنسبة 21.87% لكل فئة بينما تحصلت الفئات الأخرى على نسب متقاربة. والملاحظة التي يمكن تسجيلها أن أبعاد هذا التوجه القيمي كانت حاضرة في برامج

³⁶⁸ محمد أحمد موسى: دور نظام التعليم في تنشئة الطفل العربي، الطفل في الوطن العربي (واقع واحتياجات)، مرجع سابق، ص 179.

الأطفال عينة الدراسة حيث سعت إلى غرس قيم تقبل الطفل لذاته والتي على أساسها يتقبل الطفل كل ما حوله ويعترف بوجوده.

المحور الثاني: توزيع القيم التربوية محل الدراسة حسب الشريحة العمرية المستهدفة:

نتناول في هذا المحور توزيع قيم التوجه الذاتي حسب الشرائح العمرية التي تستهدفها برامج الأطفال عينة الدراسة وهي: شريحة الطفولة المبكرة، شريحة الطفولة المتوسطة، شريحة الطفولة المتأخرة.

• **توزيع القيم التربوية حسب عينة برامج الأطفال الموجهة لأطفال ما قبل المدرسة:**

جدول رقم 15: توزيع قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال في البرامج الموجهة لأطفال ما قبل المدرسة:

برامج مرحلة الطفولة المبكرة		قيم التوجه الذاتي		
النسبة	التكرار			
4.16	2	الاهتمام بالمظهر الخارجي	قيم التوجه نحو الذات الجسمية	
/	/	تكوين عادات غذائية ايجابية		
/	/	اهتمام الطفل بنظافته الجسمية		
2.08	1	المحافظة على السلامة الجسدية		
2.08	1	توعية الطفل بمراحل نموه الجسمي		
/	/	تشجيع على ممارسة الرياضة		
8.33	4	المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الجسمية		
6.25	3	تشجيع الطفل على التعبير عن المشاعر	قيم التوجه نحو الذات الانفعالية	
6.25	3	التوعية بأهمية الاستمتاع والمرح		
8.33	4	التعود على التصرف بطريقة مقبولة اجتماعيا		
6.25	3	التشجيع تأجيل رغباته للوقت المناسب		
2.08	1	التشجيع على التحكم في ردود الأفعال		
4.16	2	مساعدة الطفل على تجاوز المخاوف		
33.33	16	المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الانفعالية		

6.25	3	تنمية ثقة الطفل في قدراته	قيم التوجه نحو الذات الإنجازية	
/	/	التشجيع على إتباع الطرق الأخلاقية في تحقيق الأهداف		
6.25	3	تشجيع المبادرة والانهماك في نشاطات جديدة		
6.25	3	التشجيع على احترام خياراته الشخصية		
4.16	2	الاعتماد على الذات في انجاز المهام		
2.08	1	التعلم من الأخطاء		
6.25	3	التدريب على التخطيط المسبق للأمور		
4.16	2	توعية الطفل بأهمية الاستعانة بالآخرين		
35.41	17	المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الإنجازية		
6.25	3	تشجيع الطفل على تقبل شكله، وضعه الاجتماعي، قدراته	قيم التوجه نحو الذات الكلية	
2.08	1	عدم ربط احترام الطفل لذاته بتفوقه في ميدان معين		
6.25	3	تشجيع الطفل على التعريف بمختلف جوانب ذاته		
2.08	1	تشجيع الطفل على عدم مقارنة ذاته بغيره		
4.16	2	مساعدة على معرفة نقاط قوته وضعفه		
2.08	1	تشجيع الطفل على الوعي بتميزه وفردانيته		
22.91	11	المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الكلية		
100	48	المجموع		

ملاحظة: تم تقسيم تكرارات حضور الفئات الفرعية على المجموع الكلي لتكرارات قيم التوجه الذاتي في برامج الطفولة المبكرة والذي بلغ 48 تكرارا

توضح نتائج الدراسة التحليلية أن قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال الموجهة للمرحلة المبكرة قد عرفت حضوراً قوياً حيث بلغ عدد تكراراتها 48 تكراراً وتوزعت نسبها في برامج الأطفال عينة الدراسة على النحو التالي:

- **قيم التوجه نحو الذات الجسمية:** برزت قيم التوجه نحو الذات الجسمية بتكرار ضعيف لم يتجاوز 4 تكرارات وبنسبة لم تتجاوز 8.33% مع غياب العديد من المؤشرات كالاهتمام بالنظافة الجسمية، تكوين عادات غذائية ايجابية، تشجيع الطفل على ممارسة الرياضة، مما يجعل برامج الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة لا تستجيب لاحتياجات الطفل في تكوين تصور حول ذاته الجسمية ومراحل نموه الجسمي وعاداته الغذائية وكيفية الاهتمام بصحته، والوضع يتفاقم في حالة الطفل العربي "حيث تشير الدراسات إلى أن واقع الطفل العربي في مرحلة الطفولة المبكرة لا يزال متدنياً ويعاني من ضعف التوجيه في المجال الغذائي المتكامل والمتوازن يتطلب المزيد من الاهتمام والرعاية الصحية والغذائية خاصة أطفال المجتمعات الريفية والبدوية والحضرية الفقيرة نظراً مما تسجله هذه الفئات من تهميش في الرعاية التعرض السريع للأمراض والأوبئة وارتفاع نسبة الوفيات"³⁶⁹.

ويعود ضعف ظهور القيم الصحية في برامج الأطفال الموجهة للطفولة المبكرة لتحاشي منتجي البرامج الخوض في المواضيع الجادة التي قد تنفر الطفل وتبعده عن المضمون المقدم، خاصة وأن أطفال هذه المرحلة يتابعون برامج الأطفال فقط من أجل التسلية، وهو ما يتطلب أن تولي برامج الأطفال وقنوات الطفل العربية المتخصصة أهمية لهذا النوع من القيم، من خلال الحرص على تضمين شبكاتنا البرمجية فقرات ومواضيع تحترم خصوصية المرحلة العمرية، وتسعى لتوعية الطفل بالجانب الصحي بتقديم إجراءات عملية تكسبه عادات غذائية وحياتية سليمة في قالب من التسلية واللعب.

- **قيم التوجه نحو الذات الانفعالية:** حظيت قيم التوجه نحو الذات الانفعالية بنسبة 33.33% ويعد تكرارات بلغ 16 تكراراً، نظراً لما تكتسبه هذه القيم من أهمية، خاصة أن انفعالات الطفل تتميز في هذه المرحلة بالحدة وعدم الاستقرار وسرعة التقلب من حالة انفعالية إلى أخرى، مما يجعل لبرامج التلفزيون دوراً بارزاً في مساعدة الطفل على ضبط علاقته بذاته،

³⁶⁹ أحمد عبد الحليم: حقوق الطفل العربي، الطفل في الوطن العربي (واقع واحتياجات)، مرجع سابق، ص 138

كما أن مصادر الضبط في هذه المرحلة تكون خارجية حسب منظور جون بياجيه في تحديده لمراحل النمو الأخلاقي للطفل والتي تناولناها في الفصول النظرية، مما يجعل تعلم السلوكيات والقيم أفضل، بالاعتماد على النماذج الرمزية (التلفزيون).

والملاحظ من بيانات الجدول السابق هو حضور مختلف أبعاد التوجه نحو الذات الانفعالية حيث حصدت قيمة التعود على التصرف بطريقة مقبولة اجتماعيا نسبة 8.33% وبدرجة اقل قيمة تأجيل الرغبات، وأهمية الاستمتاع والمرح، والتشجيع على التعبير عن المشاعر والتي حظيت كل منها بنسبة 6.25%. فنجد مثلا برنامج ايليا بيلا، وكيت وميم ميم اللذان سمحا بتقديم تصور متكامل عن الترفية والتعبير عن الذات، وهو ما يمكن من ضحك مفاهيم التسلية وإبداء الرأي بدلالات ايجابية، خاصة أن مجتمعاتنا العربية كثير ما تخطط الترفيه كفعل بناء بتضييع الوقت والاستهتار، وتخط بين قيمة التعبير عن الذات كفعل ايجابي الوقاحة وقلة الاحتشام كسلوك سلبي، مما يتسبب في تكريس ثقافة المسايرة وإتباع الرأي الغالب والازدواجية، بينما نجح برنامج أبطال بلدة هيجلى ودوريات المخلاب في تقديم نماذج حول تأجيل الرغبات للوقت المناسب، وإن كان يمكن لبرامج الأطفال الموجهة لطفل ما قبل المدرسة أن تدعم التوجه نحو ضبط الذات وإدارة الانفعالات بتكثيف قيمة التحكم في ردود الأفعال وتجاوز المخاوف اللتان حضتا بحضور ضعيف ترجمته تدني نسب تواجدهما، حيث تساعد هذه النوعية من البرامج على تحقيق نضج انفعالي وأخلاقي للطفل ما قبل المدرسة، فالوصول إلى مستوى قيمي أفضل لدى الطفل يكون من خلال تعلم مهارات الضبط الذاتي والتحرر من المشاعر السلبية من خلال التدريب على التعامل معها وتصريفها بشكل مقبول بدل كبتها.

- **قيم التوجه نحو الذات الإنجازية:** تحصلت على نسبة 35.41% حيث ظهرت معظم أبعادها القيمية بنسب متقاربة مما يعزز من حضور هذا التوجه القيمي داخل النص الإعلامي، وهو ما يترجم اهتمام برامج الأطفال عينة الدراسة بتكوين اتجاهات ايجابية لدى الطفل منذ مراحل عمره المبكرة نحو كل ما هو متعلق بإنجازات الطفل وكفاءاته ومهاراته العملية حسب مجالات سنه، خاصة وأن الطفولة المبكرة تتطلب حسب منظور بياجيه (الذي سبق وأن تناولناه في الفصل النظري) اكتساب الطفل قيم التنظيم الذاتي من خلال تعلم سلوكيات واتجاهات يطورها الطفل بنفسه معتمدا على توجيهات مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى (من بينها التلفزيون)، وهي الحاجات القيمية ذاتها التي وصفها إريكسون بأزمات الثقة مقابل فقدان الثقة، الاستقلال

مقابل الشك، المبادرة مقابل الشعور بالذنب، فقد نجح مثلا برنامج دورا المستكشفة في تشجيع الطفل على التخطيط من خلال فكرة الخريطة، والتشجيع على المبادرة وتنمية ثقة الطفل في قدراته على التعلم من الأخطاء من خلال السعي لحل المشاكل التي تتعرض لها دورا ورفيقها موز. بالإضافة إلى إبراز قيم احترام الخيرات الشخصية للطفل في هذه المرحلة العمرية المبكرة والتي بلغت 6.25%، أن كان هذا قد يوقع الطفل في الاعتقاد بالحرية المطلقة في تبني القواعد والقيم التي يرغبها والتي عادةما تستجيب لاحتياجاته بغض النظر عن مصلحة الجماعة، وهو ما يستلزم إدراج قيم ضرورة الاستعانة بالآخرين ودمجها مع قيم احترام الخيرات الشخصية، مما يسمح بضبط العلاقة والحدود بين تنمية الاستقلالية والحرية المطلقة، الأمر الذي لم تظهره برنامج سرك جوجو حيث تعتمد المهرجة الصغيرة في اختيار حداثها دون الاستعانة بوالدتها أو صديقها الأسد.

وبالرغم من سعي برامج الأطفال لتعزيز قيم التوجه نحو الذات الانجازية إلا أنها أغفلت نقطة بالغة الأهمية، حيث لم تقدم تحقيق الأهداف والإنجاز في إطاره الأخلاقي وهو ما تعبر عنه غياب قيمة التشجيع على إتباع الطرق الأخلاقية في تحقيق الأهداف، لأن الطفل في هذه المرحلة يتعامل مع القواعد والأخلاقيات بنظرة أدائية محضة، ويعتبر أن ما هو أخلاقي هو ما يشجعه الآخرون وما يحقق له لذة مما قد يوقعه في الفهم الخاطئ للإنجاز.

- **قيم التوجه نحو الذات الكلية:** حصلت قيم التوجه نحو الذات الكلية على نسبة 22.91% وبتكرار قدر ب 11 تكرارا، وقد ظهرت فئاتها الفرعية في كل من تشجيع الطفل على التعريف بمختلف جوانب شخصيته، تشجيع الطفل على تقبل ذاته بنسبة 6.25% لكل فئة، وهو مؤشر إيجابي نظرا لمواءمة هذه القيم لمتطلبات المرحلة لأنه- وكما رأينا سابقا- فإن الطفل في هذه المرحلة غير قادر على تكوين مفهوم واضح عن ذاته، ويميل إلى تعريف ذاته بشكل مجزئ وغير دقيق، فهو ينتقل من موضوع أو من مجال ذات إلى آخر دون القدرة على ربط مجالات ذاته ببعضها البعض، وقد نجح برنامج دورا في مساعدة الطفل على التعريف بذاته بشكل متوازن من خلال عرض البطة دورا التي تقدم ذاتها بشكل منظم ومنتسلسل، حيث تتحدث عن اسمها وعمرها وميولاتها، وتركز على سماتها وقدراتها النفسية، وذات الأمر ظهر في برنامج سرك جوجو حيث تميل إلى تقديم تعريف متوازن عن نفسها يشمل مختلف جوانب ذاتها (الجانب الشكلي، الشخصي، المهني..).

وقد حظيت قيمة مساعدة الطفل على معرفة نقاط قوته وضعفه بنسبة 4.16% باعتبارها قيمة ضرورية للطفل في هذه المرحلة العمرية، حيث يكون لدى الطفل مفهوم غير واقعي ومتضخم عن الذات نتيجة خاصية التمرکز حول الذات فيعتقد أن الآخرين يرونه بالطريقة التي يرى بها نفسه، وبالتالي يساعد برامج الأطفال في هذه المرحلة الطفل على تقليص الفجوة بين ذاته الحقيقية وذاته المتصورة، وذلك بمساعدته على التقييم الواقعي لمجالات الكفاية لديه من خلال معرفة نقاط قوته وضعفه. أما عن قيمة عدم ربط احترامه لذاته بالتفوق في مجال معين، وقيمة تشجيع الطفل على الوعي بتمييزه وفردانيته، وقيمة تشجيع الطفل على عدم مقارنة ذاته بغيره فقد حصلت على درجات ضعيفة نوعا ما، فلم تتجاوز نسبة كل منهم 2.08% وظهرت في كل من برنامج ايلابلا وبرنامج أبطال بلدة هيجلي (الذي يعالج فكرة احترام مختلف المهن والوظائف).

جدول رقم 16: توزيع قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال في البرامج الموجهة لأطفال المرحلة المتوسطة:

شريحة الطفولة المتوسطة		الصفات الفرعية	قيم التوجه الذاتي
النسبة	التكرار		
1.92	1	الاهتمام بالمظهر الخارجي	قيم التوجه نحو الذات الجسمية
1.92	1	تكوين عادات غذائية ايجابية	
1.92	1	اهتمام الطفل بنظافته الجسمية	
3.84	2	المحافظة على السلامة الجسدية	
/	/	توعية الطفل بمراحل نموه الجسدي	
1.92	1	تشجيع على ممارسة الرياضة	
11.53	6	المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الجسمية	
3.84	2	تشجيع الطفل على التعبير عن المشاعر	قيم التوجه نحو الذات الانفعالية
5.76	3	التوعية بأهمية الاستمتاع والمرح	
5.76	3	التعود على التصرف بطريقة مقبولة اجتماعيا	
1.92	1	التشجيع تأجيل رغباته للوقت المناسب	
3.84	2	التشجيع على التحكم في ردود الأفعال	
5.76	3	مساعدة الطفل على تجاوز المخاوف	

26.92	14	المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الانفعالية		
7.69	4	تنمية ثقة الطفل في قدراته	قيم التوجه نحو الذات الإنجازية	
1.92	1	إتباع الطرق الأخلاقية في تحقيق الأهداف		
3.84	2	تشجيع المبادرة والانهماك في نشاطات جديدة		
7.69	4	التشجيع على احترام خياراته الشخصية		
9.61	5	التعويد على الاعتماد على الذات في انجاز المهام		
1.92	1	التعلم من الأخطاء		
3.84	2	التدريب على التخطيط المسبق للأمور		
3.84	2	توعية الطفل بأهمية الاستعانة بالآخرين		
40.38	21	المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الإنجازية		
3.84	2	تشجيع الطفل على تقبل شكله، وضعه الاجتماعي، قدراته		قيم التوجه نحو الذات الكلية
3.84	2	عدم ربط احترام الطفل لذاته بتفوق في ميدان معين		
/	/	تشجيع الطفل على التعريف بمختلف جوانب شخصيته		
3.84	2	تشجيع الطفل على عدم مقارنة ذاته بغيره		
5.76	3	مساعدة على معرفة نقاط قوته وضعفه		
3.84	2	تشجيع الطفل على الوعي بتميزه وفردانيته		
21.15	11	المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الكلية		
100	52	المجموع		

ملاحظة: تم تقسيم تكرارات حضور الفئات الفرعية على المجموع الكلي لتكرارات قيم التوجه الذاتي في برامج الطفولة المتوسطة والتي بلغت 52 تكرارا

يكشف لنا الجدول أعلاه أن قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال الموجهة للطفولة المتوسطة قد توزعت على النحو التالي:

- تحصلت قيم التوجه نحو الذات الجسمية على نسبة 11.53% وبمجموع 6 تكرارات والتي ظهرت بشكل ضعيف، خاصة في هذه المرحلة مع تعييب مؤشر توعية الطفل بمراحل نموه الجسمي التي يحتاج فيها الطفل لتشكيل قيم متعلقة بذاته الجسمية كامتداد لتصوراته حول بقية أبعاد ذاته، سواء من خلال المظهر الخارجي والهوية الجسمية للطفل ونمط غذائه ونشاطاته، من أجل الشعور أكثر بالسيطرة على ذاته وتحقيق الكفاية الذاتية الذاتية، وإشباع حاجته في هذه المرحلة للسيطرة على مختلف مجالات ذاته بما فيها الذات الجسمية.
- قيم التوجه نحو الذات الانفعالية وصلت نسبتها إلى 26.92% بعدد تكرارات قدر بـ 14 تكراراً، ونظراً لما تتصف به هذه المرحلة من استقراراً وثبات انفعالي، وسعي الطفل لإشباع حاجاته بطريقة بناءة، واستحسانه للمرح والتسلية ونقص مخاوفه وجعلها أكثر واقعية، فقد قدمت البرامج عينة الدراسة فئات فرعية تدعم هذا التوجه القيمي وتعززه لدى الطفل، من خلال التوعية بأهمية الاستمتاع والمرح (برنامج أنا والدمى)، التعود على التصرف بطريقة مقبولة اجتماعياً (كوبفندا)، مساعدة الطفل على تجاوز المخاوف (كاسير الشبح اللطيف) حيث حظيت كل منها بنسبة 5.76%، غير أن انخفاض درجة قيمة التشجيع على التحكم في ردود الأفعال والتي لم تتجاوز نسبتها 1.92% جعل الباحثة تعتقد أن البرامج عينة الدراسة لم توفق في طرح القيمة بالقدر الكافي، فوصول الطفل لمرحلة من الاستقرار الانفعالي لا يعني مطلقاً وصوله إلى مرحلة النضج الانفعالي، لأنه يظل عرضة للاستثارة الانفعالية مما يجعل حضور هذه القيمة أمراً أساسياً.
- قيم التوجه نحو الذات الإنجازية: حصدت في برامج الأطفال عينة الدراسة نسبة معتبرة جداً مقارنة بالتوجهات القيمية الأخرى حيث قدرت نسبتها بـ 40.38%، وتكمن أهمية حضور هذه القيمة داخل النص الإعلامي الموجه للطفل في كونها ملائمة لاحتياجات المرحلة العمرية والتي أطلق عليها إريكسون أزمة الاجتهاد مقابل الشعور بالنقص، حيث تعزز هذه البرامج حاجة الطفل للسيطرة على مهام الأنا في إطار مجالات سنه، والتي ظهرت مؤشراتنا في تعويد الطفل على الاعتماد على الذات في إنجاز المهام بنسبة 9.61%، وينسب أقل لكل من تنمية الثقة في قدرات الطفل، احترام الخيارات الشخصية للطفل بنسبة 7.67% لكل مؤشر، وتجسدت في العديد من مفردات العينة كبرنامج دانيا، مارتين حملة العلوم، غزو الكائنات البحرية. وإن كان ضعف نسبة التعلم من الأخطاء 1.92% قد تجعل الطفل يكون مفهوم ذات

إنجازيه متضخم وغير واقعي، كما أن ضعف حضور قيمة إتباع الطرق الأخلاقية في تحقيق الأهداف والذي لم تتجاوز نسبته 1.92% لا يتناسب مع احتياجات المرحلة العمرية، لأن حاجة الطفل للإنجاز وتحقيق الذات يجب أن لا يكون على حساب التوجه الأخلاقي، خاصة وأنها فترة ملائمة للانتقال بالطفل من مرحلة الأخلاقية الواقعية القائمة على الجبر والإكراه إلى مرحلة المسؤولية الذاتية، أين يتم تدوير المعايير ويصبح مصدرها داخلي نابع من الإنسان حسب التقسيم الذي طرحه بياجيه لمراحل النمو الأخلاقي للطفل، والتي تناولناها في الفصل النظري.

- **قيم التوجه نحو الذات الكلية** تحصلت على نسبة 21.15% ويعدد تكرارات بلغ 11 تكرارا والتي ظهرت من خلال فئة مساعدة الطفل على معرفة نقاط قوته وضعفه بنسبة 5.76% فئة تقبل ذاته وعدم ربط احترامه لذاته بالتفوق في مجال معين بنسبة 3.84% وذلك من أجل الوصول إلى تقييم واقعي لقدراته وإمكاناته، بعيدا عن لغة الكل أو اللاشيء التي تميز مرحلة الطفولة المبكرة، كما أن هذه القيم ملائمة لهذه المرحلة العمرية والتي كما يسميها "البياجيون الجدد" بمرحلة الأنظمة التمثيلية أي قدرة الطفل على التعرف على ذاته وتقديمها في شكل مفاهيم واسعة وشاملة تشمل مختلف خصائص الذات، وهو ما يفسر غياب قيمة تشجيع الطفل على التعريف بمختلف جوانب شخصيته، غير أنه كان الأجدر ببرامج الأطفال أن تكثف من حضور قيمة تعويد الطفل على عدم مقارنة ذاته بغيره حيث لم تتجاوز نسبة 3.84% خاصة في هذه المرحلة العمرية التي يسعى فيها الطفل إلى بناء تصورات حول ذاته من خلال مقارنتها بذات الآخرين وهو ما قد يضعف قيمة تقبل الذات والثقة في القدرات لديه.

جدول رقم 17: توزيع قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال في البرامج الموجهة لأطفال المرحلة المتأخرة:

برامج الطفولة المتأخرة		الفئات الفرعية	قيم التوجه الذاتي
النسبة	التكرار		
7.84	4	الاهتمام بالمظهر الخارجي	قيم التوجه نحو الذات الجسمية
1.96	1	تكوين عادات غذائية ايجابية	
/	/	اهتمام الطفل بنظافته الجسمية	
1.96	1	المحافظة على السلامة الجسدية	
1.96	1	توعية الطفل بمراحل نموه الجسدي	
/	/	تشجيع على ممارسة الرياضة	
13.72	7	المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الجسمية	
3.92	2	تشجيع الطفل على التعبير عن المشاعر	قيم التوجه نحو الذات الانفعالية
3.92	2	التوعية بأهمية الاستمتاع والمرح	
3.92	2	التعود على التصرف بطريقة مقبولة اجتماعيا	
5.88	3	التشجيع تأجيل رغباته للوقت المناسب	
1.96	1	التشجيع على التحكم في ردود الأفعال	
1.96	1	مساعدة الطفل على تجاوز المخاوف	
21.56	11	المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الانفعالية	
3.92	2	تنمية ثقة الطفل في قدراته	قيم التوجه نحو الذات الإنجازية
1.96	1	إتباع الطرق الأخلاقية في تحقيق الأهداف	
5.88	3	تشجيع المبادرة والانهماك في نشاطات جديدة	
5.88	3	التشجيع على احترام خياراته الشخصية	
9.8	5	الاعتماد على الذات في انجاز المهام	
5.88	3	التعلم من الأخطاء	
7.84	4	التدريب على التخطيط المسبق للأمر	

3.92	2	توعية الطفل بأهمية الاستعانة بالآخرين	
45.09	23	المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الإنجازية	
3.92	2	تشجيع الطفل على تقبل شكله، وضعه الاجتماعي، قدراته	قيم التوجه نحو الذات الكلية
3.92	2	عدم ربط احترام الطفل لذاته بتفوق في ميدان معين	
1.96	1	تشجيع الطفل على التعريف بمختلف جوانب شخصيته	
1.96	1	تشجيع الطفل على عدم مقارنة ذاته بغيره	
3.92	2	مساعدة الطفل على معرفة نقاط قوته وضعفه	
3.92	2	تشجيع الطفل على الوعي بتميزه وفردانيته	
19.6	10	المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الكلية	
100	51	المجموع	

ملاحظة: تم تقسيم تكرارات حضور الفئات الفرعية على المجموع الكلي لتكرارات قيم التوجه الذاتي في برامج الطفولة المتأخرة والتي بلغت 51 تكرارا

يوضح تحليل للبيانات الواردة في الجدول أن توزيع قيم التوجه الذاتي في برامج أطفال المرحلة العمرية المتأخرة جاءت على النحو التالي:

- **قيم التوجه نحو الذات الجسمية** تحصلت على نسبة 13.72% بمجموع تكرارات بلغ 7 تكرارا، حيث تحصلت قيمة الاهتمام بالمظهر الخارجي على الترتيب الأول بنسبة بلغت 7.84%، نظرا لما لها من أهمية في هذه المرحلة العمرية حيث ترتفع لدى الطفل في هذه المرحلة حسب تصنيف كولبرج لمراحل النمو الأخلاقي قيم التأمل الذاتي والشكلي، وإن كانت هذه القيمة قد ظهرت بشكل جلي من الناحية الكمية إلا أن طريقة المعالجة لم تراعي تقديم هذه القيمة ضمن سياق وبيئة عربية فمثلا برنامج بنات ويس من إنتاج قناة إم بي سي 3 قدم هذه الفكرة برؤية غربية بحث الطفل على تجريب ملابس وإكسسوارات لا تمت لثقافته، بصلة مما يوقعه في فخ التشويش والاعتراب، كما أن اختزال انشغالات الطفل وحصرها بالاهتمام بشكله ومظهره على

حساب الأبعاد الأخرى قد يغذي لدى الطفل "ما أطلق عليه الباحث الكند (Elkind) التمرکز حول الذات والذي يتشكل من مكونين أو هام النظارة أي اعتقاد الطفل في بداية مرحلة المراهقة أن الآخرين مشغولين به، والأوهام الشخصية أي اعتقاد المراهق وإحساسه بتميزه وتفردته وأن لا أحد يفهمه"³⁷⁰.

أما قيمة توعية الطفل بمراحل نموه الجسمي، المحافظة على السلامة الجسدية، تكوين عادات غذائية ايجابية فلم تتجاوز نسبة كل منها 1.96%، بينما لم تظهر نهائيا كل من قيمة الاهتمام بالنظافة الجسمية، التشجيع على ممارسة الرياضة، بالرغم من أهميتها في هذه المرحلة العمرية حيث يشهد الطفل بداية تغيرات جسدية ونفسية ويحتاج إلى اكتساب مهارات الاستعداد لها التعامل معها بتعديل نمط الحياة الغذائي والصحي.

- أما قيم التوجه نحو الذات الانفعالية فقد حظيت بنسبة 21.56% وبمجموع تكرارات بلغ 11 تكرارا موزعة بين الفئات الفرعية بنسب متقاربة.

ولم تولي برامج الأطفال أهمية كبيرة لقيمة التوجه نحو الذات الانفعالية، وهذا نظرا لكون هذه المرحلة العمرية مرحلة الطفولة الهادئة حيث ينمو لدى الطفل الذكاء الانفعالي والذي يتضمن مهارات ضبط الذات والحماس والدافعية، لكن هذا لا ينفي حالات التوتر التي تصيب الطفل في هذه المرحلة، حيث تبدأ التغيرات الجسمية والنفسية والانفعالية للدخول في مرحلة المراهقة بكل ما تحمله من نوبات قلق وغضب وتمرد، مما يستلزم من البرامج تزويد الطفل بمزيد من مهارات وقيم التعامل بإيجابية مع انفعالاته.

- حيث تحصلت قيم التوجه نحو الذات الإنجازية على نسبة 49.01% وبعدها تكرارات بلغ 23 تكرار من مجموع 51 تكرارا، وهو مؤشر إيجابي يؤكد احترام برامج الأطفال لخصوصية المرحلة واحتياجاتها لتكوين اتجاه ايجابي نحو ذاته، حيث يعد الاهتمام بهذه الأبعاد القيمية ضروري في مرحلة الطفولة المتأخرة، فحاجة الطفل لتكوين ذات وهوية مستقلة من خلال تنظيم خبراته الحياتية السابقة وتصريف طاقاته بشكل بناء تصبح أكثر إلحاحا لتجاوز الأزمة التي عبر عنها إريكسون في أزمة الهوية مقابل اضطراب الهوية، فإحساس الفرد بالذاتية والهوية ورجبته في تجريب ادوار ومهام جديدة يحمل معه الحاجة القدرة على السيطرة على حل

³⁷⁰ محمد عودة الرماوي، علم نفس نمو الطفولة والمراهقة، مرجع سابق، ص 230

مشاكله وتفعيل انجازاته، وهو ما نجحت في تقديمه برامج الأطفال عينة الدراسة من خلال عرض قيمة مساعدة الطفل وتشجيعه على الاعتماد على الذات في إنجاز المهام والتي تحصلت على أعلى نسبة قدرت بـ 9.8% والتي برزت بشكل ملفت في برنامج فليكا. أما قيمة المبادرة في نشاطات جديدة والتخطيط المسبق فقد ظهرت بنسبة بنسبة 7.84 %، والتي تجسدت مثلا في برنامج نون يوميات مادي، بينما حظيت قيمة الاستعانة بالآخرين بأقل نسبة لم تتجاوز 3.92% نظرا لحاجة الطفل في هذه المرحلة إلى تحقيق استقلالته وشعوره بالسيطرة على حياته. غير أننا نتحفظ على الحضور المحتشم لقيمة إتباع الطرق الأخلاقية في تحقيق الأهداف والتي لم تتعدى نسبتها 1.96% بالرغم من أهمية التأطير الأخلاقي للطفل في هذه المرحلة العمرية.

- أما عن قيم التوجه نحو الذات الكلية فقد تحصلت على نسبة 19.6%، ويعدد تكرارات بلغ 19 تكرارا موزعة بنسب متقاربة ولكن بحضور ضعيف، حيث لم تتجاوز كل من فئة:تشجيع الطفل على تقبل ذاته، عدم ربط احترام الطفل لذاته بتفوق في ميدان معين، مساعدة على معرفة نقاط قوته وضعفه، تشجيع الطفل على الوعي بتمييزه وفردانيته نسبة 3.92%، وحصدت بدرجة أقل كل من قيمة تشجيع الطفل على التعريف بمختلف جوانب شخصيته، تشجيع الطفل على عدم مقارنة ذاته بغيره والتي لم تتجاوز كل منها نسبة 1.96% وهو ما لا يتناسب مع حاجة الطفل في هذه المرحلة إلى تكوين ذات مستقلة ودعم قيم التوجه الإيجابي، فبعد تكوين صورة عن ذاته في المراحل السابقة يحتاج الطفل إلى هذه المرحلة إلى تقبل هذه الصورة من خلال التقييم الواقعي لمجالات الكفاية لديه وتقبل وضعه والوعي بتمييزه وتفرد، فتحقيق الإنجازات وتطوير الذات لا يكون سوى من خلال تقبلها والرضي عنها.

• المحور الثالث: توزيع قيم التوجه الذاتي بحسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة:

تناولنا في هذا المحور توزيع قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال عينة الدراسة حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في البرامج عينة الدراسة، أي الشخصيات التي تشغل أكبر مساحة زمنية وتلعب الدور الأكبر في سير الأحداث، وقد قمنا بتوزيعها على النحو التالي:

جدول رقم 18: يوضح توزيع قيم التوجه نحو الذات الجسمية حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في البرامج عينة الدراسة:

الاثنين معا		إناث		ذكور		قيم التوجه نحو الذات الجسمية
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
5.88	1	35.29	6	/	/	الاهتمام بالمظهر الخارجي
/	/	11.76	2	/	/	تكوين عادات غذائية ايجابية
/	/	/	/	5.88	1	اهتمام الطفل بنظافته الجسمية
5.88	1	11.76	2	5.88	1	المحافظة على السلامة الجسدية
/	/	11.76	2	/	/	توعية الطفل بمراحل نموه الجسدي
/	/	/	/	5.88	1	تشجيع على ممارسة الرياضة
11.76	2	70.58	12	17.64	3	المجموع

ملاحظة: لقد تم تقسيم تكرارات حضورا لقيم على التكرار الإجمالي لقيم التوجه نحو الذات الجسمية والذي بلغ 17 تكرارا.

بحسب بيانات الجدول السابق يتضح أن قيم التوجه نحو الذات الجسمية توزعت حسب جنس الشخصيات الرئيسية التي وظفتها البرامج عينة الدراسة على النحو التالي:

- حظيت فئة الاهتمام بالمظهر الخارجي بنسبة معتبرة قدرت بـ 35.29% في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية، وبنسبة 5.88% في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية مختلطة، بينما لم تظهر في برامج الأطفال التي توظف شخصيات ذكرية.
- حصلت فئة تكوين عادات غذائية إيجابية بنسبة 11.76% في برامج الأطفال التي وظفت شخصيات رئيسية أنثوية، ولم تظهر في برامج الأطفال التي وظفت شخصيات رئيسية ذكرية ومختلطة.
- بينما حصلت فئة الاهتمام بالنظافة الجسمية على نسبة 11.76% في برامج الأطفال التي وظفت شخصيات رئيسية أنثوية، وعلى نسبة 5.88% في برامج الأطفال التي وظفت شخصيات رئيسية ذكرية، بينما لم تظهر هذه الفئة في برامج الأطفال التي وظفت شخصيات مختلطة.

- حظيت فئة توعية الطفل بمراحل نموه الجسمي بنسبة 11.76% في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية، بينما غابت في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية ومختلطة.
- ظهرت فئة التشجيع على ممارسة الرياضة بنسبة 5.88% ببرامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية، ولم تظهر في باقي البرامج سواء الأنثوية أو المختلطة.

والملاحظ من خلال البيانات السابقة أن القيم توزعت حسب جنس الشخصية واهتماماتها وحسب الصور النمطية التي نحملها عن أدوار النوع الاجتماعي، فظهرت قيم الاهتمام بالمظهر الخارجي شأنا نسائيا بامتياز، بينما التشجيع على ممارسة الرياضة ظلت حكرا على فئة الذكور، خاصة وأن الشخصية الرئيسية في البرنامج تعكس فكرة البرنامج باعتبارها إسقاطات لرؤى وإيديولوجيا الإنتاج التلفزيوني، كما تعتبر أهم مكون إخراجي يتأثر به الطفل ويستجيب له ويتماها معه، حيثيقومالتلفزيون بعملية تحديد الأدوار والمراكز لكل الأفراد في إطار الحياة الاجتماعية، ويقول للطفل ما يجب عليه فعله وما يجب عليه أن يكونه، لكنه لا يقدم له نصائح عادية في صيغة أمرة، بل يقدم له عالما طبيعيا يوجد فيه طفل مماثل يؤدي نمونجا سلوكيا ويحمل اتجاهات محددة، وهو ما قد يوقع الطفل في فخ التمييز الجنسي، حيث يبني الأطفال تصوراتهم حول خصائصهم كإناث وذكورا، وفي هذا الصدد تؤكد الباحثة ساندرابيم (Sandra Bem) "أن الفروقات القيمة بين الذكور والإناث تتزايد نتيجة جانبين مهمين من الهوية الجندرية: وهما الأدوار الجندرية (السلوكيات، الاهتمامات، المواقف، المهارات، الخصائص) والتعلم الجندري (ما يتعلمه الطفل من الثقافة عن دوره السابق) أين يساهم التلفزيون بقوة في بناء الهوية الجنسية للطفل وهو مطالب بكسر التعميمات والتصورات الاختزالية والمفاهيم الخاطئة حول الذكورة والأنوثة، بدل العمل على إشاعتها وتكريسها"³⁷¹.

³⁷¹Cendrine Marro: Évaluation de la féminité, de la masculinité, et auto-attribution des qualificatifs « féminin » et « masculin . Quelle relation ?. Op.cit, pp 545-563.

جدول رقم 19: توزيع قيم التوجه نحو الذات الانفعالية حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال:

الاثنين معا		برامج أنثوية		برامجذكورية		قيم التوجه نحو الذات الانفعالية
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
4.87	2	9.75	4	2.43	1	تشجيع الطفل على التعبير عن المشاعر
7.31	3	9.75	4	2.43	1	التوعية بأهمية الاستمتاع والمرح
7.31	3	14.63	6	/	/	التعود على التصرف بطريقة مقبولة اجتماعيا
7.31	3	7.31	3	2.43	1	التشجيع تأجيل رغباته للوقت المناسب
2.43	1	4.87	2	2.43	1	التشجيع على التحكم في ردود الأفعال
4.87	2	4.87	2	4.87	2	مساعدة الطفل على تجاوز المخاوف
34.14	14	51.21	21	14.63	6	المجموع

ملاحظة: لقد تم تقسيم تكرارات حضورا الفئات الفرعية على التكرار الإجمالي لقيم التوجه نحو الذات الانفعالية والذي بلغ 41 تكرارا.

أوضحت الدراسة التحليلية أن قيم التوجه نحو الذات الانفعالية في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية، شخصيات رئيسية أنثوية أو شخصيات مختلطة قد توزعت على النحو التالي:

- حظيت قيمة تشجيع الطفل على التعبير عن المشاعر على نسبة 9.75% في برامج الأطفال التي وظفت شخصيات رئيسية أنثوية، وعلى نسبة 2.43% في برامج الأطفال التي وظفت شخصيات رئيسية ذكورية، وعلى نسبة 4.87% في برامج الأطفال التي وظفت شخصيات رئيسية مختلطة.
- تحصلت فئة التوعية بأهمية الاستمتاع والمرح على نسبة 9.75% في برامج الأطفال التي وظفت شخصيات أنثوية، وعلى نسبة 2.43% في برامج الأطفال التي وظفت شخصيات رئيسية ذكورية، وعلى نسبة 7.31% في برامج الأطفال التي وظفت شخصيات رئيسية مختلطة.

- في حين حظيت فئة تشجيع الطفل على تأجيل رغباته للوقت المناسب بالنسبة للبرامج التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية وشخصيات رئيسية مختلطة بنسبة متساوية قدرت ب 7.31%، وبدرجات أقل في البرامج التي توظف شخصيات ذكورية والتي قدرت ب 2.43%.
- حصلت فئة التشجيع على التحكم في ردود الأفعال على نسبة 2.43% في كل من برامج الأطفال الذكورية والمختلطة، في حين وصلت نسبتها في برامج الأطفال الأنثوية إلى 4.87%.
- بينما فئة مساعدة الطفل على تجاوز المخاوف قد تحصلت على نسبة 4.87% في كل من برامج الأطفال الذكورية والأنثوية والمختلطة.

ومن خلال المعطيات الكمية السابقة نلاحظ أن عينة برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية دائما ما تحصل على أعلى ترتيب فيما يخص قيم التوجه نحو الذات الانفعالية، وهذا راجع من وجهة نظرنا لسببين:

- ✓ **السبب الأول:** ارتفاع عينة برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية (12 برنامجا) أو مختلطة (9) في حين البرامج التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية لم تتجاوز ثلاث برامج، مما يجعل فرص حضور القيم أكبر في الفئة التي يزداد مفردات عينتها.
- السبب الثاني:** أن قيم التوجه نحو الذات الانفعالية يكون أكثر لدى فئة الإناث امتدادا للتصورات النمطية التي نحملها على الأنثى باعتبارها الأقل قدرة وتحكم في إدارة انفعالاتها، يجب أن يكن غير مستقلات، حساسات، رقيقات، تابعات، انفعاليات. بينما يتمتع الذكورا بالقدرة على السيطرة على ذاته الانفعالية وإدارتها بشكل ناجع لكونه مستقل مسيطر.

وهذا التصور ليس حكرا على المجتمعات العربية بل تزال جذوره ضاربة حتى في المجتمعات الغربية "حيث تحتوي وثائق الأمم المتحدة على الكثير من الشكاوي المترتبة عن الصورة النمطية للمرأة والرجل في الإنتاج الإعلامي وتأثيرها السلبي على الطفل".³⁷² والخطري يتضاعف في المجتمعات العربية لأن الأطفال لا يقلدون النماذج التلفزيونية إلا إذا وجدوا تشجيعا من الوسط، حيث أكدت (Chambard de lawe) "أن خلال تنشئة الطفل تتشكل لديه تصورات عن الدور الاجتماعي الذي

³⁷² الأمانة العامة لجامعة الدول العربية: مكانة الطفل في الإستراتيجية الإعلامية العربية، مرجع سابق، ص 46

يمكن أن يؤديه، وإذا كانت وسائل الإعلام تساهم في بناء هذه التصورات فإن الأبحاث أكدت أن صورة الطفل عن جنسه أكثر تقليدية من تلك المنقولة عن طريق وسائل الإعلام³⁷³.

جدول رقم 20: توزيع قيم التوجه نحو الذات الإنجازية حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال:

البرامج المختلطة		البرامج الأنثوية		البرامج الذكورية		قيم التوجه نحو الذات الإنجازية
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
6.55	4	4.91	3	3.27	2	تنمية ثقة الطفل في قدراته
/	/	3.27	2	/	/	إتباع الطرق الأخلاقية في تحقيق الأهداف
6.55	4	4.91	3	1.63	1	تشجيع المبادرة في نشاطات جديدة
6.55	4	8.19	5	1.63	1	التشجيع على احترام خياراته الشخصية
4.91	3	13.11	8	1.63	1	الاعتماد على الذات في انجاز المهام
3.27	2	3.27	2	1.63	1	التعلم من الأخطاء
4.91	3	6.55	4	3.27	2	التدريب على التخطيط المسبق للأمور
1.63	1	6.55	4	1.63	1	توعية الطفل بأهمية الاستعانة بالآخرين
34.42	21	50.81	31	14.75	9	المجموع

ملاحظة: لقد تم تقسيم تكرارات حضورا لقيم على التكرار الإجمالي لقيم التوجه نحو الذات الانجازية والذي

بلغ 61 تكرارا.

بحسب بيانات الجدول السابق فان قيم التوجه نحو الذات الإنجازية قد توزعت على النحو التالي:

- فئة تنمية ثقة الطفل في قدراته تحصلت على نسبة 3.27% في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية، وعلى نسبة 4.91% في برامج الأطفال التي توظف في شخصيات رئيسية أنثوية وعلى نسبة 6.55% في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية مختلطة.

³⁷³Norberto Bottani : Les enfants et télévision, résultats et tendances de la recherche.Op.cit. p53.

- إتباع الطرق الأخلاقية في تحقيق الأهداف حظيت بنسبة 3.27% في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية ، في حين غابت في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية و مختلطة.
- فئة تشجيع المبادرة في نشاطات جديدة تحصلت على نسبة 1.63% في برامج الأطفال التي وظيفت شخصيات رئيسية ذكورية، وعلى نسبة 4.91% في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية، وعلى نسبة 6.55% في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية مختلطة.
- التشجيع على احترام خياراته الشخصية تحصلت على نسبة 1.63% في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية، على نسبة 8.19% في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية، وعلى نسبة 6.55% في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية مختلطة.
- الاعتماد على الذات في انجاز المهام تحصلت على نسبة 1.63% في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية، وعلى نسبة 13.11% في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية وعلى نسبة 4.91% في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية مختلطة.
- التدريب على التخطيط المسبق للأمور والتي وصلت نسبتها الأطفال التي توظف شخصيات ذكورية إلى 3.27%، شخصيات أنثوية إلى 6.55%، شخصيات رئيسية مختلطة إلى 4.91%.
- توعية الطفل بأهمية الاستعانة بالآخرين تحصلت على نسبة 6.55% في برامج التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية، 1.63% للبرامج التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية ومختلطة.

ويمكن أن نسجل أن أهم ما أبرزته الدراسة التحليلية هو سعي برامج الأطفال عينة الدراسة إلى بناء اتجاهات ايجابية لأطفال من فئة الإناث نحو ذاتهم الإنجازية، من خلال غرس قيم الثقة في الذات والاستقلالية والقدرة على الانجاز، والذي يعتبر مجالا ذكوريا بامتياز، وهو ما يساهم في بناء هوية جنسية سليمة للطفل. وهذا لا يعني أن البرامج سحبت هذه القيم من مجال النوع الاجتماعي الذكري حيث ظهرت وبقوة في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية ومختلطة، وأن تراجع

نسبها يعود كما قلنا سابقا إلى ضعف عدد برامج الأطفال التي تحمل شخصيات رئيسية ذكورية، والتي لا تتجاوز عددها 3 برامج.

وقد وقّعت البرامج إلى حدّ كبير في عدم إظهار التمييز بين الأنوثة والذكورة في مجال الانجازات، وهو ما ظهر مثلا في برنامج الجاسوسيات، فليكا، وبرنامج دانيا وغيرها وهو من شأنه أن يصحح القيم التي يعمل المجتمع على غرسها في نفوس أطفالنا، في هذا الصدد توضح الدكتورة فاطمة المرنيسي "أن المنظومة القيمية للمجتمع العربي تقوم على مفهوم تفوق الرجل على المرأة، حيث عُومل الرجل كنموذج بيولوجي واجتماعي للبشرية، وعُوملت المرأة على أساس مرجعية أساسية هو الرجل، ومن ثم أصبحت المرأة جنسا ناقصا حيث أن الثقافة ربطت الأنوثة بالسلبية أبعدها وأقصتها عن أرضية الإنجاز وصنع القرار"³⁷⁴. كما أكدت الدراسة السابقة حول الرسوم المتحركة وعمليات التنشئة الاجتماعية في قناة كرتون نات وورك حيث أظهرت 70.4% من الشخصيات الذكورية قوية ومقتدرة، قادرة على القتال شجاعة خاصة فيما يخص حماية المرأة وإنقاذ الشخصيات الضعيفة، ذكية تفكر بعقلانية وتجد حلول سريعة للمشاكل التي تعترضها ومهيمنة، دائما يمارس الرقابة على غيرها، وقائدة وأحيانا عنيفة واجتماعية. بينما المرأة تملك خصائص شكلية مثالية ضعيفة، سلبية، اعتمادية. بينما 29.6% فقط من النساء ظهرن قويات ومتمكنات، مستقلات وقادرات على حل مشاكلهن"³⁷⁵.

وإن كانت برامج الأطفال قد نجحت إلى حد ما في كسر القوالب النمطية حول رؤية الطفل لذاته الإنجازية ذكرا كان أو أنثى، فإن الخوف يظل قائما من أن يصبح النموذج الأنثوي صورة مستسخة أو مشوهة للنموذج الذكري، حيث لاحظنا أن سلوكيات الشخصيات الرئيسية الأنثوية وطريقة تصرفها ولباسها بات ينح أكثر نحو المجال الذكري، مما يجعل تحقيق المساواة بين الذكر والأنثى في مجال الأدوار الاجتماعية يقوم على تخلي المرأة عن قيم أنوثتها وتبنيها لقيم ذكورية محضة، وهو ما قد يخلق لدى الطفل نوعا من اضطراب في الهوية الجنسية أو الاغتراب الجنسي حيث لا يدري لأي جنس ينتمي، وما الذي ينتظره الآخرون منه كذكر أو أنثى.

³⁷⁴ فاطمة المرنيسي: ما وراء الحجاب، الجنس كهندسة اجتماعية، مرجع سابق، ص 51

³⁷⁵ Shumaila Ahmed & Juliana Abdul Wahab : **animated and socialisation process : gender role portrayal on cartoon network, asian social science**, vol 10, no3, 2014, canadian center of science and éducation.

جدول رقم 21: توزيع قيم التوجه نحو الذات الكلية حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال:

الاثنين معا		أنثى		ذكر		قيم التوجه نحو الذات الكلية
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
6.25	2	12.5	4	3.12	1	تشجيع الطفل على تقبل شكله، وضعه الاجتماعي، قدراته
12.5	4	9.37	3	6.25	2	عدم ربط احترام الطفل لذاته بتفوق في ميدان معين
6.25	2	6.25	2	/	/	تشجيع الطفل على عدم مقارنة ذاته بغيره
6.25	2	9.37	3	6.25	2	مساعدة على معرفة نقاط قوته وضعفه
9.37	3	3.12	1	3.12	1	تشجيع الطفل على الوعي بتميزه وفردانيته
40.62	13	40.62	13	18.75	6	المجموع

ملاحظة: لقد تم تقسيم تكرارات حضورا لقيم على التكرار الإجمالي لقيم التوجه نحو الذات الكلية والذي بلغ

32 تكرارا.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن القيم المرتبطة باتجاهات الفرد نحو ذاته الكلية قد توزعت

على النحو التالي:

- تشجيع الطفل على تقبل شكله، وضعه الاجتماعي، قدراته تحصلت على نسبة 3.12% في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكرية، وعلى نسبة 12.5% في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية، وعلى نسبة 6.25% في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية مختلطة.
- عدم ربط احترام الطفل لذاته بتفوق في ميدان معين تحصلت على نسبة 6.25% في برامج الأطفال الذكورية، وعلى نسبة 9.37% في برامج الأطفال الأنثوية وعلى نسبة 12.5% في برامج الأطفال المختلطة.

- أما عن تشجيع الطفل على عدم مقارنة ذاته بغيره توصلت نسبتها إلى في كل من برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية وشخصيات رئيسية مختلطة بنسبة 6.25%، في حين أنها لم تظهر في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكرية.
- مساعدة على معرفة نقاط قوته وضعفه وصلت نسبتها في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكرية إلى 6.25%، وفي برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية إلى 9.37%، وفي برامج الأطفال التي توظف شخصيات مختلطة إلى 6.25%.
- تشجيع الطفل على الوعي بتميزه وفردانيته؛ وصلت نسبتها في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكرية إلى 3.12%، وفي برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية إلى 3.12% وفي برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية مختلطة إلى 9.37%.

والملاحظ من البيانات السابقة أن برامج الأطفال عينة الدراسة قد نجحت إلى حد كبير في كسر الصور النمطية عن الرجل والمرأة في رؤيتهم وتقبلهم لذاتهم الكلية، وذلك بتقديم تصورات جديدة عنهما. حيث ظهرت المرأة الحاسمة والواثقة من نفسها والتي تمتلك نظرة ايجابية عن ذاتها الكلية وهو ما برز بشكل جلي في برامج دورا المستكشفة، سارة جاين، الجاسوسيات، يوميات مادي، كما قدمت البرامج قيم تتناسب مع الذكورة، وهو ما أظهره كل من برنامج كوبفندا دوريات المخلاب وغيرها التي اتسمت فيها الشخصيات الذكورية بخصائص الاستقلالية والاعتماد على الذات... وفي هذا الصدد تحذر الباحثة الأمريكية (Sandra Bem) "من خطر التمييز الجنسي على الطفل وحبسه في نماذج جاهزة معقدة ومعدة مسبقا، وتقتصر أماكنه تعديل أو تعليم الأطفال سيكيمات جنسية بديلة قائمة على المساواة بدل التمييز الجندي، وذلك من خلال إشراك الطفل في مهمات غير نمطية، وتقديم هدايا غير نمطية، وتحفيز الجنسين للقيام بنشاطات غير نمطية، وهذا ما يساهم (كما أكدت في دراستها) في نمو الشخصية الأندروجينية (Androgynous personality) لدى الطفل، وفيها تدمج القيم والخصائص الذكورية الإيجابية (الحزم، السيطرة، الاعتماد على الذات) وفي نفس الوقت القيم والخصائص الأنثوية (العاطفية، التفهم، الرقة، الرعاية)".³⁷⁶

³⁷⁶Cendrine Marro.Op.cit, p543.

المحور الثالث: توزيع القيم التربوية حسب مصادر الإنتاج:

قمنا في هذا المحور بتقسيم برامج الأطفال عينة الدراسة حسب مصادر إنتاجها بغية الوصول إلى أهم القيم التي يسعى كل قطب إنتاجي إلى تقديمها وذلك بإتباع الخطوات التالية:

- الاطلاع على مصادر إنتاج برامج الأطفال عينة الدراسة.
- الاطلاع على الاتفاقيات المبرمة بين القناتين محل الدراسة مع الشركات العالمية لاستيراد البرامج، واتضح لنا أن قناة إم بي سي 3 كانت قد أجرت اتفاقاً مع شركة وولت دزني، لتلغي الاتفاق وتتعاقد مع شركة نيكلوديون وكلاهما شركتان أمريكيتان. أما قناة تلفزيون جيم فقد أبرمت عقداً مع شركة وولت دزني ومع شبكة بي.بي.سي البريطانية.
- تحديدنا في الفصل النظري لاتجاهات صناعة برامج الأطفال في العالم، حيث أوضحنا أن لكل قطب تقاليده الإنتاجية وحدوده القيمة التي يتحرك فيها، وأن برامج الأطفال تعكس قيم البيئة التي انتحت فيها.

جدول رقم 22: توزيع قيم التوجه الذاتي حسب مصادر إنتاج برامج الأطفال:

قيم التوجه نحو الذات		إنتاج أمريكي		ياباني		بريطاني		أوربي لاتيني		مشترك		عربي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
قيم التوجه نحو الذات الجسمية	4	8.33	/	/	1	5	3	8.33	2	16.66	6	23.07	
قيم التوجه نحو الذات الانفعالية	15	31.25	4	44.44	6	30	9	25	4	33.33	3	11.53	
قيم التوجه نحو الذات الإنجازية	18	37.5	4	44.44	7	35	15	41.66	3	25	14	53.84	
قيم التوجه نحو الذات الكلية	11	22.91	1	11.11	6	30	9	25	3	25	2	7.69	
المجموع الكلي	48	100	9	100	20	100	36	99.99	12	100	26	100	

يتضح من خلال الجدول السابق أن قيم التوجه نحو الذات قد توزعت حسب مصادر الإنتاج

على النحو التالي:

- **قيم التوجه الذاتي في الإنتاج الأمريكي:** تحصلت قيم التوجه نحو الذات الإنجازية على الترتيب الأول، حيث وصلت نسبتها إلى 37.5%، يليها التوجه نحو الذات الانفعالية بنسبة 31.25%، ثم التوجه نحو الذات الكلية بنسبة 22.91% وأخير التوجه نحو الذات الجسمية بنسبة 8.33%. ويعود ارتفاع قيم التوجه نحو الذات الإنجازية لسعي السياسات الإعلامية الأمريكية لبناء الثقة والقدرة على الإنجاز في نفوس أطفالها والإعلاء من شأن الطفل الأمريكي، والتأكيد على فكرة أن النجاح ليس وليد التميز الفطري أو الحظ بقدر ما هو قدرة على إدارة المهارات والقدرات من أجل بناء الفرد المتميز، بينما يعود انخفاض قيم التوجه نحو الذات الجسمية لكون الإعلام الأمريكي إعلام تجاري ولا يعترف كثيرا بفلسفة "إعلام الخدمة العمومية" ويهتم بالمواضيع القادرة على الجذب والإبهار والإثارة أكثر من القضايا التي تستجيب للمطالب التربوية البحتة، ولهذا انحصر الاهتمام بالذات الجسمية في بعد المظهر الخارجي كأحد جوانب الذات الجسمية باعتبار الشكل قيمة محورية، وذلك بتقديم مقاييس للجمال والقوة والأناقة والجاذبية الجسدية وهو الاتجاه المعروف في إنتاج وولت ديزني.
- **قيم التوجه الذاتي في الإنتاج الآسيوي:** تحصلت فئة التوجه نحو الذات الانفعالية على أعلى ترتيب إذ وصلت نسبتها إلى في حين لم تظهر قيم التوجه نحو الذات الجسمية في الإنتاج الياباني الذي عادة ما ينشغل بقيم الصراع بين الخير والشر والتركيز على أهمية العمل أكثر من انشغاله بتيمة العناية بالجسم والاهتمام به.
- **قيم التوجه الذاتي في الإنتاج البريطاني:** تحصلت قيم التوجه نحو الذات الإنجازية بنسبة 35%، بينما تحصلت قيم التوجه نحو الذات الكلية والانفعالية على الترتيب الثاني حيث قدرت نسبة كل منهما 30%، بينما قيم التوجه نحو الذات الجسمية لم تتجاوز نسبتها 5%، وهي درجة ضئيلة بالمقارنة لأهمية التي تكتسبها هذه القيمة، وبالمقارنة مع تقاليد الإنتاج البريطاني الذي يركز على تفعيل مهام الخدمة العمومية، يعتبر الاهتمام بالذات الجسمية في صلب رسالتها التربوية.
 - **قيم التوجه الذاتي في الإنتاج الأوربي اللاتيني:** وصلت قيم التوجه نحو الذات الإنجازية إلى نسبة 41.66%، تليها قيم التوجه نحو الذات الانفعالية والكلية التي بلغت كل منها نسبة 25%، بينما وصلت قيم التوجه نحو الذات الجسمية إلى نسبة 8.33%. تعكس بيانات الجدول نوعا من التذبذب في السياسة الإنتاجية لأوروبا اللاتينية، حيث تسعى دول كفرنسا وإيطاليا

وغيرها لتقديم برامج تحاول التوفيق بين جانبيين: إنجاز مهام الخدمة العمومية من خلال إنتاج برامج تهتم بقطاع التربية والتعليم والترفيه والصحة وتعميق الدور التربوي للتلفزيون، والتموقع ضمن سوق تنافسية تتطلب التماهي مع متطلبات السوق واحتياجاته.

- **قيم التوجه الذاتي في الإنتاج المشترك:** تحصلت قيم التوجه نحو الذات الانفعالية على أعلى نسبة والمقدرة بـ 33.33%، تليها قيم التوجه نحو الذات الإنجازية والكلية والتي بلغت كل منهما نسبة 25%، في حين أن قيم التوجه نحو الذات الجسمية تحصلت على نسبة 16.66%. ويعود ضعف نسب حضورها داخل النص الإعلامي لكون التوجه نحو الذات الجسمية لا يشكل هاجسا إنتاجيا ما عدى في بعد الاهتمام بالمظهر الخارجي الذي تطرحه برامج الأطفال لدواعي تسويقية.

- **قيم التوجه الذاتي في الإنتاج العربي:** استأثرت قيم التوجه نحو الذات الإنجازية بأعلى ترتيب إذ وصلت نسبتها إلى 53.84%، تليها قيم التوجه نحو الذات الجسمية بنسبة 23.07%، ثم قيم التوجه نحو الذات الانفعالية بنسبة 11.53%، ثم قيم التوجه نحو الذات الكلية بنسبة 7.69%. ومن خلال قراءة بيانات الجدول الخاصة بالإنتاج العربي يتضح ارتفاع مؤشر قيم التوجه نحو الذات الجسمية، ويعود ارتفاع نسبها في الإنتاج العربي استجابة للتوصيات حول الاهتمام بصحة الطفل العربي وذاته الجسمية، ومحاولة غرس أنماط سلوكية واتجاهات وعادات إيجابية لتعويد الطفل على الاهتمام بجسمه، خاصة وأن مفهوم الاهتمام بالذات الجسمية لدينا منحصر في قطاع الصحة بالعلاج وتوفير الأدوية، في حين يتسع المفهوم ليشمل ممارسة كل الأنشطة التي تسمح بالحفاظ على أجسامنا من حيث المظهر الخارجي أو من حيث التغذية والصحة، لتكوين هوية جسمية واضحة المعالم، وإن كانت هذه المبادرات لا تزال تقدم على الطريقة الغربية دون محاولة تقييم مهارات وعادات تتلاءم مع نمط الحياة العربي وإيقاعه، سواء في نوعية الأكل أو اللباس أو الرياضة، فمثلا يقدم برنامج بنات ويس من إنتاج قناة إم بي سي 3 أشكالا للأناقة وطريقة التغذية على النمط الغربي دون محاولة توظيف أو توطئتها مع خصوصية الثقافة العربية والإسلامية.

❖ خلاصة:

توصلنا من خلال تحليل بيانات قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال عينة الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات يمكن إدراجها في ما يلي:

- الحضور القوي من الناحية الكمية لقيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال عينة الدراسة، والذي نلمس مؤشرات من خلال ارتفاع درجات تكراراته حيث وصلت إلى 151 تكراراً، والذي لا يعني مطلقاً تمجيد قيم الفردانية وتغليب المصلحة الشخصية، وإنما يعني التوجه الإيجابي نحو التأسيس لعلاقة سوية بين الطفل و ذاته، وإدارتها بشكل ناجع وأخلاقي.
- اختلاف نسب حضور قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال عينة الدراسة، حيث نسجل ارتفاعاً ملحوظاً لقيم التوجه نحو الذات الإنجازية، ومقبولاً لقيم التوجه نحو الذات الانفعالية، وضعيفاً في ما يخص التوجه نحو الذات الجسمية، وذلك راجع في اعتقادنا إلى استجابة صناع البرامج والقنوات التلفزيونية إلى خطابات بناء الفرد المنتج والمنجز الذي يحتاجه مجتمع المعلومات، وإلى تقديم مواضيع متعلقة بالإنجاز والنجاح من خلال عرض نماذج مثالية متحركة مسيطرة على حياتها، وهو ما يخلق جاذبية وإبهار أكثر، ويشد المشاهد الذي يرى فيها مجالاً للإسقاطات وأحلام اليقظة وتعويضاً لفشله. وهو ذات الأمر الذي جعل قنوات الأطفال تقلل اهتمامها بالمجال الصحي باعتباره لا يحقق شروط الإثارة والإبهار التي تفرضها معايير السوق، لكنه في الوقت ذاته تستجيب لضرورات المشروع التربوي العربي واحتياجات الطفل العربي.
- برامج الأطفال عينة الدراسة راعت في الكثير من جوانبها خصوصية المرحلة العمرية في عرضها لقيم التوجه الذاتي، ولكنها أغفلت في جوانب أخرى بعض القيم التي تتطلبها مرحلة عمرية معينة أكثر من غيرها: **قيم التوجه نحو الذات الجسمية** ضعف حضورها في مرحلة الطفولة المبكرة وغابت الكثير من مؤشراتهما فيما يخص العناية بالغذاء والنظافة الجسمية، وهو ذات الأمر في مرحلة الطفولة المتوسطة مع غياب مؤشر مراحل النمو الجسمي، أما مرحلة الطفولة المتأخرة فقد ارتفع مؤشر الاهتمام بالمظهر الخارجي على حساب المؤشرات الأخرى التي توازي وتفوق الاهتمام بالمظهر. **قيم التوجه نحو الذات الانفعالية** كان حضورها مقبول في مرحلة الطفولة المبكرة بالتركيز على قيم الاستمتاع والمرح كأحد أهم احتياجات طفل هذه

المرحلة، لكن انخفاض قيم التحكم في ردود الأفعال وتجاوز المخاوف كان يمكن أن يفعل بطريقة أفضل، في برامج مرحلة الطفولة المتوسطة أيضا كان حضورها مقبولا حيث وفقت برامج الأطفال إلى حد بعيد في تقديم أبعاد هذه القيمة بشكل متوازن، أما الطفولة المتأخرة فإن ضعف مؤشر التحكم في ردود الأفعال وتجاوز المخاوف أضعف من حضور هذه القيمة، لأن الطفل في هذه المرحلة لا تغيب مخاوفه وإنما تصبح فقط أكثر واقعية، وفي ما يخص قيم التوجه نحو الذات الإنجازية فقد وفقت البرامج عينة الدراسة في طرحها بما يتناسب وخصوصية المرحلة العمرية، وإن كان يُعاب عليها أنها لم توطرأ أخلاقيا وهو ما يترجمه غياب وضعف حضور قيمة إتباع الطرق الأخلاقية في تحقيق الأهداف. وأخير فإن حضور قيم التوجه نحو الذات الكلية كان موقفا خاصة فيما يخص قيم تشجيع الطفل على التعريف بذاته بشكل متوازن.

- برامج الأطفال عينة الدراسة وُفقت في بعض جوانبها في تقديم قيم تتناسب مع جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة، حيث ظهرت قيم التوجه نحو الذات الإنجازية والكلية بنسب مرتفعة، سواء في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية أو ذكورية أو مختلطة، وهو مؤشر إيجابي يعبر عن سعي برامج الأطفال إلى بناء اتجاهات ايجابية للطفل في بعض مجالات ذاته بغض النظر عن جنسه. بينما ارتفعت نسب قيم التوجه نحو الذات الانفعالية في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية ومختلطة، وانخفضت في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية، على اعتبار أن الإناث أكثر حاجة لضبط وإدارة انفعالاتهن من الذكور، وهو مما يكرس للتصورات السائدة حول المرأة ككائن غير قادر على ضبط نفسه انفعاليا، في حين أن ارتفاع مؤشرات الاهتمام بالمظهر الخارجي (قيم التوجه نحو الذات الجسمية) في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية وارتفاع مؤشر ممارسة الرياضة في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية قد ساهم في تجنيس الاهتمامات وتصنيف القيم على أساس النوع الاجتماعي.

- ارتفعت قيم التوجه نحو الذات الجسمية في الإنتاج العربي وبدرجة أقل في الإنتاج الأمريكي، وجاءت بوتيرة متوسطة في إنتاج أوروبا اللاتينية والإنتاج المشترك، لكنها ضعفت في الإنتاج البريطاني بالرغم من تبنيتها نمط إعلام بخدمة العمومية، لتغيب مؤشرات الإنتاج الياباني. أما التوجه نحو الذات الانفعالية فقد كانت حاضرة في مختلف مصادر الإنتاج باعتباره

موضوعا يشكل قاسما مشتركا بين مختلف الثقافات ويلقى رواجاً إعلامياً في إطار ما يعرف بالتنمية البشرية، وذات الأمر يمكن قوله عن قيم التوجه نحو الذات الإنجازية التي كانت حاضرة في مختلف مصادر الإنتاج بنسب متفاوتة، حيث أصبح بناء الفرد المنجز هاجس يشغل مختلف فضاءات التنشئة الاجتماعية ويتصدر أولويات السياسات التربوية للأمم في إطار ما يعرف بـ «النجاعة كقيمة عملية» يمكن بلورتها في شكل مهارات وإجراءات تساعد على بناء الفرد المنتج، أما عن قيم التوجه نحو الذات الكلية فقد كان حضورها قويا في الإنتاج الغربي استجابة للخطابات العالمية التي تدعو إلى حول السلام والاعتراف بالآخر والتعايش... والذي لا يمكن تأسيسه بعيدا عن تقبل الفرد لذاته في مختلف مجالاتها، وفي المقابل قد كان حضورها ضعيفا في الإنتاج العربي بالرغم من أهمية هذه القيمة في بيئتنا العربية حيث يعيش الفرد حالة من عدم السلام والتذبذب في علاقته بذاته.

ثانياً: قيم التوجه نحو الآخرين في برامج الأطفال عينة الدراسة

تعتبر قيم التوجه نحو الآخرين من أهم القيم التي يجب ترسيخها لدى الطفل والعمل على إخراجها من حالة التمرکز حول الذات من أجل تحقيق التفاعل مع الآخر وقد قمنا بتوزيعها حسب:

- القنوات العربية المتخصصة محل الدراسة.
- الشرائح العمرية التي تتوجه لها الرسالة الإعلامية.
- الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال.
- مصادر الإنتاج.

المحور الأول: قيم التوجه نحو الآخرين في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي

سي 3 وتلفزيون جيم:

جدول رقم 23: توزيع قيم التوجه نحو الآخرين في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3

وقناة تلفزيون جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة إم بي سي 3		قيم التوجه نحو الآخرين
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	

21.5	20	16.12	15	5.37	5	قيم التوجه نحو الأسرة
52.68	49	27.95	26	24.73	23	قيم التوجه نحو الأقران
25.8	24	16.12	15	9.67	9	قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع
100	93	60.19	56	39.77	37	المجموع

ملاحظة: لقد تم تقسيم تكرارات حضورا لقيم على التكرار الإجمالي لقيم التوجه نحو الآخرين والذي بلغ 93 تكرارا.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن قيم التوجه نحو الآخرين في برامج الأطفال عينة الدراسة قد تحصلت على 93 تكرارا، موزعة بين قناة إم بي سي 3 الذي بلغ عدد تكراراتها 37 تكرار وتلفزيون جيم الذي وصل عدد تكراراته إلى 56 تكرارا، وهو ما يؤكد من الناحية الكمية اهتمام القنوات عينة الدراسة ببناء علاقات سوية للطفل مع الآخر، "حيث أوضحت قناة تلفزيون جيم في دفتر الأعباء الخاص بالقناة حرصها المتواصل لتقريب الطفل من بيئته الاجتماعية وتشجيعه على الانفتاح على الآخر".³⁷⁷ وهو ذات التوجه الذي أقرته قناة إم بي سي 3 إذ أكدت في رسالتها الإعلامية عبر موقعها الإلكتروني "على ضرورة انفتاح الطفل وتواصله مع الآخر"³⁷⁸. ومن خلال اطلعنا على بيانات الدراسة التحليلية يتضح لنا ارتفاع نسبة التوجه نحو الأقران في قناة إم بي سي 3 والذي وصل نسبته إلى 24.73% بالمقارنة مع قيم التوجه نحو الأسرة الذي لم يتجاوز نسبة 5.37% وبدرجة أكثر قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع حيث وصلت نسبتها إلى 9.67%. بينما في تلفزيون جيم كانت الدرجات متقاربة وإن كانت النسبة الأكبر قد حظيت بها قيم التوجه نحو الأقران والتي بلغت 27.95%. وترجع الباحثة ارتفاع قيم التوجه نحو الأقران وانخفاض قيم التوجه الأسري في القنوات محل الدراسة إلى الأسباب التالية:

- اعتماد القائم بالاتصال على عرض أفكار تدور حول قدرة الشخصيات على تحقيق ذاتها دون الحاجة إلى عالم الكبار والاكتماء بالأقران، تقديم صورة الطفل كشخص ناضج، مما يثير إعجاب المشاهدين ويدفعهم للتماهي معه أكثر ويسمح بتحقيق قاعدة جماهيرية أكبر.
- تقديم شخوص وأفكار يغيب فيها الأسرة ويظهر الأقران أكثر من أجل أدرمة المواقف مما يسهم في كسب تعاطف الجماهير أكثر، فماذا سيفعل البطل إذا كان محاط بأسرة وحياته مستقرة

³⁷⁷الميثاق التحريري للجزيرة للأطفال انظر: <http://www.jcctv.net/commissioning-info>

³⁷⁸الموقع الإلكتروني لقناة أم بي سي 3 انظر: <http://mbc3.mbc.net/>

وهادئة؟ لن يكون هناك مجال لاستعراض القدرات والقيام بمغامرات وإظهار البطل كضحية ، مما يستلزم إقصاء الأسرة وبالتالي تغييب القيم التي تسعى لبناء علاقة سوية للطفل معها. والحقيقة أن الاستجابة للمنطق التجاري في صناعة برامج الأطفال على مستوى الإنتاج وتقديمها وعرضها على مستوى البرمجة ستؤثر سلبا على الدور التربوي لبرامج الأطفال وتسهم في بناء عالم مزيف للطفل لا علاقة له بحياته الواقعية.

جدول رقم 24: توزيع قيم التوجه نحو الأسرة في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة إم بي سي 3		قيم التوجه نحو الأسرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
10	2	10	2	/	/	أهمية طاعة الوالدين واحترامهما
10	2	10	2	/	/	إظهار الاحترام والتهديب في المعاملة
20	4	15	3	5	1	ضرورة الالتزام بقواعد الأسرة
25	5	15	3	10	2	أهمية إظهار عواطف ايجابية نحو الأسرة
35	7	25	5	10	2	التعاون مع الإخوة وتجنب الصراع.
/	/	/	/	/	/	التشجيع على زيارة الأقارب ومساندتهم
100	20	75	15	25	5	المجموع

ملاحظة: لقد تم تقسيم تكرارات حضور القيم الفرعية على التكرار الإجمالي لقيم التوجه نحو الأسرة والذي بلغ 20 تكرارا.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن قيم التوجه نحو الأسرة في برامج الأطفال عينة الدراسة قد توزعت على النحو التالي:

- في برامج قناة إم بي سي 3 كانت قيم التوجه الأسري ضعيفة جدا سواء بانخفاض نسب حضورها حيث لم تتجاوز كل من قيمة أهمية إظهار عواطف ايجابية نحو الأسرة، التوعية بأهمية الأسرة في حياة الطفل نسبة 10% لكل فئة، أو بتغييب العديد من مؤشراتها: إظهار الاحترام والتهديب في المعاملة، التعاون مع الإخوة وتجنب الصراع. مما يجعل برامج الأطفال لا تقوم بدور فعال في بناء اتجاهات ايجابية للطفل نحو أسرته.

- في برامج تلفزيون جيم ارتفعت نسبة التعاون مع الإخوة وتجنب الصراع والتي وصلت نسبتها إلى 25%، بينما غاب مؤشر التشجيع على زيارة الأقارب ومساندتهم مما يجعل مفهوم الأسرة النووية هو من يرسخ أكثر في ذهن الطفل. وإذا كان ارتفاع مؤشر قيم التوجه الأسري في قناة تلفزيون جيم كان قويا من الناحية الكمية فإنه قدم قيم منقوصة عن الأسرة حيث كان حضور الأم طاغيا أكثر وهو ما لاحظناه في برامج مارتين، سارة جاين، سرك جوجو، بينما يغيب الأب تماما عن الفضاء الأسري، وفي أحيان أخرى يلعب الأب دور المربية أو الراعية للأبناء وتختفي الأم، وهو ما لاحظناه في برنامج مادي وبرنامج أنا والدمى، وهو ما يساهم في بناء علاقات مشوهة للطفل مع محيطه الأسري، لأن المشاهد التلفزيونية تشكل مدركات الطفل وسلوكياته وانتظاراته التي كثيرا ما تكون غير واقعية ومشابهة للعلاقات الأسرية التلفزيونية.

جدول رقم 25: توزيع قيم التوجه نحو الأقران في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة إم بي سي 3		قيم التوجه نحو الأقران
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
12.24	6	6.12	3	6.12	3	تنمية الوعي بمشاعر الآخرين واحتياجاتهم
10.2	5	4.08	2	6.12	3	المساندة وتقديم المساعدة للزملاء
10.2	5	6.12	3	4.08	2	التماس الأعذار والتسامح والعفو
10.2	5	4.08	2	6.12	3	تجنب الطفل التنافس البغيض
20.4	10	12.24	6	8.16	4	توعية الطفل بأهمية الصداقة
14.28	7	8.16	4	6.12	3	تعزيز العمل بروح الفريق
14.28	7	8.16	4	6.12	3	أهمية المشاركة في الأفكار والخبرات واللعب
8.16	4	4.08	2	4.08	2	إظهار المودة والاحترام للأقران
100	49	53.04	26	46.92	23	المجموع

ملاحظة: تم تقسيم تكرارات حضورا القيم الفرعية على التكرار الإجمالي لقيم التوجه نحو الأقران والذي بلغ 49 تكرارا.

أبرزت بيانات الدراسة التحليلية، أنّ قيمة توعية الطفل بأهمية الصداقة تحصلت على أعلى نسبة في برامج تلفزيون جيم وبرامج إم بي سي 3 والتي وصلت كل منها إلى 20.4% من مجموع

التكرارات الكلي الذي بلغ 49 تكرارا، بينما لم تتجاوز نسبة إظهار المودة والاحترام للأقران نسبة 8.16%.

وما يمكن التأكيد عليه من خلال بيانات الجدول السابق، أن برامج القناتين عينة الدراسة قد وُفقت إلى حد كبير في طرح قيم التوجه نحو الأقران وبناء علاقة ايجابية معهم، غير أننا ننبه من خطر اختزال البيئة الاجتماعية للطفل في الأقران وجعلهم محور حياته، بتقديم صورة الطفل الناضج الذي ليس بحاجة لعائلة تحميه وليس بحاجة للعالم من الكهول يملي عليه ما يجب أن يكونه ويفعله، وهو ما قد يحدث لدى الطفل شرح بين عالم فيه أقران يستطيع معهم إدارة حياته بنجاح وأحيانا مساعدة الكهول في حل مشاكلهم، وعالم من الكهول يعرفون أقل ويفكرون أقل مما هم عليه أطفالهم، وتصبح بذلك الشاشة فضاءً لتصغير الكبار وتكبير الصغار.

أما قيم التوجه نحو الأقران فقد حظيت بنسبة 52.68% موزعة بين قناة إمبيسي 3 التي حظيت بنسبة 62.16% وتلفزيون جيم التي وصلت نسبتها إلى 46.42%. وهو ما يتوافق مع النتيجة السابقة.

جدول رقم 26: توزيع قيم التوجه نحو أعضاء في برامج الأطفال في كل من قناتي أم بيسي 3 وقناة تلفزيون جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة إم بي سي 3		قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
4.16	1	4.16	1	/	/	العيش بسلام وأمن ووثام
4.16	1	4.16	1	/	/	نبذ التعصب والعنصرية والتحيز
41.66	10	25	6	16.66	4	قبول الاختلاف (جنس، لون، دين، عرق)
8.33	2	4.16	1	4.16	1	تقديم المصلحة العامة على المصلحة الشخصية
20.83	5	12.5	3	8.33	2	التطوع لخدمة الصالح العام
20.83	5	12.5	3	8.33	2	الانفتاح على الآخرين والاستفادة من تجاربهم
100	24	62.48	15	37.48	9	المجموع

ملاحظة: تم تقسيم تكرارات حضورا القيم الفرعية على التكرار الإجمالي لقيم التوجه نحو أعضاء المجتمع والذي بلغ 24 تكرارا.

كشفت لنا بيانات الجدول السابق بأن فئة قبول الاختلاف كانت من الفئات الأكثر تناولا في برامج الأطفال عينة الدراسة، حيث وصلت نسبتها إلى 41.66% موزعة بين قناة إم بي سي 3 بنسبة 16.66% وقناة تلفزيون جيم بنسبة 25%، بينما كانت فئة تقديم المصلحة العامة على المصلحة الشخصية لقل الفئات تناولا، إذ لم تتجاوز نسبتها 4.16% في كل من القناتين عينة الدراسة.

وإن كان غياب بعض المؤشرات قد أضعف من حضور قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع وحد من تأثيرها كقيمة العيش بسلام وأمن ووثام، نبذ التعصب والعنصرية والتحيز. لكن هذا لا ينفى أن برامج الأطفال عينة الدراسة قد نجحت إلى حد كبير في الاستجابة للتوجهات الجيدة التي تدعو إلى ترسيخ قيم المواطنة والتوجه نحو لأخرى كان، وقبول الاختلافات التعايش ضمن القرية العالمية وتكوين المواطن العالمي... وهيقيم متوافقة في بعض مؤشراتها مع متطلبات المجتمعات العربية التي تعيش حالات من الطائفية والتعصب وإقصاء الآخر، والتهميش والتكفير وغيرها... وهي ذات النزعات التي تعيشها المجتمعات العربية التي تدعي التسامح وقبول الاختلاف.

وقد جاءت نتائج هذه الدراسة متقاربة مع ما توصلت إليه الدراسة السابقة والموسومة ب الطفولة، الرسوم المتحركة والتلفزيون العمومي: بث القيم ونقيضها في الإنتاج الإسباني والأرجنتيني، حيث تهدف هذه الدراسة لاختبار مدى التزام التلفزيون الأرجنتيني والإسباني من أجل إنتاج محتوى يتلاءم مع مرحلة الطفولة، وتوصلت إلى أن القيم التي تم عرضها تؤكد على تمجيد الصداقة، الحب الزمالة، أو الرفقة احترام الكبير التضامن السعي لتحقيق العدل الالتزام التعاطف الفكاهاة العاطفة حب الوطن والولاء التضامن التسامح التي يحتاجها الطفل في هذه المرحلة للتفاعل مع الآخرين، وبالتالي فقد قدمت مضامين قيمية تتلاءم مع مرحلة الطفولة، كما قدم التلفزيون العمومي قيما تروج للديمقراطية والتعايش وهو ما يطلق عليها قيم عالمية كالتسامح التعايش السلام واحترام الآخر ونبذ العنف والتعصب

وهي القيم وهو ما يساعد الطفل على تعزيز قيم التربية على المواطنة باعتباره مطلب أساسي لتحقيق الديمقراطية³⁷⁹.

المحور الثاني: توزيع قيم التوجه نحو الآخرين حسب الشرائح العمرية الموجه لها الرسالة الإعلامية:

حيث قمنا بحساب تكرارات القيم في برامج الأطفال التي تتوجه إلى مرحلة الطفولة المبكرة، مرحلة الطفولة المتوسطة، مرحلة الطفولة المتأخرة.

جدول رقم 27: توزيع قيم التوجه نحو الآخرين في البرامج الموجهة لأطفال المرحلة المبكرة:

مرحلة الطفولة المبكرة		الصفات الفرعية	قيم التوجه نحو الآخرين
النسبة	التكرار		
4.54	1	أهمية طاعة الوالدين واحترامهما	قيم التوجه نحو الأسرة
4.54	1	إظهار الاحترام والتهذيب في المعاملة	
/	/	الالتزام بقواعد الأسرة	
4.54	1	أهمية إظهار عواطف إيجابية نحو الأسرة	
/	/	التعاون مع الإخوة وتجنب الصراع.	
4.54	1	التوعية بأهمية الأسرة في حياة الطفل	
/	/	التشجيع على زيارة الأقارب ومساندتهم	
18.18	4	المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الأسرة	
13.63	3	تتمية الوعي بمشاعر الآخرين واحتياجاتهم	قيم التوجه نحو الأقران
/	/	المساندة وتقديم المساعدة للزملاء	
4.54	1	التماس الأعذار والتسامح والعفو	
4.54	1	تجنب الطفل التنافس البغيض	
13.63	3	توعية الطفل بأهمية الصداقة	
9.09	2	تعزيز العمل بروح الفريق	
4.54	1	أهمية المشاركة في الأفكار والخبرات	

³⁷⁹ Fabbro, Gabriela, and Inmaculada Sánchez-Labela Martín. "**Infancia, dibujos animados y televisión pública. La difusión de valores y contravalores en la producción española y argentina.**" Revista Mediterránea de Comunicación , n°1, 2016, p45.

9.09	2	إظهار المودة والاحترام للأقران	
59.09	13	المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الأقران	
/	/	العيش بسلام وأمن ووثام	التوجه نحو أعضاء المجتمع
/	/	نبذ التعصب والعنصرية والتحيز	
18.18	4	قبول الاختلاف (جنس، لون، دين، عرق)	
/	/	تقديم المصلحة العامة على المصلحة الشخصية	
4.54	1	التطوع لخدمة الصالح العام	
/	/	الانفتاح على الآخرين والاستفادة من تجاربهم	
22.72	5	المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو أعضاء المجتمع	
100	22	المجموع الكلي	

ملاحظة: تم تقسيم تكرارات حضورا القيم الفرعية على التكرار الإجمالي لقيم التوجه نحو الآخرين في برامج الطفولة المبكرة والذي بلغ 22 تكرارا.

تتضاعف أهمية قيم التوجه نحو الآخرين في مرحلة الطفولة المبكرة التي تتسم بالأنابوية والتركيز على الذات، حيث يعتقد الطفل في هذه المرحلة أن ما يفكر به هو يفكر فيه الآخرون وما يريده هو يريده الآخرون، وبالتالي من المفيد أن تساعد برامج الأطفال في إخراج الطفل من هذه المرحلة من خلال بناء قيم وسلوكيات واتجاهات إيجابية نحو الآخر، "حيث أن البحوث التي أجرتها تينا بروك، وأيدتها دراسات مارجریت دونا لدسون، أكدت أنه يمكن إخراج الطفل من مرحلة الأنابوية في هذه الفترة العمرية من خلال تنمية قيم تفهم وجهات نظر الآخرين وقيم التعاطف والمساندة"³⁸⁰.

وقد توزعت قيم التوجه نحو الآخرين في برامج الطفولة المبكرة حسب بيانات الجدول على النحو التالي:

- **قيم التوجه نحو الأسرة:** وصلت نسبتها إلى 18.18% من مجموع التكرارات الكلي الذي بلغ 22 تكرارا، حيث حظيت كل من قيمة أهمية طاعة الوالدين واحترامهما، إظهار الاحترام والتهذيب في المعاملة، أهمية إظهار عواطف إيجابية نحو الأسرة، التوعية بأهمية الأسرة في حياة الطفل بنسب متساوية بلغت كل منها 4.54%. بينما غابت كل من قيمة الالتزام بقواعد

³⁸⁰ معاوية محمد أبو غزال، مرجع سابق، ص78

الأسرة، التعاون مع الإخوة وتجنب الصراع، التشجيع على زيارة الأقارب ومساندتهم، مما أضعف من حضور قيم التوجه الأسري في عينة الدراسة الموجهة لطفل ما قبل المدرسة، من خلال تقديم قيم التوجه الأسري وحصرها في الوالدين، تغيب قيم التوجه نحو مع الإخوة الأقارب، كما أن نسبها بصفة عامة تظل ضئيلة مقارنة بأهمية البيئة الأسرية للطفل في هذه المرحلة العمرية، حيث تتصف هذه المرحلة بشدة تعلق الطفل بالوالدين مما يجعلها فترة خصبة لتقوية الروابط بين الطفل ووالديه من خلال تدعيم قيم كالطاعة، الاحترام، التعاطف، تقديم يد المساعدة، وبناء علاقات مع الإخوة قائمة على قيم التسامح والمساندة والتعاون بدل المنافسة والتزاحم.

- أما قيم التوجه نحو الأقران فقد حظيت بنسبة 59.09% وبمجموع تكرارات وصل إلى 13 تكرارا من مجموع التكرارات الكلي، وقد حصلت فئة تنمية الوعي بمشاعر الآخرين واحتياجاتهم، وتوعية الطفل بأهمية الصداقة على نسبة 13.63% لكل فئة، نظرا لأهمية هذه القيمة في إخراج الطفل من مرحلة الأنانية (حيث يعتقد الطفل أن ما يريده هو يريده الآخرون وما يحتاجه هو يحتاجه الآخرون، وبالتالي لا يستطيع تفهم وجهة نظر الآخر)، وهو ما يجعل برامج الأطفال توفقي تقديم القيم المتناسبة مع المرحلة العمرية من خلال تعزيز المشاركة والعمل بروح الفريق وإظهار المودة للأقران، وكلها مهارات تساعد الطفل في إدارة علاقته والتغلب على الأبعاد الاجتماعية لبيئته وتجريب نشاطات جديدة وتفعيل التفكير المشترك، وعن أهمية قيم التوجه نحو الأقران أكدت الدراسات "أن الأطفال في سن الخامسة والذين يعملون في ثنائيات يحصلون على نتائج أفضل، وجود شريك في اللعب وأداء الواجبات يساعد الطفل على زيادة الوقت المخصص للعب والعمل، يشجع على الثبات عند التعرض لأي موقف محرج وزيادة الاستمتاع والمهارات"³⁸¹.

- قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع بلغت نسبتها 22.72% وكان التركيز فيها منصبا على قيم قبول الاختلاف التي وصلت نسبتها 18.18% وذلك من خلال عرض شخصيات منبئات مواطن مختلفة، مثل أبطال البلدة هيجلي، وبرنامج دورا المستكشفة كطفلة تمتلك هويتين إسبانية وأمريكية وتتحدث بلغتين مختلفتين. ويعود ضعف أو غياب حضور باقي المؤشرات لكون

³⁸¹رحاب محمود صديق: التفاعل الاجتماعي لدى طفل الروضة، مرجع سابق، ص 43

الطفلي هذه المرحلة العمرية يتعامل معبيئة محدودة وانفتاحه على المجتمع محدود وبالتالي فغرس هذا النوع منالقيم يكون ملائم أكثر لمرحلة الطفولة المتوسطةوالتأخرة. وان كان هذا لا يعني أن برامج الأطفال غير مطالبة بمساعدة الطفل على الاندماج السريع في بيئته الاجتماعية وأعضاء مجتمعه الصغير (الأسرة، الروضة، الشارع، الحضانة..).

جدول رقم28: توزيع قيم التوجه نحو الآخرين في البرامج الموجهة لأطفال المرحلة المتوسطة:

مرحلة الطفولة المتوسطة		الفئات الفرعية	قيم التوجه نحو الآخرين
النسبة	التكرار		
2.56	1	أهميةطاعة الوالدين واحترامهما	قيم التوجه نحو الأسرة
2.56	1	إظهار الاحترام والتهديب في المعاملة	
5.12	2	الالتزام بقواعد الأسرة	
5.12	2	أهمية إظهار عواطف ايجابية نحو الأسرة	
/	/	التعاون مع الإخوة وتجنب الصراع.	
10.25	4	التوعية بأهمية الأسرة في حياة الطفل	
/	/	التشجيع على زيارة الأقارب ومساندتهم	
25.64	10	المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الأسرة	
5.12	2	تنمية الوعي بمشاعر الآخرين واحتياجاتهم	قيم التوجه نحو الأقران
5.12	2	المساندة وتقديم المساعدة للزملاء	
7.69	3	التماس الأعذار والتسامح والعفو	
7.69	3	تجنب الطفل التنافس البغيض	
7.69	3	توعية الطفل بأهمية الصداقة	
7.69	3	تعزير العمل بروح الفريق	
5.12	2	أهمية المشاركة في الأفكار والخبرات	
2.56	1	إظهار المودة والاحترام للأقران	
48.71	19	المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الأقران	
/	/	العيش بسلام وأمن ووثام	التوجه نحو أعضاء المجتمع
2.56	1	نبذ التعصب والعنصرية والتحيز	
5.12	2	قبول الاختلاف (جنس، لون، دين،	

عرق)		
تقديم المصلحة العامة على المصلحة الشخصية	2	5.12
التطوع لخدمة الصالح العام	2	5.12
الانفتاح على الآخرين والاستفادة من تجاربهم	3	7.69
المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو أعضاء المجتمع	10	25.64
المجموع الكلي	39	100

ملاحظة: تم تقسيم تكرارات حضورا القيم الفرعية على التكرار الإجمالي لقيم التوجه نحو الآخرين في برامج الطفولة المتوسطة والذي بلغ 39 تكرارا.

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق أن قيم التوجه نحو الآخرين في برامج الطفولة المتوسطة قد توزعت على النحو التالي:

- بلغت قيم التوجه الأسري في برامج الطفولة المتوسطة 25.64% بما يعادل 10 تكرارات من مجموع التكرار الكلي الذي بلغ 39 تكرارا، حيث ظهرت القيم الفرعية بنسب متقاربة، وصلت قيمة التوعية بأهمية الأسرة في حياة الطفل إلى نسبة 10.25%، تليها كل من قيمة أهمية إظهار عواطف ايجابية نحو الأسرة، الالتزام بقواعد الأسرة بنسبة 5.12%، إظهار الاحترام والتعظيم في المعاملة، أهمية طاعة الوالدين واحترامهما حصلت كل منها على نسبة 2.56%، مع غياب مؤشري التشجيع على زيارة الأقارب ومساندتهم، التعاون مع الإخوة وتجنب الصراع. وهو ما يؤثر سلبا على الطفل بتقديم مفهوم مختزل عن الأسرة مما يقلل من قيمة بناء علاقة سليمة معها لصالح الأقران وأفراد المجتمع، خاصة أن مجموعة الأقران في هذه المرحلة العمرية تصبح قوة جذب بالنسبة للطفل أكثر إغراء وتنبيها من تأثير الأسرة، كما أنها أكثر ملائمة للطفل، حيث يكون من السهل عليه استبعاد السلوك الخاص بالبالغين، لتقليد من تكون قدراتهم واهتماماتهم وخبراتهم أكثر تطابقا مع ما لديه. من هذا المنطلق من المفترض أن لا تساهم برامج الأطفال في إضعاف علاقته بأسرته وإنما تعمل على تعزيزها وتقوية اتجاهات الطفل نحوها.

- حظيت قيم التوجه نحو الأقران بنسبة 48.71% وبمجموع تكرارات بلغ 19 تكرارا، حيث تحصلت كل من قيمة التماس الأعذار والتسامح والعفو، تجنيب الطفل التنافس البغيض، توعية الطفل بأهمية الصداقة، تعزيز العمل بروح الفريق على درجات متساوية وصلت نسبة كل منها إلى 7.69%، أما فئة إظهار المودة والاحترام للأقران فلم تحصد سوى نسبة 2.56%. ومن خلال الاطلاع على بيانات الجدول السابق، يتضح أن قيمة التوجه نحو الأقران كانت حاضرة بكل أبعادها داخل المضمون الإعلامي الموجه للطفل مما يعني نجاحه في تقديم هذه القيمة بما يتناسب الاحتياجات القيمية لهذه المرحلة العمرية، أين تصبح مجموعة الأقران المجموعة المرجعية التي يرجع إليها في سلوكه وحكمه، وهو ما يتطلب نجاح الطفل في إدارة علاقته مع أقرانه، بإتقان مهارات وتعلم قيم تمكنه من ترشيد هذه العلاقة، وهذا راجع لقدرة الأطفال في هذه المرحلة على تفهم وجهات نظر الآخرين (التخلي عن التمرکز حول الذات).
- حصدت قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع نسبة 25.64%، حيث تحصلت فئة الانفتاح على الآخرين والاستفادة من تجاربهم على نسبة 7.69%، وهذا مفيد للطفل في هذه المرحلة حيث يسمح انفتاح الطفل على بيئته الخارجية وتوسع نطاق علاقاته بالاستفادة أكثر من الآخرين واستثمار خبراتهم، أما قيمة التطوع لخدمة الصالح، تقديم المصلحة العامة على المصلحة الشخصية، قبول الاختلاف (جنس، لون، دين، عرق) تحصلت كل منها على نسبة 5.12%، بينما غاب مؤشر العيش بسلام وأمن ووثام بالرغم من ارتفاع وتيرة الخطابات الإعلامية التي تنادي إلى السلام.

جدول رقم 29: توزيع قيم التوجه نحو الآخرين في البرامج الموجهة لأطفال المرحلة المتأخرة:

مرحلة الطفولة المتأخرة		الفئات الفرعية	قيم التوجه نحو الآخرين
التكرار	النسبة		
/	/	أهمية طاعة الوالدين واحترامهما	قيم التوجه نحو الأسرة
/	/	إظهار الاحترام والتعظيم في المعاملة	
6.25	2	الالتزام بقواعد الأسرة	
6.25	2	أهمية إظهار عواطف ايجابية نحو الأسرة	
/	/	التعاون مع الإخوة وتجنب الصراع.	
6.25	2	التوعية بأهمية الأسرة في حياة الطفل	

/	/	التشجيع على زيارة الأقارب ومساندتهم	
18.75	6		المجموع
3.12	1	تنمية الوعي بمشاعر الآخرين واحتياجاتهم	قيم التوجه نحو الأقران
9.37	3	المساندة وتقديم المساعدة للزملاء	
3.12	1	التماس الأعداء والتسامح والعفو	
3.12	1	تجنب الطفل التنافس البغيض	
12.5	4	توعية الطفل بأهمية الصداقة	
6.25	2	تعزيز العمل بروح الفريق	
12.5	4	أهمية المشاركة في الأفكار والخبرات	
3.12	1	إظهار المودة والاحترام للأقران	
53.12	17		
3.12	1	العيش بسلام وأمن ووثام	التوجه نحو أعضاء المجتمع
/	/	نبذ التعصب والعنصرية والتحيز	
12.5	4	قبول الاختلاف (جنس، لون، دين، عرق)	
/	/	تقديم المصلحة العامة على المصلحة الشخصية	
6.25	2	التطوع لخدمة الصالح العام	
6.25	2	الانفتاح على الآخرين والاستفادة من تجاربهم	
28.12	9		
100	32		المجموع الكلي

ملاحظة: تم تقسيم تكرارات حضورا القيم الفرعية على التكرار الإجمالي لقيم التوجه نحو الآخرين في برامج الطفولة المتأخرة والذي بلغ 32 تكرارا.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن قيم التوجه نحو الآخرين في برامج الطفولة المتأخرة قد توزعت على النحو التالي:

- حظيت قيم التوجه نحو الأسرة بنسبة 18.75% وبمجموع تكرارات بلغ 6 تكرارات، كما اكتفت ببرامج الأطفال عينة الدراسة بعرض كل من قيم التوعية بأهمية الأسرة في حياة الطفل، أهمية إظهار عواطف إيجابية نحو الأسرة، الالتزام بقواعد الأسرة والتي احتلت كل منها نسبة 6.25%، في حين غابت نهائيا باقي الفئات الفرعية، وهو ما جعل البرامج تقدم مضمونا هزيلا

وقيما منقوصة لا تتناسب وأهميتها في هذه المرحلة العمرية التي يبدأ الطفل فيها بالاستقلال أكثر عن الوالدين، ويبدأ الاتصال معهم يضعف شيئاً فشيئاً، لأنه يشعر في هذه المرحلة أنه يتفهم تفكير الراشد ويوازيه في المستوى، لكنه في الوقت ذاته يشعر أنه غير مفهوم من طرف الكبار. وبدل أن تحاول برامج الأطفال تصحيح هذه العلاقة وتقوية الصلات الحميمة للطفل مع أسرته فإنها تقوم بتعميق الشعور بالانفصال لدى الطفل بين عالمه وعالم الكهول، وهو ما ظهر في برنامج سارة جاين وبرنامج فليكا وبرنامج يوميات مادي..حيث عبرت عن حالات التشنج وعدم الوفاق بين الطفل وأسرته، كما قدمت الأسرة ككيان غير متفهم وغير قادر على احتواء الطفل، حيث يقع هذا الأخير ضحية أنانية وعدم تفهم الأسرة له، وهو ما قد يخرس ويعزز المعتقدات التي يحملها الطفل عن ذاته وعن الآخرين في هذه المرحلة العمرية، بينما قدم مسلسل مادي أعضاء الأسرة بصورة المغفلين اللذين دائماً ما يقعون أطفالهم في المشاكل وان الأبناء يستطيعون بحكمتهم ووعيهم ونضجهم تصحيح المواقف ، وهو ما يساهم في تشكيل أوهام الطفل حول تفوقه وقدرته على الاستغناء عن الكهول وتجاوزهم بل وتقديم العون لهم.

- **قيم التوجه نحو الأقران** تحصلت على نسبة 53.12%، حيث حققت كل من فئة توعية الطفل بأهمية الصداقة، أهمية المشاركة في الأفكار والخبراتنسبا معتبرة قدرت كل منها ب: 12.5%، تليها باقي الفئات الفرعية بدرجات أقل. وقد وفقت البرامج عينة الدراسة في طرح هذه القيمة بشكل متكامل وبما يتناسب احتياجات المرحلة العمرية، فنجح برنامج كوفندا مثلاً، في تقديم حالة من التوتر والتأزم التي تعيشها الشخصية الرئيسية مع الأصدقاء، نتيجة حاجتها للتطابق معهم من جهة وحاجتها لتحقيق التفرد والتميز من جهة أخرى، ليصل البرنامج إلى تقديم رؤية وسطية بتقديم المشاركة في إطار الاستفادة من تفرد وتميز كل عضو.

- **قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع** والتي توصلت نسبتها إلى 28.12% موزعة بين الفئات الفرعية التالية: قبول الاختلاف (جنس، لون، دين، عرق) بنسبة 12.5% وفئتي الانفتاح على الآخرين والاستفادة من تجاربهم، التطوع لخدمة الصالح العام حيث تحصلت كل منهما على نسبة 6.25%، ثم فئة ضرورة العيش بوتأم وسلام على نسبة 3.12%.

ويبدو حضور هذه القيم ضعيفا بالمقارنة مع استعدادات الطفل في هذه المرحلة للانفتاح أكثر على بيئته الاجتماعية، فتزايد التفكير المجرد لدى الأطفال في هذه المرحلة، يساعدهم على رؤية أنفسهم

كأعضاء في المجتمع ويحول اهتماماتهم الأخلاقية من الأسرة إلى المجتمع المحلي الكبير، وهي المرحلة التي أطلق عليها كولبرج مرحلة الأخلاق التعاقدية حيث يبدأ الطفل في التحكم في القواعد الاجتماعية وتبني نظرة أكثر موضوعاتية، ويتسم هذا المستوى من النمو باكتساب الطفل للأخلاقيات القائمة على المسايرة، حيث يتوجه طبقاً للتوقعات الاجتماعية من حيث الحفاظ على النظام الاجتماعي بإتباع قوانينه من أجل التعايش مع معايير المجتمع وليس خوفاً من العقاب) تطرقنا لهذه الخصائص في مراحل النمو الأخلاقي والمعرفي للطفل في الجانب النظري). وهو ما يجعل برامج الأطفال ملزمة بغرس التوجهات الإيجابية للطفل نحو أعضاء مجتمعه في هذه المرحلة العمرية وتوسيع دائرة توجهاته القيمية، حتى لا تبقى مقتصرة على الأسرة والأقران، لكن يبدو أن برامج الأطفال لم تلي هذا التوجه اهتماماً كبيراً مما جعلها تفتقد إلى العناصر الأساسية للتنشئة التربوية السليمة.

المحور الثالث: توزيع قيم التوجه نحو الآخرين بحسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة:

حيث قمنا بتوزيع قيم التوجه نحو الآخرين حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة على النحو التالي:

- قيم التوجه نحو الأسرة في برامج الأطفال التي وظفت شخصيات رئيسية ذكورية، أنثوية، مختلطة.
- قيم التوجه نحو الأقران في برامج الأطفال التي وظفت شخصيات رئيسية ذكورية، أنثوية، مختلطة.
- قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع في برامج الأطفال التي وظفت شخصيات رئيسية ذكورية، أنثوية، مختلطة.

جدول رقم 30: توزيع قيم التوجه نحو الأسرة حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال:

المجموع		الاثنين معا		انثى		ذكر		قيم التوجه نحو الأسرة
تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
10	2	5	1	5	1	/	/	أهمية طاعة الوالدين واحترامهما
10	2	5	1	5	1	/	/	إظهار الاحترام والتهديب في المعاملة
20	4	5	1	15	3	/	/	الالتزام بقواعد الأسرة
25	5	10	2	15	3	/	/	أهمية إظهار عواطف ايجابية نحو الأسرة
/	/	/	/	/	/	/	/	التعاون مع الإخوة وتجنب الصراع.
35	7	15	3	20	4	/	/	التوعية بأهمية الأسرة في حياة الطفل
/	/	/	/	/	/	/	/	التشجيع على زيارة الأقارب ومساندتهم
100	20	40	8	60	12	/	/	المجموع

ملاحظة: تم تقسيم تكرارات حضورا القيم الفرعية على التكرار الإجمالي لقيم التوجه نحو الأسرة في البرامج التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية أو ذكرية أو الاثنين معا والذي بلغ 20 تكرارا .

توضح بيانات الدراسة التحليلية أن قيم التوجه الأسري التي تم توزيعها في برامج الأطفال حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة قد جاءت على النحو التالي:

- ظهرت قيم التوجه الأسري في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية بنسبة مرتفعة وصلت إلى 60% بـ 12 تكرارا من مجموع التكرارات الكلي الذي بلغ 40 تكرارا، كما كان حضور القيم الفرعية للتوجه الأسري قويا حيث وصلت فئة التوعية بأهمية الأسرة في حياة الطفل إلى أعلى نسبة والمقدرة بـ 20%، بينما وصلت أقل نسبة إلى 5% الممثلة لكل من فئة أهمية طاعة الوالدين واحترامهما، إظهار الاحترام والتهديب في المعاملة. وقد كان حضور قيم التوجه الأسري في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية مختلطة أيضا

قويا حيث وصلت نسبتها إلى 40% بمجموع تكرارات بلغ 8 تكرارات. بينما اختفت تماما قيم التوجه الأسري في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية.

وتفودنا بيانات الجدول السابق إلى عدة استنتاجات:

✓ التواجد المكثف لقيم التوجه الأسري في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية تعتبر مؤشرا إيجابيا، يعكس رغبة برامج الأطفال عينة الدراسة في دعم القيم الأنثوية التي تعزز من دور المرأة في التوجه نحو الأسرة ورعاية الآخرين، باعتبارها كائنا يملك استعدادات للرعاية ويطلب في ذات الوقت بحماية الآخرين له، وفي هذا الصدد توصلت دراسة أجريت في مقاطعة كباك للطلبة من سن 14 إلى 18 سنة، إلى أن الفتيات يفضلن قيم العلاقات المتسقة مع العائلة، مساعدة الآخرين، قبول الاختلاف، في حين يفضل المراهقين من جنس الذكور قيم النجاح المادي، الشهرة، القيادة³⁸². وإن كانت برامج الأطفال عينة الدراسة قد قدمت أحيانا شخصيات نسائية مبتورة عن سياقها الأسري مثل برنامج الجاسوسيات، والذي قد يعتبره البعض خروجاً عن النمطية السائدة التي تقدم المرأة دائما في دور الرعاية لشؤون الأسرة، لكنه من وجهة نظر الباحثة قد يوقع الطفل في نمطية من نوع آخر لأنه يسحب من المرأة قيمها التي تميزها ويجعل منها نسخة مضاعفة ومستنسخة عن الرجل وهو ما يؤدي إلى عولمة قيم الذكورة وجعلها النمط السائد والمعترف به.

✓ غياب قيم التوجه الأسري في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية أيضا راجع للاتجاه السائد حول قيم الذكورة التي تمجد السيطرة، الاستقلالية، القدرة على إدارة الحياة دون الحاجة لوجود أسرة تدعمها، وبالتالي فإن غياب البيئة الأسرية في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية يجعل حضور القيم المتصلة بها ضعيف، وهو ما لاحظناه في برامج دوريات المخلاب، كاسبر الشبح اللطيف. وهذا يعني أن برامج الأطفال تغيب السمات الأنثوية

³⁸²Marie-Claude Rivard/Christine LebellLa : représentation des valeurs des adolescents en relation avec les compétences transversales du renouveau pédagogique, Revue des sciences de l'éducation Volume 33, n° 1, 2007, p. 67-87

في الشخصية الذكرية وتعزز الصور النمطية عن الذكور، وهو ما يساهم في بناء هوية جنسية اختزالية ذكرية صلبة من الخارج ولكنها ضعيفة وهشة من الداخل.

وتدعيما منا للاستنتاجات السابقة نستشهد بما ذهبت إليه الباحثة كارول جيلجان أستاذة في علم النفس التطوري بجامعة هارفارد للقول "أن التوجهات القيمية للأفراد من جنس الذكور والإناث تختلف باختلاف الثقافة السائدة وأساليب التربية المعتمدة، حيث تهدف تربية الفتيان إلى تقوية الإحساس بالاستقلال ، في حين أن تربية الفتيات يهدف إلى تنمية دورهن الاجتماعي في الرعاية، وأن تكون مشاعر الاستقلالية لديهن أقل بكثير من تلك الموجودة لدى الفتيان³⁸³. وهو ذات الأمر الذي نعيشه في أسرنا الجزائرية حيث تتعلم الفتاة كيف تكون أنثى من خلال توجيهها الإيجابي نحو أسرتها وتشربها لقيم طاعة العائلة والتأدب والحشمة، بينما يتم تطبيع الولد على الاعتماد على الذات والإنجاز لكونه المعيل الأساسي للأسرة، ينتظر منه أن يؤمن احتياجاتها، يضمن لوالديه حياة كريمة في العجز والكبر، الوريث الشرعي لرأس مالها المادي والرمزي و الممثل في اسم العائلة.

جدول رقم 31: توزيع قيم التوجه نحو الأقران حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة:

المجموع		الإثنين معا		أنثى		ذكر		الفئات الفرعية
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
12.24	6	2.04	1	8.16	4	2.04	1	تنمية الوعي بمشاعر الآخرين واحتياجاتهم
10.2	5	2.04	1	6.12	3	2.04	1	المساندة وتقديم المساعدة للزملاء
10.2	5	2.04	1	4.08	2	4.08	2	التماس الأعذار والتسامح والعتو
10.2	5	4.08	2	4.08	2	2.04	1	تجنب الطفل التنافس البغيض
20.4	10	6.12	3	10.2	5	4.08	2	توعية الطفل بأهمية الصداقة
14.28	7	4.08	2	6.12	3	4.08	2	تعزيز العمل بروح الفريق
14.28	7	6.12	3	4.08	2	4.08	2	أهمية المشاركة في الأفكار والخبرات
8.16	4	2.04	1	4.08	2	2.04	1	إظهار المودة والاحترام للأقران
100	49	28.57	14	46.93	23	24.48	12	المجموع

³⁸³ كولن فريزر وآخرون: تقديم علم النفس الاجتماعي، مرجع سابق، ص.ص: 82-90.

ملاحظة: تم تقسيم تكرارات حضورا القيم الفرعية على التكرار الإجمالي لقيم التوجه نحو الأقران في البرامج التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية أو ذكرية أو الاثنين معا والذي بلغ 49 تكرارا .

كشفت لنا بيانات المعطيات الإحصائية أن برامج الأطفال قد وظفتقيم التوجه نحو الأقران وكثفت من حضورها، سواء كانت تلك المرتبطة بشخصيات رئيسية ذكرية أو أنثوية أو الاثنين معا، وهو مؤشرايجابي يؤكد أن برامج الأطفال وُفقت إلى حد كبير في رسم ملامح هوية تعزز قيم التوجه نحو الأقران بغض النظر عن جنس الشخصية، وهو ما يساعد الطفل في تبني سلوك يتوافق مع هوية جنسية متوازنة وغير نمطية، خاصة أن الطفليكتسب هذه الهوية من خلال كل مايحيطبه، ومنها الشخصيات التلفزيونية التي يقلدها ويتوحد معها، والتي تساهمفي تطوير كم من المعارف والمهارات والسلوكيات حول مايجب أن يفعله ذكرا وأنثى، "كما أكدت نظرية التعلم الاجتماعي والنظرية المعرفية لبياجيه بأن الأطفال الذين يشاهدون التلفزيون لفترات طويلة سيصبحون أكثر قناعة بالنمطية الجندرية عن طريق تقليد النماذج التي يشاهدونها وخلافا لذلك فإن الأطفال الذين يشاهدون أنماط غير تقليدية يصبحون اقل تأثرا بالصور النمطية"³⁸⁴، وتضيف الباحثة "باتريسيا غرانفيلد" (Patricia Greenfield) في معرض حديثها عن تأثير التلفزيون على الطفل "أن أسوأ تهمة يمكن توجيهها ضد التلفزيون هي أن يفرض المماثلة (المشابهة النمطية) الزي أو النمط الواحد على جمهوره، وذلك نظرا لأن هذه المماثلة تحول الناس إلى عبيد. ثمة اختياران اثنان أمام التلفزيون في مجتمعنا المعاصر والمعقد، إما أن يزيد التلفزيون من قوة الاتجاه السائد في القرن العشرين نحو المماثلة، أو أن يكون صادقا مع الحياة والواقع، انه يستطيع أن يقوي التنوع داخل المجتمع من خلال إعطائه الفرصة للحوار الاجتماعي، وكذلك من خلال عكسه للطبيعة الجمعية الحقيقية للمجتمع، في البرامج التي يقدمها"³⁸⁵.

جدول رقم 32: توزيع قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال:

المجموع		الاثنين معا		انثى		ذكر		قيم التوجه نحو أفراد المجتمع
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
4.16	1	4.16	1	/	/	/	/	العيش بسلام وأمن ووثام

³⁸⁴ معاوية محمد أبو غزال: النمو الانفعالي والاجتماعي من الرضاعة حتى المراهقة، مرجع سابق، ص123

³⁸⁵ باتريسيا ادغار: الأطفال والتلفزيون بحوث ندوة براغ الدولية حول الأطفال ووسائل الإعلام، لماذا يشاهد الأطفال التلفزيون ؟ وكيف

يتأثرون به؟، مرجع سابق، ص55.

4.16	1	4.16	1	/	/	/	/	نبذ التعصب والعنصرية والتحيز
41.66	10	16.66	4	25	6	/	/	قبول الاختلاف (جنس، لون، دين، عرق)
8.33	2	/	/	4.16	1	4.16	1	تقديم المصلحة العامة على المصلحة الشخصية
20.83	5	8.33	2	8.33	2	4.16	1	التطوع لخدمة الصالح العام
20.83	5	8.33	2	12.5	3	/	/	الانفتاح على الآخرين والاستفادة من تجاربهم
100	24	41.66	10	50	12	8.33	2	المجموع

ملاحظة: تم تقسيم تكرارات حضورا القيم الفرعية على التكرار الإجمالي لقيم التوجه نحو أعضاء المجتمع في البرامج التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية أو ذكورية أو الاثنين معا والذي بلغ 24 تكرارا .

تبين نتائج الدراسة التحليلية أنقيم التوجه نحو أعضاء المجتمع في برامج الأطفال عينة الدراسة قد توزعت على النحو التالي:

- حصلت فئة قبول الاختلاف (جنس، لون، دين، عرق) على أعلى نسبة والمقدرة بـ 41.66% موزعة بين فئة برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية مختلطة بنسبة 16.66% وشخصيات رئيسية أنثوية بنسبة 25%، بينما غابت هذه الفئة في عينة برامج الأطفال الذكورية.
- تحصلت فئة التطوع لخدمة الصالح العام على الترتيب الثاني موزعة بين عينة برامج الأطفال الذكورية بنسبة 4.16%، الأنثوية والمختلطة بنسبة 8.33%.
- أما فئة الانفتاح على الآخرين والاستفادة من تجاربهم تحصلت في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية على نسبة 12.5% والمختلطة على نسبة 8.33%، لكن غابت عن الشخصيات الذكورية.
- تقديم المصلحة العامة على المصلحة الشخصية، نبذ التعصب والعنصرية والتحيز تحصلت كل منها على نسبة 4.1% موزعة بين عينة البرامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية ومختلطة بينما غابت عن البرامج التي توظف فئة الذكور.

ونلاحظ من خلال هذا الجدول أن قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع قد اتخذت اتجاهين: حيث أبدت برامج الأطفال الذكورية تفوقاً في القيم التي تتطلب خدمة الصالح العام، بينما غابت قيم الانسجام مع الآخرين والتآلف معهم من خلال قبول اختلافاتهم وعدم التعصب معهم والاستفادة منهم والتي تقدم فيها فئة برامج الأطفال الأنثوية والمختلطة، وهو ما يكرّس صورة الرجل المستقل الذي لا يحتاج للانسجام مع أحد ويقدم هو يد العون، بينما تحتاج المرأة لدعم المجتمع والتفاعل معه كقيم أساسية. والحقيقة أن على برامج الأطفال أن تكسر هذه الصور النمطية القائمة على مبدأ تفوق الرجل واستقلالته عن الآخرين، وتعزز لديه قيم الحاجة للاندماج مع الآخرين والتفاعل معهم.

المحور الرابع: توزيع قيم التوجه نحو الآخرين حسب مصادر الإنتاج:

جدول رقم 33: توزيع قيم التوجه نحو الآخرين حسب مصادر إنتاج برامج الأطفال:

قيم التوجه نحو الآخرين		إنتاج الأمريكي		إنتاج		إنتاج بريطاني		إنتاج أوربا		إنتاج	
		إنتاج أمريكي		إنتاج ياباني		إنتاج بريطاني		إنتاج أوربا اللاتينية		إنتاج عربي	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
18.91	7	25	4	28.57	2	25	4	25	4	28.57	2
51.35	19	56.25	9	60	15	56.25	9	60	15	57.14	4
29.72	11	18.75	3	14.28	1	18.75	3	14.28	1	14.28	1
100	37	100	16	100	25	100	4	100	7	100	4

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن قيم التوجه نحو الآخرين قد توزعت حسب مصادر الإنتاج على النحو التالي:

- قيم التوجه نحو الآخرين في الإنتاج الأمريكي: تحصلت قيم التوجه نحو الأسرة على نسبة 18.71%، بينما قيم التوجه نحو الأقران بلغت نسبة 51.35%، في حين أن قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع وصلت نسبتها إلى 29.72%. ونلاحظ أن الاتجاه الأمريكي يسعى لغرس قيم التوجه نحو الأقران، تعزيز الانتماء لجماعة الرفاق وخلق جماعات مرجعية لدى الطفل بعيداً عن عالم الكبار، وهو ما يقضي نوعاً ما دور الأسرة، ويكثف من حضور القيم الفردانية على حساب القيم الجماعية والقيم الأفقية (المساواة في المراتب وتوزيع السلطة) على حساب

القيم العمودية (توزيع هرمي للسلطة)، أما قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع فقد كانت درجاتها مرتفعة، حيث يحاول الإنتاج الأمريكي الانفتاح على الآخر من خلال بث قيم التنوع والاختلاف وكسر القوالب الجاهزة، فمثلا نجد برنامج دورا المستكشفة كفتاة مزدوجة الهوية (إسبانية، أمريكية)، برنامج أبطال بلدة هيجلي الذي يقوم على فكرة تنويع بشرة الشخصيات وتنويع المهام والوظائف، برنامج كاسبر الشبح لطيف الذي يقوم على فكرة تعايش الأشباح مع البشر. وهو ما يخالف ما كان سائدا في تقاليد الإنتاج الأمريكي الذي يسعى لإظهار تفوق الفرد الغربي كنموذج للإنسان الذكي ذات القدرات الخارقة، القادر على إيجاد حلول لمختلف المشاكل التي تعترضه بعيدا عن حضور الأسرة والآخرين.

- **قيم التوجه نحو الآخرين في الإنتاج الياباني:** وصلت نسبة كل من قيم التوجه نحو الأقران وقيم التوجه نحو أعضاء المجتمع إلى 50% ، بينما لم تظهر قيم التوجه نحو الأسرة وهو مخالف لتقاليد المجتمعات اليابانية التي تحرص على الترابط الأسري وربط الطفل بعائلته. وهذا راجع من وجهة نظرنا لسببين:

➤ سعي الإنتاج الياباني للتماشي مع متطلبات السوق العالمية بتقديم تغيب فيها العائلة ويظهر الأقران، وهذا من شأنه أن يشوش على الطفل ويشعره أن العائلة تشكل ضغطا عليه وانهميكنها التخلص منها وعدم إظهار التزام اتجاهها، خاصة في المجتمعات العربية التي تمثل فيه الأسرة دور محوري في حياة الطفل وكثيرا ما تشكل حاجز وأداة ضغط حول دون الوصول إلى تحقيق رغباته وعيش حريته خاصة في مرحلة الطفولة المتوسطة والمتأخرة.

➤ اعتماد الإنتاج العربي على استزاد الإنتاج الياباني ذات المحتوى الرديء لكن بأسعار بخسة، مما يجعل البرامج ذات المحتوى الجاد لا تظهر في الشاشات العربية.

- **قيم التوجه نحو الآخرين في الإنتاج البريطاني:** تحصلت قيمة التوجه نحو الأسرة على نسبة معتبرة قدرت ب 25%، وذلك لأن الإنتاج البريطاني (إذاعة بيبيسي البريطانية) حريصة على تقديم قيم تربوية ناجعة ومتوازنة من خلال تقديم للطفل عالم طبيعي يماثل لما يعيشه الطفل في حياته الواقعية، وهذا جزء من تقاليد الإنتاج البريطاني الذي يعد مرجعا عالميا في احترام حقوق الطفل الإعلامية وتقديم محتوى يتلاءم مع خصائصه واحتياجاته القيمة، بالرغم من أن السلاسل التي وقع عليها التحليل تنتمي لمرحلة الطفولة المتوسطة والمتأخرة، إلا أن

مفهوم الأسرة ظل حاضرا ويقوة، أما قيم التوجه نحو الأقران قد حظيت بنسبة معتبرة وصلت إلى نسبة 56.25%، قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع 18.75%.

- **قيم التوجه نحو الآخرين في الإنتاج الأوربي:** ظهرت قيم التوجه نحو الأسر بنسبة معتبرة قدرت ب 24%، وقيم التوجه نحو الأقران بنسبة 60%، وقيم التوجه نحو أعضاء المجتمع بنسبة 16%. ونتيجة اطلعنا على اتجاهات صناعة البرامج الحديثة التي قدمها ميشال سوشن Michel Souchon في كتابه التلفزيون والطفل نجد أن برامج الأطفال أصبحت توظف إستراتيجية ربط **الطفل بحياته العائلية**، فقد أصبح هاجس معدي برامج الأطفال محاولة ربط الطفل وبأسرته وجماعة الرفاق خارج المنزل وخلق علاقات إنسانية تفاعلية.

- **قيم التوجه نحو الآخرين في الإنتاج العربي:** ظهرت قيم التوجه نحو الأسرة بنسبة بلغت 25%، وان كانت لم يظهر بشكل جلي وواضح، وبالتالي لم يستطع على تغطية على النقص الذي تعرفه البرامج الأجنبية في إظهار قيم التوجه الأسري، كما لم تكن قيم التوجه نحو الأقران ظاهرة بقوة حيث لم يتجاوز نسبتها 25%، أما عن قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع فقد بلغت 75%، وهو ما يتناسب مع الحاجات المجتمع العربي لتقوية دعائم المواطنة والولاء للمجتمع وليس للأسرة والقبيلة والعشيرة وتوسيع ولاءات الطفل وتنظيم علاقاته أكثر بغيره.

❖ خلاصة:

توصلت الدراسة التحليلية، في ما يخص توزيع قيم التوجه نحو الآخرين إلى النتائج التالية:

✓ كانت قيم التوجه نحو الأقران هي القيم الأكثر تناولا، بينما ظهرت قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع بدرجة مقبولة، أما قيم التوجه الأسري جاءت ضعيفة في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم. ويعود هذا التوزيع الغير متكافئ للقيم نتيجة لغياب البيئة الأسرية في برامج الأطفال وتعويضها بالأقران، من أجل بناء عالم طفولي يستبعد فيه سلوك البالغين، يسمح بتقديم صورة الطفل الناضج القادر على إدارة حياته ومشاكله بعيدا عن سلطة الكهول، وصورة الطفل الضحية الذي يعيش بدون أسرة تحميه مما يثير انجذاب الجمهور وتعاطفهم. إذا كان الحضور المكثف لقيم التوجه نحو الأقران وأعضاء المجتمع مؤشرا ايجابيا لأنه يسمح للطفل بالتغلب على الأبعاد الضيقة لبيئته الاجتماعية وتوسيع مجال

علاقاته، فإن استبعاد قيم التوجه الأسري ساهم بشكل سلبي في دفع الطفل للقفز إلى عالم النضج بوتيرة أسرع مما يتحملة نموهم العاطفي والعقلي.

✓ قيم التوجه نحو الآخرين في برامج الأطفال الموجهة للشرائح العمرية: ظهرت قيم التوجه

نحو الأسرة ضعيفة في كل من البرامج الموجهة للطفولة المبكرة والطفولة المتوسطة والطفولة المتأخرة، مما جعل برامج الأطفال عينة الدراسة تخفق في طرح هذه القيمة بالرغم من أهميتها في مرحلة الطفولة المبكرة، حيث تكون الأسرة هي البيئة الأولى التي يحتك بها الطفل ويشكل قيمه واتجاهاته نحوها، وتزداد أهميتها في مرحلة الطفولة المتوسطة والمتأخرة لكونها هي الجماعة المرجعية التي يعود إليها الطفل في تشكيل مفاهيمه ورؤيته ونسقه القيمي وبالتالي من الضروري أن تسعى برامج الأطفال إلى تقوية صلات الطفل بأسرته.

✓ قيم التوجه نحو الآخرين بحسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال

عينة الدراسة: ظهرت قيم التوجه الأسري قوية في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية ومختلطة، لكنها جاءت ضعيفة في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكرية، حيث وفقت مفردات العينة في طرح هذه القيم الأنثوية القائمة على رعاية الآخرين والارتباط بالعائلة في البرامج التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية. ولكن ضعف حضورها في برامج الأطفال الذكرية كامتداد للتصورات السائدة عن سمات الذكر باعتباره كائن مستقل، مسيطر، فرداني جعل برامج الأطفال تغذي هذا التصور المختزل عن الذكر باستبعاد الأسرة من المشهد التلفزيوني. بينما قيم التوجه نحو الأقران وأعضاء المجتمع ظهرت بنسب متقاربة في مختلف البرامج التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية وذكورية ومختلطة، مما يساهم في بناء هوية جنسية متعددة الجوانب وثرية، وعدم تجنيس التوجهات القيمية نحو الآخر.

✓ قيم التوجه نحو الآخرين حسب مصادر الإنتاج: توصلت الدراسة التحليلية إلى أن قيم التوجه

نحو الآخرين في الإنتاج الأمريكي عرفت حضوراً قوياً، خلافاً لما هو سائد في صناعة برامج الأطفال الأمريكية التي تركز على قيم الفردانية والأنانية، وإن كانت قيم التوجه الأسري ضعيفة فإن قيم التوجه نحو الأقران وأعضاء المجتمع كانت قوية. أمّا قيم التوجه نحو الآخرين في الإنتاج الياباني كانت ضعيفة ولا تتناسب مع ثقافة وقيم المجتمع الآسيوي الذي يمجّد ويعلي من قيمة التوجه نحو الآخرين، لكنها تستجيب في ذات الوقت لضرورات السوق واحتياجاته. في حين الإنتاج البريطاني وفق إلى حد كبير في تقديم قيم التوجه نحو الآخرين بمختلف

أبعاها نظرا لما يتمتع به الإنتاج البريطاني من جدية الطرح والالتزام بأعباء الخدمة العمومية. أما إنتاج أوروبا اللاتينية والإنتاج المشترك فقد كان حضورهما قويا إلى حد بعيد في ما يخص قيم التوجه نحو الأقران والأسرة. وما يلفت الانتباه في الإنتاج العربي ارتفاع قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع من أجل إرساء دعائم قيم المواطنة وتوسيع دائرة ولاءات الطفل العربي.

ثالثا: قيم التوجه البيئي في برامج الأطفال عينة الدراسة

نتناول في هذا العنصر قيم التوجه البيئي في برامج الأطفال عينة الدراسة، من أجل الكشف عن مدى مساهمة برامج الأطفال عينة الدراسة في بناء علاقة ايجابية للطفل معبيئته المحيطة، من خلال رصد تكرارات حضور كل من قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية، البيئة العلمية، البيئة الإعلامية، البيئة الثقافية في مفردات عينة الدراسة التي تم تصنيفها حسب متغير قنوات البث (قناة ام بي سي 3، قناة تلفزيون جيم) حسب الشريحة العمرية المستهدفة (برامج الطفولة المبكرة، برامج الطفولة المتوسطة، برامج الطفولة المتأخرة)، حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في البرامج (برامج توظف شخصيات رئيسية ذكرية، برامج توظف شخصيات رئيسية أنثوية، برامج توظف شخصيات رئيسية مختلطة) حسب مصادر الإنتاج.

المحور الأول: توزيع قيم التوجه البيئي حسب بقنوات البث:

جدول رقم 34: توزيع قيم التوجه البيئي في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بيسي 3 وقناة تلفزيون جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة إم بي سي 3		قيم التوجه البيئي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
29.31	17	13.79	8	15.51	9	قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية
20.68	12	8.62	5	12.06	7	قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية
34.48	20	17.24	10	17.24	10	قيم التوجه نحو البيئة العلمية
15.51	9	8.62	5	6.89	4	قيم التوجه نحو البيئة الثقافية
100	58	48.27	28	51.7	30	المجموع الكلي

ملاحظة: لقد تم تقسيم تكرارات حضورا القيم الفرعية على التكرار الإجمالي لقيم التوجه البيئي والذي بلغ

58 تكرارا.

تكمن أهمية قيم التوجه البيئي للطفل في كونها تتيح فهما أعمق وتقدير أفضل للعلاقات التي تربط الإنسان مع بيئته بمختلف أبعادها، من خلال تنمية اتجاهات والميول واهتمامات الطفل نحو البيئة وقضاياها. وقد توزعت قيم التوجه البيئي في برامج الأطفال عينة الدراسة على النحو التالي:

- تحصلت قيم التوجه نحو البيئة العلمية على المرتبة الأولى بنسبة 34.48% وبعدد تكرارات وصل إلى 10 تكرارات، موزعة بشكل متساوي بين قناة تلفزيون جيم وإم بي سي 3، حيث وصلت كل منها إلى نسبة 17.24%، وهي نسبة تعكس اهتمام القناتين بمجال العلوم وتقديمها بشكل ممتع ومسلي، حيث تخصص قناة تلفزيون جيم شهرا من كل سنة لعرض البرامج التي تهتم بتبسيط العلوم، وهو ما يتلاءم مع حاجة الإنسان العربي لتصحيح علاقاته واتجاهاته نحو البيئة العلمية المحيطة به، انطلاقا من واقع الحالة الراهنة للثقافة العلمية، خاصة "أمام ما أكدته دراسات اتحاد الإذاعات العربية حول هشاشة الثقافة العلمية لدى الإنسان العربي وضرورة إعادة تصحيح علاقتها من خلال إشاعة الثقافة العلمية وتبسيطها للطفل، كما سعت المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم إلى وضع استراتيجية لنشر الثقافة العلمية في الوطن العربي من خلال تخصيص مساحة أكبر في وسائل الإعلام بغية تعميق التفكير العلمي لدى المتلقي مع التركيز على برامج الأطفال وأفلام الخيال العلمي"³⁸⁶. وهو ما يجعل برامج الأطفال عينة الدراسة توفق في طرح هذه القيمة من أجل خلق مناخ علمي للطفل خاصة أمام التطورات التي تشهدها العلوم وما تخلفه من تأثيرات ايجابية في حاضر ومستقبل الأمم وفي تفعيل مشروع التنمية.

- تحصلت قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية على الترتيب الثاني بنسبة 29.31% بمجموع تكرارات بلغت 17 تكرارا، موزعة بين قناة تلفزيون جيم الذي حظي بنسبة 13.79% وقناة إم بي سي 3 التي حصلت على نسبة 15.51%. وهي نسب معتبرة لتقوية علاقة الطفل ببيئته الطبيعية، خاصة وان الطفل العربي كثيرا ما يعيش علاقة أحادية مع الطبيعة باعتبارها فضاء

³⁸⁶ محمد قنطرة: إنتاج البرامج العلمية والتكنولوجية في الإذاعات والتلفزيونات العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس، 2006،

للاستهلاك والأخذ وليس العطاء والبذل، وتغيب قيم المواطنة البيئية التي تفرض الاحترام المتبادل بين الطفل البيئية، كما أن العالم من حولنا يعيش تدهورا ملحوظا في البيئة الناتج عن الاستغلال الغير الرشيد والغير الواعي لثرواتها، مما جعل الدول تتدافع من أجل تسطير برامج موحدة متخصصة في قضايا البيئة وتشجيع تبادل المعلومات والأفكار البيئية، وتفعيل مبدأ التربية البيئية، ومكافحة كل أشكال الاستغلال البشع لموارد الأرض الطبيعية، وجعل الإعلام طرفا فاعلا في إيقاظ الوعي البيئي لدى المتلقي، ونذكر من هذه المؤتمرات العالمية والعربية: مؤتمر إسطنبول، مؤتمر تبيليسي، المؤتمر الدولي حول المحيط البيئي.. وغيرها. وما يمكن التأكيد عليه أن برامج الأطفال وفقت إلى حد كبير في طرح هذه القيمة ومساعدة الطفل على تكوين وتنمية وتوجيه سلوكياته نحو التفاعل الإيجابي مع بيئته، إن كان ما يؤخذ على هذه البرامج أنها قدّمت البيئة الطبيعية برؤية عالمية، معتبرة إياها انشغالا إنسانيا محضا يتجاوز الخصوصيات الثقافية، مما جعل الكثير من المعلومات لا تتسجم مع خصائص واحتياجات البيئة الطبيعية للطفل العربي.

- أمّا قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية فقد حصلت على نسبة 17.85% وبـ 12 تكرارا موزعة بين تلفزيون جيم الذي تحصل على نسبة 12.06% وقناة أم. بي. سي 3 التي تحصلت على نسبة 8.62%، وهي نسبة ضئيلة مقارنة بأهمية قضية التربية على التعامل مع وسائل، لكنها تعتبر في ذات الوقت نسبة معتبرة إذا ما قارناها بتجربة التلفزيون في مساعدة الطفل على ترشيد علاقته بالبيئة الإعلامية، حيث ظل النقاش حول قضية التربية الإعلامية محصورا في توحيد الجهود من أجل تفعيل دور الأسرة والمدرسة في تأهيل الطفل للتعامل بوعي ويقظة مع بيئة إعلامية غمرتها الوسائط المتعددة، ولم تشكل برامج الأطفال فضاء تربويا مهما لمواكبة هذه التحولات ومساعدة الطفل على التعامل مع هذا المعطى الاتصالي بطريقة عقلانية، باعتبار وسائل الإعلام طرفا فاعلا في إنتاج هذا الفيض من الصور والرموز التي كثيرا ما تشوش على الطفل، وبالتالي فاستغلال هذا الوسيط لتزويد الطفل بالمهارات الكافية للتعامل مع المحتويات الإعلام وتكنولوجيا الاتصال لا يزال محل تشكيك لأن خلق الظروف النفسية والفكرية البيداغوجية لمواكبة التحولات الإعلامية هي مسؤولية أكبر من أن يتحملها برامج تلفزيونية، وهو يجعل التوجه نحو إنتاج هذا النوع الإعلامي لا يزال ضئيلا، غير أننا نشم هذه التجربة الإعلامية من منطلق الوضع التربوي والإعلامي للطفل العربي والجزائري، فمن جهة

غياب المرافقة المدرسية والأسرية على حد سواء، ومن جهة أخرى تزايد أنماط وأشكال الاستهلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والنتيجة بناء طفل أعزل وهش أمام مد إعلامي وتكنولوجي جارف، وهو يجعل خطر هذه الوسائل يتضاعف وطريقة الاستفادة منها تتضاءل، وتتضاءل معها فرص الاندماج في مجتمع المعلومات والمعرفة الذي يطالب بترشيد العلاقة بين المستخدم والتقنية من أجل تحقيق الاستفادة القصوى منها وتجنب المخاطر المترتبة عنها، وفي هذا الصدد أشار إعلان القاهرة حول تفعيل آليات العمل العربي المشترك نحو عالم جدير بالأطفال "العمل على تفعيل حق الأطفال والاتساع في استخدام الوسائل الحديثة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بهدف إعداد جيل قادر على البناء والتنافس والقيام بدور فعال في الاقتصاد الوطني والعالمي"³⁸⁷.

- قيم التوجه نحو البيئة الثقافية تحصلت على الترتيب الأخير نسبة 15.51% موزعة بشكل متقاربين برامج تلفزيون جيم التي حصلت على نسبة 6.89% وبرامج إم بي سي 3 التي تحصلت على نسبة 6.89%. والملاحظ هو ضعف حضور قيم التوجه نحو البيئة الثقافية من جهة، واقتصار برامج الأطفال عينة الدراسة على تقديم الثقافة برؤية عالمية متجاوزة الخصوصيات الثقافية، وهو ما جعل أيضا الثقافة العربية تغيب عن المشهد الإعلامي بالرغم من أهمية الجانب الثقافي في بناء هوية الطفل العربي في هذا المجال يقول الدكتور رضا النجار "إن الفروقات واللامساواة في ظل المجتمع الاتصالي الجديد ستكون ثقافية والمعرفة لن تكون معركة أرقام بل هي معركة إنتاج محلي للثقافة وليس أمانا إلا أن ننتج، فالأمر لم يعد يقاس بالربح الذي سنحصل عليه من إنتاجنا الثقافي بقدر ما هو إثبات للوجود"³⁸⁸. ويرى الباحث الإعلامي العراقي هادي نعمان الهيتي أن التعامل مع البيئة الثقافية يتخذ اتجاهين رئيسيين: اتجاه يقتضي التمسك بمجمل العناصر التي تشكل الخصوصية الثقافية ومقاومة كل ما لا يتطابق معها ومواجهة كل محاولات التغيير فيها، مما يؤدي إلى العزوف عن التفاعل الاتصالي، ويرى الاتجاه الثاني أن الخصوصية الثقافية حقيقة قائمة في كل ثقافة وأنها من الطواعية بحيث تقبل التطور بدون ضغوط فهي تقبل الاتصال الثقافي القائم على

³⁸⁷ انظر نص الخطة في الملحق (5).

³⁸⁸ محمد عبد الكافي: البرامج الأجنبية ودورها في تشكيل ثقافة الطفل العربي، المجلة العربية للثقافة، العدد 37، المنظمة العربية

للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1990، ص 110.

التفاعل والتبادل³⁸⁹ وهو ما يقتضي بالضرورة سعي برامج الأطفال إلى التعاطي مع البيئة الثقافية العالمية مع الحفاظ على الهوية والخصوصية الثقافية، فتكون ثقافة الآخر فضاء للانفتاح وليست مجالاً للإقصاء أو الاغتراب. وهو ما أكدت عليه العديد من الوثائق الإعلامية من أجل سعي الإعلام العربي لتنمية الهوية الحضارية العربية وتعميق انتماء الإنسان العربي لقيمه الروحية والحضارية مع الانفتاح على باقي الثقافات.

المحور الثاني: توزيع قيم التوجه البيئي حسب الشرائح العمرية التي تتوجه لها الرسالة الإعلامية:

حيث قمنا بحساب تكرارات القيم في برامج الأطفال التي تتوجه إلى مرحلة الطفولة المبكرة، مرحلة الطفولة المتوسطة، مرحلة الطفولة المتأخرة.

جدول رقم 35: توزيع قيم التوجه البيئي في البرامج الموجهة لمرحلة الطفولة المبكرة:

الطفولة المبكرة		الفئات الفرعية	قيم التوجه البيئي
النسبة	التكرار		
9.09	1	تعريف الطفل بمكونات البيئة	قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية
9.09	1	تشجيع احترام الطفل لجميع المخلوقات	
9.09	1	إثارة حساسية الطفل للمشكلات البيئية	
/	/	تنمية التفهم للمصادر الطبيعية وطرق صيانتها واستغلالها	
9.09	1	تنمية خبرات الطفل حول البيئة المحيطة به	
36.36	4		المجموع الجزئي
/	/	التوعية بالآثار السلبية لوسائل الإعلام	قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية
/	/	تشجيعه على ممارسة أنشطة أخرى	
/	/	تشجيع الطفل على ترشيد استهلاكه لوسائل الإعلام	
9.09	1	مهارات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال	

³⁸⁹ هادي نعمان الهيتي: الهوية الثقافية للأطفال العرب إزاء ثقافة العولمة، مجلة الطفولة والتنمية، العدد 2، 2001، ص 155

		فهم أخلاقيات العمل الإعلامي	
9.09	1		المجموع الجزئي
18.18	2	تنمية الفضول العلمي وطرح الأسئلة	قيم التوجه نحو البيئة العلمية
		الأمانة العلمية	
9.09	1	اعتماد الترتيب المنطقي والتسلسل في عرض المواقف العلمية	
/	/	تشجيع الإبداع والاستكشاف	
/	/	الربط بين المتغيرات بشكل علمي	
/	/	التركيز على أكثر من بعد في فهم الظواهر	
/	/	حب العلم واحترام العلماء	
/	/	الابتعاد عن الخرافات	
27.27	3		
9.09	1	تشجيع الاهتمام بأشكال متنوعة من الفنون	قيم التوجه نحو البيئة الثقافية
9.09	1	التشجيع على التعرف على الثقافات الأخرى	
/	/	التشجيع على استخدام المنتج الثقافي المحلي	
9.09	1	توعية الطفل بأهمية الثقافة المحلية	
27.27	3		المجموع الجزئي
100	11		المجموع الكلي

ملاحظة: لقد تم تقسيم تكرارات حضور القيم الفرعية على التكرار الإجمالي لقيم التوجه البيئي برامج الطفولة المبكرة والذي بلغ 11 تكرارا.

نلاحظ أن قيم التوجه البيئي في برامج الطفولة المبكرة توزعت على النحو التالي:

- قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية في برامج الطفولة المبكرة تحصلت على الترتيب الأول بنسبة 36.36% وبعدها تكرارات بلغ 4 تكرارات من مجموع 11 تكرارا، حيث حصدت كل من فئة تعريف الطفل بمكونات البيئة، تشجيع احترام الطفل لجميع المخلوقات، إثارة حساسية الطفل للمشكلات البيئية، تنمية خبرات الطفل حول البيئة المحيطة به درجات متساوية قدرت كل منها ب 9.09%، بينما غابت فئة تنمية التفهم للمصادر الطبيعية وطرق صيانتها واستغلالها، بالرغم من أهمية هذه القيم بالنسبة للطفل في هذه المرحلة العمرية. وبالتالي لم توفق برامج

الأطفال عينة الدراسة بصفة كلية في تنمية القيم التربوية المتجهة نحو علاقة الفرد ببيئته الطبيعية من أجل تكوين وتنمية وتوجيه السلوكيات نحو التفاعل الإيجابي مع البيئة بمواردها المختلفة، وما تحمله من نظم وعلاقات، وذلك بمساعدته على اكتساب المعلومات البيئية بشكل مستمر، وعن أهمية التربية البيئية يؤكد كل من **Tilbury et Wilson et Stap** أنه ينبغي أن يكون الأطفال منذ سن مبكرة شعورا قويا اتجاه البيئة المحيطة بهم، وبدون ذلك فإنه ليس بإمكانهم تكوين ذلك في أي مرحلة أخرى، وأن تشرب القيم البيئية يجب أن يؤسس على الدهشة وامتعة الاستكشاف والانطلاق من بالمبادرات البسيطة التي ترتبط بما ألفه الطفل³⁹⁰، يساعد تفعيل القيم البيئية لدى الطفل على نقله من مرحلة الأنوية (الانتقال من التركيز على الذات للتركيز على البيئة) لتحقيق السيطرة والتحكم في البيئة والتوجه نحوها.

- **قيم التوجه نحو البيئة العلمية:** تحصلت على الترتيب الثاني بنسبة قدرت بـ 27.27% وبمجموع تكرارات بلغ 3 تكرارات، وقد كان حضورها ضعيفا في برامج الطفولة المبكرة، وظهرت من خلال فئة حب الاستطلاع بنسبة 18.18%، قيمة التشجيع على التفكير العلمي بنسبة 9.09% في حين غابت باقي المؤشرات مما أضعف أكثر من حضور هذا التوجه القيمي، بالرغم من أهميته هذه في المرحلة العمرية المبكرة، حيث تتيح قيم التوجه نحو البيئة العلمية فرصا للطفل ليتعامل مع البيئة المحيطة به ويتواءم معها، ومن خلال اطلعنا على خصائص التفكير المعرفي لدى الطفل في هذه المرحلة حسب منظور بياجيه فإن تشرب القيم العلمية يكون من خلال التفكير بحواسه الخمس وتحويل الخبرات البيئية إلى خبرات تطبيقية مباشرة، فتفكير الطفل في هذه المرحلة يكون عيانيا محسوسا، وبالتالي لا يستطيع فهم القضايا المجردة، كما يتميز تفكيره وكما أشرنا سابقا بالإيحائية أي إعطاء الحياة والشعور والقصدية للأشياء، مما يتطلب وضع تصورات الطفل على محك التجربة الفعلية ليتجاوزها، وهذا يكون من خلال تنمية القيم العلمية التي تسمح له بالتعاطي مع ما يحيط به بشكل علمي والربط بين المتغيرات والانتقال السببية الظاهرة: (هناك عدم فهم للعلاقة الحقيقية بين الأحداث) نحو السببية الميكانيكية (الشرح بواسطة الاستدلال أي ذكر سبب حدوث الظاهرة والبرهنة عليه). الأمر الذي يتطلب من برامج الأطفال توفير فرص متنوعة لمساعدة الطفل على

³⁹⁰ منى محمد علي جاد، مرجع سابق، ص 11.

الاستكشاف، الملاحظة، والتنبؤ، وطرح الأسئلة والإجابة عنها بطريقة علمية، غير أن تهميش الإنتاج لفئة الطفولة المبكرة والخوض في مجال العلوم يعود من وجهة نظر الباحثة إلى: التكلفة المادية الباهظة لإنتاج هذا النوع من البرامج وما يتطلبه من معدات تقنية مكلفة، نقص الكفاءات ونقص من هم في الاختصاص القادرين على الكتابة وإنتاج المواضيع العلمية، التخوف من التبسيط العلمي الذي تحتاجه هذه المرحلة العمرية والذي قد يؤثر على دقة المعلومة ووضوحها، الافتقار إلى أساليب التشويق والإثارة التي يمكن أن تجعل المتلقي يستجيب لها بالسرعة المطلوبة.

- **قيم التوجه نحو البيئة الثقافية** تحصلت على ترتيب مكافئ لقيم التوجه نحو البيئة العلمية حيث وصلت نسبتها إلى 27.27% توزعت بين فئة التشجيع على التعرف على الثقافات الأخرى وفئة توعية الطفل بأهمية الثقافة المحلية التي حصدت كل منها 9.09%، وهي نسبة ضعيفة بالمقارنة بالأهمية التي تحظى بها هذه القيمة في هذه المرحلة العمرية المبكرة، حيث يحتاج الطفل في هذه المرحلة للتعرف أكثر على بيئته الثقافية المحلية من أجل تنمية قيم الاعتزاز بثقافته المحلية، وهو ما ظهر مثلا في العم مصلح التي أبدى اهتمام بهوية الطفل العربي وثقافته المحلية.

- **قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية** ظهرت بشكل ضعيف جدا، وانحصرت في قيمة مهارات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال حيث وصلت نسبتها 9.09%. وبالتالي لم توفق برامج الأطفال من الناحية الكمية والكيفية في طرح هذه القيمة، بالرغم من أهميتها في هذه المرحلة العمرية، حيث يتميز تفكير الطفل بالتعميم وعدم القدرة على الفصل بين الواقع والخيال، مما يجعله يتشرب كل ما يقدم من محتوى إعلامي ويعممه على كل المواقف، وما يضاعف من حاجته للحصانة وتزويده بالمعلومات الكافية هو ارتفاع وتيرة استهلاكه لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، "حيث أكدت أحد التقارير الإحصائية لسنة 2004 أن 77% من الأطفال الأقل من 5 سنوات يشاهدون التلفزيون، و60% منهم فقط يشاهدونه مع أحد الأبوين"،³⁹¹ وربما هذا راجع لاعتبار أن التربية على التعامل مع وسائل الإعلام ظهرت بصفة ملحّة في المناهج

³⁹¹Allard Claude: **L'enfant avec les images**, Le Carnet PSY, n° 120, 2007 pp 25-28

URL : www.cairn.info/revue-le-carnet-psy-2007-7-page-25.htm.

DOI : [10.3917/lcp.120.0025](https://doi.org/10.3917/lcp.120.0025)

الدراسية وما زالت البرامج التلفزيونية بعيدة عن هذا الطرح، كما أن هذه القيمة تعود لتوعية الأبناء والآباء معاً، وبالتالي يتم تلقينها على مستوى اسري أكثر منه موجهة للطفل في حد ذاته، وإن كانت الباحثة تعتقد أنه من الجيد بناء برامج تلفزيونية تسعى لبناء سلوك مشاهدة إيجابي لدى الطفل خاصة وأن الطفل العربي إضافة لارتفاع كثافة المشاهدة وعدم وعي الأسر العربية بخطورة هذه الوسائل فإن من المفيد أن يقوم التلفزيون بهذا الدور.

جدول رقم 36: توزيع قيم التوجه البيئي في برامج الموجهة لمرحلة الطفولة المتوسطة:

الطفولة المتوسطة		الفئات الفرعية	قيم التوجه البيئي
النسبة	التكرار		
6.45	2	تعريف الطفل بمكونات البيئة	قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية
/	/	تشجيع احترام الطفل لجميع المخلوقات	
9.67	3	إثارة حساسية الطفل للمشكلات البيئية	
6.45	2	تنمية التفهم للمصادر الطبيعية وطرق صيانتها واستغلالها	
6.45	2	تنمية خبرات الطفل حول البيئة المحيطة به	
29.03	9		المجموع الجزئي
6.45	2	التوعية بالآثار السلبية لوسائل الإعلام	قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية
3.22	1	تشجيعه على ممارسة أنشطة أخرى	
6.45	2	تشجيع الطفل على ترشيد استهلاكه لوسائل الإعلام	
6.45	2	مهارات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال	
6.45	2	فهم أخلاقيات العمل الإعلامي	
29.03	9		
9.67	3	تنمية الفضول العلمي وطرح الأسئلة	قيم التوجه نحو البيئة العلمية
3.22	1	الأمانة العلمية.	
12.9	4	اعتماد الترتيب المنطقي والتسلسل في عرض المواقف العلمية	
6.45	2	تشجيع الإبداع وحب الاستكشاف	

/	/	الربط بين المتغيرات بشكل علمي	
/	/	التركيز على أكثر من بعد في فهم الظواهر	
/	/	حب العلم واحترام العلماء	
/	/	الإبتعاد عن الخرافات	
32.25	10	المجموع الجزئي	
6.45	2	تشجيع الاهتمام بأشكال متنوعة من الفنون	قيم التوجه نحو البيئة الثقافية
3.22	1	التشجيع على التعرف على الثقافات الأخرى	
/	/	التشجيع على استخدام المنتج الثقافي المحلي	
/	/	توعية الطفل بأهمية الثقافة المحلية	
9.67	3	المجموع الجزئي	
99.98	31	المجموع الكلي	

ملاحظة: لقد تم تقسيم تكرارات حضور القيم الفرعية على التكرار الإجمالي لقيم التوجه البيئي برامج الطفولة المتوسطة والذي بلغ 31 تكرارا.

تبين نتائج الدراسة التحليلية أن قيم التوجه البيئي في برامج الطفولة المتوسطة قد توزعت على النحو التالي:

- استأثرت قيم التوجه نحو البيئة العلمية بأعلى نسبة والمقدرت بـ 32.25% بمجموع تكرارات بلغ 10 تكرارات، موزعة بين قيمة اعتماد الترتيب المنطقي والتسلسل في عرض المواقف العلمية بنسبة 12.9% كأكبر درجة، قيمة الأمانة العلمية بنسبة 3.22% كأقل درجة، بينما غابت بقية القيم الفرعية. وقد وفقت برامج الأطفال عينة الدراسة في طرح القيم العلمية وتكييفها مع خصوصية هذه المرحلة العمرية، حيث أن تشجيع الطفل على التفكير العلمي متناسب مع خروج الطفل من مرحلة من مرحلة الإيحائية والاصطناعية (إعطاء حياة للأشياء الجامدة كالقول أن السحاب يغضب) ويلجأ إلى ربط الظواهر بأسباب علمية وواقعية، بالإضافة إلى القدرة على التحليل المنطقي، وبالتالي هي مرحلة خصبة لغرس القيم الإيجابية في التعامل مع كل ما يحيط به بطريقة علمية مدروسة مما يساهم في حل المشاكل البيئية وتنمية القيم والمواقف الإيجابية نحوها. كما تبرز أهمية برامج الأطفال من خلفية تأثيرات العلوم في حاضر المواطن العربي وفي ظل ظهور معضلات وتطورات وقضايا علمية معاصرة تؤكد وجوب أن

تحرص برامج الأطفال على توفير حد أدنى من الزاد العلمي، "خاصة وأن 7 تقارير قطرية أفادت أن الدول العربية لا تزال تفتقر للإعلام العلمي الهادف والمؤثر والذي يعكس مدى التقدم العلمي والتقني الجاري في العالم".³⁹²

- تحصلت قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية على الترتيب الثاني بنسبة 29.03 % وبعده تكرارات بلغ 9 تكرارات، توزعت بين فئة إثارة حساسية الطفل للمشكلات البيئية بنسبة 9.67%، ثلثها كل من فئة تعريف الطفل بمكونات البيئة، تنمية التفهم للمصادر الطبيعية وطرق صيانتها واستغلالها، تنمية خبرات الطفل حول البيئة المحيطة به، حيث تحصلت كل منها على نسبة 6.45%، بينما غاب مؤشر تشجيع احترام الطفل لجميع المخلوقات. وبعد ارتفاع نسب الاهتمام البيئي في مرحلة الطفولة المتوسطة مؤشرا إيجابيا، حيث سعت البرامج عينة الدراسة إلى تقديم قيم تتلاءم مع خصوصية المرحلة العمرية أين ترتفع الاتجاهات الإيجابية للطفل في ما يتعلق بكل ما حوله، يصبح هدفه هو الإنجاز وإجادة العمل الذي يؤديه والنجاح فيه، وينتقل بذلك من مرحلة اللعب إلى الإحساس بالإنجاز، حيث يصبح نشاطه موجها لتحقيق نتائج ملموسة، ويركز انتباهه على القيام بالأشياء بشكل جيد من أجل الشعور بالاكتمال والرضا عن العمل الذي يؤديه، وتكون الفرصة مواتية من أجل تحفيز الطفل وإثارة انتباهه للاهتمام بالبيئة الطبيعية المحيطة به.

- قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية حظيت بنسبة 29.03% وبمجموع بلغ 9 تكرارات، حيث توزعت على النحو التالي: التوعية بالآثار السلبية لوسائل الإعلام، تشجيع الطفل على ترشيد استهلاكه لوسائل الإعلام، فهم أخلاقيات العمل الإعلامي تحصلت كل منها على نسبة 6.45%، تشجيعه على ممارسة أنشطة أخرى وصلت نسبتها إلى 3.22%. ومن خلال بيانات الدراسة التحليلية يتضح أن برامج الأطفال قد قدمت إشارات حول الاستهلاك المفرط لوسائل الإعلام لكن بنسب متوسطة، بالرغم من أهمية هذه القيم بالنسبة للمرحلة العمرية التي ترتفع فيها نسب المشاهدة ونسب استخدام وسائل الإعلام، وما تشهده هذه المرحلة من ثراء في البيئة الاتصالية للطفل "حيث أكدت التقارير أن التلفزيون يحتل نسبة 31% من الممارسة الترفيهية لأطفال هذه المرحلة، النشاطات السمعية (موسيقى، إذاعة..) تحتل نسبة 92%،

³⁹² محمد قنطرة، مرجع سابق، ص 10.

ألعاب الفيديو نسبة 71.5% والكمبيوتر 16%³⁹³. وهذا أمر طبيعي فلا يمكن لبرامج الأطفال أن تقدم اتجاهات وقيم قد تنعكس سلباً على قاعدتها الجماهيرية وهو وتؤثر سلباً على حصصها السوقية .

- قيم التوجه نحو البيئة الثقافية: حصد هذا التوجه نسبة 9.67% موزعة بين الفئات القيمية التالية: تشجيع الاهتمام بأشكال متنوعة من الفنون التي تحصلت على نسبة 6.45%، التشجيع على التعرف على الثقافات الأخرى التي تحصلت على نسبة 3.22%، بينما غابت باقي المؤشرات. بالرغم من أهمية هذه القيم في هذه المرحلة العمرية من حيث الاطلاع على الثقافات الكونية، لكن لا تزال الحاجة ملحة أكثر لتحقيق أمن ثقافي عربي بالتأكيد على الذاتية الثقافية العربية وتعزيز عناصر القوة والمناعة الثقافية.

جدول رقم 37: توزيع قيم التوجه البيئي في برامج الموجهة لمرحلة الطفولة المتأخرة:

الطفولة المتأخرة		الفئات الفرعية	قيم التوجه البيئي
النسبة	التكرار		
6.25	1	تعريف الطفل بمكونات البيئة	قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية
6.25	1	تشجيع احترام الطفل لجميع المخلوقات	
6.25	1	إثارة حساسية الطفل للمشكلات البيئية	
/	/	تنمية التفهم للمصادر الطبيعية وطرق صيانتها واستغلالها	
6.25	1	تنمية خبرات الطفل حول البيئة المحيطة به	
25	4		المجموع الجزئي
/	/	التوعية بالآثار السلبية لوسائل الإعلام	قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية
/	/	تشجيعه على ممارسة أنشطة أخرى	
/	/	تشجيع الطفل على ترشيد استهلاكه لوسائل الإعلام	
12.5	2	مهارات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال	

³⁹³Octobre Sylvi, « Les 6-14 ans et les medias audiovisuels . Environnement médiatique et interactions familiales», Réseaux 3/2003 (n° 119) , p. 95-120

URL : www.cairn.info/revue-reseaux-2003-3-page-95.htm.

DOI : [10.3917/res.119.0095](https://doi.org/10.3917/res.119.0095).

/	/	فهم أخلاقيات العمل الإعلامي	
12.5	2		المجموع الجزئي
12.5	2	تنمية الفضول العلمي وطرح الأسئلة	قيم التوجه نحو البيئة العلمية
6.25	1	الأمانة العلمية	
18.75	3	اعتماد الترتيب المنطقي والتسلسل في عرض المواقف العلمية	
6.25	1	تشجيع الإبداع وحب الاستكشاف	
		الربط بين المتغيرات بشكل علمي	
		التركيز على أكثر من بعد في فهم الظواهر	
/	/	حب العلم واحترام العلماء	
/	/	الإبتعاد عن الخرافات	
43.75	7		المجموع الجزئي
6.25	1	تشجيع الاهتمام بأشكال متنوعة من الفنون	قيم التوجه نحو البيئة الثقافية
6.25	1	التشجيع على التعرف على الثقافات الأخرى	
/	/	التشجيع على استخدام المنتج الثقافي المحلي	
6.25	1	توعية الطفل بأهمية الثقافة المحلية	
18.75	3		المجموع الجزئي
100	16		المجموع الكلي

ملاحظة: لقد تم تقسيم تكرارات حضور القيم الفرعية على التكرار الإجمالي لقيم التوجه البيئي برامج الطفولة المتأخرة والذي بلغ 16 تكرارا.

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق أن قيم التوجه البيئي في برامج الأطفال الموجهة للطفولة المتأخرة قد توزعت على النحو التالي:

- توصلت قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية على نسبة 25% بعدد تكرارات وصل إلى 4 تكرارات، توزعت بين الفئات الفرعية التالية: تعريف الطفل بمكونات البيئة، تشجيع احترام الطفل لجميع المخلوقات، إثارة حساسية الطفل للمشكلات البيئية، تنمية خبرات الطفل حول البيئة المحيطة به، تحصلت كل منها على نسبة 6.25%، بينما غاب مؤشر تنمية التفهم للمصادر الطبيعية وطرق صيانتها واستغلالها.

تمثل هذه المرحلة مستوى متقدم من التفكير الأخلاقي لدى الطفل، حيث تنتقل اهتماماته من تفهم حاجات الأسرة ونظام الجماعة نحو رؤية أكثر عمومية وشمولا، أين يبدأ يهتم بقضايا مجتمعه المحليوتكون بذلك فترة خصبة لتقوية اتجاهات الطفل نحو البيئة، ولأنه وكما رأينا سابقا يقوم بتحليل الأمور بشكل مثالي يشعر أنه قادر على حل مشكلات فانه من المناسب استغلال حماسه وتوجيه نشاطه نحو المحيط من أجل اكتساب خبرات ووضع خطته ومشاريعه على محك التجربة، خاصة وأن خصائص تفكيره التي تتسم بالتفكير الاستدلالي والاستنتاجي ستكون عاملا قويا في إيجاد حلول للمشاكل البيئية، وقد وفقت البرامج عينة الدراسة في طرح هذه القيمة.

- تحصلت قيم التوجه نحوالبيئة العلمية على نسبة 43.75% موزعة بين قيمة اعتماد الترتيب المنطقي والتسلسل في عرض المواقف العلمية التي تحصلت على نسبة 18.75%، تنمية الفضول العلمي وطرح الأسئلة تحصلت على نسبة 12.5%، الأمانة العلمية، تشجيع الإبداع وحب الاستكشاف لم تتجاوز نسبتها 6.25%، بينما غابت باقي المؤشرات الأخرى.وقد وفقت برامج الأطفال في طرح العديد من القيم بما يتناسب خصوصية مرحلة الطفولة المتأخرة، حيث أن ميل الطفل إلى التجارب العلمية والتفسير ووضع الفروض ومحاولة التثبت من نتائجها المنطقية، الاعتماد على خاصية المنطق العلمي واستخدام أسلوب حل المشكلات،القدرة على الاستدلال الفرضي(الاستنتاجي)، القدرة على الاستدلال المنطقي من خلال تقييم المقترحات حول مسألة معيّنة دون الرجوع إلى ظروف الواقع(كل الزهور رائحتها زكيّة، الياسمين زهرة، الياسمين رائحته زكيّة)، كلها خصائص تستطيع برامج الأطفال استثمارها من أجل تكوين اتجاهات ايجابية للطفل نحو بيئته والارتقاء بثقافته العلمية والتكنولوجية وتنمية قدرته على البحث والمحاورة والتجريب.

- قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية تحصلت على نسبة 12.5% موزعة بين مهارات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي تحصلت على نسبة 12.5% حيث يستغل المنتجون ولع الأطفال في هذه المرحلة بتجريب كل ما هو جديد من أجل جذبهم لمتابعة البرامج، بينما غابت باقي الفئات بالرغم من أهميتها في هذه المرحلة العمرية، ففي مرحلة الطفولة المتأخرة يسعى الطفل لإحداث تكامل وتنظيم للخبرات السابقة في شكل جديد من خلال التركيز على الاحتمالات بدلا من الحقائق الواقعية، والتشكيك في كل ما حوله وإعادة تقييمه من حيث

الخطأ والصواب (الحس النقدي، رؤية الأمور من زوايا مختلفة) كلها مهارات تساعد الطفل على التعامل مع الأبعاد المعقدة للبيئة الإعلامية، اخذ مسافة الأمان والاحتراس منها من خلال المقارنة بين العالم الواقعي والعالم الذي يتم تجزئته على مقاس الشاشة، مع تحقيق الاستفادة القصوى مما تقدمه وسائل الإعلام، "خاصة وان هناك دراسة جديدة نشرتها بي.بي سي حول استخدام المراهقين لشبكة الانترنت مفادها أن اكتساب مهارات في مجال الانترنت وممارسة الألعاب الإلكترونية وقضاء بعض الوقت في مواقع العلاقات الاجتماعية يساعد المراهقين على النمو والنضج"³⁹⁴. وبالتالي لم توفق برامج الأطفال في طرح هذه القيمة بالرغم من استعدادات الطفل القيمية والمعرفية والنفسية لتقبل هذه القيم واستيعابها بشكل أفضل من المراحل العمرية السابقة.

- **قيم التوجه نحو البيئة الثقافية** تحصلت على الترتيب الأخير بالرغم مما تمثله هذه المرحلة من مستوى متقدم من التفكير الأخلاقي لدى الطفل، حيث تنتقل اهتماماته من تفهم حاجات الأسرة ونظام الجماعة نحو رؤية أكثر عمومية وشمولا، أين يبدأ يهتم بقضايا مجتمعه المحلي ومن بينها الجانب الثقافي. غير أن برامج الأطفال عينة الدراسة لم تولي هذا التوجه القيمي اهتماما كبيرا، حيث تحصلت قيم التوجه نحو البيئة الثقافية على نسبة 6.25% موزعة بين قيمة تشجيع الاهتمام بأشكال متنوعة من الفنون، التشجيع على التعرف على الثقافات الأخرى والتي لم تتجاوز كل منها نسبة 6.25%، واقتصر اهتمام برامج الأطفال عينة الدراسة بالقيم التي تركز على التوجه نحو البيئة الثقافية العالمية دون الخوض في موضوع الخصوصيات الثقافية، حرصا منها على عرض ما هو متفق عليه ولا يثير حساسيات الثقافية ولا يصطدم بالحدود والموانع الثقافية، ويشكل اهتمامات عامة تلقى قبولا من مختلف الجماهير.

جدول رقم 38: يوضح توزيع قيم التوجه البيئي حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة:

المجموع		الاثنين معا		أنثى		ذكر		قيم التوجه البيئي
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	
100	17	64.7	11	35.29	6	/	/	قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية

³⁹⁴ أحمد مفلح: **الطفل.....سر التقدم والنهوض**، مرجع سابق، ص37

100	12	16.66	2	41.66	5	41.66	5	قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية
100	20	50	10	40	8	10	2	قيم التوجه نحو البيئة العلمية
100	9	33.33	3	44.44	4	22.22	2	قيم التوجه نحو البيئة الثقافية

ملاحظة: لقد تم تقسيم تكرارات حضور القيمة على تكرارات كل توجه قيمى على حدا (التوجه نحو البيئة الطبيعية، التوجه نحو البيئة الإعلامية، البيئة العلمية، البيئة الثقافية).

توضح بيانات الدراسة التحليلية أن قيم التوجه نحو البيئة في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية، البرامج التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية، البرامج التي توظف شخصيات رئيسية مختلطة قد توزعت على النحو التالي:

- تحصلت قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية على نسبة 35.29%، بينما تحصلت البرامج التي توظف شخصيات مختلطة على نسبة 64.7%، في حين لم تظهر قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية. وتُرجع الباحثة غياب قيم التوجه البيئي في برامج الأطفال التي توظف شخصيات ذكورية وارتفاع نسبتها في برامج الأطفال التي توظف شخصيات أنثوية ومختلطة، إلى كون الرعاية قيمة أنثوية أكثر منها ذكورية في تقسيمنا لأدوار النوع الاجتماعي، حيث ترسخ ثقافتنا وحتى الثقافة الغربية مفهوم الأنثى التي تولي اهتماما مضاعفا بالطبيعة وترعاها، بينما تُرسخ لدينا فكرة الذكر النفعي الذي يهتم بالنتائج الفورية التي تخدم مصالحه المباشرة، أما الاهتمام بالطبيعة ورعايتها من أجل حماية الكوكب يعد جهدا غير واضح النتائج، مما يجعل توجهه يضعف نحو البيئة الطبيعية، وهو ما يعزز صور نمطية تكون امتداد لمفهومنا المختزل عن الذكورة والأنوثة بدل العمل على كسر هذه الحواجز بتنوع المهام والأدوار ومجالات الاهتمام بالطبيعة كرسالة إنسانية تهتم الأفراد ذكورا وإناثا.

- تحصلت قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية على نسبة 41.66%، وفي برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية على نسبة 41.66%، في حين تحصلت برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية مختلطة على نسبة 16.66%. يبدو أن الاهتمام بعلاقة الطفل بوسائل الإعلام قد بدا ذكوريا وأنثويا على حد سواء، حيث وفقت برامج الأطفال في طرح هذه القيمة قاطعة بذلك مع الثنائيات

المتقابلة: ذكورة و أنوثة، خاصة وأن ميدان التكنولوجيا والتحكم التقني والتعاطي مع وسائل الإعلام ظل لفترة طويلة مجالاً ذكورياً بامتياز، لأنه يعلن عن تفوق الرجل ويسهم في إبراز عقلانيته وقدرته على التحكم في التقنية، وهو ما يحافظ على وجاهته الذكورية التي تُسهم الثقافة وأساليب التنشئة الاجتماعية في إنكائها.

- حصدت قيم التوجه نحو البيئة العلمية في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية على نسبة 10%، بينما وصلت نسبة برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية إلى 40%، في حين قدرت قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية مختلطة بنسبة 50%. وتوضح بيانات الدراسة التحليلية ارتفاع نسبة التوجه نحو القيم العلمية في برامج الأطفال الأنثوية، لأن حضورها في برامج الأطفال الذكورية يُعد أمراً طبيعياً، خاصة وأن مجال العلوم كان حكراً ولفترة طويلة على الذكور باعتبارهم الأكثر ذكاءً ودقة وقدرة على التعامل مع المادة العلمية، لذلك فإن تقديم هذه القيمة من خلال شخصيات رئيسية أنثوية يعد مؤشراً إيجابياً لأنه يكسر الصورة النمطية عن المرأة باعتبارها الجنس الأقل فطنة وذكاءً، وبالتالي الأقل قدرة على التعامل مع تعقيدات البيئة العلمية، وكان يمكن أن ندعم هذا التوجه الإيجابي بتقديم القيم العلمية من خلال شخصيات رئيسية أنثوية وذكورية حتى لا نجس الاهتمامات والمجالات، وهو ما لم تله برامج الأطفال عينة الدراسة اهتماماً كبيراً.

- وصلت قيم التوجه نحو البيئة الثقافية في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية إلى نسبة 22.22%، بينما تحصلت قيم التوجه نحو البيئة الثقافية في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية على نسبة 44.44%، في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية مختلطة حصدت نسبة 33.33%. ويبدو أن الاهتمام بالشأن الثقافي كان حاضراً في مختلف البرامج الذكورية والأنثوية، وهو ما جعل برامج الأطفال تتجح في عدم تجنيس الاهتمامات الثقافية والسعي لخلخلة البناء الجندري الذي يقسم النسق القيمي على أساس متغير الجنس.

جدول رقم 39: يوضح توزيع قيم التوجه البيئي حسب مصادر الإنتاج

قيم التوجه البيئي	إنتاج الأمريكي	إنتاج ياباني	إنتاج	إنتاج أوروبا	إنتاج	إنتاج العربي
-------------------	----------------	--------------	-------	--------------	-------	--------------

		مشارك		اللاتينية		بريطاني						
%	ك	%	ك	%	ت	%	ك	%	ك	%	ك	
27.7	5	/	/	50	6	/	/	57.14	4	13.33	2	قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية
5.55	1	/	/	8.33	1	66.66	4	14.28	1	33.33	5	قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية
50	9	/	/	25	3	33.33	2	28.57	2	26.66	4	قيم التوجه نحو البيئة العلمية
16.66	3	/	/	16.66	2	/	/	/	/	26.66	4	قيم التوجه نحو البيئة الثقافية
100	18	/	/	100	12	100	6	100	7	100		المجموع لكلي

يتضح من خلال الجدول السابق أن قيم التوجه البيئي قد توزعت على برامج الأطفال عينة

الدراسة على النحو التالي:

- تحصلت قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية في برامج الأطفال اليابانية على نسبة 57.14%، في حين حصدت في برامج أطفال أوروبا اللاتينية على نسبة 50%، بينما وصلت نسبتها في الإنتاج العربي إلى 27.7%، أما برامج الأطفال الأمريكية فلم تتجاوز نسبتها 13.33%، لتغيب قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية في الإنتاج المشترك وفي الإنتاج البريطاني. ومن المفارقات الغربية اختفاء هذا التوجه من الإنتاج البريطاني المعروف بجديته وسعيه لتقديم رسالة إعلامية هادفة، وظهوره في الإنتاج الأمريكي المعروف بالتوجه التجاري وحرية الإنتاج، والإنتاج الياباني الذي كثيرا ما يفقر لمقومات التنشئة السليمة ويسعى لتمجيد العنف خاصة في تلك البرامج التي تواظب القنوات العربية على استيرادها لانخفاض أسعارها. ويعود الاهتمام الأمريكي بهذا الموضوع استجابة لقناعات اقتصادية أكثر منها تحقيقا للالتزامات تربوية وذلك بغية تعظيم صورة الإنسان الأمريكي باعتباره منقذ للبشرية وحامي الكرة الأرضية والمتفوق بطاقاته الغير محدودة، كما أن الشأن البيئي هو هم إنساني عام، وانشغال الإنتاج الأمريكي بهذه القيمة سيضمن له سوق مفتوحة عالميا، وهذا الهاجس أيضا يشغل الإنتاج الياباني الذي يخدم صورة الفرد الياباني بشكل ذكي باعتباره أيضا المدافع عن مبادئ الحق والجمال وحماية الكرة الأرضية.

- حصلت قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية في برامج الأطفال البريطانية على نسبة 66.66%، في برامج الأطفال الأمريكية تحصلت على نسبة 33.33%، أما برامج الأطفال الآسيوية فقد وصلت نسبتها إلى 14.28%، في حين أن قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية في برامج أطفال أوروبا اللاتينية لم تتجاوز نسبتها 8.33%، أما برامج الأطفال العربية فقد كانت نسبتها منخفضة هي الأخرى حيث قدرت ب 5.55%، في حين غابت قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية في الإنتاج المشترك. ويرجع ارتفاع نسبتها في الإنتاج البريطاني لسعي قنواتها لتحقيق أعباء الخدمة العمومية، حيث انتهجت bbc سياسة تستهدف حماية النشء رفضت أن تستعبد الطفل الانجليزي كثافة الصور، فانتهجت سياسة الحماية والحذر من الإنتاج الذي لا يستجيب لا للرؤية السياسية ولا للأهداف والوظائف المحددة لبرامج الأطفال شكلا ومضمونا، وهو ما صرح به مدير شبكة بي. بي.سي "أن هدفنا من خلال ما نعدده من برامج لأطفالنا يتمثل في تنشيط الخيال والفكر والتشجيع على الخلق والإبداع والنشاط المنتج... وبذلك تساهم في دفع الطفل إلى تجنب الاستهلاك الصامت والانبطاح أمام الشاشة"³⁹⁵، وهو ذات التوجه الذي خاضته الولايات المتحدة الأمريكية، فبالرغم من المنطق التجاري الذي يخضع له المنتج الأمريكي تبقى حريصة على إخضاع المنتج الثقافي لمسار منهجي ورؤية سياسية تسعى لتشكيل الاتجاهات والمواقف التي تيسر بناء سلوك المشاهدة الإيجابي لدى الطفل الأمريكي. وهي ذات الاهتمامات التي تقاسمتها باقي الأقطاب الإنتاجية وإن كان بشكل أقل الإنتاج العربي الذي يسعى بدوره لتشكيل وبناء مواطن عربي مرن قادر على التعامل مع تحديات القرن الواحد والعشرين، إلا أن مقارنة الإنتاج العربي لقضية التربية على التعامل مع وسائل الإعلام كانت مقتصرة على المقارنة التقنية أي تلقين الطفل مهارات استخدام تكنولوجيا الإعلام والتواصل، ولم تقدم مقارنة تنقيفية أكثر شمولية تسعى لتزويد المشاهد بالمهارات النقدية والمعرفية الضرورية لتحقيق الاستفادة القصوى منها دون الوقوع في فخ تأثيراتها السلبية.
- قيم التوجه نحو البيئة العلمية تحصلت على نسبة 26.66% في برامج الأطفال الأمريكية، وعلى نسبة 28.57% في الإنتاج الياباني، بينما حظي الإنتاج البريطاني بنسبة 33.33%، في إنتاج أوروبا اللاتينية تحصلت على نسبة 25%، وفي الإنتاج العربي وصلت نسبتها إلى

³⁹⁵ عبد القادر بن الشيخ: سياسة المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية وتحدياتها في الخارطة البرمجية، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، 3 إلى 5 افريل، 2002، ص120.

50%، وفي الإنتاج المشترك لم تظهر قيم التوجه نحو البيئة العلمية. ويتضح من بيانات الجدول السابق الاهتمام العربي بالقيم العلمية انطلاقاً من الحالة الراهنة للثقافة العلمية في العالم العربي حيث كشف تقرير التنمية الإنسانية العربية "العالم العربي يزخر بإبداع فني وأدبي مميزين بعكس البحث العلمي الذي يشح الإنتاج فيه"³⁹⁶. دور العرب في تطوير العلوم كما أفادت بعض الدراسات أن موضوع نشر الثقافة العلمية لا تخص البلدان العربية والنامية وإنما تعاني المجتمعات الغربية من تهميش المعلومة العلمية والتقنية حيث أشار تقرير أنحرز في فرنسا في نهاية الثمانينات، إذ قال معدوه "أن كلمة علوم في التلفزيون تساوي غياب وهو ما أكده الاتحاد الأوروبي للإذاعة والتلفزيون حيث لا تتجاوز نسبته 22%"³⁹⁷ ويعود هذا عموماً إلى جملة من الأسباب:

➤ صعوبة في تقديم المحتوى العلمي الذي يتطلب تبسيط المعلومة وتغذيتها بعناصر التشويق والإثارة دون الوقوع في فخ عدم الدقة والضبط العلمي الذي يفقدها موثوقيتها لحساب الترويج وتحقيق الجاذبية.

➤ تحتاج المادة العلمية لدقة الاختصاص ومحدودية المهتمين بهذا التوجه.

➤ محدودية الإمكانيات المادية والتقنية التي تسمح بتقديمها بشكل علمي وجذاب في ذات الوقت "حيث بلغت تكلفة العمل الوثائقي العلمي في هيئة اتحاد الإذاعات العربية والذي تبلغ مدته 52 دقيقة في حدود 650 ألف دولار أمريكي في بريطانيا و160 ألف دولار أمريكي في فرنسا مما جعل هذه الدول تسعى لإبرام اتفاقيات وشركات مع بعضها لتقديم مادة علمية جذابة وتحضي بقبول جماهيري"³⁹⁸.

- قيم التوجه نحو البيئة الثقافية في برامج الأطفال الأمريكية قد بلغت نسبة 26.66%، وفي الإنتاج أوربا اللاتينية تحصلت على نسبة 16.66%، وفي الإنتاج العربي تحصلت على نسبة 16.66%، حيث تسعى برامج الأطفال بالتعاطي مع المعطى الثقافي برؤية كونية معلومة دون الانغماس في الخصوصيات الثقافية، بالرغم من تأكيد العديد من الدول على ضرورة الحفاظ على هويتها الثقافية، وقد صور جون كازنوف هذا الواقع المشهدي الجديد الذي فرضه حضور

³⁹⁶ محمد قنطارة: إنتاج البرامج العلمية والتكنولوجية في الإذاعات والتلفزيونات العربية، مرجع سابق، ص55.

³⁹⁷ مرجع سابق، ص119

³⁹⁸ مرجع سابق، ص120.

التلفزيون في حياة الإنسان الحديث، ورأى أنه قد أصبح بإمكان مشاهد التلفزيون خاصة الصغير أن يسافر في أنحاء الكون ويحضره بين يديه بأوجهه الكثيرة وصوره المتباينة وشخصه المتنوعة وهو ما سيخرجه من مخيلته الضيقة ويجعله كائنا كونيا³⁹⁹. بينما لم تظهر قيم التوجه نحو البيئة الثقافية في الإنتاج الياباني، حيث أن برامج الأطفال اليابانية نادرا ما تقدم قيمة ثقافية مضافة سواء من ناحية الشكل أو المضمون (حركات متتابعة ومنتشجة، أفواه ليست سوى ثقب، عيان تفيضان بسائل من النار والدم...). إن إنتاج هذه الرسوم يقوم على مبدأ تقليل التكلفة، العمل المتواصل لتحقيق أرباح في السوق الداخلية والخارجية بأسعار زهيدة وبعتماد أسلوب الإبهار والحركة والمبالغة في الانفعالات، على حساب تقييم قيمة ثقافية تعكس الثقافة المحلية أو تقدم نموذج لثقافة كونية متصالحة مع ذاتها ومع الآخر.

❖ خلاصة:

من خلال تحليلنا لبيانات الدراسة توصلنا إلى الاستنتاجات التالية:

✓ جاء الاهتمام قويا بقيم التوجه نحو البيئة العلمية في برامج الأطفال لكل من قناتي إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم، انطلاقا من أهمية التطور العلمي الذي يشهده العالم وتأثيره العميق في بناء المشروع التنموي، وتذبذب الثقافة العلمية في المجتمعات العربية. يليه الاهتمام بالبيئة الطبيعية باعتبارها انشغالا عالميا فرض نفسه على الأجندة الإعلامية، من أجل التصدي لقضايا البيئة وإدارة مواردها بشكل صحي، بينما قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية فقد كانت مقبولة نظرا لعدم انشغال برامج الأطفال بهذه القضية واعتبارها فعلا بيداغوجيا محضا يمكن إدماجه في المناهج الدراسية أو جعله جزءا من عملية المشاهدة في البيئة الأسرية، وأخير قيم التوجه نحو البيئة الثقافية والتي كانت مقتصرة على نقل التراث العالمي ولم تسعى لتكييفها وتوطينها مع الخصوصيات الثقافية.

✓ توزيع قيم التوجه البيئي حسب الشريحة العمرية المستهدفة: سجلت قيم التوجه البيئي على العموم حضورا ضعيفا في برامج الطفولة المبكرة، حيث أولت اهتماما مقبولا في طرح القيم التوجه نحو البيئة الطبيعية وأيضا قيم التوجه نحو البيئة العلمية وبدرجة أقل كل من قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية والبيئة الثقافية. بينما كان حضور قيم التوجه البيئي قويا في

³⁹⁹ منصف المحواشي: مخيلة الطفل والتخمة المشهدة، الصورة التلفزيونية أنموذجا، مجلة الطفولة العربية، العدد 39، نومس، ص25.

برامج الطفولة المتوسطة حيث تم التركيز على قيم التوجه نحو البيئة العلمية والبيئة الطبيعية والبيئة الإعلامية، بينما كان تواجد قيم التوجه نحو البيئة الثقافية ضعيفا. أما في برامج الطفولة المتأخرة فقد سجلت قيم التوجه العلمي تواجد محمودا يستجيب لاستعدادات واحتياجات أطفال هذه المرحلة، غير أن الاهتمام تضاعف بخصوص التوجه نحو البيئة الطبيعية ثم الثقافية والإعلامية مما أضعف من حضور قيم التوجه البيئي.

✓ توزعت قيم التوجه البيئي حسب متغير جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج

الأطفال عينة الدراسة على النحو التالي: سجلت قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية حضورا قويا في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية وشخصيات رئيسية مختلطة، بينما غابت هذه القيمة في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية مما جعل برامج الأطفال لا توفق في طرح هذه القيمة بعيدا عن ثنائية الذكر والأنثى، حيث ظلت الرعاية مفهوما أنثويا بامتياز. بينما سجلت قيم التوجه نحو البيئة العلمية والإعلامية والثقافية حضورا متوازنا سواء في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية أو أنثوية أو مختلطة، وبذلك وفقت برامج الأطفال إلى حد بعيد في بناء اتجاهات ايجابية للفرد نحو بيئته بعيدا عن تقسيم الأدوار الذي يجعل العلم والتكنولوجيا مجالاً للهيمنة الذكورية وإظهار الواجهة والمقدرة، وتظل الثقافة والفنون اهتماما أنثويا باعتباره من وجهة نظر ذكورية مجالاً لا يتصل بالقضايا الجادة والجوهرية في العالم.

✓ توزيع قيم التوجه البيئي حسب مصادر الإنتاج: ظهرت قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية

بوتيرة مرتفعة في كل من برامج الأطفال اليابانية، برامج أطفال أوروبا اللاتينية، وبرامج الأطفال العربية والأمريكية باعتبار البيئة قضية عالمية إنسانية تهم مختلف الشعوب، وهو ما يجعل غيابها عن الإنتاج البريطاني والإنتاج المشترك يضاعف من حضورها ويثير تساؤلات عدة، خاصة بالنظر للجدية التي يتسم بها الإنتاج البريطاني وحرصه على انتهاج سياسة تربوية بناءة. بينما سجلت قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية حضورا قويا في الإنتاج البريطاني والأمريكي والياباني، ومتوسطا في إنتاج أوروبا اللاتينية، وضعيفا في الإنتاج العربي، وغابت هذه القيمة نهائيا عن الإنتاج المشترك، ويعود الاهتمام بهذه القضية لرغبة الدول في تبني سياسة تستهدف حماية النشء وإخضاع المنتج الثقافي لمسار منهجي.

✓ أما عن قيم التوجه نحو البيئة العلمية: فقد كان حضورها قويا في مختلف مصادر إنتاج برامج الأطفال وبعد ارتفاعها في الإنتاج العربي مؤشرا ايجابيا انطلاقا من حالة التذبذب التي تشهدها الثقافة العلمية العربية. في حين أن قيم التوجه نحو البيئة الثقافية فقد ظهرت بنسب متوسطة في مختلف الأقطاب الإنتاجية مع الحرص على تقديم ثقافة كونية دون الانغماس في الخصوصيات الثقافية.

الفصل السّادس:

عرض الشكل الذي قُدمت

به القيم التربوية محلّ

الدراسة

أولاً: كيفية ظهور الشخصيات الرئيسية الحاملة للقيم التربوية

تعتبر الشخصيات من أكثر مكونات القصة حيوية في برامج الأطفال، وتمثل مكانة هامة باعتبارها هي التي تصنع الأحداث وتجسد الفكرة البرنامج، كما أن الأطفال يسعون لتقليدها والتماهي معها، ويمكن أن نرصد أهم خصائص الشخصيات الرئيسية التي وظفت في برامج الأطفال عينة الدراسة من حيث: الجنس، العمر، طبيعة الشخصية، نوع البطولة، اللباس، الأسماء، الانتماء الطبقي للشخصية الرئيسية، والشريحة التي تنتمي إليها الشخصية الرئيسية.

جدول رقم 40: يوضح جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة:

برامج تلفزيون جيم		برامج إم بي سي 3		جنس الشخصيات الرئيسية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
/	/	25	3	ذكر
50	6	50	6	أنثى
50	6	25	3	الاثنتين معا
100	12	100	12	المجموع

تبين نتائج الدراسة التحليلية أن جنس شخصيات الرئيسية (أبطال ومقدمي البرامج) الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة قد توزعت على النحو التالي:

- تحصلت فئة الشخصيات الرئيسية الأنثوية على نسبة 50%، فئة الشخصيات الرئيسية الذكورية على نسبة 25%، وفئة الاثنتين معا على نسبة 25% في برامج قناة أم بي سي 3. في حين تحصلت فئة كل من الشخصيات الأنثوية والشخصيات المختلطة على نسب متساوية قدرت كل منها بنسبة 50%، لم تظهر فئة الشخصيات الرئيسية الذكورية في برامج قناة تلفزيون جيم.
- وترجع الباحثة ارتفاع نسبة استخدام الإناث في برامج الأطفال إلى التوجهات الجديدة في صناعة البرامج التي بدأت تسعى لتوظيف شخصيات أنثوية، استجابة للضغط الذي تمارسه السياسيات التربوية للدول، "فقد سجلت الأمم المتحدة الكثير من الشكاوي من النتائج المترتبة عن الصورة النمطية للمرأة والرجل في الإنتاج الإعلامي، وتأثيرها السلبي على الطفل فيما يخص المبالغة في تمثيل الذكور واستبعاد المرأة كفاعل وشارك من المشهد الإعلامي"¹. أما عن ظهور

¹ الأمانة العامة لجامعة الدول العربية: مكانة الطفل في الإستراتيجية الإعلامية العربية، مرجع سابق، ص 60.

الشخصيات الذكرية والمختلطة فهو راجع لرغبة شركات صناعة برامج الأطفال لتحقيق العائد المالي و توسيع القاعدة الجماهيرية، باعتبار المواضيع والسلاسل التي يكون أبطالها من الذكور أو من كلا الجنسين مواضيع مشتركة تحظى بإقبال مختلف الجماهير ذكورا وإناثا .

جدول رقم 41: يوضح جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

برامج الطفولة المتأخرة		برامج الطفولة المتوسطة		برامج الطفولة المبكرة		جنس الشخصيات الرئيسية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
/	/	25	2	12.5	1	ذكر
87.5	7	25	2	37.5	3	أنثى
12.5	1	50	4	50	4	الاثنين معا
100	8	100	8	100	8	المجموع

يتضح من خلال الجدول السابق أن جنس الشخصيات في برامج الأطفال عينة الدراسة قد توزعت حسب الشريحة العمرية التي تتجه لها برامج الأطفال على النحو التالي:

- **جنس الشخصيات الرئيسية برامج الطفولة المبكرة:** تحصلت فئة الشخصية الرئيسية الذكرية في برامج الطفولة المبكرة على نسبة 12.5%، بينما تحصلت فئة الشخصيات الرئيسية الأنثوية على نسبة 37.5%، في حين تحصلت فئة الشخصيات الذكرية والأنثوية الرئيسية على نسبة 50%. ويعتبر توظيف شخصيات رئيسية مختلطة مؤشرا إيجابيا لأنها تساعد الطفل في هذه المرحلة من تقريب الصورة التلفزيونية من الحياة الواقعية بإظهار العنصر النسوي والرجالي، خاصة أن الطفل في هذه المرحلة لا يستطيع الفصل بين الواقع والخيال ويعتقد أن كل ما يشاهده حقيقة، كما يغلب عليه الفكر التعميمي حيث يفكر بطريقة كل شيء ولا شيء، وبالتالي تقديم شخصيات أنثوية فقط أو ذكرية فقط في دور البطل، يعني أن ترسخ لدى الطفل أن كل النساء بطلات أو أن كل الرجال أبطال. أما عن اعتماد شخصيات ذكرية أو أنثوية فقط فله ما يبرره في هذه المرحلة العمرية، أين يكون لدى الطفل صعوبات في تصنيف الأشياء وبالتالي حضور أكثر من جنس قد يشوش عليه ويقلل انتباهه لفكرة البرنامج، مما يجعل صناع البرامج يوظفون جنسا واحدا في دور البطل أو الشخصية المحورية في البرنامج.

- جنس الشخصيات الرئيسية في برامج الأطفال الموجهة للطفولة المتوسطة: تحصلت كل من فئة برامج الأطفال التي تعتمد على شخصيات رئيسية ذكورية وشخصيات رئيسية أنثوية على نسبة 25%، بينما تحصلت فئة برامج الأطفال التي تعتمد على شخصيات مختلطة على نسبة 50%. ويبدو التركيز على تمثيل الجنسين معا في برامج الأطفال في هذه المرحلة العمرية راجع لكون الأطفال أكثر قدرة على فهم واستيعاب المضامين، لأنهم في مرحلة العمليات الملموسة وبالتالي فهم يقبلون المضامين الأكثر قربا من واقعهم ولن يقبلوا برامج لا تقترب من هذا الواقع، حيث يحب الأطفال أن يشاهدوا تجاربهم وقد انعكست كالمراة على الشاشة، ويكرهون أن يروا عدم النضج وعدم الجاذبية، ويتعاطفون ويتوحدون مع العناصر التي تحاكي الواقع.
- جنس الشخصيات الرئيسية في برامج الأطفال الموجهة للطفولة المتأخرة: تحصلت برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية على نسبة 87.5%، وفئة الشخصيات الرئيسية المختلطة على نسبة 12.5%، بينما لم تظهر الشخصيات الذكورية في عينة برامج الأطفال، بالرغم من أن المشاهدين من الذكور وحسب الدراسة التي أجراها **Hoffner** يؤكدون "أنهم عندما يطلب منهم اختيار الشخصيات التي يشعرون أنها تعكسهم فإنهم يختارون شخصيات رجالية أي من نفس الجنس، مع التركيز على خصائص الشخصية الشكل الذكاء وطريقة الكلام، والمظهر الخارجي¹. ويعود بالتالي التأكيد علالاشخصية الأنثوية لكون الإناث من حيث الكم يصرفن وقت أكبر مما يصرفه الذكور في عملية المشاهدة، ولعل ذلك راجع إلى أن الإناث عادة يقضين أغلب الوقت في المنزل، الأمر الذي يترتب عليه الإكثار من المشاهدة في محاولة منهن للتخلص وقت الفراغ الزائد، مما يجعل البرامج التي تحوي العنصر النسوي أكثر جذبا خاصة بالنسبة لفئة الذكور الذين يبحثون عن البرامج التلفزيونية الجاذبة للانتباه، أو تشمل على قدر كبير من الإثارة، وقد يفضي هذا إلى اكتساب المزيد من المعلومات عن الجنس.

¹Medrano, Concepción, Ana Aierbe, and Santos Orejudo: "**Television Viewing Profile and Values: Implications for Moral Education**". Revista de psicodidáctica, nº 15, 2010, pp 57-76.

جدول رقم 42: بوضوح سن الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3 وتلفزيون جيم:

برامج تلفزيون جيم		برامج إم بي سي 3		عمر الشخصيات الرئيسية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
25	3	16.66	2	الطفولة المبكرة	طفل
8.33	1	41.66	5	متوسطة	
8.33	1	8.33	1	المتأخرة	
25	3	16.66	2		شاب
/	/	/	/		كهل
/	/	/	/		شيخ
/	/	/	/		غير محدد
33.33	4	16.66	2	وجود أكثر من شريحة عمرية	
100	12	100	12		المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن عمر الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة قد توزعت على النحو التالي:

- سن الشخصيات الرئيسية في برامج قناة أم بي سي 3: حظيت فئة الشخصيات الرئيسية في الطفولة المبكرة بنسبة 16.66%، الطفولة المتوسطة بنسبة 41.66%، الطفولة المتأخرة بنسبة نسبتها 8.33%، أما فئة الشباب فقد كانت نسبتها 16.66%، في حين أن فئة أكثر من شريحة عمرية جاءت بنسبة 16.66%، وقد غابت كل منفئة الكهول والشيوخ.
- عمر الشخصيات الرئيسية في قناة تلفزيون جيم: تحصلت فئة الشخصيات الرئيسية في مرحلة الطفولة المبكرة على نسبة 25%، في حين أن كل من فئة الطفولة المتوسطة، وفئة الطفولة المتأخرة تحصلت على نسب متساوية قدرت ب 8.33%، أما عن فئة الشباب فقد حصدت نسبة 25%، في حين أن تعدد الفئات العمرية قد وصل إلى نسبة 33.33%.

ويعود ارتفاع نسبة الأبطال من الأطفال في مختلف شرائحهم العمرية لكون الطفل يميل أكثر إلى تقليد الأبطال والشخصيات من نفس شريحتهم العمرية أو أكثر تقيلاً. وإذا كان هذا مفيد من الناحية الاقتصادية لأنه يحقق قاعدة جماهيرية ويضمن نعلق الجمهور بالبرنامج، فإنه يضر من الناحية التربوية لان تغييب الفئات الأخرى يؤثر على الطفل ويصنع له عالماً مختزلاً ليس فيه سوى الأطفال،

وهو ما قد يتسبب في إحداث شرح أو قطيعة مع عالم الكبار واختصار صورة البطفي الطفل أو الشاب القوي، بينما تظهر الشخصيات الأخرى بشكل ثانوي وقد لا تظهر نهائياً، في حين يظل تواجد أكثر من فئة عمرية في برامج الأطفال العينة الدراسة مؤشراً ايجابياً لأنه يسمح بنقل الحياة الاجتماعية في تنوعها ولا يختصرها في قوالب جاهزة ومعدة مسبقاً.

جدول رقم 43: يوضح سن الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

برامج الطفولة المتأخرة		برامج الطفولة المتوسطة		برامج الطفولة مبكرة		عمر الشخصية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
/	/	/	/	62.5	5	الطفولة المبكرة	طفل
/	/	50	4	25	2	متوسطة	
25	2	/	/	/	/	المتأخرة	
62.5	5	/	/	/	/		شاب
/	/	/	/	/	/		كهل
/	/	/	/	/	/		شيخ
/	/	/	/	/	/		غير محدد
12.5	1	50	4	12.5	1	وجود أكثر من شريحة عمرية	
100	8	100	8	100	8		المجموع

يتضح من خلال بيانات الدراسة التحليلية أن برامج الأطفال عينة الدراسة قد توزعت على النحو

التالي:

- سن الشخصيات الرئيسية في برامج الطفولة المبكرة: نلاحظ من خلال الجدول السابق أن برامج الأطفال عينة الدراسة قد وظفت شخصيات رئيسية من عمر الطفولة المبكرة بنسبة 62.5%، ومن عمر الطفولة المتوسطة بنسبة 25%، كما وظفت أكثر من فئة أو شريحة عمرية بنسبة 12.5%، في حين غابت فئة الشباب والكهول والشيوخ، كما نلاحظ أن برامج الأطفال قد وفقت إلى حد ما في اختيار سن الشخصيات التي يتماهى معها الطفل، وهي الفئات من نفس العمر أو أكثر بقليل، لكن الطفل أيضاً يتأثر بعالم الراشدين الذي يكون مصدراً للقيم ومعياراً للسلوك الأخلاقي لديه،

- مما يجعل عرض القيم باستخدام شخصيات راشدة كما هي في الواقع أمراً ضرورياً، حتى لا يحدث للطفل شرخاً بين واقع حقيقي يصنعه الراشدين وواقع افتراضي يصنعه الأطفال.
- **سن الشخصيات الرئيسية في برامج الطفولة المتوسطة:** احتلت فئة طفل المرحلة المتوسطة نسبة 50%، بينما غابت فئة الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة، لأن الطفل في هذه المرحلة يسعى لبلوغ عالم النضج ويكره أن يتماهى مع شخصيات تعيده إلى الصبائية والتفكير الطفولي، وقد حمل غياب الفئات العمرية الأخرى دلالات سلبية لأنه يعبر عن عدم قدرة برامج الأطفال على تقديم التنوع المجتمعي على حقيقته، مستغلة بداية انفصال الطفل في هذه المرحلة العمرية عن عالم الكبار وانجذابه أكثر للأقران، مما يجعل الشخصيات التلفزيونية من شريحته العمرية تلقى تقبلاً واستجابة أكبر.
- **سن الشخصيات الرئيسية برامج الطفولة المتأخرة:** تحصلت فئة الشخصيات في المرحلة المتأخرة على نسبة 25% بينما فئة الشباب قد تحصلت على نسبة 62.5%، في حين وجود أكثر من شريحة عمرية قد تحصلت على نسبة 12.5%، بينما غابت باقي الفئات عملاً بمبدأ أن الطفل ينجذب للشخصيات التي تساويه في المرحلة العمرية أو أكثر بقليل، كما يزداد فضول الطفل للتعرف على عالم الكبار والتمرد عليه في أن واحد، مما يجعل هذا العالم يظهر فقط في صورة البطل الشاب بينما يغيب عالم الكهول والشيوخ الذي يعتبره الطفل غير قادر على فهم وجهة نظره ورؤيته للعالم، وهو ما يدفعه لعدم التوحد معه، وبالتالي لا يتقبل حضوره التلفزيوني كشخصية تقود الأحداث.

جدول رقم 44: يوضح نوع البطولة الموظفة في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي سي 3

وتلفزيون جيم:

تلفزيون جيم		إم بي سي 3		نوع البطولة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
33.33	4	50	6	فردية
8.33	1	8.33	1	ثنائية
58.33	7	41.66	5	جماعية
100	12	100	12	المجموع

تبين نتائج الدراسة التحليلية أن نوع البطولة في برامج الأطفال عينة الدراسة قد توزعت على النحو التالي: حصدت فئة البطولة الفردية فيبرامج قناة أم بي سي3نسبة 50% و نسبة 33.33% في برامج تلفزيون جيم، أما البطولة الثنائية فقد تحصلت على نسبة 8.33% في كل من برامج أم بي سي وبرامج تلفزيون جيم، في حين وصلت نسبة البطولة الجماعية إلى 41.66% في برامج أم بي سي 3 وعلى نسبة 58.33% في برامج تلفزيون جيم.

ويعود ارتفاع نسبة البطولات الفردية استجابة لما تمليه القناعات الدرامية، فماذا سيفعل في الواقع البطل إذا عاش حياة هادئة مطمئنة ومحاطا برعاية أهله وأصدقائه؟ فهو في هذه الحالة لا يملك الفرصة كي يظهر مواهبه ومغامرته، ولم يتمكن من كسب تعاطف المشاهد. وإذا كانت اتجاهات السوق غير ثابتة وأذواق الجماهير متغيرة، فإن القناعات الاقتصادية أيضا متغيرة، فالحاجة إلى تقديم أفكار جديدة والخروج من القوالب القديمة في أدب الطفل وفي البرامج التلفزيونية جعلت صناعة برامج الأطفال تتجه نحو ربط الطفل وأسرته وجماعة الرفاق خارج المنزل، وخلق علاقات إنسانية تفاعلية تضامنية، وهو ما يبرر الحضور القوي للبطولات الجماعية. ومن الناحية التربوية يعد حضور البطولات الجماعية ضروريا، حيث وكما يقول مصطفى الحجازي "أنا اعتدنا أن تكون البطولة فردية من عنتره على الزعيم المنقذ بشكل سحري، ورسخت تربيتنا هذا الأنموذج، أنموذج الإنسان الفرد، لكن الواقع تغيرن فالتنمية المعاصرة صارت تؤكد على قيم الجماعة وأن هناك تشديد على البطولات الجماعية"¹.

جدول رقم 45: يوضح نوع البطولة الموظفة في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

نوع البطولة		برامج الطفولة المبكرة		برامج الطفولة المتوسطة		برامج الطفولة المتأخرة	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
فردية	4	50	3	37.5	3	37.5	
ثنائية	1	12.5	1	12.5	/	/	
جماعية	3	37.5	4	50	5	62.5	
المجموع	8	100	8	100	8	100	

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق أن نوع البطولة في برامج الأطفال عينة الدراسة قد توزعت حسب المراحل العمرية على النحو التالي:

¹ أحمد عبد العزيز شلبي: نحو استراتيجيات لتلبية الاحتياجات الأساسية للطفل العربي، مرجع سابق، ص 203.

- نوع البطولة في برامج للطفولة المبكرة: وصلت البطولة الفردية في برامج الأطفال إلى نسبة 50%، تلتها البطولة الجماعية بنسبة 37.5%، ثم الثنائية بنسبة 12.5%. ويعود الحضور القوي للبطولات الفردية في هذه المرحلة العمرية لكون منتجو البرامج يدركون جيدا أن الطفل الصغير يتعلق أكثر بالأبطال الفرديين، فسرعة تتابع وتلاحق الصور التلفزيونية، لا يترك المجال للمشاهد للتركيز على أكثر من شخصية في الوقت نفسه، خاصة أن الطفل في هذه المرحلة يركز على جزء واحد فكرة واحدة بطل أو شخصية رئيسية واحدة. وهذا لا يعني التقليل من شأن البطولات الثنائية والجماعية التي تقلل التمرکز حول الذات عند الطفل، فالتفاعلات بين الشخصيات الرئيسية يساعد الطفل وينمي مهاراته الاجتماعية، ويجعله أكثر قدرة على تفهم وجهة نظر الآخرين وجعله أكثر مرونة وقدرة على رؤية الأشياء من أكثر من زاوية، مما يجعل برامج الأطفال، انطلاقا من رؤية تربوية توظف بطولات جماعية وثنائية من أجل تشجيع الطفل على التفاعل والمشاركة، ووضعه في سياقه الواقعي ليتعامل بكفاءة مع مفردات الحياة الاجتماعية مما يقلل شعوره بالاعتزاب.

- نوع البطولة في برامج الطفولة المتوسطة: تحصلت البطولة الجماعية على نسبة 50%، تلتها البطولات الفردية بنسبة 37.5%، ثم تليها البطولات الفردية بنسبة 12.5%. ويعود ارتفاع نسبة البطولات الجماعية باعتبارها الأكثر ملائمة لاحتياجات الطفل في هذه المرحلة العمرية، فهي فترة خصبة للطفل لتكوين رأس مال علائقي، كما يخرج الطفل في هذه المرحلة من حالة التمرکز حول الذات، وتنمو لديه قيم المشاركة والتأكيد على جماعات الرفاق والقدرة على لعب أدوار الآخرين، مما يجعله أكثر ميلا نحو البرامج التي تركز على البعد الجماعي للشخصيات، ويعد اعتماد البطولات الجماعية ظاهرة صحية في برامج الأطفال الذين يتعودون على قيم الجماعة خلافا للبطل الواحد الذي يقوي النزعة الفردية لديه، وفي هذا الصدد "انتقد ليف كاسيل قصص الأطفال قائمة على بطل مركزي واحد وأكد على ضرورة التنوع"¹.

- نوع البطولة في برامج الطفولة المتأخرة: تحصلت البطولة الجماعية في برامج الأطفال عينة الدراسة على نسبة 62.5%، تلتها البطولة الفردية والتي تحصلت على نسبة 37.5%، بينما لم تظهر البطولة الثنائية. وهو مخالف لما توقعته الباحثة، خاصة أن مرحلة الطفولة المتأخرة هي

¹هادي نعمان الهيتي: ثقافة الأطفال، عالم المعرفة، الكويت، 1988، ص165.

بداية الانتقائية في اختيار الأصدقاء والاعتماد على العلاقات الثنائية التي تحتكم إلى معيار القرب الفكري والحميمة والمشاركة في الاهتمامات، وهو ما لم توظفه برامج الأطفال عينة الدراسة، اكتفت بتقديم الشخصيات الرئيسية في شكلها الجماعي والفردى، وهي الشخصيات التي يتماهى معها الطفل في هذه المرحلة. فحاجته لتحقيق الهوية الذاتية والتميز والتفرد يكون من خلال التوحد مع نماذج فردية، حاجته إلى تحقيق الهوية الجماعية والانتماء إلى جماعة الرفاق وبالتالي التوحد مع نماذج جماعية يجعله يفضل البطولات الجماعية، أما حاجته إلى الاهتمام بالجانب العلائقي ولحميمي بين الشخصيات فلم تظهره برامج الأطفال عينة الدراسة.

جدول رقم 46: يوضح طبيعة الشخصية الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال بقناة إم بي سي 3 وقناة

تلفزيون جيم:

برامج تلفزيون جيم		برامج إم بي سي 3		طبيعة الشخصية الرئيسية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
66.66	8	58.33	7	إنسان
8.33	1	16.66	2	حيوان
/	/	8.33	1	نبات
8.33	1	/	/	جماد
/	/	8.33	1	شبح
16.66	2	8.33	1	وجود أكثر من نوع
100	12	100	12	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن طبيعة الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة قد توزعت على النحو التالي:

- تحصلت فئة الشخصيات الإنسانية على أعلى نسبة قدرت بـ 58.33% في قناة إم بي سي 3، وعلى نسبة 66.66% في تلفزيون جيم. وتقاسمت باقي الفئات النسب المتبقية، حيث حصدت الشخصيات من جنس الحيوان على نسبة 16.66% في قناة إم بي سي 3، وفي تلفزيون جيم تحصلت على نسبة 8.33%. بينما فئة الشخصيات من صنف النبات قد تحصلت على نسبة 8.33% في قناة إم بي سي 3، ولم تظهر هذه الفئة في قناة تلفزيون جيم. في حين أن فئة الشخصيات من الجماد لم تظهر في عينة البرامج في إم بي سي 3 لكنها تحصلت على نسبة 8.33% في تلفزيون جيم. أما الشخصيات الرئيسية من فئة الشبح فقد تحصلت على نسبة

8.33% في إم بي سي 3 ولم تظهر في برامج تلفزيون جيم. وعن فئة وجود أكثر من نوع تحصلت على نسبة 8.33% في برامج قناة إم بي سي 3 وتحصلت على نسبة 16.66% في برامج تلفزيون جيم.

- ويتضح أن فئة الشخصيات الإنسانية قد تحصلت على أعلى نسبة لكونها أكثر تقبلا من طرف جمهور الأطفال وتتفق عليها مختلف الجماهير مما يساهم في نجاح البرامج، وهذا لا يعني عدم التنوع في استخدام من أجل تحقيق مزيد من الجاذبية وكسر التمييط وتحفيز خيال الطفل ومحاكاة طاقاته الإبداعية والتخيلية، وهو ما وفقت في طرحه برامج الأطفال عينة الدراسة من خلال توظيفها لأكثر من نوع من الشخصيات داخل النص الإعلامي.

جدول رقم 47: يوضح طبيعة الشخصية الرئيسية الموظفة في برامج الطفولة المبكرة، المتوسطة، المتأخرة:

طبيعة الشخصية	طفولة مبكرة		طفولة متوسطة		المتأخرة	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
إنسان	50	4	37.5	3	100	8
حيوان	12.5	1	25	2	/	/
نبات	/	/	12.5	1	/	/
جماد	12.5	1	/	/	/	/
شبح	/	/	12.5	1	/	/
وجود أكثر من نوع	25	2	12.5	1	/	/
المجموع	100	8	100	8	100	8

تبين نتائج الدراسة التحليلية أن طبيعة الشخصيات الرئيسية قد تم توظيفها في برامج الأطفال الموجهة للطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة قد جاءت على النحو التالي:

- **برامج الطفولة المبكرة:** تحصلت الشخصيات من طبيعة الإنسان على نسبة 50% وهي نسبة معتبرة تعكس اهتمام الأطفال في هذا السن بأن يروا أطفال مثلهم على الشاشة ويقبلون الشخصيات بسهولة. بينما تحصلت فئة الشخصيات أكثر من نوع على نسبة 25% حيث تسعى برامج الأطفال لتقديم شخصيات متنوعة من أجل إثارة اهتمام الطفل، خاصة وان انتباهه في هذه المرحلة العمرية يكون محدودا ومباشرا، مما يجعله لا يعير انتباهه لكل ما هو غير جذاب، تليها فئة الشخصيات من الحيوان والجماد والتي وصلت كل منها إلى نسبة 12.5% حيث ظل

حضورها ضئيلاً بالمقارنة بما يتمتع الطفل في هذه المرحلة من خصائص التفكير الإيجابي بإعطاء حياة وقصد للأشياء. وبالتالي من المفيد أن تحاكي برامج الأطفال هذا الفكر الإيجابي بجعل الجمادات والكائنات الحية تتحدث وتشعر من أجل إثراء خيال الطفل. يعود غياب فئة الأشباح حتى لا يتم إثارة مخاوف الطفل والسعي لتقديم شخصيات ودودة يتقبلها الأطفال بسهولة.

- برامج الطفولة المتوسطة: تحصلت فئة الشخصيات الإنسانية في البرامج الموجهة للطفولة المتوسطة على نسبة 37.5%، أما الشخصيات من فئة الحيوان فقد حصلت نسبة 25%، في حين أن الشخصيات من فئة النبات، الشخصيات من فئة الشبح والشخصيات من فئة أكثر من نوع تحصلت كل منها على نسبة 12.5%. وكان يمكن أن تستثمر برامج الأطفال في الشخصيات الواقعية أكثر من أجل تقريب الشاشة من عالم الطفل إلا أن رغبة صناع برامج الأطفال في إظهار الجانب ألغرائبي والخروج عن المألوف جعلها تواصل محاكاة التفكير الإيجابي الذي تجاوزه الطفل في هذه المرحلة العمرية.

- برامج الطفولة المتأخرة: حيث كانت جميع البرامج المقدمة من فئة الشخصيات الإنسانية، وذلك لأن الأطفال يفضلون في هذه المرحلة العمرية مشاهدة تجاربهم وقد انعكست على الشاشة، ويكرهون أن يروا عدم النضج وعدم الجاذبية، وهو ما جعل برامج الأطفال لا تقدم شخصيات غير إنسانية، غير أن القائم بالاتصال كان يمكن له أن تتنوع أكثر في الشخصيات لكسر الصور النمطية السائدة وتغذية خيال الطفل وحاجته للإثارة والتجديد خاصة أن جمهور الأطفال لا يحبون النماذج التقليدية للشخصيات الرئيسية.

جدول رقم 48: يوضح أسماء الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي

سي 3 وتلفزيون جيم:

تلفزيون ج		إم بي سي 3		أسماء الشخصيات الرئيسية
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
33.33	4	16.66	2	أسماء عربية
58.33	7	83.33	10	أسماء أجنبية
8.33	1	/	/	أسماء عربية وأجنبية
100	12	100	12	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق أن الأسماء الأجنبية في برامج الأطفال عينة الدراسة قد استأثرت بنسبة 83.33% في قناة أم. بي سي 3، بينما تحصلت على نسبة 58.33% في تلفزيون جيم، أما الأسماء العربية فقد حصدت نسبة 16.66% في أم بي سي 3، ونسبة 33.33% في تلفزيون جيم. في حين أن فئة الأسماء العربية والأجنبية قد تحصلت على نسبة 8.33% في كل من القناتين عينة الدراسة. ويعود ارتفاع نسبة الأسماء الأجنبية إلى ارتفاع نسبة برامج الأطفال المستوردة وعدم دبلجة أسماء الشخصيات الرئيسية إلى اللغة العربية. وقد يكون هذا حسب رأي الباحثة مؤشرا إيجابيا وسلبيا في آن واحد:

- ✓ عدم دبلجة أسماء الشخصيات الرئيسية أمر صحي وإيجابي حتى لا يتم التشويش على تفكير الطفل، بحيث تختلط عليه الأمور، فلا يتمكن من تحديد هوية البطل أو مكان وقوع القصة، ويتشرب بصفة نهائية عناصر حضارية وثقافية غريبة عنه، نظرا لأهمية هذه الأسماء في تشكيل شخصية وهوية الطفل الجزائري العربي المسلم.
- ✓ عدم دبلجة أسماء الأبطال مؤشر سلبي، لأنه لا يساعد الطفل على تقبل القيم وتمثلها بسهولة ويؤدي إلى نفس النتيجة وهو التشويش على الطفل.

جدول رقم 49: يوضح أسماء الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

برامج الطفولة المتأخرة		برامج الطفولة المتوسطة		برامج الطفولة مبكرة		أسماء الشخصيات الرئيسية
37.5	3	12.5	1	25	2	أسماء عربية
62.5	5	75	6	75	6	أسماء أجنبية
/	/	12.5	1	/	/	أسماء عربية وأجنبية
100	8	100	8	100	8	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق أن برامج الأطفال عينة الدراسة من حيث نوع الأسماء قد توزعت على النحو التالي:

- برامج أطفال الطفولة المبكرة: تحصلت فئة الأسماء الأجنبية على نسبة 75%، أما فئة الأسماء العربية فقد تحصلت على نسبة 25%، في حين أن فئة الأسماء العربية والأجنبية لم تتحصل على أية نسبة. وتكمن خطورة تواجد الأسماء الأجنبية في هذه المرحلة العمرية لكونها المنافذ التي

تتسرب من خلالها مختلف الأفكار والقيم، خاصة أن الطفل في هذه المرحلة العمرية يستجيب لوسطه، بما فيه التلفزيون بطريقة مضاعفة أو بطريقة كل شيء أو لا شيء. مثل هؤلاء الأطفال يدركون ويفهمون شخصيات التلفزيون إما أنّ كلّها جيدة، أو كلّها سيئة، مع عدم وجود أي موقف وسط. وبالتالي فكل الأسماء الأجنبية هي شخصيات ايجابية وفاعلة أما الشخصيات العربية التي لا تظهر إلا نادر تجعلها تتشكل في مخيال الطفل العربي على أنها شخصيات سلبية وغير فاعلة.

- برامج أطفال المرحلة المتوسطة: تحصلت فئة الأسماء الأجنبية على نسبة 75%، بينما حظيت كل فئة الأسماء العربية وفئة الأسماء المختلطة على نسبة 12.5%. ويبدو أن الأسماء الأجنبية لا تزال مسيطرة على برامج أطفال المرحلة المتوسطة، ومع ارتفاع نسبتها ترتفع احتمالات تأثيرها على الطفل العربي، خاصة وأنّ قدرة الأطفال على لعب الأدوار وتفهم وجهات النظر الآخر تجعل الطفل يتقمص شخصيات ذات أسماء أجنبية وبالتالي ثقافة وخلفية وانتماء أجنبي.

- برامج أطفال المرحلة المتأخرة: استأثرت فئة الأسماء الأجنبية على حصة الأسد حيث بلغت نسبتها 62.5%، بينما الأسماء العربية حصدت نسبة 37.5%، ويعدّ ارتفاع نسبة الأسماء العربية مؤشراً إيجابياً خاصة في هذه المرحلة العمرية الحرجة للطفل، حيث يتساءل الأطفال عن أدوار ونشاطات نماذج القدوة التي كانوا يتوحدون معها ومنها النماذج التلفزيونية المقدمة، ويحاولون في ذات الوقت تجريب القيام بأدوار جديدة والتوحد مع نماذج جديدة، ومن المفيد أن تستغل برامج الأطفال شغف الطفل بتجريب هويات جديدة في تقديم نماذج عربية ذات هوية وسمات عربية حتى لا يقع الطفل في فخ الاغتراب.

جدول رقم 50: يوضح لباس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال في كل من قناتي إم بي

سي 3 وتلفزيون جيم:

برامج تلفزيون جيم		برامج إم بي سي 3		لباس الشخصيات الرئيسية
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
8.33	1	/	/	لباس عربي
58.33	7	66.66	8	لباس أجنبي
33.33	4	33.33	4	حسب الموضة
100	12	100	12	المجموع

تبين نتائج الدراسة التحليلية أن لباس الشخصيات الرئيسية في برامج الأطفال قد جاء على النحو التالي:

- وصلت فئة اللباس الأجنبي إلى نسبة 66.66% في قناة أم بي سي 3 ونسبة 58.33% في قناة تلفزيون جيم.
- بينما تحصل اللباس حسب الموضة على نسبة 33.33% في كل من قناة إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم.
- أما عن اللباس العربي لم يظهر نهائياً في برامج إم بي سي 3 وتحصل في تلفزيون جيم على نسبة لم تتجاوز 8.33%. وما يلاحظ على ألبسة الأبطال ومقدمي البرامج أنها ذات طابع غربي، وهو ما ينعكس سلباً على هوية الطفل العربي، كما أنها ألبسة شديدة الإثارة، وتتبع الموضة الرائجة، وغير متناسبة تماماً مع مرحلة الطفولة، مما يجعل الطفل من التجربة التلفزيونية يعيش عالم الكبار بخبراتهم وقيمهم، ينسلخ من طفولته، ويدخل عالم الكهول بوتيرة أسرع مما يتحمله نضجهم العاطفي والعقلي، يجرد الشخصيات من محليتها الثقافية ودلالاتها الاجتماعية.

جدول رقم 51: يوضح لباس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

برامج الطفولة المتأخرة		برامج الطفولة متوسطة		برامج الطفولة المبكرة		لباس الشخصيات الرئيسية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
/	/	/	/	12.5	1	لباس عربي
37.5	3	75	6	75	6	لباس أجنبي
62.5	5	25	2	12.5	1	لباس حسب الموضة
100	8	100	8	100	8	المجموع

توزع لباس الشخصيات الرئيسية حسب برامج أطفال المرحلة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة على

النحو التالي:

- برامج الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة: يحتل اللباس الأجنبي للشخصيات الرئيسية الصدارة حيث وصلت نسبته إلى 75%، في حين أن اللباس حسب الموضة واللباس العربي تحصل على

نسب متساوية قدرت ب 12.5%. وتكمن خطورة اللباس الأجنبي في كون حكم الطفل في هذه المرحلة العمرية يكون على ظاهراً الأشياء والأحداث وبالتالي يتأثر الطفل بالمعطى الشكلي.

- **برامج الأطفال في المرحلة المتوسطة:** وصلت نسبة اللباس الأجنبي إلى 75%، بينما تحصل اللباس حسب الموضة على نسبة 25%، في حين لم يظهر اللباس العربي في برامج الأطفال عينة الدراسة، فالأطفال في المرحلة المتوسطة يسعون لإجراء المقارنات مع غيرهم ومن بينهم الشخصيات التلفزيونية، ووجود اختلافات وفروق يجعل الطفل يعيش حالة من التناقض والازدواجية والشعور بالإحباط والدونية نتيجة اختلاف عالم التلفزيون عن عالمه.

- **برامج الأطفال في المرحلة المتأخرة:** تحتل فئة اللباس حسب الموضة الصدارة بنسبة 62.5% أما اللباس الأجنبي احتل نسبة 37.5% بينما غاب اللباس العربي بالرغم من تضمّن عينة الدراسة برامج من إنتاج عربي وهو ما يشكل بدوره خطورة على الطفل العربي، حيث "أثبتت الدراسات أنّ الأطفال في مرحلة الطفولة المتأخرة يتعلمون من التلفزيون طريقة اللباس وطريقة السلوك"¹. وتكمن خطورة طغيان اللباس الأجنبي في عمليات المماثلة والمطابقة التي تحدث في ذهن الطفل بشكل واعي وغير واعي، فالأطفال الذين يجذبهم ويغريهم ما يحدث على الشاشة لا يكتفون بتقليد ما يرونه، بل إنهم بشكل مباشر يماثلون أنفسهم، (يميزون ويطابقون أنفسهم مع السلوك المعروف) ويتبنون عادات وأساليب وحياة ولباس أبطالهم ونجومهم المفضلين، وهو ما يؤثر سلباً على هويتهم الأصلية.

جدول رقم 52: بوضوح الانتماء الطبقي للشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال في كل من

قناتي إم بي سي 3 وتلفزيون جيم:

برامج تلفزيون جيم		برامج غم بي سي 3		الطبقة الاجتماعية للشخصيات الرئيسية
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
12.5	1	16.66	2	طبقة عليا
83.33	10	83.33	10	طبقة متوسطة
/	/	/	/	طبقة دنيا
12.5	1	/	/	الانتماء لأكثر من طبقة
100	12	100	12	المجموع

¹Norberto Bottani : **Les enfants et télévision, résultats et tendances de la recherche.** Op.cit, p37.

تبين نتائج الدراسة التحليلية أنّ انتماء الشخصيات الرئيسية للطبقة المتوسطة قد احتل أعلى نسبة والتي وصلت إلى 83.33% في كل من برامج قناة إم بي سي 3 وبرامج تلفزيون جيم، تليها الطبقة العليا بنسبة 16.66% في برامج إم بي سي 3 و12.5% في برامج تلفزيون جيم، في حين لم تظهر فئة الطبقة الدنيا نهائياً في برامج الأطفال عينة الدراسة، وأخيراً لم تحصل فئة الانتماء لأكثر من طبقة في برامج أطفال أم بي سي 3، وحصلت على نسبة 12.5% في برامج الأطفال عينة الدراسة.

ومن خلال ملاحظة بيانات الجدول السابق يتضح أن الفئة المسيطرة هي فئة الطبقة الوسطى، حيث أن معظم الشخصيات تميل إلى أن تكون من الطبقة المتوسطة أو الغنية، وهو ما يعني أننا نعيش في مجتمع لا طبقي، وذلك لأنه تم تصويره على أنه حصراً من الطبقة المتوسطة، في حين أنّ الأقليات والجماعات الاثنية يتم تجاهلها، ونادراً ما يتم التعامل مع الصعوبات الرهيبة التي يواجهها الناس من الطبقة العاملة، وهو ما يؤثر سلباً على الأطفال بتقديم عالم مزيف ومختصر، حيث يحذر عالم الاجتماع الأمريكي ليو بوغارت "léo bogart" من تشابه المجتمعات الحديثة، ومن انحدار الثقافات الأقلية أو الخاصة تحت التأثير المشترك للتلفزيون المتزايد القوة ولأهمية للطبقات الوسطى¹.

جدول رقم 53: يوضح انتماء الشخصيات الرئيسية في برامج الأطفال في كل من مرحلة الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

برامج الطفولة المتأخرة		برامج الطفولة المتوسطة		برامج الطفولة المبكرة		الطبقة الاجتماعية للشخصيات الرئيسية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
25	2	12.5	1	/	/	طبقة عليا
75	6	87.5	7	87.5	7	طبقة متوسطة
/	/	/	/	/	/	طبقة دنيا
/	/	/	/	12.5	1	أكثر من طبقة
100	8	100	8	100	8	المجموع

تكشف لنا نتائج الجدول السابق أن برامج الأطفال الموجهة للطفولة المبكرة قد حصدت نسبة 87.5%، بينما حصلت فئة الانتماء لأكثر من طبقة على نسبة 12.5%، بينما الطبقة العليا لم تحصل على أية نسبة. وفي برامج الطفولة المتوسطة تحصلت فئة الطبقة العليا على نسبة 12.5%، والطبقة

¹ فرانسيس بال: **الميديا**، ترجمة: فؤاد شهاين، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت لبنان، ط1، 2008، ص86.

المتوسطة على نسبة 87.5% بينما لم تظهر فئة الطبقة الدنيا وفئة الانتماء لأكثر من طبقة. وفي برامج الطفولة المتأخرة حصلت الطبقة المتوسطة على نسبة 75% بينما الطبقة العليا لم تتجاوز نسبتها 25%.

وكما هو ملاحظ فإن الطبقة المتوسطة تفرض سيطرتها في مختلف برامج الأطفال عينة الدراسة، وإن كانت الطبقة العليا ارتفعت نسبتها في مرحلة الطفولة المتأخرة، فإن هذا راجع لأن الطفل في هذه المرحلة يطمح لتحقيق منزلة أفضل ويميل إلى تحقيق كل ما هو استثنائي. بهذا المعنى وكما يقول هيرت شيلر فإن التلفزيون يشكل الوعي العام بما هو كائن، بما هو مهم، وما هو حق، وما هو مرتبط بأي شيء آخر؛¹ حيث يقوم التلفزيون بعملية تحديد الأدوار والمراكز لكل الأفراد في إطار الحياة الاجتماعية، وبالتالي يفرض عليهم المعايير الاجتماعية، ويقول لهم ما يجب عليهم فعله وما يجب عليهم أن يكونوه، فهو لا يقدم له نصائح عادية في صيغة أمرة، بل يقدم له عالماً طبيعياً يوجد فيه طفل مماثل يؤدي نموذجاً سلوكياً ويحمل اتجاهات محددة، ويعيش انتماءات طبقية محددة.

جدول رقم 54: يوضح الشريحة التي تنتمي إليها الشخصيات الرئيسية في كل من قناتي إم بي سي 3

وتلفزيون جيم:

برامج تلفزيون جيم		برامج إم بي سي 3		الطبقة الاجتماعية للشخصيات الرئيسية
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
50	6	50	6	المدينة
41.66	5	33.33	4	القرية
8.33	1	16.66	2	الريف
/	/	/	/	الانتماء لأكثر من شريحة
100	12	100	12	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم أن الشرائح الاجتماعية توزعت على كل من القناتين على النحو

التالي:

- حصدت فئة انتماء الشخصيات الرئيسية لشريحة المدينة على نسبة 50% في كل من القناتين عينة الدراسة، بينما فئة انتماء الشخصيات لشرائح القرية حصلت على نسبة 33.33% في برامج قناة أم بي سي 3، وعلى نسبة 41.66% في برامج قناة تلفزيون جيم، أما الشخصيات

¹ هيرت أ. شيلر، مرجع سابق، ص 119

الرئيسية من شريحة الريف تحصلت على نسبة 16.66% في قناة أم بي سي 3 ونسبة 8.33% في برامج تلفزيون جيم.

- كما يتضح من بيانات الجدول السابق أن انتماء الشخصيات الرئيسية لشريحة المدن هي الفئة المسيطرة وذلك من باب تقديم حياة المدينة كنموذج للحياة المعاصرة والاستثنائية ونمط الحياة الأسهل، وتعكس دائرة الرفاه والطموح والتطلع للأحسن، وهو ما يقلل من قيمة الشرائح المجتمعية الأخرى من باب الحفاظ على الوضع الراهن.

جدول رقم 55: يوضح الشريحة التي تنتمي إليها الشخصيات الرئيسية في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

برامج الطفولة المتأخرة		برامج الطفولة المتوسطة		برامج الطفولة المبكرة		الشريحة الاجتماعية للشخصيات
75	6	50	4	25	2	المدينة
12.5	1	50	4	50	4	القرية
12.5	1	/	/	25	2	الريف
/	/	/	/	/	/	الانتماء لأكثر من شريحة
100	8	100	8	100	8	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن انتماء الشخصيات الرئيسية لشريحة المدينة قد تحصلت على أعلى نسبة في كل من برامج الطفولة المتوسطة بنسبة 50% والطفولة المتأخرة بنسبة 75%، بينما لم تحصد سوى نسبة 25% في مرحلة الطفولة المبكرة، ذلك لسعي القائم بالاتصال لتقديم العالم بشكل عصري وإبراز رفاة المدينة وإيقاعها المعاصر، باعتبارها الفضاء الأنسب لتجسيد هذه الرؤية. كما أن البرامج تسعى لتقديم ما يعرف أوساط الباحثين بالقاسم المشترك الأصغر أي تقديم ما هو متفق عليه من خلال تبسيط الأمور وتقديمها في شكل موحد في محاولة لإرضاء أكبر قدر من الناس. بينما فئة انتماء الطفل لشريحة القرية قد تحصلت على أعلى نسبة والمقدرة بـ 50% في مختلف برامج أطفال الطفولة المبكرة و الطفولة المتوسطة، ولم تتجاوز نسبتها 12.5% في مرحلة الطفولة المتأخرة. ويعود ارتفاعها لكون برامج الأطفال تسعى اليوم لرسم العالم وتجزئته على شكل قرى صغيرة كما أنه من المفيد من الناحية التربوية تقديم البيئة القريبة من الطفل.

تحصلت فئة الانتماء لشريحة الريف في الطفولة المبكرة على نسبة 25% وفي مرحلة الطفولة المتأخرة على نسبة 12.5%، لكن لم تظهر في مرحلة الطفولة المتوسطة، كما لم تظهر فئة الانتماء لأكثر من شريحة في أي برنامج وذلك لأن صناع برامج الأطفال يسعون لإلغاء التدرج الطبقي في محتوياتهم المقدمة وبناء عالم العالم سعيد ليس فيه تفاوت طبقي، وهو ما قد يؤثر سلباً على الطفل عن طريق التلاعب بوعيه تشكيل تصورات ومفاهيم بعيدة عن الحياة الواقعية للطفل.

❖ خلاصة:

من خلال تحليلنا لبيانات الدراسة التحليلية الخاصة بكيفية ظهور الشخصيات الرئيسية الحاملة للقيم التربوية، فقد توصلنا إلى النتائج التالية:

✓ تحصل جنس الشخصيات الرئيسية الأنثوية على أعلى نسبة في برامج قناة إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم، يليه فئة البرامج المختلطة ثم البرامج الذكورية. في حين اختلف الترتيب في برامج كل شريحة عمرية، حيث تحصلت فئة الشخصيات الرئيسية المختلطة في كل من برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة، بينما استأثرت الشخصيات الأنثوية بأكثر نسبة في برامج الطفولة المتأخرة وبنسبة ضئيلة للشخصيات الرئيسية المختلطة. وإذا كانت المبالغة في تمثيل الإناث خطوة إيجابية لتفعيل دور الأنثى إعلامياً، فإن الاعتماد على جنس واحد ذكر أو أنثى كشخصيات فاعلة يعني تقسيم العالم إلى ثنائيات ذكر وأنثى وهو ما يؤدي إلى ترشيح الواقع وتبسيطه وإقصاء التنوع الاجتماعي كسمة إنسانية.

✓ ظهرت معظم الشخصيات الرئيسية في برامج الأطفال عينة الدراسة كشخصيات تنتمي لمرحلة الطفولة بمختلف شرائحها، تليها بدرجة أقل فئة الشباب، بينما ظهرت الفئات الأخرى بنسب ضئيلة أو لم تظهر نهائياً، ونفس الأمر يمكن أن ينطبق على برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة، حيث ظهرت الشخصية الرئيسية من نفس عمر المشاهد(المتلقي) أو أكثر بقليل، مع تغييب الفئات الأخرى أو إظهارها بشكل ضعيف. ويبدو أن برامج الأطفال عينة الدراسة قدمت عالم مؤثت بالأطفال النجوم والأبطال القادرين على إخبارنا ماذا يجب أن نفعل وكيف يجب أن نكون، من خلال تقديم نمط حياة منفصل عن عالم الناضجين، عالم تغطي عليه صبغة مثالية بعيدة تماماً عن الواقع يقودها أطفال من نفس سن أطفالنا.

✓ ظهرت مختلف الشخصيات الرئيسية كأبطال ومقدمي برامج فرديين، وبدرجة أقل كشخصيات رئيسية جماعية، تليها البطولات الثنائية. وفي برامج الطفولة المبكرة احتلت البطولات الفردية الصدارة تليها البطولات الجماعية ثم الثنائية، أما في برامج الطفولة المتوسطة فقد تصدرت البطولات الجماعية تليها الفردية ثم الثنائية، ونفس الأمر بالنسبة لبرامج الطفولة المتأخرة مع الغياب الكلي للبطولات الثنائية. ويبدو أن اختيار نوع البطولة يحكمها اتجاهين اتجاه اقتصادي يؤكد أن تماهي الطفل يكون أكثر مع الشخصيات الفردية وبالتالي ضمان متابعة أكبر في حالة وجود أبطال فرديين، واتجاه تربوي يؤكد على البطولات الثنائية والجماعية التي تفعل روح المشاركة والتضامن وتشجع القيم الجماعية.

✓ وظفت برامج الأطفال عينة الدراسة شخصيات رئيسية إنسانية بدرجة معتبرة، ثم تلتها فئة الحيوان، يليه النبات ثم الجماد، الأشباح، وأخيرا فئة أكثر من نوع، وظلت فئة الإنسان مسيطرة في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة. ويعد نقص التنوع في عرض الشخصيات الرئيسية مؤشرا سلبيا من الناحية القيمية، لأنه يوقع الطفل في فخ التتميط والقوالب المألوفة والتقليدية ولا يسمح بتحفيز الخيال وإثرائه.

✓ معظم الشخصيات الرئيسية أسماؤها أجنبية ولباسها أجنبي سواء في برامج قناة إم بي سي 3 أو برامج تلفزيون جيم، وسواء كانت في برامج مرحلة الطفولة المبكرة أو المتوسطة أو المتأخرة، وإن كانت هذه الأخيرة قد ارتفعت فيها نسبة الأسماء العربية. ويرجع ذلك للاعتماد المتزايد على الإنتاج المستورد بكل ما يحمله من قذوات وهمية ترسم حضورا بديلا وأسماء بديلة ولباس بديل وأساليب حياة بديلة.

✓ تنتمي معظم الشخصيات الرئيسية في برامج الأطفال إلى الطبقة الوسطى مقابل حضور ضعيف أو غياب للطبقات العليا والطبقات الدنيا. وبالتالي تقدم برامج الأطفال الواقع من خلال إعادة بناءه وتشكيله وفق قوالب رمزية، فانتماء الشخصيات الرئيسية للطبقة المتوسطة يعبر عن النزعة التبسيطية التي تهدف لإيصال الصور السريعة وتسهيل عملية استهلاكها دون إخضاعها للمساءلة العقلية التي تتعب تفكير المشاهد وتجعله لا يقبل على المحتوى.

✓ تنتمي معظم الشخصيات الرئيسية في برامج الأطفال عينة الدراسة لشريحة المدينة تليها القرية ثم الريف، بينما تسيطر شريحة القرية في برامج الطفولة المبكرة وشريحة المدينة في برامج الطفولة المتوسطة والمتأخرة، حيث تسعى برامج الأطفال إلى تقديم المدينة كنموذج للإيقاع المعاصر

وللرافهية والتطور، محاولة تغييب الشرائح الأخرى عن المشهد من أجل التسويق لنماذج وأفكار وعرضها على النمط الكوني، وتغليب مفاهيم على أخرى وهو ما يشكل في الحقيقة جوهر العولمة.

ثانياً: تحليل البيانات المتعلقة بالأدوات التعبيرية المستخدمة في برامج الأطفال

عينة الدراسة

ونقصد بالأدوات التعبيرية الطرق والأساليب والصفات ذات الجانب التقني والفني والتي تستخدم لعرض القيم ومضامين برامج الأطفال، وقد حصرناها في الفئات التالية:

- **القالب الفني:** أي شكل أو نمط المادة الإعلامية التلفزيونية أو الهيكل البنائي الذي عرضت به المادة التلفزيونية.
- **النمط الموسيقي الغالب:** النمط الأكثر استخداماً وليس النمط الوحيد، حيث توظف برامج الأطفال أكثر من نوع موسيقى في البرنامج الواحد، والتي تكون إما موسيقى تصويرية وهي عبارة عن لحن متزامن يتكرر مع وجود شخصية معينة، موسيقى مواقف وهي موسيقى هي لحن يتكرر مع مواقف معينة كالحنن أو الفرح أو غيرها، موسيقى خلفية كموسيقى مرافقة للمشاهد عامة.
- **الصوت:** ونعني به المؤثرات الصوتية المستخدمة والتي نستثني منها صوت الشخصيات الموظفة، وتكون هذه الأصوات إما طبيعية أي مصدرها الطبيعية وليس للإنسان دخل في إحداثها كصوت المياه وغيرها. والأصوات المصطنعة التي يكون الإنسان هو المتسبب في حدوثها كأصوات الآلات وغيرها.
- **الأغاني:** مكون صوتي يبنعلى عناصر ثلاثة هي الكلمة واللحن والإيقاع، تكون هذه العناصر متلاحمة حسب منطق تألفي.
- **مدة الحلقة:** الوقت الذي تستغرقه الحلقة منذ الإعلان عن بدئها (الجنيريك) حتى نهايتها حيث تختتم عادة بشرائط مكتوب يعرض معلومات عن البرنامج أو يختتم بجنيريك البداية.
- **التقطيعات:** عمليات الانتقال من صورة إلى أخرى أو من مشهد إلى آخر.
- **الأدوات الإيضاحية المستخدمة:** هي الأدوات التي يستخدمها المخرجون لتقريب فكرة البرنامج من المشاهد.

ملاحظة: سنعرض البيانات الخاصة بالأدوات التعبيرية المستخدمة وفق متغير القنوات عينة الدراسة (برامج قناة أم بي سي 3، برامج قناة تلفزيون جيم) وفق متغير الشريحة العمرية المستهدفة (برامج الطفولة المبكرة، برامج الطفولة المتوسطة، برامج الطفولة المتأخرة) لمعرفة مدى التزام برامج الأطفال عينة الدراسة باستخدام أدوات تعبيرية تتلاءم مع خصوصية المرحلة العمرية.

جدول رقم 56: يوضح القوالب الفنية المستخدمة في عرض القيم التربوية في برامج الأطفال عينة الدراسة:

برامج تلفزيون جيم		برامج إم بي سي 3		القالب	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
16.66	2	33.33	4	مغامرة	مسلسلات وأفلام كارتون
8.33	1	8.33	1	كوميديا	
8.33	1	16.66	2	حركة	
8.33	1	8.33	1	دراما	
8.33	1	8.33	1	فانتازيا وخيال علمي	
/	/	8.33	1	مغامرة	مسلسلات تلفزيونية
16.66	2	/	/	كوميديا	
/	/	/	/	حركة	
/	/	/	/	دراما	
/	/	/	/	فانتازيا وخيال علمي	
8.33	1	8.33	1	وثائقيات وأشرطة علمية	
/	/	8.33	1	المجلة التلفزيونية	
8.33	1	/	/	البرامج الحوارية	
/	/	/	/	برامج المسابقات	
16.66	2	/	/	مسرح الدمى	
100	12	100	12	المجموع	

تشير بيانات الجدول أن برامج الأطفال عينة الدراسة قد توزعت حسب القالب الفني على النحو

التالي:

- **القالب الفني في برامج قناة إم بي سي 3:** تحصلت فئة مسلسلات وأفلام الكرتون على نسبة 74.98% توزعت بين المغامرة بنسبة 33.33%، كوميديا بنسبة 8.33%، حركة بنسبة 16.66% دراما بنسبة 8.33%، فانتازيا وخيال علمي بنسبة 8.33%، بينما فئة المسلسلات التلفزيونية اقتصرت على المسلسلات ذات طابع الكوميدي ولم تتجاوز نسبتها 16.66%، أما عن فئة الوثائقيات والأشرطة العلمية وفئة المجلة التلفزيونية فقد حصدت كل منها نسبة 8.33%، بينما غابت تماما البرامج الحوارية برامج المسابقات ومسرح الدمى.

- **القالب الفني في برامج تلفزيون جيم:** حصدت فئة مسلسلات وأفلام الكرتون على أعلى ترتيب بنسبة 49.98% وبعدد تكرارات بلغ 15 تكرارا، توزعت بين المغامرة بنسبة 16.66%، كوميديا بنسبة 8.33%، حركة بنسبة 8.33% ودراما بنسبة 8.33%، فانتازيا وخيال علمي بنسبة 8.33%، في حين حصلت فئة المسلسلات التلفزيونية والتي انحصرت في المسلسلات ذات طابع المغامرة ولم تتجاوز نسبتها 8.33%، أما عن فئة الوثائقيات والأشرطة العلمية حصدت نسبة 8.33%، فئة البرامج الحوارية تحصلت على نسبة 8.33%، مسرح الدمى تحصل على نسبة 16.66%، بينما غابت كل من المجلة التلفزيونية وبرامج المسابقات.

والملاحظ من المعطيات الإحصائية السابقة هو سيطرة الكرتون باعتباره النموذج الشائع والأكثر متابعة من طرف الأطفال، خاصة في مجال الحركة والمغامرة، بالإضافة إلى الفانتازيا والخيال العلمي الذي عرف ظهورا بارزا في صناعة برامج الأطفال، حيث يشير المخرج جورج لوكاس في إجابته عن الاهتمام البارز بأفلام قصص الخيال العلمي بالقول " لقد انتهت موضة أفلام القراصنة ورعاة البقر والقصص التي تبحث عن المجرمين، لذلك فكرت في إحياء هذا اللون من الأفلام العلمية الذي يعتمد أسلوب الخيال والتي لا يعرف الشباب إلا القليل"¹. وإن كان هناك عزوف عن أفلام الخيال العلمي في المسلسلات التلفزيونية فهذا راجع بالأساس للإمكانيات الإخراجية والسينمائية الواسعة التي يتطلبها هذا النوع، وضرورة الاستعانة بالمؤثرات والخدع السينمائية، خلافا للكوميديا التي تلقى رواجاً في المسلسلات التلفزيونية لقلّة تكلفتها من جهة وشعبيتها الكبيرة من جهة أخرى. بينما يعود العزوف عن الأشرطة العلمية والوثائقية لتكلفتها العالية وقلة المختصين في هذا النوع التلفزيوني.

¹ هادي نعمان الهيتي: **ثقافة الأطفال**، عالم المعرفة، الكويت، 1988، ص 187.

تعتبر الباحثة ظهور قالب عرائس الدمى وقالب الأشرطة الوثائقية مؤشرا إيجابيا، لأن التنوع في القوالب يساعد الطفل على استيعاب القيم التي تطرحها برامج الأطفال، بالرغم من أن ظهورها كان ضعيفا، وذلك لأن عرائس الدمى كتقنية تُوجه لأطفال ما قبل المدرسة وتتسم بمحدودية الجماهير التي تتلقى هذا النوع. بينما تختفي برامج المسابقات بالرغم من جماهيرتها وقبولها لدى الطفل وذلك يعود في نظرنا إلى تلاشي الحدود بين الأنواع التلفزيونية المعروفة، والذي أفرز نوعا هجينا يضم جانب من المسابقات بين المواهب، مواد درامية، ومواد وثائقية حيث أصبحت المسابقات تدمج ضمن ألوان متعددة ولم تعد تظهر بصفة مستقلة.

جدول رقم 57: يوضح القوالب الفنية المستخدمة في عرض القيم التربوية في برامج أطفال المرحلة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

برامج الطفولة المتأخرة		برامج الطفولة المتوسطة		برامج الطفولة المبكرة		القالب	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
/	/	25	2	50	4	مغامرة	مسلسلات وأفلام كرتون
/	/	25	2	/	/	كوميديا	
/	/	12.5	1	25	2	حركة	
12.5	1	/	/	/	/	دراما	
12.5	1	12.5	1	/	/	فانتازيا	
12.5	1	12.5	1	/	/	مغامرة	مسلسلات تلفزيونية
25	2	/	/	/	/	كوميديا	
/	/	/	/	/	/	حركة	
/	/	/	/	/	/	دراما	
/	/	/	/	/	/	فانتازيا وخيال علمي	
12.5	1	12.5	1	/	/	وثائقيات	
12.5	1	/	/	/	/	المجلة التلفزيونية	
12.5	1	/	/	/	/	البرامج الحوارية	
/	/	/	/	/	/	برامج المسابقات	
/	/	/	/	25	2	مسرح الدمى	
100	8	100	8	100	8	المجموع	

نلاحظ من خلال بيانات الجدول السابق أن توظيف برامج أطفال المرحلة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة للقالب الفني جاء على النحو التالي:

- **القوالب الفنية لبرامج الطفولة المبكرة:** استأثر قالب الأفلام ومسلسلات الكرتون بأعلى نسبة والمقدرة بـ75% مع سيطرة والمغامرة والحركة، ويعود غياب الكوميديا والدراما عن فئة أفلام ومسلسلات الكرتون، لأن الطفل في هذه المرحلة يجد صعوبة في فهم بعض الأنواع التلفزيونية كالدراما وأفلام الخيال العلمي، وهذا راجع إلى تعقد الحكاية والحبكة التي تتطوي عليها هذا البرنامج، كما لا يستطيع الأطفال عادة فهم الكوميديا والسخرية، باستثناء بعض المواقف المضحكة للشخصيات تبعاً لقدراتهم كالتهريج الواضح، والحركات الظاهرة كالقفز أو السقوط على الأرض، وهو ما جعل برامج الأطفال عينة الدراسة لا تُوفق في توظيف الجانب الكوميدي بشكل واضح للطفل، خاصة وأن الطفل يتعلم أفضل عن طريق المشاهد المضحكة والمسلية. ولأن الأطفال وكما قلنا سابقاً لا يستطيعون فهم سوى القليل من المضمون فإن هذا ما يبرر غياب المسلسلات التلفزيونية التي تستغرق وقتاً أطولاً وتتضمن أحداثاً وشخصيات متشابكة لا يستوعبها الطفل في هذه المرحلة. وهو ما ينطبق على البرامج الحوارية. إلا أن هذا لا يمنع توظيف الوثائقيات والأشرطة العلمية بصورة مبسطة تقترب من مدركات الطفل، وهو ما لم تعره برامج الأطفال عينة الدراسة اهتماماً. غير أنها وُفقت من ناحية أخرى بتقديم قالب عرائس الدمى، وإن كانت نسبة لم تتجاوز 25%، حيث يعاني هذا النوع غياباً شبه كلي في الإنتاج التلفزيوني، بالرغم من كونه عنصراً جذاباً أساسياً للطفل لأنه يتناسب مع نمط تفكير الأطفال الإيحائي، حيث يميلون في هذه المرحلة إلى التعامل مع اللعب الغير الحية، كما أنهم يميلون أثناء لعبهم إلى تغيير وظائف الأشياء ومن ثم إحيائها وتحريكها.

- **القوالب الفنية لبرامج الطفولة المتوسطة:** تحصلت فئة مسلسلات وأفلام الكرتون على نسبة 75% مع سيطرة المغامرة الكوميديا الفانتازيا والخيال العلمي. بينما ظهرت فئة المسلسلات التلفزيونية في قالب المغامرة بنسبة 12.5%. أما عن فئة الوثائقيات والأشرطة العلمية فقد تحصلت على بنسبة 12.5%. وقد غابت المجلة التلفزيونية، البرامج الحوارية، برامج المسابقات و مسرح الدمى. وإن كان لغياب مسرح الدمى ما يبرره، حيث يتخلص الطفل في هذه المرحلة من التفكير الإيحائي، إلا أنّ غياب باقي القوالب والأنواع التلفزيونية يعتبر مؤشراً سلبياً، حيث لم

تُوفّق برامج الأطفال في مراعاة خصوصية المرحلة العمرية، في هذا السن ترتفع لدى الطفل مستويات الفهم والانتقاء ويرغب في مزيد من التنوع لإشباع حاجاته للفهم والتعلم، مما يدفعه إلى استهلاك المضمين التلفزيونية بطريقة انتقائية¹ حيث أكدت الدراسات على وجود غنى في الإمكانيات الدرامية لدى الأطفال الذين تتراوح أعمارهم ما بين الثامنة والعاشرة عاما، وذلك لأن هذا السن هو فترة يقظة الوعي وفترة اكتشاف أو فترة الرغبة في الاستقلالية، انه السن الذي يبدأ فيه الفضول بالتحرك والإثارة¹، وهو ما يجعل حضور مختلف الأنواع بشكل متوازن ضروريا في هذه المرحلة العمرية.

- القوالب الفنية لبرامج أطفال الطفولة المتأخرة: أفلام ومسلسلات الكرتون تحصلت على نسبة 25% موزعة على الدراما والفاكتريا، أما فئة المسلسلات التلفزيونية ظهرت في قالب المغامرة بنسبة 12.5% والكوميديا بنسبة 25%، في حين أنّ الوثائقيات تحصلت على نسبة 12.5%. المجلة التلفزيونية البرامج الحوارية وظهرت كل منها بنسبة 12.5%.

ونستدل من خلال المعطيات الكمية على انخفاض نسبة أفلام ومسلسلات الكرتون في هذه المرحلة العمرية، وارتفاع نسبة المسلسلات التلفزيونية، الوثائقيات والمجلة التلفزيونية. وهذا راجع من وجهة نظر الباحثة للأسباب التالية:

- ✓ ارتفاع مستويات الفهم لأطفال هذه المرحلة بسبب زيادة القدرة على الاستدلال، وضع الفرضيات، القدرة على التجريد، التمييز بين الواقع والخيال مما يجعل مضمين الكرتونية نقل جاذبيتها في هذه المرحلة العمرية لصالح الأنواع التلفزيونية الأخرى.
- ✓ ميل الطفل في هذه المرحلة للبرامج التي تظهر الاستمرارية المنطقية للحبكة، تفضيل القصص التي تدور حول العلاقات الإنسانية، والمفهوم الذاتي، والهوية الذاتية، مما يجعل المسلسلات التلفزيونية تحظى بإقبال كبير من طرف هذه الشريحة العمرية.
- ✓ تفضيل أطفال هذه المرحلة التصوير الواقعي على التصوير الفني، وهذا لا يعني تفضيل البرامج التي لا تهتم بالشكل الفني، بقدر ما هو ميل نحو البرامج التي تبدو واقعية قدر الإمكان، وهو ما يجعل الأشرطة العلمية والبرامج الحوارية وبرامج المسابقات تلقى إقبالا أكبرا.

¹ باتريسيا ادغار: الأطفال والتلفزيون بحوث ندوة براغ الدولية حول الأطفال ووسائل الإعلام، لماذا يشاهد الأطفال التلفزيون؟ وكيف يتأثرون به؟ مرجع سابق، ص 50.

✓ وان كانت برامج الأطفال قد وفقت في طرح المسلسلات التلفزيونية لقلة تكلفتها مقارنة بالأنواع الأخرى فإنها لم توفق في تكثيف حضور الأنواع التلفزيونية الأخرى خاصة الوثائقيات والأشرطة العلمية.

جدول رقم 58: يوضح النمط الموسيقي الغالب في برامج أطفال كل من قناة إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

تلفزيون جيم		ام ببسي 3		النمط الموسيقي الغالب
23.07	3	31.57	6	موسيقى تصويرية
38.46	5	31.57	7	موسيقى خلفية
38.46	5	36.57	6	موسيقى مواقف
100	13	100	19	المجموع

يلجأ المخرجون عادة لتوظيف الموسيقى من أجل ربط المشاهد سيكولوجيا بما يعرض، فهي تُؤسس مزاجا عاطفيا يريد منتجو الأفلام إنشائه، كما تؤدي الموسيقى دورا في إعطاء المشاهدين فكرة أفضل عما يجري في نص ما، وفي المساعدة على زيادة فهمهم للمحتوى المقدم. وعادة ما تستخدم الموسيقى التصويرية باعتبارها لحنا يتكرر دائما بشكل متزامن مع وجود شخصية معينة أو مرتبط بمكان محدد أو بنشاط معين، بحيث بمجرد سماع الموسيقى يستحضر المشاهد الشخصيات أو الأماكن أو الأنشطة. موسيقى مواقف كلحن يدل على موقف درامي معين سواء حزن فرح، غضب. أما موسيقى خلفية فهي موسيقى مرافقة للمشاهد عامة. وقد تم توظيف هذه الأنماط الموسيقية كنمط غالب على النحو التالي:

- تحصلت كل من فئة الموسيقى التصويرية والموسيقى الخلفية على نسبة 31.57%، بينما موسيقى المواقف تحصلت على نسبة 36.57 % في برامج قناة إم بي سي 3.
- بينما تحصلت الموسيقى التصويرية على نسبة 23.07%، في حين أنّ موسيقى الخلفية وموسيقى المواقف وصلت نسبتها إلى 38.46% في برامج تلفزيون جيم. حيث نلاحظ تقارب في استخدام الموسيقى والتنوع في استخدامها تبعا لتنوع الأنواع التلفزيونية، وكذا المواضيع التي تطرحها والشرائح العمرية التي تستهدفها.

جدول رقم 59: يوضح النمط الموسيقي الغالب في برامج أطفال المرحلة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

برامج الطفولة المتأخرة		برامج الطفولة المتوسطة		برامج الطفولة المبكرة		الموسيقى الغالبة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
40	4	23.52	4	11.11	1	موسيقى تصويرية
50	5	35.29	6	33.33	3	موسيقى خلفية
10	1	41.17	7	55.55	5	موسيقى مواقف
100	10	99.98	17	99.99	9	المجموع

يتضح من خلال الجدول السابق أن الموسيقى تقدر توزعت حسب عينة البرامج الموجهة للشرائح العمرية على النحو التالي:

- **الموسيقى السائدة في برامج الطفولة المبكرة:** تحصلت فئة موسيقى المواقف على أعلى نسبة والمقدرة بـ 55.55% وذلك لأن الطفل في هذه المرحلة عاجز عن فهم الوضعيات والشخصيات بسبب خاصية التمرکز حول الذات (أي انه يفهم المواضيع من وجهة نظره هو أو كما يراها هو، وليس كما هي موجودة في الواقع) ومن ثم يحتاج إلى نوع من الموسيقى الإيضاحية التي تعبر عن حالات معينة كالفرح والحزن.. بالتالي الحصول على مزيد من الانتباه والاهتمام، فعادة ينصرف الأطفال عن البرامج التي لا يستطيعون فهمها.
- **الموسيقى السائدة برامج الطفولة المتوسطة:** تحصلت فئة موسيقى المواقف على نسبة 41.17%، بينما موسيقى الخلفية فقد تحصلت على نسبة 35.29%، في حين تحصلت الموسيقى التصويرية على نسبة 23.52%. ويعود ارتفاع نسبة موسيقى المواقف للتأثير بشكل فعال في إيقاع البرنامج وتقوية العنصر التشويقي، خاصة وأنّ غنى الإمكانيات الدرامية لدى طفل هذه المرحلة العمرية وقدرته على التمييز بين الواقع والخيال، يجعل المخرجين يلجئون لتكثيف الأدوات التعبيرية لتقديم نص إعلامي أكثر تماسكا وإقناعا.
- **الموسيقى السائدة في برامج الطفولة المتأخرة:** تحصلت فئة موسيقى الخلفية على نسبة 50%، تلتها الموسيقى التصويرية بنسبة 40%، أما موسيقى المواقف لم تتجاوز نسبتها 10%. وكما ذكرنا سابقا فان أطفال هذه المرحلة لا يميلون إلى المبالغة في مسرحة الأحداث وفي استخدام الأدوات التعبيرية بشكل مكثف، مما يجعل القائمين على برامج الأطفال يكونون حذرين في توظيف الموسيقى ويلجئون إلى موسيقى الخلفية التي تسمح للمتلقين بالمتابعة في جو من

الاسترخاء، وبالتالي توظيف مهاراته التحليلية والفكرية التي يرتفع استخدامها من طرف مشاهدي هذه المرحلة العمرية.

جدول رقم 60: يوضح الأصوات السائدة في برامج أطفال كل من قناة أم بي سي 3 وقناة تلفزيون

جيم:

برامج تلفزيون جيم		برامج إم بي سي 3		الأصوات
25	3	25	3	أصوات طبيعية
41.66	5	50	6	أصوات مصطنعة
33.33	4	25	3	مختلطة
99.99	12	100	12	المجموع

يؤدي الصوت دورا هاما في برامج الأطفال حيث يتفاعل مع مختلف مكونات البرنامج لتوصيل رسالة معينة، وتبدو أهمية الصوت في إدراك الحركة، ففي عملية التوافق والتزامن بين الصورة والصوت أصبح لدى المتلقي أكثر من حاسة لتأكيد مشاعره وأحاسيسه وإدراكه للحدث أو الفكرة المعروضة أمامه.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن برامج الأطفال عينة الدراسة قد وظفت المكون الصوتي على

النحو التالي:

- تحصلت الأصوات المصطنعة أي تلك النابعة عن البيئة المشيدة كأصوات السيارات وغيرها على نسبة 50% في برامج قناة ام بي سي 3 و 41.66% في برامج تلفزيون جيم، تليها فئة الأصوات المختلطة بنسبة 25% في برامج أم بي سي، ونسبة 33.33% في قناة تلفزيون جيم ثم الأصوات الطبيعية بنسبة 25% في برامج قناة أم. بي سي 3 ونسبة 33.33% في برامج تلفزيون جيم.
- ويعود ارتفاع نسبة الأصوات المصطنعة لكون العديد من برامج الأطفال قد جرت أحداثها في سياق المدن والقرى أو داخل الاستديو أي داخل البيئة المصنعة، مما يجعل حضور الأصوات الطبيعية أقل، وهو ما قد يخلق نوع من التلويث السمعي لدى الطفل، إذ من الجيد تربية الذائقة السمعية لدى الطفل من خلال محاكاة الأصوات الطبيعية أكثر من المصطنعة.

جدول رقم 61: يوضح الأصوات السائدة في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

الطفولة المتأخرة		الطفولة المتوسطة		الطفولة المبكرة		الأصوات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	

12.5	1	25	2	37.5	3	أصوات طبيعية
75	6	37.5	3	25	2	أصوات مصطنعة
12.5	1	37.5	3	37.5	3	أصوات مختلطة
100	8	100	8	99.98	8	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أنّ الأصوات في برامج الأطفال قد تم توزيعها حسب المرحلة العمرية على النحو التالي:

- الأصوات في برامج الطفولة المبكرة: وصلت كل من فئة الأصوات الطبيعية والأصوات المختلطة على نسبة 37.5%، بينما الأصوات المصطنعة تحصلت على نسبة 25% وهذا مؤشر ايجابي، حيث أن الاستماع للأصوات الطبيعية من الناحية التربوية ينمي الذائقة السمعية للطفل، غير أن انجذاب الطفل في هذه المرحلة العمرية لكل ما هو مألوف وقريب من بيئته يجعل صناع البرامج يوظفون أيضا الأصوات المصطنعة والمختلطة لأن المشاهدين غالبا ما يكونون من سكان البيئة المشيدة وهم متعودين على المكون الصوتي المصنع أكثر من الطبيعي.
- الأصوات في برامج الطفولة المتوسطة: تحصلت كل من فئة الأصوات المصطنعة والمختلطة على نسبة 37.5%، بينما الأصوات الطبيعية لم تتجاوز نسبتها 25%، وذلك لان الطفل في هذه المرحلة يحتاج لتوسيع دائرة بيئته من خلال استكشاف البيئة الطبيعية والمصنعة معا بعيد عن وسطه الضيق ومحيطه المحدود.
- برامج الطفولة المتأخرة: توزعت الأصوات في مرحلة الطفولة المتأخرة على النحو التالي: حيث تحصلت نسبة الأصوات المصطنعة على نسبة 75%، بينما تحصلت فئة الأصوات المختلطة والأصوات الطبيعية على نسبة 12.5%، وهذا راجع لاتساع البيئة التي تقدم للطفل في هذه المرحلة العمرية وبالتالي توظيف أكثر من لون صوتي.

جدول رقم 62: يوضح نوع الأغاني الموظفة في برامج أطفال كل من قناة إم بي سي 3 وقناة تلفزيون

جيم:

برامج تلفزيون جيم	برامج إم بي سي 3	أغاني
8.33	1	أغاني تميز الفقرات
16.66	2	أغاني متجددة تبعا للموضوع
16.66	2	الاثنين معا

58.33	7	66.66	8	لا وجود للأغاني
99.98	12	99.98	12	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق أن برامج الأطفال عينة الدراسة قد وظفت الأغاني، سواء أغاني تميز الفقرات وتعلن عن بدئها، أو أغاني تتجدد تبعاً لموضوع الحلقة أو الاثنيين معا (ولا نقصد هنا بفئة الأغاني أغاني الشارة أو الجنيريك التي ترافق بداية البرنامج في كل حلقة) قد توزعت على النحو التالي:

- **الأغاني برامج قناة إم بي سي3:** تحصلت فئة عدم وجود أغاني على حصة الأسد، حيث وصلت نسبتها إلى 66.66%، تلتها فئة أغاني متجددة تبعاً للموضوع بنسبة 16.66%، لتتساوى في الترتيب كل من فئة أغاني تميز الفقرات، الاثنيين معا بنسبة 8.33%.
- **الأغاني في برامج قناة تلفزيون جيم:** تحصلت فئة لا وجود للأغاني على أعلى نسبة قدرت ب 58.33%، تلتها كل من فئة الاثنيين معا، أغاني متجددة تبعاً للموضوع بنسب متساوية قدرت كل منها ب 16.66%، لتحصل فئة على آخر ترتيب بنسبة لم تتجاوز 8.33%. ويبدو أن الاختلاف في نسب توظيف البرامج تحكمه عدة اعتبارات، منها الشريحة العمرية الموجه لها الرسالة الإعلامية، النوع التلفزيوني، موضوع البرنامج حيث تتطلب بعض الأنواع الأغاني بينما لا تظهر في أنواع أخرى. ويشدد التربويون على أهمية توظيف الأغنية في برامج الأطفال نظراً لدورها المحوري في خلق وتقوية ملكة التذوق الفني لديهم "حيث حدّد هربرت ريد في كتابه تربية الذوق الفني وسائط التذوق الفني في قنوات متعددة يتم عن طريقها خلق التذوق وتقويته، ومنها تدريبات تتم عن طريق الأذن لتنمية الحاسة السمعية وإدراكها للنعمة المختلفة ولإيقاع النغمي"¹. بينما يشدد المخرجون على أهمية الأغنية بالنظر لكونها شيئاً محبباً لدى الطفل، وتشير اهتمامهوتساهم في تصريف التوتر النفسي لديه وتحقق الاندماج الوجداني وترسخ فكرة البرنامج في ذهنه، وهو بالتأكيد ما يحقق استقطاب أكبر لجماهير الأطفال، فقد كانت الأغنية أحد المقومات الأساسية التي اعتمدها شركة والت ديزني في صناعة برامج الأطفال وما جعلها أكثر البرامج نجاحاً على مستوى العالم.

¹ محمود سامي عطا الله: أطفالنا التذوق الفني، العدد 2، إتحاد إذاعات العربية، 2008، ص ص 105 - 106.

جدول رقم 63: بوضح الأصوات السائدة في برامج أطفال المرحلة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

الأغاني		الطفولة المبكرة		الطفولة المتوسطة		الطفولة المتأخرة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
أغاني تميز الفقرات وتعلن عن بدئها	2	25	/	/	/	/	/
أغاني متجددة تبعا للموضوع	2	25	1	12.5	1	12.5	1
الاثنين معا	3	37.5	/	/	/	/	/
لا وجود للأغاني	1	12.5	7	87.5	7	87.5	7
المجموع	8	100	8	100	8	100	8

يتضح من خلال الجدول السابقاً برامج الأطفال قد وظفت الأغاني حسب الشريحة العمرية على

النحو التالي:

- **الأغاني في برامج الطفولة المبكرة:** حصلت فئة برامج الأطفال التي وظفت الشكليات معاً (أغاني تميز الفقرات وتعلن عن بدئها، أغاني متجددة تبعاً للموضوع) على أكبر نسبة قدرت بـ 37.5%، يليها كل من فئة أغاني متجددة تبعاً للموضوع، فئة أغاني تميز الفقرات حيث حصدت كل منهما نسبة 25%، بينما فئة لا وجود للأغاني تحصلت على نسبة 12.5%، وهذا ما يجعلها تحمل دلالة سلبية لأن الغناء فن مشوق ووسيلة لكسب المعارف، بالإضافة إلى ما يحس به الطفل من سعادة وسرور وهو يغني أو يسمع غناء، حيث أنّ الغناء فطرة التعبير الأولى منذ الخليفة، فالطفل يصدر أصوات تعد أولية كالمناغاة التي تتحول فيما بعد إلى الغناء. ويعد التنوع في توظيف الأغاني أمر مفيداً من الناحية التربوية، خاصة أن فهم الطفل وتذكره يكون محدود حيث تعمل الأغاني على ترسيخ المعلومة ومخاطبة حاسة السمع لدى الطفل الذي يفكر في هذه المرحلة العمرية من خلال حواسه الخمس.

- **الأغاني في برامج الطفولة المتوسطة:** تحصلت فئة لا وجود للأغاني على النسبة الأكبر والمقدرة بـ 87.5%، أما فئة الأغاني المتجددة تبعاً للموضوع فقد حصدت نسبة 12.5%، بينما غابت باقي المؤشرات الأخرى. ويبدو أن برامج الطفولة المتوسطة قد وظفت بشكل محدود الأغاني نظراً لما تتميز به ذاكرة الطفل في سن السابعة إلى الحادية عشر من نمو مطرد وقدرة على الحفظ والتذكر والتفكير السمعي والبصري، وإن كان هذا لا يبزرّ تغييب اللون الغنائي في برامج

الأطفال، حيث تظل الأغنية أداة تربوية تعمل على تنمية الحس السمعي والتذوق وتثري الملكة وتفتح الآفاق لاكتساب الطفل الأرضية الملائمة لتكوينه لحنيا وإيقاعيا وأدبيا وتربويا.

- **الأغاني في برامج الطفولة المتأخرة:** حصدت فئة لا وجود للأغاني نسبة 87.5%، بينما فئة أغاني متجددة حسب موضوع الحلقة لم تحصد سوى نسبة 12.5%. وتعتبر درجة توظيف الأغاني قليلة مقارنة بأهميتها في هذه المرحلة العمرية، حيث يحب جمهور الأطفال الموسيقى والتجدد في الإيقاع والكلمة، شرط تقديم مواضيع تناسب مرحلتهم العمرية، وبالتالي على صنّاع البرامج تطوير المواضيع التي تتناول تحويها الأغاني، وليس إغائها بحكم أنها مناسبة للأطفال الأقل سنا.

جدول رقم 64: يوضح مدة برامج أطفال في كل من قناة أم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

برامج تلفزيون جيم		برامج أم بي سي 3		مدة الحلقة
41.66	5	25	3	قصيرة أي أقل من 15 دقيقة
41.66	5	50	6	متوسطة من 15 إلى 30 دقيقة
16.66	2	25	3	طويلة أكثر من 30 دقيقة
100	12	100	12	المجموع

تحصلت فئة البرامج القصيرة على نسبة 25% والمتوسطة على نسبة 50% والبرامج الطويلة على نسبة 25% في برامج أم بي سي 3، بينما حصدت البرامج القصيرة نسبة 41.66% والمتوسطة بنسبة 41.66% والطويلة بنسبة 16.66% في قناة تلفزيون جيم. وتختلف مدة البث حسب النوع والتلفزيوني إذ أن الأفلام والمسلسلات التلفزيونية تستغرق وقتاً أطول، كما أن تكلفة الإنتاج تتحكم بدورها في مدة البث حيث يسعى صنّاع البرامج إلى المحتويات القصيرة والمتوسطة ذات التكلفة الأقل، بالإضافة إلى الشريحة العمرية الموجه لها النص الإعلامي حيث تتحكم مدة العرض في انجذابهم للبرنامج والاهتمام به، ومن غير الممكن تصميم برامج باعتبار إنها سوف يتم مشاهدتها كاملة لذلك فإن صنّاع البرامج يحرصون دائماً على تقسيم البرامج إلى وحدات صغيرة ومتوسطة.

جدول رقم 65: يوضح مدة برامج أطفال في كل من برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

الطفولة المتأخرة		الطفولة المتوسطة		الطفولة المبكرة		مدة الحلقة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
/	/	25	1	75	6	قصيرة أي أقل من 15 دقيقة
62.5	5	50	4	25	2	متوسطة من 15 إلى 30 دقيقة
37.5	3	25	1	/	/	طويلة أكثر من 30 دقيقة
100	8	100	8	100	8	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن مدة البرامج قد تم توزيعها على الشرائح العمرية على النحو التالي:

- مدة البث في برامج الطفولة المبكرة: تحصلت فئة البرامج القصيرة على نسبة 75%، والمتوسطة على نسبة 25% ولم تظهر فئة البرامج الطويلة في هذه المرحلة العمرية وهذا يعني أن برامج الأطفال قد وفقت في تقديم برامج تتوافق مدتها مع خصوصية مرحلة الطفولة المبكرة "إذ أكدت الدراسات إن المدة الفعلية لانتباه الطفل للبرامج التلفزيونية تقريبا تثنى الفترة الزمنية التي يقضونها أمام التلفزيون، وبالتالي لا يمكننا القول أن الأطفال الذين يقضون فترة أطول أمام التلفزيون هم الأكثر مشاهدة له، وغالبا ما يغادر المشاهدون الأصغر سنا البرنامج قبل نهايته، لهذا يوصي الخبراء دائما بتقسيم البرنامج إلى وحدات صغيرة، واللجوء إلى التكرار في السياقات الصعبة"¹.
- مدة البث في برامج الطفولة المتوسطة: تحصلت فئة البرامج القصيرة على نسبة 25%، فئة البرامج المتوسطة على نسبة 50%، والطويلة على نسبة 25%. ويبدو أن مدة بث البرامج تتحكم فيها المهارات والعمليات المعرفية للمشاهد، إذ أن زيادة انتباه الطفل وقدرته على الفهم والنمو المطرد والقدرة على الحفظ والتذكر والتفكير البصري، يجعل حضور البرامج ذات المدة المتوسطة أمرا منطقيا ومطلوبا من الناحية التربوية.
- مدة البث في برامج الطفولة المتأخرة: لم تظهر فئة البرامج القصيرة، بينما تحصلت البرامج المتوسطة على نسبة 62.5% والبرامج الطويلة تحصلت على نسبة 37.5%. وقد كانت المعطيات الكمية متوافقة مع خصوصية المرحلة العمرية، فأطفال المرحلة المتأخرة لا تحفزهم البرامج القصيرة ويفضلون البرامج التي تظهر الاستمرارية المنطقية للحبكة، وتظهر فيها غزارة في

¹ نفس المرجع، ص 61

المعلومات والأحداث مما يتطلب فسحة زمنية أطول ويجعل إقبالهم على البرامج المتوسطة والطويلة أكثر.

جدول رقم 66: يوضح نوع التقطيعات في كل من قناة أم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

برامج تلفزيون جيم		برامج إم بي سي 3		التقطيعات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
33.33	4	16.66	2	تقطيعات كثيرة
33.33	4	50	6	تقطيعات متوسطة
33.33	4	33.33	4	تقطيعات قليلة
99.99	12	99.99	12	المجموع

تبين نتائج الدراسة التحليلية أن برامج قناة إم بي سي 3 وظفت التقطيعات الكثيرة بنسبة 16.66% والتقطيعات المتوسطة بنسبة 50% والتقطيعات القليلة بنسبة 33.33%. بينما استخدمت برامج تلفزيون جيم التقطيعات الكثيرة والمتوسطة والقليلة بنسب متساوية قدرت كل منها بـ 33.33%.

ويتحكم في عمليات التقطيع عدة عوامل حيث أن اعتماد التقطيعات المتوسطة لها تأثير إيجابي على انتباه الطفل وفهمه للمحتوى، بينما المبالغة في التقطيعات قد تؤدي إلى التشويش على الطفل وصرف انتباهه عن البرنامج، هذا وقد أكد ميرتون ويرانيت وزلمان "أن طبيعة البرنامج بدورها تحدد درجة التقطيعات، فبرامج التسلية تفيدها السرعة وكثرة التقطيع، خلافاً للبرامج التعليمية أين يكون الانتباه منصبا على تجميع الأطفال للمعلومات مما يجعل للتقطيعات الكثيرة تأثيراً سلبياً على العمليات المعرفية للطفل"¹.

جدول رقم 67: يوضح نوع التقطيعات في كل من برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

الطفولة المتأخرة		الطفولة المتوسطة		الطفولة المبكرة		التقطيعات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
/	/	25	2	50	4	تقطيعات كثيرة
37.5	3	50	4	37.5	3	تقطيعات متوسطة
62.5	5	25	2	12.5	1	تقطيعات قليلة
100	8	100	8	100	8	المجموع

¹ نفس المرجع، ص 100

- نلاحظ من خلال الجدول السابق أن توزيع البرامج حسب الشرائح العمرية قد اتخذ الشكل التالي:
- برامج الطفولة المبكرة: وظفت برامج الطفولة المبكرة التقطيعات الكثيرة بنسبة 50%، التقطيعات المتوسطة بنسبة 37.5%، التقطيعات القليلة بنسبة 12.5%.
 - تؤكد الدراسات على علاقة الترابط بين الشكل التلفزيوني وعمليات الفهم لدى الطفل، حيث أن سرعة عرض المشاهد التلفزيونية أكثر إعاقة لفهم الطفل من المشاهد البطيئة، لأن الأولى تحول دون اكتمال المعنى في عقل الطفل. وفي هذا الصدد أكد الباحث (Claud Allard) أنه خلال الفترة الممتدة ما بين ثلاث وأربع سنوات يصبح الطفل مفتونا بكل ما ينتمي إلى سجل الحركة - الحركة داخل الصورة- وهو مأخوذ بحلم اليقظة التي يشاهده في الشاشة، والذي يتطلب منه جهدا وتركيزا كبيرا، ويفرض عليه تطوير حاسة النظر على حساب الحواس الأخرى¹، وهو ما يجعل التقطيعات الكثيرة والمتوسطة تحدث إيقاعا داخل النص الإعلامي وتكسر جمود الصورة.
 - التقطيعات في برامج الطفولة المتوسطة: استخدمت برامج الأطفال عينة الدراسة التقطيعات القليلة بنسبة 25% والتقطيعات المتوسطة بنسبة 50%، التقطيعات القليلة بنسبة 25%. في حين أن برامج الطفولة المتأخرة اعتمدت على التقطيعات المتوسطة بنسبة 37.5% والتقطيعات القليلة بنسبة 62.5%، بينما لم تستخدم التقطيعات الكثيرة. وبالرغم من اعتماد البرامج على التقليل من التقطيعات كلما تقدم الطفل في مراحل نموه، إلا أن الدراسات أكدت "أن التقطيع يتيح تحسين الفهم لدى الأطفال الأكبر سنا، خاصة عندما يتوافق قطع اللقطات مع التغيرات التي تطرأ على سير الحدث، وحتى وإن تكاثرت عمليات القطع ولم تتوافق مع أجزاء واقعية من السرد".²

جدول رقم 68: يوضح طبيعة الأدوات الإيضاحية المستخدمة في كل من قناة إم بي سي 3 وقناة

تلفزيون جيم:

تلفزيون ج		إم بي سي 3		الأدوات الإيضاحية المستخدمة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
8.33	2	/	/	تقديم ملخص عن الحلقة
16.66	4	12.5	3	طرح أسئلة عن سير الأحداث

¹Allard Claude: **L'enfant avec les images**, Le Carnet PSY, n° 120 , 7/2007, p p 25-28

URL : www.cairn.info/revue-le-carnet-psy-2007-7-page-25.htm.

²فيلشس لورينزو، **التلفزيون في الحياة اليومية**، مرجع سابق، ص52.

20.83	5	25	6	تقديم عناوين جزئية خاصة بكل حلقة او فقرة
29.16	7	29.16	7	تقديم المغزى من البرنامج
12.5	3	16.66	4	مخاطبة المتلقي والتفاعل معه
8.33	2	12.5	3	اعتماد التكرار
4.16	1	4.16	1	التعريف ببعض الشخصيات من حيث أسمائها وسلوكياتها
100	24	100	24	المجموع

يتضح من خلال الجدول السابق أن برامج الأطفال عينة الدراسة قد وظفت الأدوات الإيضاحية

على النحو التالي:

- الأدوات الإيضاحية في برامج قناة إم بي سي 3: حيث حصدت كل من فئة تقديم عناوين جزئية وفئة تقديم المغزى من البرنامج على نسبة 29.16%، تلتها فئة مخاطبة المتلقي والتفاعل معه والتي حصدت نسبة 16.66%، ثم تلتها كل من فئة طرح أسئلة عن سير الأحداث، اعتماد التكرار حيث حصدت كل منهما نسبة 12.5%، في حين حصدت فئة التعريف ببعض الشخصيات من حيث أسمائها وسلوكياتها على نسبة 4.16% بينما لم تظهر أداة تقديم ملخص عن الحلقة.

- الأدوات الإيضاحية في برامج تلفزيون جيم: تحصلت فئة تقديم المغزى من البرنامج على أعلى ترتيب قدرت نسبته ب 29.16%، تليها فئة تقديم عناوين جزئية خاصة بكل حلقة أو فقرة بنسبة 25%، ثم فئة طرح أسئلة عن سير الأحداث والتي حصدت نسبة 16.66%، في حين أن كل من فئة تقديم ملخص عن الحلقة، اعتماد التكرار تحصلت على نسبة 8.33%.

ولأن عملية فهم المحتوى بقدر ما هي رهان تربوي فهي رهان اقتصادي، يواجه المخرجون مشكلة إيجاد الأدوات المناسبة والمساعدة على فهم المحتوى تبعا للمهارات والقدرات المعرفية للطفل وجعله يبدو مألوفا وسهلا، وبالتالي لا تتطلب جهد فكري كبير، لان الطفل غالبا لا يتابع البرامج التي يتوقع أنه سيبدل فيها طاقة فكرية مما قد يسبب عزوفا عن المحتوى المقدم. وفي الوقت ذاته يشدد التربويون على أن تنوع محتوى البرامج وتعدد قوالبه وأشكاله سيجعله عرضة لمستويات متعددة من الفهم والتحليل، وهو ما قد يقود الطفل للقيام بجهد عقلي كبير في عملية الفهم. كل هذا يفسر ارتفاع نسبة تقديم مغزى من البرنامج تقديم

عناوين جزئية خاصة بكل حلقة أو فقرة وهو ما يساعد على جعل الطفل يهضم المحتوى المقدم بسرعة وبجهد أقل.

جدول رقم 69: يوضح طبيعة الأدوات الإيضاحية المستخدمة في كل من برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

برامج الطفولة المتأخرة		برامج الطفولة المتوسطة		برامج الطفولة المبكرة		الأدوات المساعدة على الفهم
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
16.66	2	/	/	/	/	تقديم ملخص عن الحلقة
8.33	1	12.5	2	20	4	طرح أسئلة عن سير الأحداث
16.66	2	43.75	7	10	2	تقديم عناوين جزئية
41.66	5	25	4	25	5	تقديم مغزى من البرنامج
16.66	2	12.5	2	15	3	مخاطبة المتلقي والتفاعل معه
/	/	6.25	1	20	4	التكرار
/	/	/	/	10	2	التعريف ببعض الشخصيات من حيث أسمائها وسلوكياتها
99.97	12	100	16	100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول السابق أن توظيف الأدوات المساعدة على فهم واستيعاب البرنامج قد توزعت حسب الشرائح العمرية بالشكل التالي:

- الأدوات الإيضاحية برامج الطفولة المبكرة: تحصلت فئة تقديم مغزى من البرنامج على نسبة 25%، تليها فئة تقديم عناوين جزئية، طرح أسئلة عن سير الأحداث، التكرار والتي تحصلت كل منهم على نسبة 20%، مخاطبة المتلقي والتفاعل معه والتي حصدت نسبة 15%، في حين لم يتم توظيف أداة ملخص عن الحلقة نهائياً وهو ما يجعل البرامج لا تستغل هذه الأداة بالرغم من أهميتها في هذه المرحلة العمرية "وقد وجد كل من كيلي وسبير أن فهم الأطفال وتذكرهم لمحتوى المشاهد التلفزيونية يمكن أن يزداد بتقديم خلاصة واضحة لمضمون البرامج ومشاهده الرئيسية"¹

¹ هارولز جليبرت: طرائق البحث العلمي في المجالات الإعلامية، مرجع سابق، ص 103.

كما أن التكتيف من استخدام هذه الأدوات يكون مفيدا خاصة لطفل ما قبل المدرسة، لأنه غير قادر على التركيز والانتباه ولا يتذكر الأشياء الغير مفهومة والعبارات الغير المباشرة.

- الأدوات الإيضاحية في مرحلة الطفولة المتوسطة: نلاحظ أن فئة تقديم عناوين جزئية تحصلت على نسبة 41.66%، بينما فئة تقديم مغزى من البرنامج تحصلت على نسبة 25%، طرح أسئلة عن سير الأحداث، مخاطبة المتلقي والتفاعل معه كل منها وصلت نسبتها إلى 12.5%، فئة التكرار قدرت ب 6.25%، في حين غابت كل من فئة ملخص عن الحلقة وفئة التعريف ببعض الشخصيات من حيث أسمائها وسلوكياتها. ويبدو أن برامج الأطفال لم تكثف كثيرا من أدوات الإيضاح، وهو ما قد يؤثر على عمليات انجذاب وفهم الطفل للمحتوى التلفزيوني، حيث لوحظ في العديد من الدراسات (لورش، أندريسون، ليفن) ارتباط ملحوظ بين مستويات الانتباه والفهم المتوقع لمحتوى البرامج، كما يؤثر تقدير الأطفال لما يمكنهم فهمه من المحتوى على مستويات انتباههم نحوه، وقد أكدت دراسات كل من (هاوكنز، كيم، بنجري) "لأطفال تراوحت أعمارهم بين 3، 5، 7 سنوات إن الطفل إذا ما صادف جزءا غير واضح من البرنامج فإن انتباهه نحوه يضعف"¹، خاصة وأن الأطفال في هذه المرحلة العمرية يعيشون حسب تصنيف بياجيه في مرحلة العمليات الملموسة، فلا يستطيع الطفل في هذه المرحلة أن يجابه ويفهم الأحداث الافتراضية أو تلك التي تقع في أمكنة بعيدة، وذلك نظرا لأن عملياته الفكرية محدودة بما يجري هنا والآن وفي الحاضر وبالتالي فمن المفيد استخدام أدوات المساعدة لتعزيز فكرة البرنامج.

• الأدوات الإيضاحية في مرحلة الطفولة المتأخرة: تحصلت فئة تقديم مغزى من البرنامج على نسبة 41.66%، تلتها كل من فئة تقديم عناوين جزئية، مخاطبة المتلقي والتفاعل معه، تقديم ملخص عن الحلقة بنسبة 16.66%، طرح أسئلة عن سير الأحداث حصدت نسبة 8.33%، بينما لم تظهر فئة التكرار وفئة التعريف ببعض الشخصيات من حيث أسمائها وسلوكياتها.

¹ نفس المرجع، ص.ص 96-97.

• تحليل البيانات المتعلقة بأسلوب تقديم القيمة في برامج الأطفال عينة الدراسة:

جدول رقم 70: يوضح أسلوب تقديم القيمة في برامج الأطفال في كل من قناة أم.بي.سي 3 وتلفزيون

جيم:

تلفزيون ج		ام بي سي 3		أسلوب تقديم القيمة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
17.85	5	19.23	5	تبسيط القيمة
21.42	6	23.07	6	إظهار النتائج المترتبة عن الالتزام بالقيمة أو التخلي عنها
7.14	2	3.84	1	تقديم القيمة بشكل عياني ومحدود
10.71	3	11.53	3	أظهار نماذج تمارس القيمة
14.28	4	11.53	3	اعتماد أسلوب الوعظ والإرشاد
10.71	3	11.53	3	تقديم القيمة في شكل معضلة أخلاقية
17.85	5	19.23	5	تقديم القيمة بشكل أكثر شمولاً
100	28	100	26	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أسلوب تقديم القيمة قد توزع حسب قناتي الدراسة على النحو

التالي:

- أسلوب تقديم القيمة في برامج إم بي سي 3: تحصلت فئة إظهار النتائج المترتبة عن الالتزام بالقيمة أو التخلي عنها على نسبة 23.07%، تلتها فئة تقديم القيمة بشكل أكثر شمولاً، وفئة تبسيط القيمة حيث تحصلت كل منهما على نسبة 19.23%، أما عن فئة إظهار نماذج تمارس القيمة، اعتماد أسلوب الوعظ والإرشاد، تقديم القيمة في شكل معضلة أخلاقية حيث تحصلت كل منها على نسبة 11.53%، تقديم القيمة بشكل عياني ومحدود تحصلت على نسبة 3.84%.
- أسلوب تقديم القيمة في برامج تلفزيون جيم: تحصلت فئة إظهار النتائج المترتبة عن الالتزام بالقيمة أو التخلي عنها على نسبة 21.42%، تلتها فئة تقديم القيمة بشكل أكثر شمولاً، تبسيط القيمة حيث حصلت كل منها على نسبة 17.85%، ثم فئة اعتماد أسلوب الوعظ والإرشاد تحصلت على نسبة 14.28%، إظهار نماذج تمارس القيمة، تقديم القيمة في شكل معضلة أخلاقية حيث تحصلت كل منها على نسبة 10.71% تقديم القيمة بشكل عياني ومحدود تحصلت على نسبة 7.14%.

وقد وقعت برامج الأطفال في التنوع في أساليب عرض القيمة، خاصة وأن القيمة كمفهوم مجرد يصعب استيعابه وتشربه من طرف الطفل، ما لم يتم تفكيكه وتبسيطه وتقديمه بأكثر من طريقة، وهو ما يستلزم استخدام الآليات المتناسبة مع القدرات المعرفية للطفل ومع مراحل نمو حكمه الأخلاقي والقيمي، وبالتالي لا يمكننا الحكم على جدوى وصلاحيّة أسلوب تقديم هذه القيم في برامج الأطفال عينة الدراسة بشكل نهائي، إلا من خلال محاولة الكشف عن مدى ملائمتها لكل شريحة عمرية، فنحن لا نتحدث عن طفل واحد وإنما عن شرائح وفئات من الأطفال يجب على منتجي برامج الأطفال أخذ سماتهم وخصائصهم في الحسبان، من أجل النجاح في إيصال القيمة بطريقة ناجعة. وهو ما سنتحقق منه في الجدول الموالي.

جدول رقم 71: يوضح أسلوب تقديم القيمة في برامج أطفال المرحلة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

الطفولة المتأخرة		الطفولة المتوسطة		الطفولة المبكرة		أسلوب تقديم القيمة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
9.52	2	18.75	3-	29.41	5	تبسيط القيمة
23.8	5	31.25	5	11.76	2	إظهار النتائج المترتبة عن الالتزام بالقيمة أو التخلي عنها
/	/	/	/	17.64	3	تقديم القيمة بشكل عياني ومحدود
14.28	3	12.5	2	5.88	1	أظهار نماذج تمارس القيمة
9.52	2	12.5	2	17.64	3	اعتماد أسلوب الوعظ والإرشاد
14.28	3	12.5	2	5.88	1	تقديم القيمة في شكل معضلة أخلاقية
28.57	6	12.5	2	11.76	2	تقديم القيمة بشكل أكثر شمولاً
99.97	21	100	16	99.97	17	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أسلوب تقييم القيمة حسب عينة البرامج الموزعة على الشرائح

العمرية على النحو التالي:

- أسلوب تقديم القيم في برامج الطفولة المبكرة: تحصلت فئة تبسيط القيمة على أعلى نسبة والمقدرة بـ 29.41%، تلتها كل من فئة تقديم القيمة بشكل عياني ومحدود، اعتماد أسلوب الوعظ تحصلت كل منها على نسبة 17.64%، إظهار النتائج المترتبة عن الالتزام بالقيمة أو التخلي عنها، تقديم القيمة بشكل أكثر شمولاً تحصلت كل منها على نسبة 11.76%، أما عن فئة إظهار نماذج تمارس القيمة، فئة تقديم القيمة في شكل معضلة أخلاقية على نسبة 5.88%.

يتضح من البيانات الإحصائية أن برامج الأطفال عينة الدراسة قد وظفت بشكل مكثف أسلوب تبسيط القيمة وتقديم القيمة بشكل عياني، وهو ما يتلاءم مع خصائص النمو المعرفي للطفل في هذه المرحلة، حيث يفهم الطفل الأفكار بحواسه مما يتطلب تبسيط القيمة وتقديمها بشكل مبسط، وكان يمكن أن توظف البرامج بشكل مكثف نماذج تمارس القيمة لتقديم القيمة بشكل عملي ومحسوس (تقديم سلوكيات تعبر عن القيمة)، بينما فئة توظيف الوعظ والإرشاد وإظهار النتائج المترتبة عن القيمة فهو ملائم لخصائص النمو الأخلاقي للطفل في هذه المرحلة العمرية، لأن الطفل يتبنى في هذه المرحلة القيم من منطلق النتائج المترتبة عنها (نتائج تحقق له إشباع أو تجنب العقوبة) كما تسمح هذا الأسلوب مناقشة أهمية هذه القواعد الأخلاقية ودوافعها، لأن الطفل كما يقول بياجييه يحكم على الأفعال كأفعال بغض النظر عن نية الفاعل ودوافعه، فالقول أن الصمت من ذهب يعني أن الطفل يفهم أن الصمت قاعدة أخلاقية إيجابية في كل المواقف. بينما عدم توظيف أسلوب المعضلة الأخلاقية راجع لخاصية التمرکز حول الذات ورؤية الأمور من جانب واحد مما يجعل تقديم القيمة ونقيضها وتبرير الاختيار يشوش على الطفل في هذه المرحلة العمرية، حيث يجد صعوبة في معالجة وجهتي نظر مختلفين حول معضلة أخلاقية لاعتقاده بوجود وجهة نظر واحدة صحيحة.

- أسلوب تقديم القيم برامج الطفولة المتوسطة: تحصلت فئة إظهار النتائج المترتبة عن الالتزام بالقيمة أو التخلي عنها على نسبة 31.25% حيث أن التفكير الاستدلالي للطفل في هذه المرحلة يسمح باستثارة الحس الأخلاقي لديه، تلتها فئة تبسيط القيمة على نسبة 18.75% ثم إظهار نماذج تمارس القيمة، اعتماد أسلوب الوعظ، تقديم القيمة في شكل معضلة أخلاقية، تقديم القيمة بشكل أكثر شمولاً تحصلت كل منها على نسبة 12.5%. بالرغم من نمو التفكير المعرفي للطفل في هذه المرحلة إلا أن تفكيره يظل عيانياً ومحسوساً ومحسوراً في ما يحصل هنا والآن، ولا يستطيع فهم الأفكار المجردة مما يتطلب تبسيط القيمة وتقديمها في شكل محسوس ومناقشة

سلبياتها وإيجابياتها، غير أنّ خاصية تفهم وجهة نظر الآخرين والقدرة على رؤية الموقف من أكثر من زاوية يجعل أسلوب المعضلة الأخلاقية من الأساليب الناجعة في هذه المرحلة العمرية، والتي تسمح باستثارة التفكير الأخلاقي لدى الطفل حيث لم توظفها برامج الأطفال عينة الدراسة بشكل كاف.

- أسلوب تقييم القيمة في برامج الطفولة المتأخرة: والتي حظيت فئة تقديم القيمة بشكل أكثر شمولاً على أعلى الترتيب بنسبة 28.57%، تلتها فئة إظهار النتائج المترتبة عن الالتزام بالقيمة أو التخلي عنها والتي حصلت على نسبة 23.8%، ثم فئة إظهار نماذج تمارس القيمة، فئة تقديم القيمة في شكل معضلة أخلاقية تحصلت كل منها على نسبة 14.28%، تبسيط القيمة، اعتماد أسلوب الوعظ وتحصلت كل منهما على نسبة 9.52%، ولم تظهر فئة تقديم القيمة بشكل عياني ومحدود. وقد وُقت برامج الأطفال عينة الدراسة إلى حد كبير في توظيف الأسلوب الذي يتناسب مع النمو الأخلاقي والمعرفي للطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة حيث تتناسب الأساليب السابقة في التعمق أكثر في تحليل أسباب اختيار قيمة دون أخرى والنتائج المترتبة عن ذلك، من خلال الإمعان في تقويم الخيارات والبدائل إخضاع اختيار القيمة إلى نوع من المحاكمة القيمية. مع السعي لتقديم القيمة في شكل أكثر تجريدا وعمومية واعتماد الأسلوب المنطقي في عرضها، وهو ما يفسر تراجع نسبة أسلوب تبسيط القيمة وأسلوب الوعظ والإرشاد حيث يرفض الأطفال في هذه المرحلة العمرية هذا النوع من التوجيه.

❖ خلاصة:

توصلنا من خلال تحليل البيانات المتعلقة بالأدوات التعبيرية المستخدمة في برامج الأطفال عينة الدراسة إلى الاستنتاجات التالية:

✓ يعتبر قالب مسلسلات وأفلام الكرتون هو القالب المسيطر في برامج الأطفال عينة الدراسة، غير أن حضور قوالب أخرى كالوثائقيات والأشرطة العلمية، مسرح الدمى، المسابقات والبرامج الحوارية، المسلسلات التلفزيونية، والمجلة التلفزيونية قد كسر النمطية السائدة التي تعتبر الرسوم المتحركة المرادف للبرامج للأطفال.

✓ وظفت برامج أطفال المرحلة المبكرة الرسوم المتحركة بنسبة كبيرة بالتركيز على الحركة والمغامرة بينما غابت الكوميديا بالرغم من أهميتها، كما استخدمت مسرح الدمى باعتبارها انساب قالب

لجمهور هذه المرحلة، في حين غابت باقي القوالب ، خاصة الوثائقيات والأشرطة العلمية وبرامج المسابقات. حافظت الرسوم المتحركة على حضورها في برامج الطفولة المتوسطة لكنها اختفت من برامج الطفولة المتأخرة، كما سجلت المسلسلات التلفزيونية والوثائقيات والأشرطة العلمية حضورا ملفتا في برامج الطفولة المتوسطة والمتأخرة، بينما هناك تحول ايجابي نحو قوالب المسابقات والبرامج الحوارية والمجلة التلفزيونية في برامج الطفولة المتأخرة. وقد وفقت برامج الأطفال عينة الدراسة في طرح بعض القوالب الجديدة لكنها لم تستجب بعد لمتطلبات المراحل العمرية المختلفة.

- ✓ وظفت برامج الأطفال عينة الدراسة مختلف القوالب الموسيقية مع التركيز على موسيقى المواقف في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة، وموسيقى الخلفية في برامج الطفولة المتأخرة، وقد وفقت برامج الأطفال في استخدام المكون الموسيقي بما يتناسب مع خصوصية المرحلة العمرية.
- ✓ وظفت برامج الأطفال عينة الدراسة الأصوات المصطنعة، تليها الأصوات المختلطة ثم الطبيعية، مع تسجيل حضور ملفت للأصوات الطبيعية في برامج الطفولة المبكرة، مما جعل برامج الأطفال لا توفق في طرح مكون صوتي متنوع من أجل تهذيب الذائقة السمعية للطفل وإثراء خياله.
- ✓ استخدمت برامج الأطفال عينة الدراسة الأغنية بشكل ضعيف بالمقارنة بالأهمية الجمالية والفنية والتربوية التي تحظى بها، وقد سجلت حضورا قويا في برامج الطفولة المبكرة وضعيفا في برامج الطفولة المتوسطة والمتأخرة.
- ✓ كانت أغلب برامج الأطفال عينة الدراسة مدتها متوسطة تليها المدة القصيرة ثم المدة الطويلة، حيث استأثرت برامج أطفال المرحلة المبكرة بالبرامج القصيرة ومرحلة الطفولة المتوسطة بالبرامج المتوسطة ومرحلة الطفولة المتأخرة بالبرامج الطويلة. وقد وفقت برامج الأطفال في تكييف المدة مع احتياجات ومهارات كل مرحلة عمرية.
- ✓ ظهرت التقطيعات المتوسطة كسمة إخراجية بارزة في برامج الأطفال عينة الدراسة، وقد سجلت حضورا قويا في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة، بينما حققت التقطيعات الطويلة وجودا ملفتا في برامج الطفولة المتأخرة، وعموما وفقت برامج الأطفال عينة الدراسة في توظيف التقطيعات التي تتناسب مع الخصائص المعرفية لكل مرحلة عمرية.

- ✓ وفقت برامج الأطفال عينة الدراسة إلى حد كبير في توظيف الأدوات الإيضاحية المساعدة على الفهم، غير أن تغييب فئة ملخص الحلقة في برامج الطفولة المبكرة، وفئة التعريف ببعض الشخصيات من حيث أسمائها وسلوكياتها قد حد من تأثير هذه الأدوات الإيضاحية.
- ✓ وفقت برامج الأطفال عينة الدراسة في توظيف أساليب متنوعة لتقديم القيم التربوية وراعت خصوصية المرحلة العمرية حيث قدمت أساليب تتصف بالعيانية والمحدودية، ثم تقديم أساليب أكثر تجريدا وعمومية في برامج الأطفال الموجه للفئات الأكبر سنا.

النتائج العامة

للدراسة

❖ النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة

أوضحت الدراسة التحليلية التي أجريناها عند تناولنا للقيم التربوية في برامج الأطفال عينة الدراسة، بأن التوجهات القيمية موضوع الدراسة، قد تم التعرض إليها في مختلف البرامج بنسب متفاوتة عكسته التكرارات المسجلة، إذ بلغت قيم التوجه الذاتي 151 تكرارا وقيم التوجه نحو الآخرين بـ 93 تكرار، وقيم التوجه البيئي بـ 58 تكرارا، وقد توزعت انطلاقا من تساؤلات الدراسة على النحو التالي:

السؤال الأول: ما هي قيم التوجه الذاتي المقدمة في برامج الأطفال عينة الدراسة؟

• قيم التوجه الذاتي حسب قنوات البحث:

- سجلت قيم التوجه الذاتي حضورا ملفتا للانتباه في كل من قناة أم. بي. سي 3 بعدد تكرارات بلغ 80 تكرارا وتلفزيون جيم بـ 71 تكرارا، وهو ما يعكس اهتمام القناتين محل الدراسة بهذا التوجه القيمي من أجل بناء علاقة سوية للطفل مع ذاته.
- اختلفت نسب حضور قيم التوجه الذاتي في قنوات الأطفال عينة الدراسة، حيث ظهرت قيم التوجه نحو الذات الإنجازية بنسب مرتفعة (40.39%) مع انخفاض بعض مؤشراتها (قيم التأطير الأخلاقي) مما أضعف دلالتها القيمية، بينما ظهرت بوتيرة أقل كل من قيم التوجه نحو الذات الانفعالية، التوجه نحو الذات الكلية، في حين سجلت قيم التوجه نحو الذات الجسمية حضورا ضعيفا لا يراعي الأهمية التربوية لهذه القيمة ولا يستجيب لاحتياجات الطفل العربي.

• قيم التوجه الذاتي وفقا للشريحة العمرية المستهدفة:

- سجلت قيم التوجه الذاتي حضورا قويا في برامج الأطفال عينة الدراسة، سواء البرامج الموجهة لمرحلة الطفولة المبكرة (48 تكرارا) أو لمرحلة الطفولة المتوسطة (52 تكرارا) أو الخاصة بمرحلة الطفولة المتأخرة (51 تكرارا).
- عرفت قيم التوجه نحو الذات الإنجازية والانفعالية حضورا قويا في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة، بينما سجلت قيم التوجه نحو الذات الكلية حضورا متوسطا حيث ظهرت جميع مؤشرات هذا التوجه بشكل متوازن مما عزز من تواجدها.
- ظهرت قيم التوجه نحو الذات الجسمية بنسب ضعيفة في جميع برامج الشرائح العمرية مع تغييب العديد من مؤشراتها وهو ما أضعف من حضورها.

- **قيم التوجه الذاتي وفقا لجنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في البرامج عينة الدراسة:**
 - وُفقت برامج الأطفال عينة الدراسة في طرح قيم التوجه الذاتي بشكل متوازن وغير منمّط وبعيدا عن ثنائية الأنثى والذكر، حيث سجلت قيم التوجه نحو الذات الإنجازية والكلية تواجدا معتبرا سواء في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية أو أنثوية أو مختلطة.
 - قدمت برامج الأطفال عينة الدراسة في بعض توجهاتها القيمية، فيما تعزز التصورات السائدة حول الذكورة والأنوثة، وهو ما ظهر في قيم التوجه نحو الذات الجسمية التي ارتفعت فيها مؤشرات الاهتمام بالمظهر الخارجي في البرامج التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية، بينما ارتفع مؤشر ممارسة الرياضة في البرامج التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية، كما ارتفعت نسب قيم التوجه نحو الذات الانفعالية في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية ومختلطة، وانخفضت نسبتها في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية، على اعتبار أن الذكور كائنات قادرة على ضبط نفسها وإدارة انفعالاتها خلافا للإناث.
- **قيم التوجه الذاتي حسب مصادر إنتاج البرامج:**
 - ظهرت قيم التوجه نحو الذات الإنجازية بنسب متقاربة في كل من: برامج الأطفال العربية، الأوروبية الأثينية، اليابانية، الأمريكية، البريطانية، وبدرجة أقل في برامج الأطفال ذات الإنتاج المشترك.
 - ظهرت قيم التوجه نحو الذات الانفعالية بشكل بارز في الإنتاج الياباني والإنتاج المشترك، الأمريكي، البريطاني، وبدرجة متوسطة في الإنتاج الأوربي اللاتيني، وبوتيرة ضعيفة في الإنتاج العربي.
 - سجلت قيم التوجه نحو الذات الكلية في الإنتاج البريطاني (30%)، الإنتاج الأوربي اللاتيني (25%)، كل من الإنتاج الأمريكي والإنتاج المشترك (22.91%)، الإنتاج الياباني (11.11%)، الإنتاج العربي (7.69%).
 - سجلت قيم التوجه نحو الذات الجسمية حضورا قويا في الإنتاج العربي (23.07%)، وبدرجة أقل في الإنتاج المشترك، ومتوسطا في الإنتاج الأمريكي والأوربي اللاتيني، وضعيفا في الإنتاج البريطاني بالرغم من كونه مرجعا عالميا في الالتزام بأعباء الخدمة العمومية.

السؤال الثاني: ما هي قيم التوجه نحو الآخرين المقدمة في برامج الأطفال عينة الدراسة؟

وقد توزعت على النحو التالي:

• قيم التوجه نحو الآخرين حسب قنوات البحث:

ظهرت قيم التوجه نحو الآخرين في قناة إم بي سي 3 بنسبة 39.77% وقناة تلفزيون جيم بنسبة 60.19%، حيث استأثرت قيم التوجه نحو الأقران بأعلى نسبة، بينما ظهرت قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع بدرجة مقبولة، أما قيم التوجه الأسري جاءت ضعيفة في برامج الأطفال في كل من القناتين عينة الدراسة، وهو ما ساهم بتقديم بيئة اجتماعية مختزلة وتفتقر لمقومات التنشئة السوية، باستبعاد الأسرة كجماعة مرجعية محورية لصالح الأقران كقادرة رأي للطفل.

• قيم التوجه نحو الآخرين في برامج الأطفال الموجهة للشرائح العمرية:

- ظهرت قيم التوجه نحو الأسرة ضعيفة في كل من البرامج الموجهة للطفولة المبكرة والطفولة المتوسطة والطفولة المتأخرة، مما جعلها تُخفق في تقديم هذه القيمة وتكيفها مع خصوصية المراحل العمرية واحتياجاتها القيمية.
- وُفقت برامج الأطفال عينة الدراسة في طرح قيم التوجه نحو الأقران في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة، حيث وصلت نسبها على التوالي: 59.09%، 48.71%، 53.12%.
- سجلت قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع حضوراً ضعيفاً في برامج الطفولة المبكرة نظراً لمحدودية البيئة الاجتماعية التي يتعامل معها، وحضوراً مقبولاً في برامج الطفولة المتوسطة والمتأخرة لتأسيح البيئة العلائقية للطفل في مراحل عمره اللاحقة.

• قيم التوجه نحو الآخرين بحسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة

الدراسة:

- ظهرت قيم التوجه الأسري قوية في برامج الأطفال التي توظف شخصيات أنثوية (60%)، ومختلطة (40%) لكنها غابت عن برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكورية، وهذه النسب متوافقة مع ما تحمله الثقافة من تصورات حول الأنوثة كمرادف للرعاية والاحتضان والروابط الوثيق الصلة بالأسرة، في حين تظل الذكورة فضاء يتمتع بالاستقلالية عن الآخرين.

النتائج العامة للدراسة

- ظهرت قيم التوجه نحو الأقران وأعضاء المجتمع بنسب متقاربة في مختلف البرامج التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية وذكرية ومختلطة، مما يساهم في بناء هوية وثقافة بعيدا عن التقابل بين ثنائية الذكر والأنثى.

• قيم التوجه نحو الآخرين حسب مصادر الإنتاج:

- ظهرت قيم التوجه الأسري بشكل قوي في برامج الأطفال ذات الإنتاج المشترك (28.57%)، الإنتاج البريطاني (25%)، إنتاج أوربي لاتيني (24%)، إنتاج أمريكي (18.91%)، بينما غابت في الإنتاج العربي.

- سجلت قيم التوجه نحو الأقران ارتفاعا ملحوظا في الإنتاج الأمريكي، البريطاني، الياباني، أوربي لاتيني، الإنتاج مشترك، بينما ظهرت بدرجة متوسطة في الإنتاج العربي.

- ظهرت قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع بشكل ملفت في برامج الأطفال العربية واليابانية، وبدرجة مقبولة في برامج الأطفال الأمريكية، البريطانية، الأوروبية اللاتينية والمشاركة.

السؤال الثالث: ما هي قيم التوجه البيئي في برامج الأطفال عينة الدراسة؟

سجلت قيم التوجه البيئي حضورا مقبولا في برامج الأطفال عينة الدراسة والذي يعكسه ارتفاع نسبة مؤشراتنا في برامج الأطفال عينة الدراسة، وقد توزعت على النحو التالي:

• قيم التوجه البيئي حسب قنوات البث:

- حصدت قيم التوجه البيئي حضورا مقبولا في برامج الأطفال عينة الدراسة، إذ لم تتجاوز مجموع تكراراتها 58 تكرارا، موزعة بين قيم التوجه نحو البيئة العلمية التي حصدت 20 تكرارا، يليها قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية التي تحصلت على 17 تكرارا، ثم قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية (12 تكرارا)، وأخيرا البيئة الثقافية (11 تكرارا) في كل من قناة إم بي سي 3 وتلفزيون جيم.

• قيم التوجه البيئي حسب الشريحة العمرية المستهدفة:

- ظهرت قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية، ثم البيئة العلمية، تليها البيئة الثقافية وبنسبة ضعيفة قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية في برامج الطفولة المبكرة.

- سجّلت قيم التوجه نحو البيئة العلمية والإعلامية والطبيعية حضوراً قوياً، بينما حصدت قيم التوجه نحو البيئة الثقافية تواجداً ضعيفاً في برامج الطفولة المتوسطة.
- برزت قيم التوجه نحو البيئة العلمية بنسبة 43.75% وبدرجة أقل قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية، ثم قيم التوجه نحو البيئة الثقافية، ثم البيئة الإعلامية في برامج الطفولة المتأخرة.
- **قيم التوجه البيئي حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة:**
- وُفقت برامج الأطفال عينة الدراسة في تقديم قيم التوجه نحو البيئة العلمية والبيئة الإعلامية بعيداً عن التصورات السائدة حول الذكورة والأنوثة، وهو ما ترجمته ارتفاع نسب تواجدها في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكرية وبرامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية ومختلطة.
- لم تُوفق برامج الأطفال عينة الدراسة في طرح بعض جوانب التوجه البيئي بعيداً عن الأفكار الجاهزة والمختزلة حول مجالات الدور الاجتماعي، حيث ارتفعت نسب قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية والبيئة الثقافية في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية أنثوية، وارتفعت قيم التوجه نحو البيئة العلمية في برامج الأطفال التي توظف شخصيات رئيسية ذكرية.
- **قيم التوجه البيئي حسب مصادر الإنتاج:**
- سجّلت قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية حضوراً غير متوازن في المحتوى الإعلامي المقدم، حيث ارتفعت نسبتها في برامج الأطفال الأوروبية اللاتينية والبرامج الأمريكية، ثم اليابانية، واختفت في برامج الأطفال البريطانية والإنتاج المشترك بالرغم من أهمية هذا التوجه القيمي، باعتبار البيئة قضية عالمية إنسانية تهم مختلف الشعوب.
- ظهرت قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية بوتيرة مرتفعة في الإنتاج البريطاني والأمريكي والياباني، و متوسطاً في إنتاج أوروبا اللاتينية، وضعيفاً في الإنتاج العربي، وغابت هذه القيمة نهائياً عن الإنتاج المشترك.
- ارتفعت قيم التوجه نحو البيئة العلمية في الإنتاج العربي، بينما شهدت حضوراً مقبولاً في الإنتاج البريطاني والأمريكي والياباني، الأوروبي اللاتيني، في حين غابت عن الإنتاج المشترك.
- قيم التوجه نحو البيئة الثقافية ظهرت بنسب متوسطة في مختلف الأقطاب الإنتاجية، حيث تحاول برامج الأطفال تفادي الخوض في مواضيع الثقافة المحلية، وتكتفي بتقديم الثقافة على النمط الكوني، بسبب طابعها الخلافي من جهة وبسبب ضيق السوق المحلية من جهة أخرى.

السؤال الرابع: كيف ظهرت الشخصيات الرئيسية الحاملة للقيم التربوية في برامج الأطفال عينة الدراسة؟

• جنس الشخصيات الرئيسية في برامج الأطفال عينة الدراسة:

احتلت الشخصيات الرئيسية الأنثوية على أعلى نسبة (50%) تلتها فئة الشخصيات الرئيسية المختلطة، ثم الشخصيات الرئيسية الذكورية.

• جنس الشخصيات الرئيسية في برامج مرحلة الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

اختلف ترتيب حضور الشخصيات الرئيسية في برامج كل شريحة عمرية، حيث تحصلت فئة الشخصيات المختلطة على أعلى ترتيب في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة، بينما ارتفعت نسبة الشخصيات الرئيسية الأنثوية في برامج الطفولة المتأخرة.

• سن الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة:

استأثرت الشخصيات الرئيسية من عمر الطفولة المتوسطة بأعلى نسبة في قناة إم بي سي 3، بينما تحصلت فئة تعدد الشرائح العمرية للشخصيات الرئيسية على أعلى ترتيب في برامج تلفزيون جيم. في حين ظلت نسبة تمثيل الفئات العمرية الأخرى (شباب، كهولة، شيخوخة) ضعيفة عموماً وهو ما يجعل البرامج لا توفق كثيراً في عرض التنوع المجتمعي على حقيقته.

• سن الشخصيات الرئيسية في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

ظهرت الشخصية الرئيسية من نفس عمر المشاهد (المتلقي) أو أكثر بقليل، مع تغييب الفئات الأخرى أو إظهارها بشكل ضعيف سواء في برامج أطفال المرحلة المبكرة أو المتوسطة أو المتأخرة.

• نوع البطولة في برامج الأطفال عينة الدراسة:

سجلت البطولات الفردية حضوراً قوياً في برامج الأطفال بقناة إم بي سي 3، بينما عرفت البطولات الجماعية حضوراً قوياً في برامج تلفزيون جيم. بينما ظهرت البطولات الثنائية بشكل ضعيف في برامج الأطفال عينة الدراسة.

• نوع البطولة في برامج المرحلة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

احتلت البطولات الفردية الصدارة تليها البطولات الجماعية ثم الثنائية في برامج الطفولة المبكرة، بينما تصدرت البطولات الجماعية القائمة، تليها الفردية ثم الثنائية في برامج الطفولة المتوسطة، وحافظت برامج الطفولة المتأخرة على نفس الترتيب مع غياب كلي للبطولات الثنائية.

• طبيعة الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة:

ظهرت الشخصيات الرئيسية ذات الطبيعة الإنسانية بشكل ملفت للانتباه على حساب الفئات الأخرى (حيوان، جماد، شبح...) التي كانت نسب تمثيلها ضعيفة لا تتناسب مع احتياجات الطفل لتحفيز مخيلته وشحن طاقاته الإبداعية.

• طبيعة الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج أطفال المرحلة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

ظلت الشخصيات الرئيسية الإنسانية هي الفئة المسيطرة في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة، بينما ظهرت باقي الفئات بشكل ضعيف مما أثر سلباً على المحتوى التربوي المقدم للطفل في نتلف مراحل نموه.

• أسماء ولباس الشخصيات الرئيسية في برامج الأطفال عينة الدراسة:

اتسمت معظم الشخصيات الرئيسية بكونها تحمل أسماء أجنبية وترتدي لباساً أجنبيًا، سواء في برامج قناة إم بي سي 3 أو برامج تلفزيون جيم، وسواء كانت في برامج مرحلة الطفولة المبكرة أو المتوسطة أو المتأخرة. مما جعل عناصر الاغتراب تسيطر على مختلف مكونات القدرات التربوية، الأمر الذي قد يُوقع الطفل في فخ التشويش ويُشوّه ملامح هويته العربية.

• الانتماء الطبقي للشخصيات الرئيسية في برامج الأطفال عينة الدراسة:

تنتمي معظم الشخصيات الرئيسية في برامج الأطفال إلى الطبقة الوسطى مقابل حضور ضعيف أو غياب للطبقات العليا والطبقات الدنيا، وقد حافظت الشخصيات الرئيسية على انتمائها الطبقي بنفس الوتيرة، سواء في برامج الطفولة المبكرة و المتوسطة والمتأخرة.

- الشريحة الاجتماعية التي تنتمي إليها الشخصيات الرئيسية في برامج الأطفال عينة الدراسة:
- معظم الشخصيات الرئيسية في برامج الأطفال عينة الدراسة من سكان المدن، بينما ظهرت الشخصيات الرئيسية القروية والريفية بدرجات أقل.
- سيطرت فئة انتماء الشخصيات الرئيسية لشريحة القرية على برامج الطفولة المبكرة، بينما انتماء الشخصيات الرئيسية لشريحة المدينة ظهرت بشكل قوي في برامج الطفولة المتوسطة والمتأخرة.

السؤال الخامس: ما هي الأدوات التعبيرية التي استخدمتها برامج الأطفال في كل من قناة أم بي سي 3 وتلفزيون جيم؟

• القالب الفني لبرامج الأطفال عينة الدراسة:

توزعت الأنواع التلفزيونية في برامج الأطفال بشكل غير متكافئ في برامج الأطفال عينة الدراسة، حيث استحوذت أفلام الكرتون على النسبة الأكبر بينما ظل حضور الأنواع الأخرى ضعيفا، مما جعل البرامج عينة الدراسة لا تُوفّق كثيرا في التنوع في القوالب الفنية بما يتلاءم مع احتياجات وانتظارات الشرائح العمرية المختلفة، وهو ما لمسناه أكثر في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة، في حين ظهرت بوادر التنوع في برامج الطفولة المتأخرة.

• النوع الموسيقي الغالب في برامج الأطفال عينة الدراسة:

قدّمت برامج الأطفال عينة الدراسة قوالب موسيقية متنوعة، كما وُفّقت في توظيفها بشكل ذكي يخدم استعدادات وقدرات الطفل المعرفية والفنية، في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة.

• المكون الصوتي الغالب في برامج الأطفال عينة الدراسة:

وظفت برامج الأطفال عينة الدراسة الأصوات المصطنعة، تليها الأصوات المختلطة ثم الطبيعية، مع تسجيل حضور ملفت للأصوات الطبيعية في برامج الطفولة المبكرة، مما جعل برامج الأطفال لا تُوفّق كثيرا في طرح مكون صوتي ثري ومتنوع من أجل تهذيب الذائقة السمعية للطفل وتحفيز خياله.

• حضور الأغنية في برامج الأطفال عينة الدراسة:

لم توظف برامج الأطفال عينة الدراسة الأغنية بشكل مكثف، وظل وجودها مقتصرًا على برامج الطفولة المبكرة، بينما ظهرت بشكل محتشم لا يتناسب مع القدرات الفنية والدرامية للطفل في برامج الطفولة المتوسطة والمتأخرة.

• مدة عرض برامج الأطفال عينة الدراسة:

جاءت مدة أغلب البرامج عينة الدراسة بوتيرة متوسطة (15-30 دقيقة) تليها البرامج القصيرة، ثم الطويلة في برامج الأطفال عينة الدراسة، وذلك بالنظر إلى تكلفة الإنتاج الباهظة من جهة، واستعدادات الطفل المعرفية والنفسية لمتابعة البرامج، حيث يظل انتباه الأطفال وفهمهم للمحتوى محدودًا ومباشرًا في الطفولة المبكرة ومع تقدم العمر تتطور عملياتهم المعرفية، وهو ما يفسر طغيان فئة المدة القصيرة في برامج الطفولة المبكرة، المدة المتوسطة في برامج الطفولة المتوسطة والطويلة في برامج الطفولة المتأخرة.

• طبيعة التقطيعات في برامج الأطفال عينة الدراسة:

ظهرت التقطيعات المتوسطة كسمة إخراجية بارزة في برامج الأطفال عينة الدراسة، وقد سجلت حضورًا قويًا في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة، بينما حققت التقطيعات الطويلة وجودًا ملفتًا في برامج الطفولة المتأخرة، وعموماً وفقت برامج الأطفال عينة الدراسة في توظيف التقطيعات التي تتناسب مع المهارات المعرفية لكل شريحة عمرية.

• الأدوات الإيضاحية المستخدمة في برامج الأطفال عينة الدراسة:

وظفت برامج الأطفال عينة الدراسة الأدوات الإيضاحية بطريقة متوازنة ومُنوعة. تستجيب لخصائص الطفل واحتياجاته وتحفز عملياته المعرفية، وإن كان تغييب فئة التكرار في برامج الطفولة المبكرة، وفئة التعريف ببعض الشخصيات من حيث أسمائها وسلوكياتها في برامج الطفولة المتوسطة والمتأخرة قد أثر سلبًا على فرص فهم الطفل واستيعابه للمحتوى المقدم.

السؤال السادس: ماهو الأسلوب الذي تم به عرض القيم التربوية محل الدراسة؟

بيّنت نتائج الدراسة التحليلية أنّ برامج الأطفال في كل من قناة إم بي سي3 وتلفزيون جيم قد راعت التنوع في أساليب عرض القيم التربوية، وكيفيتها مع خصوصية المراحل العمرية وخصائص نمو الحكم الأخلاقي والمعرفي للطفل، حيث قدمت القيم التربوية بشكل عياني (محسوس) ومبسط ومحدود في برامج الطفولة المبكرة، لتعتمد أسلوبًا أكثر تجريدًا وعمومية وشمولًا في برامج الطفولة المتوسطة والمتأخرة.

خاتمة

خاتمة

وفي ختام هذه الدراسة، والتي حاولنا من خلالها أن نتناول بالتحليل التوجهات القيمة التي تطرحها برامج الأطفال في كل من قناة أم.بي.سي3 وقناة تلفزيون جيم وكيفية عرضها وتقديمها، توصلنا إلى أن قنوات العربية المتخصصة وفقت في مواطن عديدة في تقديم قيم ترتقي بعلاقة الطفل بذاته وبغيره وبالبيئة المحيطة به وتراعي متطلبات واحتياجات كل مرة مرحلة عمرية، وان كانت لم تظهر خصوصية الطفل العربي في إنتاجها المحلي.

وقد استوقفنا بعض الإشكاليات التي نعتقد أنها مهمة في تقديم الإعلام للطفل، ونقصدها بالإشكاليات مجموعة من الملاحظات التي يجب أن تؤخذ في الحسبان عند تقديم أي محتوى موجه للطفل العربي أو حتى التعاطي معه، لكن القائمين على إعداد البرامج والمهتمين بإعلام الطفل لا يريدون التسليم بها لهذا اعتبرناها إشكاليات والتي يمكن إدراجها في ما يلي:

✓ القنوات المتخصصة في إعلام الطفل يجب أن تنطلق من عمل واعي يعبر عن روح العصر ويثبت علاقة الطفل بذاته وبغيره وبيئته المحيطة، وليس مجرد استجابة شكلية لإكراهات العولمة وخضوع محتال ومراوغ لضوابطها.

✓ تعثر خطوات المؤسسة العربية في مواجهة المهمة المطروحة والمتمثلة في امتلاك استراتيجية متكاملة لبرامج الأطفال، راجع لكون قنوات الأطفال تقوم على مبدأ الافتراض والتوقع غالبا في مجال وضع برامج الأطفال، وقليل من المؤسسات تنطلق من واقع الطفل العربي بمراحله العمرية وفي بيئاته المختلفة.

✓ أن تماهي قنوات برامج الأطفال العربية في عرضها لما هو رائج يجعلها تتجاهل حقيقة مهمة هو أنّ التكفل بحاجيات أطفالها توسيع قائمة اهتماماتها، خاصة تلك التي ترتبط بواقع المعيش للطفل العربي هو الذي يجعلها أكثر قربا من جمهورها، ويمكنها من الصمود في وجه المنافسة التي تفرضها قنوات التلفزيونات الأجنبية العديدة.

✓ الطفل ليس معطى بيولوجيا ثابتا أو جامدا، إنه حقيقة اجتماعية وثقافية تختزن تاريخ المجتمع وتجسد تقاليد. ينمو ويتطور بتطور هياكله وبنائه القيمي، لذلك من المجحف تقديم محتوى لا

يراعي خصوصيات المرحلة العمرية والبيئة الثقافية للطفل واحتياجات طفل القرن الواحد والعشرين .

✓ أن الاعتماد على الإنتاج المستورد في القنوات العربية المتخصصة لا يعني استهلاك المعلومة ومضامينها كما تم استيرادها، دون عرضها على منظومة القيم المرجعية والثوابت العقائدية والهوية الثقافية للمجتمع.

وإن كان تحليل المحتوى القيمي لبرامج الأطفال ومسائلة المخرجات الإعلامية الموجهة للطفل العربي أمراً ضرورياً باعتبارها وسائط تمارس مفعولها في الوجود الاجتماعي للفرد والجماعات البشرية، فإن غياب أدوات التنشئة الاجتماعية السليمة والمرافقة الأسرية الواعية في عملية المشاهدة يجعل أهمية البحث في المحتوى الإعلامي المقدم تتضاعف، وتكون منطلقاً لدراسات والبحث في إشكالات يطرحها المحتوى الإعلامي من جهة، ونقطة تحول للبحث في كيفية تفاعل الطفل مع الصورة التلفزيونية، لأنه يصعب التسليم بوجود جمهور يتخذ الوضع الساكن، ولا يتفاعل مع هذه الوسائط عبر جملة من الظواهر تختلف دلالاتها من ثقافة إلى أخرى، وهو ما يفتح المجال لدراسة استخدامات الطفل العربي للتلفزيون وأشكال حوارها مع الصورة التلفزيونية، وأدوار البيئة الأسرية والمدرسية في تعظيم الفائدة والاستفادة من البرامج التلفزيونية في إطار ما يعرف بالتربية على التعامل مع وسائل الإعلام.

قائمة المراجع

• قائمة المراجع:

✓ المراجع باللغة العربية:

❖ المعاجم:

1. طارق سيد أحمد الخلفي: معجم المصطلحات والأعلام، دار المعرفة الجامعية، مصر، ط1.

❖ الكتب:

1. إبراهيم رمضان الديب: أسس ومهارات بناء القيم التربوية وتطبيقاتها في العملية التعليمية، مؤسسة أم القرى للترجمة والتوزيع، مصر، ط1، 2006.
2. إبراهيم يحيوي/نور الدين جبالي: تأثير فضائيات الأطفال على قيمهم الاجتماعية، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
3. أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
4. أحمد مفلح، الطفل في الوطن العربي(واقع واحتياجات)، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ط1، 2011.
5. الأميرة سلام فرج عبد الفتاح: الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ط1، 2013.
6. أندريابيرس/بروس وليامز: البيئة الإعلامية الجديدة: ترجمة: شويكار زكي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2012.
7. أندرياس جرن وآخرون: الإعلام المرئي والمسموع في أوروبا، ترجمة: أشرف راضي، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، القاهرة، ط1، 2008.
8. ايناس السيد محمد ناسة: الإعلام المرئي وتنمية ذكاءات الطفل العربي، دار الفكر، بيروت، ط1، 2009.
9. ثناء يونس الضبع/ناصر فؤاد عيش: تنمية المفاهيم الدينية والخلقية والاجتماعية لدى الأطفال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011.
10. جون كورنر: التلفزيون والمجتمع، التأثير النوعية والإعلانات، ترجمة: أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1999.
11. حلیم بركات: المجتمع العربي المعاصر: بحث استطلاعي اجتماعي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط6، 2004.

12. رحاب محمود صديق: التفاعل الاجتماعي لدى طفل الروضة، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2012.
13. روبرت واطسن/هنري كلاي ليندرجين: سيكولوجية الطفل والمراهق، ترجمة: داليا عزت مؤمن، مكتبة ميديولي، القاهرة، ط1، 2004.
14. روجر ويمر، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، ترجمة: صالح أبو إصبع وآخرون، المنظمة العربية للترجمة، لبنان، ط1، 2013.
15. سلوى السيد عبد القادر/محمد عباس إبراهيم: الانثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2013.
16. السيد أحمد مصطفى عمر: الإعلام المتخصص دراسة وتطبيق، الشارقة، ط2، 2002.
17. صالح حسن الداھري: مبادئ علم النفس الارتقائي ونظرياته، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008.
18. صفاء جبارة: الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل، دار لأسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
19. عاشور فني: اقتصاديات وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2012.
20. عبد الحكم أحمد الخزامي: الإعلام العالمي، ترجمة: توماس ل.ماكفيل، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2012.
21. عبد القادر القصير: الطباقية، البناء الطبقي في الريف والحضر، مثال المجتمع المغربي، دار النهضة العربية للطباعة و النشر، بيروت، ط1، 1997.
22. عبد اللطيف محمد خليفة: ارتقاء القيم، دراسة نفسية، عالم المعرفة، 1992.
23. عزي عبد الرحمان: دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2003.
24. عزي عبد الرحمن وآخرون: فضاء الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.
25. علي عبد الحميد احمد: التحصيل الدراسي وعلاقته بالقيم الإسلامية والتربوية، مكتبة حسن للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2009.
26. فاطمة المرنيسي: ما وراء الحجاب، الجنس كهندسة اجتماعية، ترجمة: فاطمة الزهراء أزرويل، المركز الثقافي العربي، ط4، 2005.
27. فرانسيس بال: الميديا، ترجمة: فؤاد شهاين، دار الكتاب الجديد المتحدة، لبنان، ط1، 2008.
28. فضيل دليو: التكنولوجيا الجديدة للأعلام والاتصال، المفهوم والاستعمالات والأفاق، دار الثقافة، عمان، ط1، 2010.

29. فيلشس لورينزو، التلفزيون في الحياة اليومية، ترجمة: وجيه سمعان عبد المسيح، المجلس الأعلى للثقافة، المغرب، 2000.
30. القاضي أنطون الناشف: البث التلفزيوني والإذاعي والبث الفضائي، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، ط1، 2003
31. كريمان بدير: الأسس النفسية لنمو الطفل، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2000.
32. كولن فريزر/برندان بيرشل: تقديم علم النفس الاجتماعي، ترجمة: فارس حلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1، 2012.
33. لورانس إ. هاريزون/صامويل. هنتجتون: الثقافات وقيم التقدم، ترجمة: شوقي جلال، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط2، 2009.
34. ماري وين: الأطفال والإدمان على التلفزيون، ترجمة: عبد الفتاح الصبحي، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، عدد 247، 1999
35. محمد الكتاني: أزمة القيم في عالم متحوّل، أزمة القيم ودور الأسرة في تطوير المجتمع المعاصر، مطبوعات أكاديمية بالمملكة المغربية، الرباط، 2001.
36. محمد عابد الجابري: العقل الأخلاقي العربي، دراسة تحليلية نقدية لنظام القيم في الثقافة العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ط1، 2001.
37. محمد عماد الدين إسماعيل، الأطفال مرآة المجتمع، عالم المعرفة، الكويت، 1986.
38. محمد عودة الرماوي، علم نفس نمو الطفولة والمراهقة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2008،
39. محمد قنطرة: إنتاج البرامج العلمية والتكنولوجية في الإذاعات والتلفزيونات العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس، 2006
40. مروى عصام صلاح وآخرون: إعلام الأطفال ماله له وما عليه، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، سوريا، ط1، 2015.
41. مصطفى حجازي: التخلف الاجتماعي: مدخل إلى سيكولوجية الإنسان المقهور، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط9، 2005.
42. معاوية محمد أبو غزال: النمو الانفعالي والاجتماعي للطفل من الرضاعة حتى المراهقة، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2011.
43. المنصف العياري/محمد عبد الكافي: القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006
44. منى محمد علي جاد: التربية البيئية في الطفولة المبكرة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2011، ص11

45. ميشال سوشن وآخرون، الطفل والتلفزيون، ترجمة علي أسعد وطفة وآخرون، دار الإحصاء العلمي للنشر و التوزيع، سوريا، ط1، 2015
46. نصر الدين العياضي: مقدمة في نقد التلفزيون، الأفاق المشرقة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011.
47. نصير بو علي: الإعلام والقيم، قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي، دار الهدى، الجزائر، 2005.
48. نصير بو علي: قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، منشورات مكتبة اقرأ، الجزائر، ط1، 2009.
49. هارولز جلبرت: طرائق البحث العلمي في المجالات الإعلامية، ترجمة: المركز الثقافي للتعريب والترجمة، دار الكتاب الحديث، 2009.
50. هيرت أ. شيلر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة: عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، الكويت، 1999.
51. هشام شرابي: مقدمات لدراسة المجتمع العربي المعاصر، الدار المتحدة للنشر والتوزيع، ط3، 1984.
52. وروثي لونولتي و راشيل هاريس: الأطفال يتعلمون مما يعيشونه، ترجمة: مكتبة جرير، المملكة العربية السعودية، ط1، 2005.
53. وعد إبراهيم الأمير: دور التلفزيون في قيم الأسرة، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، 2013.
54. وليد رفيق العياصرة: التربية البيئية واستراتيجيات تدريسها، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2012.
55. ويلبر شيرام وآخرون: التلفزيون وأثره في حياة أطفالنا، ترجمة: زكريا سيد حسن ، الدار المصرية للتأليف والترجمة، 1961.
56. يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج كوم- للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2007.

❖ الرسائل والمذكرات:

1. بشيبش رشيدة: الرسوم المتحركة في التلفزيون الجزائري: دراسة في القيم والتأثيرات، ماجستير علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1996/1997.
2. بن نورية بو قزولة: البرمجة التلفزيونية في محيط متغير، دراسة تحليلية لشبكة برامج التلفزيون الجزائري لموسم 2000/1999، ماجستير إعلام واتصال، جامعة الجزائر، 2003/2004.

3. بوعطيط سفيان: القيم الشخصية في ظل التغيير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني، دكتوراه علم النفس والعمل والتنظيم ، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012/2011.
4. تسنيم أحمد مخيمر: القيم في برامج الأطفال التلفزيونية: برامج قناة MBC3 أنموذجاً، ماجستير إعلام واتصال، بجامعة الشرق الأوسط، 2015.
5. دحماني سليمان: ظاهرة التغيير في الأسرة الجزائرية، العلاقات، ماجستير انثروبولوجيا، جامعة أبي بكر بالقايد، تلمسان، 2005.
6. سعيد بو معيزة: أثر وسائل الإعلام على قيم وسلوكيات الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البيدة، دكتوراه علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2006/2005
7. سميرة سطوطاح: الإشهار والطفل، دراسة تحليلية للأنماط الاتصالية داخل الأسرة من خلال الومضة الإشهارية وتأثيرها على سلوك الطفل، رسالة دكتوراه علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، 2004.
8. فايزة يخلف: خصوصية الإشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الانفتاح الاقتصادي، دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الرسالة الإشهارية، دكتوراه علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005/2004
9. مصطفى مجاهدي: برامج التلفزيون الفضائي وتأثيرها في جمهور الشباب، مدينة وهران نموذجاً، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ط1، 2010.
10. منى يوسف كشيك وآخرون: القيم التربوية في برامج الأطفال بالفضائيات العربية، دراسة تحليلية نقدية، دار الكتاب الجامعي، لإمارات العربية، ط1، 2010.
11. يوسف محمد الفيلكاوي: برامج الأطفال في تلفزيونات الهيئات الأعضاء بجهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، دراسة في تحليل المضمون، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية وتلفزيونية، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، الرياض، 2012.

❖ الدوريات والمشاركات العلمية:

1. أديب خضور: رؤية القدرات البشرية لأهداف ووظائف البرامج الموجهة للطفل، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، 3 إلى 5 أبريل، تونس، 2003.
2. الأمانة العامة لجامعة الدول العربية: مكانة الطفل في الإستراتيجية الإعلامية العربية، المؤتمر العربي حول الإذاعة والتلفزيون والطفل، 3 إلى 5 أبريل، 2003.

3. ايمان بهي الدين: جهود المجلس العربي للطفولة والتنمية في مجال إعلام الطفولة، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، 3 إلى 5 أبريل، تونس، 2003.
4. باتريسيا ادغار: الأطفال والتلفزيون بحوث ندوة براغ الدولية حول الأطفال ووسائل الإعلام، لماذا يشاهد الأطفال التلفزيون؟ وكيف يتأثرون به؟ من كتاب: التلفزيون والطفل، ترجمة: ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق.
5. جمال الزرن: من التربية بوسائل الإعلام إلى التربية على وسائل الإعلام، نهاية الإعلاموفوبيا، مجلة الإذاعات العربية، العدد الثاني، إتحاد الإذاعات العربية، 2012.
6. جمال عبد الفتاح العساف: أثر استخدام استراتيجيات توضيح القيم وتحليل القيم والنمو الخلقى في تنمية القيم لدى طلبة الصف التاسع في مبحث التاريخ، المجلة التربوية، العدد 98، مجلس النشر العلمي، الكويت، 2010.
7. حمد عقلا العقلا: ثقافة الطفل والتحديات المفروضة في ظل عالم جديد، مجلة إتحاد الإذاعات العربية، العدد 2، تونس، 2002.
8. حيدر يازجي: واقع التدريب في مجال إنتاج البرامج الموجهة للأطفال، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، 3 إلى 5 أبريل، تونس، 2003.
9. رضا حبرش: علاقة قيم الأسرة وقيم المدرسة الجزائرية بالتطور والتنمية الشاملة، مجلة فكر ومجتمع، العدد 17، تموز 2013.
10. رضا خمخام: برامج الأطفال الإذاعية والتلفزيونية ومدى ملاءمتها للتشريعات العربية في مجال حقوق الطفل، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، 3 إلى 5 أبريل، تونس، 2003.
11. سامي البكري: الدبلجة كتوجه أساسي لشركات الإنتاج العربية، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، 3 إلى 5 أبريل، تونس، 2003.
- سيسيليا فيلبيزن: التلفزيون والتنشئة الاجتماعية: نتائج الدراسات الإسكندنافية حول موضوع الأطفال والتلفزيون في عملية التنشئة الاجتماعية، من كتاب: التلفزيون والطفل، ترجمة: أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق.
12. شلبي: واقع الكفاءات التي تتولى إنتاج برامج الأطفال في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون بتونس، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، 3 إلى 5 أبريل، تونس، 2003.
13. عبد القادر بن الشيخ: سياسة المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية وتحدياتها في الخارطة البرامجية، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، 3 إلى 5 أبريل، تونس، 2003.

14. عبد القادر بن الشيخ: سياسة المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية وتجلياتها في خارطة البرامجية، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، 3 إلى 5 أبريل، تونس، 2003.
15. عبد الله الحيدري: الصناعات الإعلامية العربية، قراءة في وسائل الإنتاج، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 9، جامعة البحرين، 2005 .
16. عبد الوهاب بو خنوقة: تربية الطفل العربي على التعامل مع وسائل الإعلام السمعية البصرية، أي دور للمدرسة وللأسرة، المؤتمر العربي حول الإذاعة والتلفزيون والطفل، 3 إلى 6 أبريل، تونس، 2003.
17. عزي عبد الرحمان: الإعلام والبعد الثقافي: من القيمي إلى المرئي، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 1، جانفي-جويلية، جامعة الجزائر، 1996.
- غرانت نوبل: ما الذي يجب أن يعرفه الآباء عن الأطفال والتلفزيون، الطفل والتلفزيون، ترجمة: أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق.
18. فضاء الطفولة، الصادق رابح، فضاء الطفولة والوسائط الإعلامية والمجتمع الشبكي بين التفاعل والتنافر، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، 2012.
19. كفينو فونتوف: التلفزيون..... الأسرة..... الطفل، من كتاب: التلفزيون والطفل، ترجمة: أديب خضور المكتبة الإعلامية، دمشق.
20. ليلي عبد المجيد : العلاقة بين الأطفال العرب والتلفزيون، دراسة تحليلية للدراسات والبحوث الميدانية التي أجريت على الطفل العربي من سنة 1960 حتى سنة 2000، المؤتمر العربي حول الإذاعة والتلفزيون والطفل، ابريل، تونس، 2003.
21. ليلي عبد المجيد : العلاقة بين الأطفال العرب والتلفزيون، دراسة تحليلية للدراسات والبحوث الميدانية التي أجريت على الطفل العربي من سنة 1960 حتى سنة 2000، المؤتمر العربي حول الإذاعة والتلفزيون والطفل، 3 إلى 6 أبريل، 2003.
22. ماريا بنوشوفا: أفلام من أجل الأطفال وأفلام عن الأطفال، الطفل والتلفزيون، ترجمة: أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق.
23. محمد شلبي: مسألة القيم في برامج الأطفال التلفزيونية، نظرة للكفاءات المشرفة على هذه البرامج إلى القيم المتداولة في برامج الأطفال، المؤتمر العربي حول الإذاعة والتلفزيون والطفل من 3 إلى 6 أبريل، تونس، 2003.
24. محمد عبد الكافي: البرامج الأجنبية ودورها في تشكيل ثقافة الطفل العربي، المجلة العربية للثقافة، العدد37، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1997.

25. محمد عوض الترتوري/أحمد حسن القواسمة: منظومة القيم السياسية والاجتماعية ونقيضها التي تتضمنها برامج الأطفال في قناة Space toon الفضائية لدى عينة من الأطفال الأردنيين (6-9) سنوات، دراسة تحليلية، مجلة الطفولة العربية، العدد 39، 2009.
26. محمود سامي عطا الله: أطفالنا التذوق الفني، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 2، تونس، 2008.
27. محمود عبد العزيز: مكانة الطفل العربي في الإستراتيجية الإعلامية العربية: العنف والصورة النمطية، المؤتمر العربي حول الإذاعة والتلفزيون والطفل، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، 3 إلى 5 ابريل، تونس، 2003
28. منصف المحواشي: مخيلة الطفل والتخمة المشهدية، الصورة التلفزيونية أنموذجاً، مجلة الطفولة العربية، العدد 39، تونس.
29. منى أبو نصر: إنتاج الرسوم المتحركة: أزمة كتابة أم أزمة إنتاج، المؤتمر العربي حول الإذاعة والتلفزيون والطفل، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، 3 إلى 5 أبريل، تونس، 2003
30. نصر الدين العياضي: وسائل الإعلام واستراتيجيات البناء الاجتماعي للامات، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد الخامس عشر، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.
31. هادي نعمان الهيبي: الهوية الثقافية للأطفال العرب إزاء ثقافة العولمة، مجلة الطفولة والتنمية، العدد 2، 2001.

❖ التقارير:

1. الأمانة العامة لجامعة الدول العربية: مكانة الطفل في الإستراتيجية الإعلامية العربية، المؤتمر العربي حول الإذاعة والتلفزيون والطفل، 3-6 أبريل، تونس، 2003.
2. اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية: البث الفضائي العربي، التقرير السنوي، اتحاد الإذاعات العربية، 2011.
3. اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية: البث الفضائي العربي، التقرير السنوي، اتحاد الإذاعات العربية، 2014.

❖ قائمة الويبوغرافيا:

1. إيسوس وسيغما توكدان: الجزيرة الأكثر مشاهدة عربياً، موقع الجزيرة، 2013/6/4:

<http://www.aljazeera.net/news/arabic/2013/6/4/>

2. الميثاق التحريري للجزيرة للأطفال انظر : <http://www.jcctv.net/commissioning-info>

3. الموقع الإلكتروني لقناة أم بي سي 3 انظر: <http://mbc3.mbc.net/>

4. أكثر 10 قنوات عربية شعبية على اليوتيوب، موقع رصيف،

<http://raseef22.com/technology/2014/08/28>:2014/8/28

✓ المراجع باللغة الأجنبية:

❖ ouvrages :

1. Christian leray : **l'analyse de contenu de la théorie à la pratique** , presse de l'université de Québec, 1999.
2. Cloudine leleux : **théorie de développement moral chez Lawrence kolberg et ses critiques**, pour éducation post nationale, édition de université Bruxelles.1997
3. Enrico Fulchignoni : **la civilisation de l'image**, petite bibliothèque Payot, Paris,1972.
4. Hélène feertchak : **les motivations et les valeurs en psycho-sociologie**, Armand colin, Paris, 1996.
5. Jean Piaget : **Le jugement moral chez l'enfant**, cinquième édition, 1978
6. Jean-Claude soulages : **la communication télévisuelle**, Armand Colin,1998.
7. Joseph Courtés : **analyse sémiotique du discours**, Hachette , Paris, 1991.
8. Laurence Corry et Jacques Gonnet : **dictionnaire d'incitation à l'info-com**, deuxième édition, Vuibert, 2008 .
9. Luc bonneville et autres : **introduction aux methodes de recherche en communication**, Montréal, Canada, 2007.
10. Madleine Grawitz : **méthodes des sciences sociales**, troisième édition, Dalloz, 1976,.
11. Monique Dagnaud : **enfant, consommation et publicité télévisée**, les études de la documentation française, Paris, 2003.
12. Patricia Greenfield et Jean Retschitzki : **les effets de la télévision, des jeux vidéos et ordinateurs universitaire**, fribourg-suisse, 1998.
13. Pierre Albert /Christine Leteinturier : **les médias dans le monde, enjeux internationaux et diversité nationale**, Ellipses, 1999.
14. Thomas, R. Murray, and Claudine Michel : **L'avenir des théories de développement par stades.**" Questions de personne, 1994.
15. Valarie, Sacriste : **Communication et médias. Sociologie de l'espace médiatique.** Éditions Foucher. Paris, 2007.

❖ **Articles et colloques :**

1. Beatriz padilla villareal : **l'agenda médiatique et construction sociale de l'incertitude, magazine de la communication de crise et sensible**, observatoire international des crise. Col . 13 avril, 2004.
2. Bégin-Caouette, Olivier, Véronique Anger : **Valeurs éducatives des enseignants: Comparaison entre les milieux alternatifs et réguliers au lendemain de la réforme québécoise de l'éducation de 1997**, Revue canadienne de l'éducation. Vol.34, n .4 , 2011.
3. Carlson, James M: **Television viewing: Cultivating perceptions of affluence and support for capitalist values**, political Communication , 1993.
4. Cendrine Marro:**Évaluation de la féminité, de la masculinité, et auto-attribution des qualificatifs « féminin » et « masculin ». Quelle relation ?**, L'orientation scolaire et professionnelle, 31/4 | 2002
5. Combessie Jean-Claude : **éducation et valeurs de classe dans la sociologie américaine**, revue française de sociologie, 1969.
6. Deconchy Jean-Pierre : **Rokeach (Milton) The Nature of Human Values**. In: Archives de sciences sociales des religions, n°38, 1974.
7. Emilie Mondoloni : **les téléspectateurs préscolaires des publics**, communication, lettres et sciences du langage. Vol 5, n° 1, Aout ; 2011.
8. Françoise Bariaud : Le **Self-perception profile for adolescents (SPPA) de S. Harter** , L'orientation scolaire et professionnelle, 35/2 | 2006.
9. Francyne Goyer-Michaud/Christian Debuyst : **vers une nouvelle conception des valeurs, rapport de la psychologie à la criminologie des valeurs**, acta criminologica, vol6, n°1, 1973.
10. Henri lehalle et autres : **développement sociocognitif et jugement morale**, l'orientations scolaires et professionnel ,n° 33, 1968.
11. Jorgo Da gloria/José carreto Batisto : **les normes des jugement morales chez l'enfant, transmission ou creation**, quaderns de psicologia, 1983.
12. Joseph Meyrowitz :**La télévision et l'intégration des enfants**, Réseaux, n°74, 1995.
13. Josiane Jouet, Dominique Pasquier :**Les jeunes et la culture de l'écran**. Enquête nationale auprès des 6-17 ans, Réseaux, n°92- 93, 1999.
14. Krishna Daya : **Science, techniques et valeurs**, Diogène, n°95, 1976
15. Le Pape Marie-Clémence: **Être parent dans les milieux populaires : entre valeurs familiales traditionnelles et nouvelles normes éducatives**, *Informations sociales*, n° 154 , 2009.
16. Maintier Christine, Alaphilippe Daniel : **Validation d'un questionnaire d'auto-évaluation de Soi destiné aux enfants**. In: L'année psychologique. vol 106, n°4, 2004.
17. Marie-Claude Rivard/Christine LebelLa : **représentation des valeurs des adolescents en relation avec les compétences transversales du renouveau pédagogique**, revue des sciences de l'éducation, Vol 33, n° 1, 2007.
18. Matthew p.mcalisster&matgiglio : **the commodity flow of U.S.children'stelevision, critical studie in media communication**, vol22, N°2, 2004
19. Meirieu, Philippe: "**Éduquer à l'environnement: pourquoi, comment?.**" Conférence au Forum francophone Planet'Erer. Vol2. 2001.

20. Mousseau Jacques: **Plaidoyer pour une industrie française du dessin animé.** In: Communication et langages, n°52, 2ème trimestre, 1982.
21. Myriam Bahuaud : **Les stratégies de droit dérivés : entre logiques publique et commerciale.** Le cas des produits dérivés pour enfants et des programmes télévisés français, Dixième colloque Bilatéral franco-roumain, 28 juin-2 juillet, 2003.
22. Octobre Sylvie : **Les 6-14 ans et les medias audiovisuels . Environnement médiatique et interactions familiales.** Réseaux , n° 119 , 3/2003.
23. Oubrayrie Lescarret et autres : **Le contrôle psychologique et l'évaluation de soi de l'enfance à l'adolescence.** In: *Enfance*, tome 49, n°3, 1996.
24. Pierre Valette-Florence : **Analyse structurelle comparative des composantes des systèmes de valeurs selon Kahle et Rokeach,** Recherche et Applications en Marketing, vol. 3, n 1 , 1988.
25. Puente, Antonio : **Values of psychology and nonpsychology majors."** *Psychological reports*, vol 59. N°2, 1986.
26. Radjia Benali : **Education familiale en Algérie entre tradition et modernité ,** *Insaniyat / إنسانيات*, 29-30 | 2005.
27. Rénee Houde : **Erick Erikson(1902-1994) le psychologue de la générativité,** revue québécoise de psychologie. Vol 23, n°5, 2002
28. Salomon Gavriel. **La fonction crée l'organe.** In: Communications n° 33, 1981.
29. Seidah Amélie, Bouffard Thérèse, Vezeau Carole : **Perceptions de soi à l'adolescence : différences entre filles et garçons ,** *Enfance*, Vol. 56, , 4/2004
30. Shalom h.schwartz : **vers une théorie de l'universalité du contenu et de la structure des valeurs : extension et reproductions interculturelles, recherche et applications en marketing.**vol.8, n° 4, 1993.
31. Tania Ogay : **Valeurs des sociétés et des individus, un état des lieux des modèles en psychologie interculturelle,** les cahiers internationaux de psychologie sociales, n° 61, 2004.

❖ rapports :

1. Carolyn Wilson et autres : **Education aux medias et de l'information, programme de formation pour les enseignants,** Organisation des nations unies pour l'éducation ; la science de culture, France, 2012.
2. Dominique Baudis: **Enfants et écrans : grandir dans le monde numérique,** rapport consacré à droit de l'enfant, 2012.
3. Hassan Rachik : **50 de développement humain, perspectives,** 2025, rapport de synthèse de l'enquête nationale sur les valeurs, Maroc, 2004.
4. Norberto Bottani : **Les enfants et télévision, résultats et tendances de la recherche,** service de la recherche en éducation, département de l'instruction publique, république et canton de Genève, 1998.
5. Production Association : **Children's and youth audio-visuel production in canada,** canada film and télévision, february, 2007
6. Wilbur Schramm : **L'influence de la télévision sur les enfants et les adolescents,** rapport, n °43, Organisation des nation unies pour éducation et culture. Paris, 1965.

❖ Thèses et mémoires :

1. Fabbro, Gabriela, and Inmaculada Sánchez-Labela Martín : **Infancia, dibujos animados y televisión pública. La difusión de valores y contravalores en la producción española y argentina,** revista Mediterránea de Comunicación , n°1, 2016.
2. Fatna Tabech : **l' influence de congruence des valeurs individuelles et de la culture organisationnelle sur l'engagement organisationnel affectif,** science de la gestion, mémoire du garde de maîtrise de science, université de Montréal, 2007.
3. Frédéric Marty : **les usages de l'audiovisuel éducatif par les enseignants face au numérique : l'exemple du site.tv** , Thèse doctorat , Science de l'information et de communication, université Toulouse, 2015..
4. Laure juanchich : **tourisme et territoire : les apports du tourisme culturel au développement local,** master SECI , institut d'études politiques de Lyon, 2007.
5. Shumaila Ahmed&juliana abdul Wahab : **animated and socialisation process : gender role on cartoon network, asian social science,** vol 10, no3,2014.
6. Sylvie hertrich : **contribution à la communication événementielle une analyse sémio-contextuelle du mondial de l'automobile ,** doctorat en science de gestion, université Panthéon-Assas, Paris, 2008.

❖ Sites internet :

1. Alain Rabatel : **Des conflits de valeurs et de points de vue en discours** , Semen [En ligne, mis en ligne le 01 octobre 2011, consulté le 28 juin 2016. URL : <https://semen.revues.org/9354>.
1. Alison Hindhaugh : **poursuite de la croissance des services de télévision pour enfants en Europe,** communiqué de presse , mis en 3/6/2013, consulté le 20/ 2/ 2017. [http://www.obs.coe.int/-/pr-mavise-continued-growth-of-children-s-television-services-in-](http://www.obs.coe.int/-/pr-mavise-continued-growth-of-children-s-television-services-in)
2. Alison Hindhaugh : **présentation à annecy des premiers résultats de l'étude Mappings of the animation industry in Europe.** Mis en ligne le 17/6/2015, consulté le 5/4/2016. URL : <http://www.obs.coe.int/-/pr-mapping-of-the-animation-industry-in-europe>
3. Alison Hindhaugh : **un film européen pour enfants réalise 5 fois plus d'entrées en moyenne en Europe qu'un film de fiction s'adressant aux autres publics,** , mis en ligne 3/7/2014, consulté le 28/7/ 2016.URL : www.obs.coe.int/-/pr-kids-regio-2014
4. Allard Claude : **L'enfant face aux images animées, de l'imaginé à la symbolisation,** Le Divan familial, mis en ligne le 2/ 2/2001, consulté le 22/5/2015.
URL : www.cairn.info/revue-le-divan-familial-2001-2-page-57.htm.
DOI : [10.3917/difa.007.0057](https://doi.org/10.3917/difa.007.0057).

5. Allard Claude: **L'enfant avec les images**, Le Carnet PSY, n° 120 , 7/2007.
URL : www.cairn.info/revue-le-carnet-psy-2007-7-page-25.htm.
6. Fadi El Hage et Christian Reynaud : **L'approche écologique dans les théories de l'apprentissage : une perspective de recherche concernant le « sujet-apprenant**, Éducation et socialisation mis en ligne le 01/9/ 2014, consulté le 24 mars 2017. URL : <http://edso.revues.org/1048>; DOI : 10.4000/edso.1048
7. **L'environnement médiatique des jeunes de 0 à 18 ans que transmettons-vous à nous enfants ? Rapport au ministère délégué à la famille, à l'enfance et aux personnes handicapés**; retrieved 3/4/2015; from:
www.unaf.fr/IMG/pdf/rapport_CIEM.pdf
8. Marion Duvauchel : **Jean-Louis MISSIKA, La fin de la télévision**, Questions de communication , mis en ligne le 01 juillet 2007, consulté le 23 novembre 2016. URL : <http://questionsdecommunication.revues.org/7410>
9. Michael Hills: **Kluckhohn and Strodtbeck's values orientation theory ; Online readings in psychology and culture**,. <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1040>
10. Rajadell Puiggròs, Núria, Pujol :**Los dibujos animados como recurso de transmisión de los valores educativos y culturalesComunicar** [en linea] 2005, (Sin mes) : [Fecha de consulta: 11 de julio de 2016] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15825191>> ISSN 1134-3478

الملاحق

الملحق رقم 1:

استمارة تحليل المحتوى

قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال في كل من قناتي أم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة أم بي سي 3		قيم التوجه الذاتي
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
						قيم التوجه نحو الذات الجسمية
						قيم التوجه نحو الذات الانفعالية
						قيم التوجه نحو الذات الإنجازية
						قيم التوجه نحو الذات الكلية
						المجموع الكلي

توزيع قيم التوجه نحو الذات الجسمية في برامج الأطفال في كل من قناتي أم بي سي 3 وقناة تلفزيون

جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة ام بي سي 3		قيم التوجه نحو الذات الجسمية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						الاهتمام بالمظهر الخارجي
						تكوين عادات غذائية ايجابية
						الاهتمام بالنظافة الجسمية للطفل
						المحافظة على السلامة الجسدية للطفل
						توعية الطفل بمراحل نموه الجسمي
						تشجيع على ممارسة الرياضة
						مجموع قيم التوجه نحو الذات الجسمية

توزيع قيم التوجه نحو الذات الانفعالية في برامج الأطفال في كل من قناتي أم بي سي 3 وقناة تلفزيون

جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة ام بي سي 3		قيم التوجه نحو الذات الانفعالية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						تشجيع الطفل على التعبير عن المشاعر

						التوعية بأهمية الاستمتاع والمرح
						تعويد الطفل على التصرف بطريقة مقبولة اجتماعيا
						التشجيع الطفل على تأجيل رغباته للوقت المناسب
						التشجيع على التحكم في ردود الأفعال
						مساعدة الطفل على تجاوز المخاوف
						المجموع

توزيع قيم التوجه نحو الذات الإنجازية في برامج الأطفال في كل من قناتي أم بي سي 3 وقناة تلفزيون

جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة ام بي سي 3		قيم التوجه نحو الذات الإنجازية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						تنمية ثقة الطفل في قدراته
						إتباع الطرق الأخلاقية في تحقيق الأهداف
						تشجيع المبادرة والانهماك في نشاطات جديدة
						تشجيع الطفل على احترام خياراته الشخصية
						الاعتماد على الذات في انجاز المهام
						التعلم من الأخطاء
						التدريب على التخطيط المسبق للأمور
						توعية الطفل بأهمية الاستعانة بالآخرين
						المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الإنجازية

توزيع قيم التوجه نحو الذات الكلية في برامج الأطفال في كل من قناتي أم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة ام بي سي 3		قيم التوجه نحو الذات الكلية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						تشجيع الطفل على تقبل شكله، وضعه الاجتماعي، قدراته
						عدم ربط احترام الطفل لذاته بتفوق في ميدان معين
						تشجيع الطفل على التعريف بمختلف جوانب ذاته
						تشجيع الطفل على عدم مقارنة ذاته بغيره
						مساعدة على معرفة نقاط قوته وضعفه

						تشجيع الطفل على الوعي بتمييزه وفردانيته
						المجموع الجزئي الخاص بقيم التوجه نحو الذات الكلية

توزيع قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال في البرامج الموجهة لأطفال ما قبل المدرسة:

شريحة الطفولة المبكرة		قيم التوجه الذاتي	
النسبة	التكرار		
		الاهتمام بالمظهر الخارجي	قيم التوجه نحو الذات الجسمية
		تكوين عادات غذائية ايجابية	
		الاهتمام بالنظافة الجسمية للطفل	
		المحافظة على السلامة الجسدية	
		توعية الطفل بمراحل نموه الجسمي	
		تشجيع على ممارسة الرياضة	
		المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الجسمية	
		تشجيع الطفل على التعبير عن المشاعر	قيم التوجه نحو الذات الانفعالية
		التوعية بأهمية الاستمتاع والمرح	
		التعود على التصرف بطريقة مقبولة اجتماعيا	
		التشجيع تأجيل رغباته للوقت المناسب	
		التحكم في ردود الأفعال	
		مساعدة الطفل على تجاوز المخاوف	
		المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الانفعالية	
		تنمية ثقة الطفل في قدراته	قيم التوجه نحو الذات الإنجازية
		التشجيع على إتباع الطرق الأخلاقية في تحقيق الأهداف	
		تشجيع المبادرة والانهماك في نشاطات جديدة	
		التشجيع على احترام خياراته الشخصية	
		الاعتماد على الذات في انجاز المهام	
		التعلم من الأخطاء	

		التدريب على التخطيط المسبق للأمر	
		توعية الطفل بأهمية الاستعانة بالآخرين	
		المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الإنجازية	
		تشجيع الطفل على تقبل شكله، وضعه الاجتماعي، قدراته	قيم التوجه نحو الذات الكلية
		عدم ربط احترام الطفل لذاته بتفوق في ميدان معين	
		تشجيع الطفل على التعريف بمختلف جوانب ذاته	
		تشجيع الطفل على عدم مقارنة ذاته بغيره	
		مساعدة على معرفة نقاط قوته وضعفه	
		تشجيع الطفل على الوعي بتميزه وفردانيته	
		المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الكلية	
		المجموع	

توزيع قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال في البرامج الموجهة لأطفال المرحلة المتوسطة:

شريحة الطفولة المتوسطة		الفئات الفرعية	قيم التوجه الذاتي
النسبة	التكرار		
		الاهتمام بالمظهر الخارجي	قيم التوجه نحو الذات الجسمية
		تكوين عادات غذائية ايجابية	
		الاهتمام بالنظافة الجسمية للطفل	
		المحافظة على السلامة الجسدية	
		توعية الطفل بمراحل نموه الجسدي	
		تشجيع على ممارسة الرياضة	
		المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الجسمية	
		تشجيع الطفل على التعبير عن المشاعر	قيم التوجه نحو الذات الانفعالية
		التوعية بأهمية الاستمتاع والمرح	
		التعود على التصرف بطريقة مقبولة	

		اجتماعيا	
		التشجيع تأجيل رغباته للوقت المناسب	
		التحكم في ردود الأفعال	
		مساعدة الطفل على تجاوز المخاوف	
		المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الانفعالية	
		تتمية ثقة الطفل في قدراته	قيم التوجه نحو
		إتباع الطرق الأخلاقية في تحقيق الأهداف	الذات الإنجازية
		تشجيع المبادرة والانهماك في نشاطات جديدة	
		تشجيع الطفل على احترام خياراته الشخصية	
		الاعتماد على الذات في انجاز المهام	
		التعلم من الأخطاء	
		التدريب على التخطيط المسبق للأمر	
		توعية الطفل بأهمية الاستعانة بالآخرين	
		المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الإنجازية	
		تشجيع الطفل على تقبل شكله، وضعه الاجتماعي، قدراته	قيم التوجه نحو
		عدم ربط احترام الطفل لذاته بتفوق في ميدان معين	الذات الكلية
		تشجيع الطفل على التعريف بمختلف جوانب شخصيته	
		تشجيع الطفل على عدم مقارنة ذاته بغيره	
		مساعدة على معرفة نقاط قوته وضعفه	
		تشجيع الطفل على الوعي بتميزه وفردانيته	
		المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الكلية	
		المجموع	

توزيع قيم التوجه الذاتي في برامج الأطفال في البرامج الموجهة لأطفال المرحلة المتأخرة:

شريحة الطفولة المتأخرة		الفئات الفرعية	قيم التوجه الذاتي
النسبة	التكرار		
		الاهتمام بالمظهر الخارجي	قيم التوجه نحو الذات الجسمية
		تكوين عادات غذائية ايجابية	
		الاهتمام بالنظافة الجسمية للطفل	
		المحافظة على السلامة الجسدية	
		توعية الطفل بمراحل نموه الجسمي	
		تشجيع على ممارسة الرياضة	
		المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الجسمية	
		تشجيع الطفل على التعبير عن المشاعر	قيم التوجه نحو الذات الانفعالية
		التوعية بأهمية الاستمتاع والمرح	
		التعود على التصرف بطريقة مقبولة اجتماعيا	
		التشجيع تأجيل رغباته للوقت المناسب	
		التحكم في ردود الأفعال	
		مساعدة الطفل على تجاوز المخاوف	
		المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الانفعالية	
		تنمية ثقة الطفل في قدراته	قيم التوجه نحو الذات الإنجازية
		إتباع الطرق الأخلاقية في تحقيق الأهداف	
		تشجيع المبادرة والانهاك في نشاطات جديدة	
		تشجيع الطفل على احترام خياراته الشخصية	
		الاعتماد على الذات في انجاز المهام	
		التعلم من الأخطاء	
		التدريب على التخطيط المسبق للأمور	
		توعية الطفل بأهمية الاستعانة بالآخرين	

		المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الإنجازية	
		تشجيع الطفل على تقبل شكله، وضعه الاجتماعي، قدراته	قيم التوجه نحو الذات الكلية
		عدم ربط احترام الطفل لذاته بتفوق في ميدان معين	
		تشجيع الطفل على التعريف بمختلف جوانب شخصيته	
		تشجيع الطفل على عدم مقارنة ذاته بغيره	
		مساعدة على معرفة نقاط قوته وضعفه	
		تشجيع الطفل على الوعي بتميزه وفردانيته	
		المجموع الجزئي لقيم التوجه نحو الذات الكلية	
		المجموع	

توزيع قيم التوجه نحو الجسمية حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في البرامج عينة الدراسة:

الاثنين معا		إناث		ذكور		قيم التوجه نحو الذات الجسمية
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
						الاهتمام بالمظهر الخارجي
						تكوين عادات غذائية ايجابية
						الاهتمام بالنظافة الجسمية للطفل
						المحافظة على السلامة الجسدية
						توعية الطفل بمراحل نموه الجسمي
						تشجيع على ممارسة الرياضة
						المجموع

توزيع قيم التوجه نحو الذات الانفعالية حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال:

الاثنين معا		برامج أنثوية		برامج ذكورية		قيم التوجه نحو الذات الانفعالية
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
						تشجيع الطفل على التعبير عن المشاعر
						التوعية بأهمية الاستمتاع والمرح

						التعود على التصرف بطريقة مقبولة اجتماعيا
						التشجيع تأجيل رغباته للوقت المناسب
						التشجيع على التحكم في ردود الأفعال
						مساعدة الطفل على تجاوز المخاوف
						المجموع

توزيع قيم التوجه نحو الذات الإنجازية حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال:

البرامج المختلطة		البرامج الأنثوية		البرامج الذكورية		قيم التوجه نحو الذات الإنجازية
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
						تنمية ثقة الطفل في قدراته
						إتباع الطرق الأخلاقية في تحقيق الأهداف
						تشجيع المبادرة في نشاطات جديدة
						تشجيع الطفل على احترام خياراته الشخصية
						الاعتماد على الذات في انجاز المهام
						التعلم من الأخطاء
						التدريب على التخطيط المسبق للأمر
						توعية الطفل بأهمية الاستعانة بالآخرين
						المجموع

توزيع قيم التوجه نحو الذات الكلية حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال:

الاثنين معا		أنثى		ذكر		قيم التوجه نحو الذات الكلية
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
						تشجيع الطفل على تقبل شكله، وضعه الاجتماعي، قدراته
						عدم ربط احترام الطفل لذاته بتفوق في ميدان معين
						تشجيع الطفل على التعريف بمختلف جوانب

						شخصيته
						تشجيع الطفل على عدم مقارنة ذاته بغيره
						مساعدة على معرفة نقاط قوته وضعفه
						تشجيع الطفل على الوعي بتميزه وفردانيته
						المجموع

توزيع قيم التوجه الذاتي حسب مصادر إنتاج برامج الأطفال:

المجموع		عربي		مشترك		أوربي لاتيني		بريطاني		آسيوي		إنتاج أمريكي		قيم التوجه نحو الذات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
														قيم التوجه نحو الذات
														قيم التوجه نحو الذات الجسمية
														قيم التوجه نحو الذات الانفعالية
														قيم التوجه نحو الذات الإنجازية
														قيم التوجه نحو الذات الكلية
														المجموع الكلي

توزيع قيم التوجه نحو الآخرين في برامج الأطفال في كل من قناتي أم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة ام بي سي 3		قيم التوجه نحو الآخرين
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						قيم التوجه نحو الأسرة
						قيم التوجه نحو الأقران

						قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع
						المجموع

توزيع قيم التوجه نحو الأسرة في برامج الأطفال في كل من قناتي أم ببسي3 وقناة تلفزيون جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة ام بي سي 3		قيم التوجه نحو الأسرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						أهمية طاعة الوالدين واحترامهما
						إظهار الاحترام والتهديب في المعاملة
						ضرورة الالتزام بقواعد الأسرة
						أهمية إظهار عواطف ايجابية نحو الأسرة
						التعاون مع الإخوة وتجنب الصراع.
						التوعية بأهمية الأسرة في حياة الطفل
						التشجيع على زيارة الأقارب ومساندتهم
						المجموع

توزيع قيم التوجه نحو الأقران في برامج الأطفال في كل من قناتي أم ببسي3 وقناة تلفزيون جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة ام بي سي 3		قيم التوجه نحو الأقران
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						الوعي بمشاعر الآخرين واحتياجاتهم
						المساندة وتقديم المساعدة للزملاء
						التماس الأعذار والتسامح والعفو
						تجنب الطفل التنافس البغيض
						توعية الطفل بأهمية الصداقة
						تعزيز العمل بروح الفريق
						أهمية المشاركة في الأفكار والخبرات واللعب
						إظهار المودة والاحترام للأقران
						المجموع

توزيع قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع في برامج الأطفال في كل من قناتي أم ببسي 3 وقناة تلفزيون جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة ام بي سي 3		قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						العيش بسلام وأمن ووثام
						نبذ التعصب والعنصرية والتحيز
						قبول الاختلاف (جنس، لون، دين، عرق)
						تقديم المصلحة العامة على المصلحة الشخصية
						التطوع لخدمة الصالح العام
						الانفتاح على الآخرين والاستفادة من تجاربهم
						المجموع

توزيع قيم التوجه نحو الآخرين في البرامج الموجهة لأطفال المرحلة المبكرة:

مرحلة الطفولة المبكرة		الفئات الفرعية	قيم التوجه نحو الآخرين
النسبة	التكرار		
		أهمية طاعة الوالدين واحترامهما	قيم التوجه نحو الأسرة
		إظهار الاحترام والتهديب في المعاملة	
		الالتزام بقواعد الأسرة	
		أهمية إظهار عواطف ايجابية نحو الأسرة	
		التعاون مع الإخوة وتجنب الصراع.	
		التوعية بأهمية الأسرة في حياة الطفل	
		التشجيع على زيارة الأقارب ومساندتهم	
			المجموع
		الوعي بمشاعر الآخرين واحتياجاتهم	قيم التوجه نحو الأقران
		المساندة وتقديم المساعدة للزملاء	
		التماس الأعذار والتسامح والعفو	
		تجنب الطفل التنافس البغيض	
		توعية الطفل بأهمية الصداقة	

		تعزير العمل بروح الفريق	
		أهمية المشاركة في الأفكار والخبرات	
		إظهار المودة والاحترام للأقران	
		المجموع	
		العيش بسلام وأمن ووثام	التوجه نحو أعضاء المجتمع
		نبذ التعصب والعنصرية والتحيز	
		قبول الاختلاف (جنس، لون، دين، عرق)	
		تقديم المصلحة العامة على المصلحة الشخصية	
		التطوع لخدمة الصالح العام	
		الانفتاح على الآخرين والاستفادة من تجاربهم	
		المجموع	
		المجموع الكلي	

توزيع قيم التوجه نحو الآخرين في البرامج الموجهة لأطفال المرحلة المتوسطة:

مرحلة الطفولة المتوسطة		الفئات الفرعية	قيم التوجه نحو الآخرين
النسبة	التكرار		
		أهمية طاعة الوالدين واحترامهما	قيم التوجه نحو الأسرة
		إظهار الاحترام والتهديب في المعاملة	
		الالتزام بقواعد الأسرة	
		أهمية إظهار عواطف ايجابية نحو الأسرة	
		التعاون مع الإخوة وتجنب الصراع.	
		التوعية بأهمية الأسرة في حياة الطفل	
		التشجيع على زيارة الأقارب ومساندتهم	
		المجموع الجزئي	
		الوعي بمشاعر الآخرين واحتياجاتهم	قيم التوجه نحو الأقران
		المساندة وتقديم المساعدة للزملاء	
		التماس الأعذار والتسامح والعفو	
		تجنب الطفل التنافس البغيض	
		توعية الطفل بأهمية الصداقة	

		تعزير العمل بروح الفريق	
		أهمية المشاركة في الأفكار والخبرات	
		إظهار المودة والاحترام للأقران	
		المجموع الجزئي	
		العيش بسلام وأمن ووثام	التوجه نحو أعضاء المجتمع
		نبذ التعصب والعنصرية والتحيز	
		قبول الاختلاف (جنس، لون، دين، عرق)	
		تقديم المصلحة العامة على المصلحة الشخصية	
		التطوع لخدمة الصالح العام	
		الانفتاح على الآخرين والاستفادة من تجاربهم	
		المجموع الجزئي	
		المجموع الكلي	

توزيع قيم التوجه نحو أعضاء في البرامج الموجهة لأطفال المرحلة المتأخرة:

مرحلة الطفولة المتأخرة		الصفات الفرعية	قيم التوجه نحو الآخرين
النسبة	التكرار		
		أهمية طاعة الوالدين واحترامهما	قيم التوجه نحو الأسرة
		إظهار الاحترام والتهديب في المعاملة	
		الالتزام بقواعد الأسرة	
		أهمية إظهار عواطف ايجابية نحو الأسرة	
		التعاون مع الإخوة وتجنب الصراع.	
		التوعية بأهمية الأسرة في حياة الطفل	
		التشجيع على زيارة الأقارب ومساندتهم	
		المجموع	
		الوعي بمشاعر الآخرين واحتياجاتهم	قيم التوجه نحو الأقران
		المساندة وتقديم المساعدة للزملاء	
		التماس الأعذار والتسامح والعفو	

		تجنب الطفل التنافس البغيض	
		توعية الطفل بأهمية الصداقة	
		تعزير العمل بروح الفريق	
		أهمية المشاركة في الأفكار والخبرات	
		إظهار المودة والاحترام للأقران	
		المجموع	
		العيش بسلام وأمن ووثام	التوجه نحو أعضاء المجتمع
		نبذ التعصب والعنصرية والتحيز	
		قبول الاختلاف (جنس، لون، دين، عرق)	
		تقديم المصلحة العامة على المصلحة الشخصية	
		التطوع لخدمة الصالح العام	
		الانفتاح على الآخرين والاستفادة من تجاربهم	
		المجموع	
		المجموع الكلي	

توزيع قيم التوجه نحو الآخرين حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال:

المجموع		الاثنين معا		انثى		ذكر		قيم التوجه نحو الأسرة
		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
								أهمية طاعة الوالدين واحترامهما
								إظهار الاحترام والتعذيب في المعاملة
								الالتزام بقواعد الأسرة
								أهمية إظهار عواطف ايجابية نحو الأسرة
								التعاون مع الإخوة وتجنب الصراع.
								التوعية بأهمية الأسرة في حياة الطفل
								التشجيع على زيارة الأقارب ومساندتهم

توزيع قيم التوجه نحو الآخرين حسب مصادر إنتاج برامج الأطفال:

المجموع	الإنتاج العربي		إنتاج مشترك		إنتاج أوروبا اللاتينية		انجلو سكسونية		أسيوي		الإنتاج الأمريكي		قيم التوجه نحو الآخرين
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
													قيمتوجه نحو الأسرة
													قيم التوجه نحو الأقران
													قيم التوجه نحو أعضاء المجتمع
													المجموع

توزيع قيم التوجه البيئي في برامج الأطفال في كل من قناتي أم بيسي 3 وقناة تلفزيون جيم:

المجموع الكلي		قناة تلفزيون جيم		قناة ام بي سي 3		قيم التوجه البيئي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية
						قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية
						قيم التوجه نحو البيئة العلمية
						قيم التوجه نحو البيئة الثقافية
						المجموع الكلي

توزيع قيم التوجه البيئي في برامج الموجهة لمرحلة الطفولة المبكرة:

الطفولة المبكرة		الفئات الفرعية	قيم التوجه البيئي
النسبة	التكرار		
		تعريف الطفل بمكونات البيئة	قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية
		تشجيع احترام الطفل لجميع المخلوقات	
		إثارة حساسية الطفل للمشكلات البيئية	
		تنمية التفهم للمصادر الطبيعية وطرق صيانتها واستغلالها	

		تنمية خبرات الطفل حول البيئة المحيطة به	
			المجموع الجزئي
		التوعية بالآثار السلبية لوسائل الإعلام	قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية
		تشجيعه على ممارسة أنشطة أخرى	
		تشجيع الطفل على ترشيد استهلاكه لوسائل الإعلام	
		مهارات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال	
		فهم أخلاقيات العمل الإعلامي	
			المجموع الجزئي
		تنمية الفضول العلمي وطرح الأسئلة	قيم التوجه نحو البيئة العلمية
		الأمانة العلمية	
		اعتماد الترتيب المنطقي والتسلسل في عرض المواقف العلمية	
		تشجيع الإبداع والاستكشاف	
		الربط بين المتغيرات بشكل علمي	
		التركيز على أكثر من بعد في فهم الظواهر	
		حب العلم واحترام العلماء	
		الابتعاد عن الخرافات	
		تنمية الاعتراز بالمنتجات الثقافية	قيم التوجه نحو البيئة الثقافية
		تشجيع الاهتمام بأشكال متنوعة من الفنون	
		التشجيع على التعرف على الثقافات الأخرى	
		التشجيع على استخدام المنتج الثقافي المحلي	
		توعية الطفل بأهمية الثقافة المحلية	
			المجموع الجزئي
			المجموع الكلي

توزيع قيم التوجه البيئي في برامج الموجهة لمرحلة الطفولة المتوسطة:

الطفولة المتوسطة		الفئات الفرعية	قيم التوجه البيئي
النسبة	التكرار		
		تعريف الطفل بمكونات البيئة	قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية
		تشجيع احترام الطفل لجميع المخلوقات	
		إثارة حساسية الطفل للمشكلات البيئية	
		تنمية التفهم للمصادر الطبيعية وطرق صيانتها واستغلالها	
		تنمية خبرات الطفل حول البيئة المحيطة به	
		المجموع الجزئي	
		التوعية بالآثار السلبية لوسائل الإعلام	قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية
		تشجيعه على ممارسة أنشطة أخرى	
		تشجيع الطفل على ترشيد استهلاكه لوسائل الإعلام	
		مهارات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال	
		فهم أخلاقيات العمل الإعلامي	
		المجموع الجزئي	
		تنمية الفضول العلمي وطرح الأسئلة	قيم التوجه نحو البيئة العلمية
		الأمانة العلمية.	
		اعتماد الترتيب المنطقي والتسلسل في عرض المواقف العلمية	
		تشجيع الإبداع وحب الاستكشاف	
		الربط بين المتغيرات بشكل علمي	
		التركيز على أكثر من بعد في فهم الظواهر	
		حب العلم واحترام العلماء	
		الإبتعاد عن الخرافات	
		المجموع الجزئي	
		تنمية الاعتراز بالمنتجات الثقافية	قيم التوجه نحو البيئة الثقافية
		تشجيع الاهتمام بأشكال متنوعة من الفنون	

		التشجيع على التعرف على الثقافات الأخرى	
		التشجيع على استخدام المنتج الثقافي المحلي	
		توعية الطفل بأهمية الثقافة المحلية	
		المجموع الجزئي	
		المجموع الكلي	

توزيع قيم التوجه البيئي في برامج الموجهة لمرحلة الطفولة المتأخرة:

الطفولة المتأخرة		الفئات الفرعية	قيم التوجه البيئي
النسبة	التكرار		
		تعريف الطفل بمكونات البيئة	قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية
		تشجيع احترام الطفل لجميع المخلوقات	
		إثارة حساسية الطفل للمشكلات البيئية	
		تنمية التفهم للمصادر الطبيعية وطرق صيانتها واستغلالها	
		تنمية خبرات الطفل حول البيئة المحيطة به	
		المجموع الجزئي	
		التوعية بالآثار السلبية لوسائل الإعلام	قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية
		تشجيعه على ممارسة أنشطة أخرى	
		تشجيع الطفل على ترشيد استهلاكه لوسائل الإعلام	
		مهارات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال	
		فهم أخلاقيات العمل الإعلامي	
		المجموع الجزئي	
		تنمية الفضول العلمي وطرح الأسئلة	قيم التوجه نحو البيئة العلمية
		الأمانة العلمية	
		اعتماد الترتيب المنطقي والتسلسل في عرض المواقف العلمية	
		تشجيع الإبداع وحب الاستكشاف	
		الربط بين المتغيرات بشكل علمي	
		التركيز على أكثر من بعد في فهم الظواهر	
		حب العلم واحترام العلماء	

		الإبتعاد عن الخرافات	
			المجموع الجزئي
		تتمية الاعتراز بالمنتجات الثقافية	قيم التوجه نحو البيئة الثقافية
		تشجيع الاهتمام بأشكال متنوعة من الفنون	
		التشجيع على التعرف على الثقافات الأخرى	
		التشجيع على استخدام المنتج الثقافي المحلي	
		توعية الطفل بأهمية بالثقافة المحلية	
			المجموع الجزئي
			المجموع الكلي

توزيع قيم التوجه البيئي حسب جنس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال عينة الدراسة

المجموع		الاثنين معا		أنثى		ذكر		قيم التوجه البيئي	
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك		
									قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية
									قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية
									قيم التوجه نحو البيئة العلمية
									قيم التوجه نحو البيئة الثقافية

توزيع قيم التوجه البيئي حسب مصادر الإنتاج

الإنتاج العربي		إنتاج مشترك		إنتاج أوروبا اللاتينية		انجلو سكسونية		آسياوي		الإنتاج الأمريكي		قيم التوجه البيئي	
%	ك	%	ك	%	ت	%	ك	%	ك	%	ك		
													قيم التوجه نحو البيئة الطبيعية
													قيم التوجه نحو البيئة الإعلامية
													قيم التوجه نحو البيئة العلمية
													قيم التوجه نحو البيئة الثقافية

عمر الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

طفولة متأخرة		طفولة متوسطة		طفولة مبكرة		عمر الشخصية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
						الطفولة المبكرة	طفل
						متوسطة	
						المتأخرة	
							شاب
							كهل
							شيخ
							غير محدد
						وجود أكثر من شريحة عمرية	
							المجموع

نوع البطولة الموظفة في برامج الأطفال في كل من فئتي أم بي سي 3 وتلفزيون جيم:

تلفزيون جيم		ام بي سي 3		نوع البطولة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
				فردية
				ثنائية
				جماعية
				المجموع

نوع البطولة الموظفة في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

المتأخرة		طفولة متوسطة		طفولة مبكرة		نوع البطولة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						فردية
						ثنائية
						جماعية
						المجموع

طبيعة الشخصية الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال بقناة أم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

تلفزيون ج		ام بي سي 3		طبيعة الشخصية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
				إنسان
				حيوان
				نبات
				جماد
				شبح
				وجود أكثر من نوع
				المجموع

طبيعة الشخصية الرئيسية الموظفة في برامج الطفولة المبكرة، المتوسطة، المتأخرة:

المتأخرة		طفولة متوسطة		طفولة مبكرة		طبيعة الشخصية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						إنسان
						حيوان
						نبات
						جماد
						شبح
						وجود أكثر من نوع
						المجموع

طبيعة أسماء الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال في كل من قناتي أم بي سي 3

وتلفزيون جيم:

تلفزيون ج		ام بي سي 3		طبيعة أسماء الشخصيات الرئيسية
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
				أسماء عربية
				أسماء أجنبية
				أسماء عربية وأجنبية

				المجموع
--	--	--	--	---------

طبيعة أسماء الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

الطفولة المتأخرة		طفولة متوسطة		طفولة مبكرة		طبيعة الشخصية
						أسماء عربية
						أسماء أجنبية
						أسماء عربية وأجنبية
						المجموع

لباس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال في كل من قناتي أم بي سي 3 وتلفزيون جيم:

تلفزيون جيم		أم بي سي 3		لباس الشخصيات الرئيسية
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
				لباس عربي
				لباس أجنبي
				حسب الموضة
				المجموع

لباس الشخصيات الرئيسية الموظفة في برامج الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

المتأخرة		طفولة متوسطة		طفولة مبكرة		لباس الشخصيات الرئيسية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						لباس عربي
						لباس أجنبي
						لباس حسب الموضة
						المجموع

الإنتماء الطبقي للشخصيات الرئيسية في كل من قناتي إم بي سي 3 وتلفزيون جيم.

تلفزيون جيم		إم بي سي 3		الطبقة الاجتماعية للشخصيات الرئيسية
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
				طبقة عليا
				طبقة متوسطة
				طبقة دنيا

				الانتماء لأكثر من طبقة
				المجموع

انتماء الشخصيات الرئيسية في برامج الأطفال في كل من مرحلة الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

المتأخرة		طفولة متوسطة		طفولة مبكرة		الطبقة الاجتماعية للشخصيات الرئيسية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						طبقة عليا
						طبقة متوسطة
						طبقة دنيا
						أكثر من طبقة
						المجموع

الشريحة التي تنتمي إليها الشخصيات الرئيسية في كل من قناتي أم بي سي 3 وتلفزيون جيم:

تلفزيون جيم		ام بي سي 3		الطبقة الاجتماعية للشخصيات
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
				المدينة
				القرية
				الريف
				الانتماء لأكثر من شريحة
				المجموع

الشريحة التي تنتمي إليها الشخصيات الرئيسية في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

الطفولة المتأخرة		الطفولة متوسطة		الطفولة مبكرة		الشريحة الاجتماعية للشخصيات
						المدينة
						القرية
						الريف
						الانتماء لأكثر من شريحة
						المجموع

القوالب الفنية المستخدمة في عرض القيم التربوية في برامج الأطفال عينة الدراسة:

المجموع		تلفزيون ج		ام بي سي 3		القالب	
النسبة	تكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
						مغامرة	مسلسلات وأفلام كارتون
						كوميديا	
						حركة	
						دراما	
						فانتازيا وخيال علمي	
						مغامرة	مسلسلات تلفزيونية
						كوميديا	
						حركة	
						دراما	
						فانتازيا وخيال علمي	
						وثائقيات وأشرطة علمية	
						المجلة التلفزيونية	
						البرامج الحوارية	
						برامج المسابقات	
						مسرح الدمى	
						المجموع	

القوالب الفنية المستخدمة في عرض القيم التربوية في برامج أطفال المرحلة المبكرة والمتوسطة

والمتأخرة:

المتأخرة		المتوسطة		مرحلة الطفولة المبكرة		القالب	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
						مغامرة	مسلسلات وأفلام
						كوميديا	

						حركة	كرتون
						دراما	
						فانتازيا	
						مغامرة	مسلسلات تلفزيونية
						كوميديا	
						حركة	
						دراما	
						فانتازيا و خيال علمي	
							وثائقيات
							المجلة التلفزيونية
							البرامج الحوارية
							برامج المسابقات
							مسرح الدمى
							المجموع

النمط الموسيقي الغالب في برامج أطفال كل من قناة أم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

تلفزيون ج		ام بي سي 3		النمط الموسيقي الغالب	
					موسيقى تصويرية
					موسيقى خلفية
					موسيقى مواقف
					المجموع

النمط الموسيقي الغالب في برامج أطفال المرحلة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة

الطفولة المتأخرة		الطفولة المتوسطة		الطفولة المبكرة		الموسيقى الغالبة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						موسيقى تصويرية
						موسيقى خلفية
						موسيقى مواقف
						المجموع

الأصوات السائدة في برامج أطفال كل من قناة أم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

تلفزيون ج		ام بي سي 3		الأصوات
				أصوات طبيعية
				أصوات مصطنعة
				مختلطة
				المجموع

الأصوات السائدة في برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

الطفولة المتأخرة		الطفولة المتوسطة		الطفولة المبكرة		الأصوات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						أصوات طبيعية
						أصوات مصطنعة
						أصوات مختلطة
						المجموع

نوع الأغاني الموظف في برامج أطفال كل من قناة أم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

تلفزيون ج		إم بي سي 3		أغاني
				أغاني تميز الفقرات
				أغاني متجددة تبعا للموضوع
				الاثنتين معا
				لا وجود للأغاني
				المجموع

الأصوات السائدة في برامج أطفال المرحلة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

الطفولة المتأخرة		الطفولة المتوسطة		الطفولة المبكرة		الأغاني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						أغاني تميز الفقرات وتعلن عن بدئها
						أغاني متجددة تبعا للموضوع

						الاثنتين معا
						لا وجود للأغاني
						المجموع

مدة برامج أطفال في كل من قناة إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

تلفزيون ج		أم بي سي 3		مدة الحلقة
				قصيرة أي اقل من 15 دقيقة
				متوسطة من 15 إلى 30 دقيقة
				طويلة أكثر من 30 دقيقة
				المجموع

مدة برامج أطفال في كل من برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

الطفولة المتأخرة		الطفولة المتوسطة		الطفولة المبكرة		مدة الحلقة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						قصيرة أي اقل من 15 دقيقة
						متوسطة من 15 إلى 30 دقيقة
						طويلة أكثر من 30 دقيقة
						المجموع

نوع التقطيعات في كل من قناة أم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

تلفزيون ج		ام ببسي 3		التقطيعات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
				تقطيعات كثيرة
				تقطيعات متوسطة
				تقطيعات قليلة
				المجموع

نوع التقطيعات في كل من برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

الطفولة المتأخرة		الطفولة المتوسطة		الطفولة المبكرة		التقطيعات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						تقطيعات كثيرة
						تقطيعات متوسطة
						تقطيعات قليلة
						المجموع

طبيعة الأدوات الإيضاحية المستخدمة في كل من قناة إم بي سي 3 وقناة تلفزيون جيم:

تلفزيون ج		إم بي سي 3		الأدوات الإيضاحية المستخدمة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
				تقديم ملخص عن الحلقة
				طرح أسئلة عن سير الأحداث
				تقديم عناوين جزئية خاصة بكل حلقة او فقرة
				تقديم المغزى من البرنامج
				مخاطبة المتلقي والتفاعل معه
				اعتماد التكرار
				التعريف ببعض الشخصيات من حيث اسمائها وسلوكياتها
				المجموع

طبيعة الأدوات الإيضاحية المستخدمة في كل من برامج الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

الطفولة المتأخرة		الطفولة المتوسطة		الطفولة المبكرة		الأدوات المساعدة على الفهم
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						تقديم ملخص عن الحلقة
						طرح أسئلة عن سير الأحداث
						تقديم عناوين جزئية
						تقديم مغزى من البرنامج

						مخاطبة المتلقي والتفاعل معه
						التكرار
						التعريف ببعض الشخصيات من حيث أسمائها وسلوكياتها
						المجموع

أسلوب تقديم القيمة في برامج الأطفال في كل من قناة أم.بي.سي 3 وتلفزيون جيم:

تلفزيون ج		ام بي سي 3		أسلوب تقديم القيمة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
				تبسيط القيمة
				إظهار النتائج المترتبة عن الالتزام بالقيمة أو التحلي عنها
				تقديم القيمة بشكل عياني ومحدود
				أظهار نماذج تمارس القيمة
				اعتماد أسلوب الوعظ والإرشاد
				تقديم القيمة في شكل معضلة أخلاقية
				تقديم القيمة بشكل أكثر شمولاً
				المجموع

أسلوب تقديم القيمة في برامج أطفال المرحلة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة:

الطفولة المتأخرة		الطفولة المتوسطة		الطفولة المبكرة		أسلوب تقديم القيمة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						تبسيط القيمة
						إظهار النتائج المترتبة عن الالتزام بالقيمة أو التحلي عنها
						تقديم القيمة بشكل عياني ومحدود
						أظهار نماذج تمارس القيمة

						اعتماد أسلوب الوعظ والإرشاد
						تقديم القيمة في شكل معضلة أخلاقية
						تقديم القيمة بشكل أكثر شمولا
						المجموع

الأساسية التي تعين على تطويرها، وعلى رفع قدرتها الاجتماعية والإنتاجية في بناء الأمة وتقدمها، ولتكون قادرة على منح أبنائها الرعاية والدفء والحنان والاطمئنان والاستقرار والأمن الاجتماعي المفضي للنمو المعافى في كنفها، ولا يكون سحب ولاية الأسرة على أبنائها إلا لضرورة قصوى تتمثل في تأثيرها المرغوب على مستقبل هؤلاء الأبناء.

٥ - دعم الأسرة للنهوض بسؤوليتها نحو أبنائها هو الأساس في جهود تنمية الطفولة ورعايتها، وعلى الدولة أن توفر لها الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي.

٦ - الأسرة الطبيعية هي البيئة الأولى المفضلة لتنشئة الأطفال وتربيتهم ورعايتهم، والأسرة البديلة هي الخيار المقدم لملافاة تعذر هذه التنشئة والرعاية في كنف الأسرة الطبيعية، وهي مفضلة على جميع صور الرعاية الأخرى، بما فيها الرعاية المؤسسية.

٧ - الالتزام بتأمين الحقوق الواردة في الإعلان العالمي لحقوق الطفل لأطفال العرب كافة ودون تمييز.

ب - الحقوق الأساسية للطفل:

٨ - تأكيد وكفالة حق الطفل في الرعاية والتنشئة الأسرية القائمة على الاستمرار الأسري، ومشاعر التعاطف والدفء والتقبل، وإحلاله المركز اللائق به في الأسرة بما يمكنه من التفاعل الإيجابي في رحابها، وأن يكون محور اهتمامها به يضمن تلبية وإشباع حاجاته البيولوجية، والنفسية والروحية والاجتماعية، وبما ييسر له بناء شخصية مستقلة، وحرية في الفكر والرأي، تكافأ مع قدراته دون تمييز بين البنين والبنات.

٩ - تأكيد وكفالة حق الطفل في الأمن الاجتماعي، والنشأة في صحة وعافية قائمة على العناية الصحية، والوقائية والعلاجية، له ولأمته من يوم حملها، وبإصحاح البيئة التي ينمو فيها، وحقه في المسكن الملائم الذي يظله، وتغذيته تغذية كافية ومتوازنة وملائمة لأطوار نموه.

١٠ - تأكيد وكفالة حق الطفل في أن يُعرف باسم وجنسية معينة، منذ مولده.

١١ - تأكيد وكفالة حقه في التعلم المجاني والتربية في مرحلتي ما قبل المدرسة والتعليم الأساسي - كحد أدنى - بحسبان أن التعليم هو حجر الزاوية في

الملحق الرقم (٢) ميثاق حقوق الطفل العربي

(كانون الأول/ ديسمبر ١٩٨٤)

المبادئ

يرتكز هذا الميثاق على المبادئ التالية:

أ - المنطلقات الأساسية:

١ - تنمية الطفولة ورعايتها وصون حقوقها مكون أساسي من مكونات التنمية الاجتماعية بل هو جوهر التنمية الشاملة، والطفولة هي المستقبل. والعامل الحاسم في صنعه ورعايتها أولوية مقدمة في جهود التنمية، وأولوية في البرامج القطاعية، قصد منح الطفل خير ما عند أمتنا لضمان صنع خير ما في الوجود بخير ما في الإنسان ولخير.

٢ - تنمية الطفولة ورعايتها، التزام ديني ووطني وإنساني، نابع من عقيدتنا، وقيمنا الروحية والاجتماعية، وتراثنا ومبادئنا، وواقعنا، واستجابة لتطلعاتنا.

٣ - التنشئة السوية لأطفالنا مسؤولية عامة، تقوم عليها الدولة والأمة، ويسهم فيها الشعب من منطلق التكافل الاجتماعي، ونتجه لتنمية الطفل تنمية تُشري ذاته وكيانه بحب أقرانه وأسرته وبحب وطنه. والاعتزاز بتراث أمته وحضارتها، والعمل لتحقيق وحدتها وصنع تقدمها.

٤ - الأسرة نواة المجتمع وأساسه، قوامها التكافل على هدى الدين والأخلاق والمواطنة، وعلى الدولة تقع مسؤولية حمايتها من عوامل الضعف والتحلل، وتوفير الرعاية لأفرادها وإحاطتها بالضمانات الكافية، ومد الخدمات

المتصل، من خلال العمل العربي المشترك، لتقليص الفجوة الماثلة في مجال تنمية الطفولة ورعايتها بين الأقطار العربية.

الأهداف

يهدف هذا الميثاق إلى تحقيق ما يلي:

١٨ - إن الهدف الأسمى لهذا الميثاق هو ضمان تنشئة أجيال من الأطفال العرب تتجسد فيهم صورة المستقبل الذي نريد، ولهم القدرة على صنع ذلك المستقبل، أجيال عربية تؤمن بربها وتمسك بمبادئ عقيدتها، وتُدرِك رسالتها القومية، وتخلص لأوطانها في ثقة بنفسها وأمتها، وتلتزم بمبادئ الحق والخير، تتطلع فكرياً وممارسة وسلوكاً نحو المُثل الإنسانية العليا، في سلوكها الفردي والجماعي.

وتندرج تحت هذا الهدف الأسمى وفي خدمته الأهداف التالية:

١٩ - تأمين حياة الأسرة وتوفير حاجاتها الأساسية وخدماتها الاجتماعية لينشأ أطفالها في استقرار في ظل رعايتها رعاية تامة تلتزم الدولة بتوفير أسبابها، وفي مجتمع يضمن فرص العمالة الكاملة لأبنائه، ويلتزم أبناؤه بالانكباب على العمل وزيادة الإنتاج، وتمكين الأم من تقديم أكبر قدر من الرعاية لأطفالها.

٢٠ - توفير الرعاية الصحية الكاملة في وجوها الوقائية والعلاجية لكل طفل عربي ولأتمه.

٢١ - إقامة نظام تعليمي سليم في كل دولة عربية وعلى نطاق الوطن العربي يكون إلزامياً في مراحل الأساسية ومجانياً في كل مراحلها للقادرين على مواصلته، من مرحلة ما قبل المدرسة وحتى التعليم العالي، دون تمييز بسبب القدرة الاقتصادية أو المنبت الاجتماعي أو الرأي السياسي، وأن يسترشد في ذلك باستراتيجية تطوير التربية في الوطن العربي.

٢٢ - تأسيس خدمة اجتماعية متقدمة، ذات اتجاه تنموي، تبسط لكل الأطفال في كفاية وتكامل وتوازن، وبخاصة للأسر الفقيرة وتركز حيث الحاجة الأكثر والموقع الأبعد، وتأخذ وسائل الدفاع الاجتماعي في الوقاية من الانحراف ومعالجة المنحرفين.

٢٣ - تأسيس نظام للرعاية والتربية الخاصة للأطفال المعوقين، تضمن

التغيير الدائم وفي اكتساب الاتجاهات والمهارات والقدرات التي يواجه بها كل المواقف الجديدة بالمعرفة المتجددة، ويتخلص بها من القيم اللاوظيفية والتقاليد البالية السلبية، وينشأ بها على التفكير العلمي والموضوعي وحسن التقدير، وحب العمل وحسن أدائه، كما يمدّه بالقدرة على رفع مستوى معيشتة وثقافته العامة، وعلى الإسهام الإيجابي في حياة مجتمعه وأتمه، وضمان حقه في الثقافة المستمرة، وفي حسن استثمار أوقات الفراغ، وفي الترفيه عن نفسه باللعب والرياضة والقراءة.

١٢ - تأكيد وكفالة حقه في الخدمة الاجتماعية المجتمعية والمؤسسية المتكاملة والمتوازنة، الموجهة لكل قطاعات الطفولة في البادية والريف والحضر، وبخاصة لأبناء فقراء هذه البيئات كافة، وللأقوياء والمعوقين والموهوبين كل فئة وفق حاجاتها، وبما يضمن لها الفرصة في العيش الهنيئ والنشأة السوية والانخراط في حياة المجتمع والإسهام في بنائه وتطوره.

١٣ - تأكيد وكفالة حق الطفل في رعاية الدولة وحمائتها له من الاستغلال ومن الإهمال الجسماني والروحي، حتى إذا كان ذلك من جانب أسرته، وتنظيم عمالته بحيث لا تبدأ إلا في سن مناسبة، وحيث لا يتولى عملاً أو حرفة تضر بصحته أو تعرضه للمخاطر، أو تعرقل تعليمه، أو تحجب فرص نموه من الناحية البدنية أو العضلية أو النفسية أو الخلقية أو الاجتماعية وأن يكون مقدماً في الحصول على الوقاية والإغاثة عند الكوارث، وخاصة الأطفال المعوقين.

١٤ - حقه في أن يتفتح على العالم من حوله، وأن ينشأ على حب خير الإنسان، وأن يدرك أهمية السلام والصدقة بين الشعوب، ومحبة إخوانه في الإنسانية.

ج - صون الحقوق وضبط المناهج:

١٥ - صون هذه الحقوق وإحاطتها بالحماية التشريعية في كل دولة عربية التزاماً بأحكام هذا الميثاق، وأن تكون مصلحة الطفل الاعتبار المقدم في كل الحالات.

١٦ - الأخذ بالمناهج التنموية والوقائية، ذلك أن التنمية الشاملة المتكاملة المتوازنة هي الحل الجذري لقضايا الطفولة وغيرها من القضايا، وإن رعاية الطفولة من الإعاقة أفضل من علاجها منها بعد حدوثها.

١٧ - الأخذ بمبدأ التكامل في توفير الحاجات الأساسية للأطفال وتقديم الخدمات، وشمول وعدالة توزيعها، وتركيزها حيث الحاجة الأكبر والسعي

للمعوقين الاندماج في الحياة الطبيعية والمنتجة لمجتمعهم، وتتيح للموهوبين الفرص لازدهار مواهبهم وإبرازها نفعاً لأمتهم.

المتطلبات والوسائل

يتطلب تمثّل هذه المبادئ التي نص عليها هذا الميثاق وتحقيق الأهداف التي حددها توفير المتطلبات واتباع الوسائل الفعلية على إتمام ذلك، وهذا يقتضي تعبئة الموارد القومية كافة، والحرص على اتباع الوسائل المجربة التي ثبتت نجاعتها وبخاصة في الوطن العربي.

٢٤ - توفر الإرادة السياسية واتخاذ القرار السياسي الذي يجعل تنمية الطفولة ورعايتها أولوية عربية عليا.

٢٥ - الإسراع بالتنمية القومية الشاملة والالتزام بالتخطيط العلمي لتنمية ورعاية الطفولة، وفي وضع برامجها وتنظيمها وإدارتها وتنفيذها ومتابعة نتائجها وتقييم مسارها.

٢٦ - قيام لجنة للطفولة في كل قطر عربي، تضم في عضويتها الأجهزة الرسمية والأهلية والشعبية ذات الاختصاص والاهتمام برعاية الطفولة، وتنسيق جهودها في مجال وضع السياسة والتخطيط والتنفيذ والمتابعة والتقييم، وأن تكون من مهامها العاجلة ما يلي:

أ - إجراء دراسات ومسوح شاملة لتقويم الوضع الراهن لأحوال الطفولة من مختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والصحية والتربوية والثقافية لتكون هذه الدراسات أساساً للتخطيط لجهود رعاية الطفولة.

ب - وضع خطة متكاملة مسترشدة بما تضمنته هذا الميثاق، وما خطته استراتيجية العمل الاجتماعي في الوطن العربي، وتحديد أولويات وخطوات تنفيذ هذه الخطة الزمنية والإمكانات والموارد اللازمة لتنفيذها، في إطار الخطة الوطنية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

٢٧ - اعتماد المنهج المتكامل في تقديم الرعاية والخدمات الأساسية للأطفال، من خلال المراكز المتعددة الأغراض وعلى يد الأفراد المتعددي المهارات والواجبات.

٢٨ - الاهتمام بأمر التدريب الذي يشمل القيادات المهنية المتخصصة في

مجالات رعاية الطفولة والأمومة وخدماتها، كما يشمل القيادات المحلية وقيادات المنظمات الأهلية والشعبية، مع التركيز على الأطر المساعدة، والعاملة على المستويات القاعدية، فذلك موقع الحاجة والخدمة المباشرة ومحك الجدوى في الجهود الموجهة لرعاية الطفولة والأمومة.

وهذا يقتضي مراجعة نُظُم وبرامج التخصص والتدريب للقوى البشرية العاملة في ميادين الطفولة، والتركيز على الظروف والمشكلات البيئية حين وضع تلك البرامج، والأخذ بالأساليب المبسطة في تقديم الخدمات مع الاحتفاظ بكفائتها.

٢٩ - إقامة شبكة من المؤسسات والمرافق متعددة الأغراض الممكنة من إيصال الخدمات الأساسية للأطفال في مختلف بيئاتهم مع التركيز على البادية والريف والأحياء الفقيرة بالمدن، وأن يكون موطن الخدمات في المراكز والمؤسسات التي يألف الناس ارتيادها كالمدراس والمراكز الاجتماعية والمساجد، وذلك في حدود الإمكانيات المتاحة.

٣٠ - الالتزام بما خطته استراتيجية تطوير التربية في الوطن العربي وتوفير مستلزمات تنفيذها.

٣١ - إعطاء مزيد من الاهتمام والجهد لرعاية وتربية طفل ما قبل المدرسة والعمل على توفير الصيغ المؤسسية من دور الحضانه ورياض الأطفال والكتاتيب، والساحات والحدائق وأندية الأطفال، نظراً لأهمية واستراتيجية هذه المرحلة في حياة الطفل الحاضرة والمقبلة وفي تكوين شخصيته.

٣٢ - دعم جهود المؤسسات التي تخدم الطفولة، وبخاصة تلك القائمة في البادية والريف والأحياء الحضرية الفقيرة، وتعميم نظام الصحة المدرسية.

٣٣ - الاهتمام بالاحصاءات والبحوث ودعم مؤسساتها وأجهزتها وإنشاء الجديد منها في كل دولة عربية وعلى مستوى الوطن العربي.

٣٤ - توفير الموارد البشرية والمادية اللازمة لتنفيذ خطط وبرامج رعاية الطفولة، ورسم سياسة مستقرة لتمويل هذه الخطط والبرامج، بما يحقق نجاحها واستمرارها.

٣٥ - تطوير الإدارة والأجهزة التنظيمية والمؤسسية لتكون قادرة على التكيف مع متطلبات كل خدمة من الخدمات المطلوبة وكل مرحلة من مراحل العمل، وإنشاء إدارة متخصصة في رعاية الطفولة في إطار الهيكل التنظيمي للجهة المختصة.

٣٦ - الحرص على المشاركة الأسرية والشعبية في رعاية الطفولة وتنميتها ودعم مؤسساتها وهيئاتها وجمعياتها واتحاداتها الأهلية والشعبية والحرص على حفز الجهود الذاتية والبادرات المحلية، بدعمها مالياً، وتدريب أطرها لتكون أكثر قدرة على مساعدة الأسر، وتقديم البرامج المحلية المناسبة للأطفال، وأن تتخلل مشاركة الهيئات الأهلية والشعبية كل مراحل تقرير السياسات والخطط، ووضع البرامج واقتسام الأدوار والتنفيذ والمتابعة والتقييم في إطار اللجنة الوطنية واللجان المحلية التي قد تنبثق عنها، تحقيقاً لشعبية المشاركة وشمولها وفعاليتها، إذ المشاركة الفاعلة في هذا المجال الحيوي توفر إمكانات وقدرات وموارد هائلة، وتشكل مدرسة في التعاون والتكافل، وتدريب المواطنين على العمل العام، وبث روح الإخاء في المجتمع.

٣٧ - نشر درجة عالية من الوعي وتأصيله لدى الوالدين وأفراد الأسرة، بل والمجتمع العربي كله، مما يستوجب أفراد مكان وجهد خاص لتوعية المجتمع العربي بأهمية الطفولة، ومراحل نموها، وضرورة رعايتها وتنميتها، أخذاً بالتوعية الاجتماعية كأداة هامة تمهد الطريق لإدراك أهمية الطفولة، وتبصر المواطنين بأبعاد مشكلاتها، واستثارة وتعبئة جهودهم للتحرّك الإيجابي والعمل البناء في هذا المجال الحيوي. يزيد من أهمية هذا الجهد في مجال التوعية ما تعانيه غالبية قطاعات المجتمع العربي من نقص شديد في الوعي بمراحل نمو الطفل ومختلف حاجاته من حالته الجنينية وعبر أطوار نموه، يستوي في هذا الأغنياء والفقراء، والمتعلمون والأميون، والرجال والنساء، على نحو ما كشفت الدراسات الميدانية وردود الدول على الاستبيانات. إن هذا أمر تهمله نظمنا المدرسية في كل مراحلها، ولا توليه أجهزة الإعلام والاتصال الجماهيرية الاهتمام المناسب والمنتظم الذي يتكافأ وقدره، كما أن قلة من الكتب والمقالات قد تناولته بصورة لم تعتمد إلى التبسيط.

٣٨ - الاستعانة إلى أقصى حد بوسائل الإعلام المختلفة مطلوبة بصورة ملحة وعاجلة، إذ بدون هذا لا يمكن أن تؤسس عملاً نافعاً في مجتمع تشكل الأمية عقبة الاجتماعية الأساسية، وأجهزة الإعلام، بفضل انتشارها في أنحاء الوطن العربي، وبفضل تأثيرها البالغ في تكوين الرأي العام، وبحسبها مصدر المعرفة الوحيد الميسور للاميين، مدعوة لتخصيص جانب كبير من جهدها وبرامجها لخدمة قضايا الطفولة، من خلال برامجها المتخصصة، ومن خلال مراعاة أهمية دورها في تثقيف وتربية الأطفال والكبار في برامجها العامة.

ولا بد من تنقية ما تُقدّمه أجهزة الإعلام من البرامج المستوردة الضارة والمجافية لقيمتنا، والسلبية التأثير على أبنائنا.

٣٩ - التشريعات السليمة هي ضمانة تقنين الحقوق، ومن بينها حقوق الطفل وصون حرمتها، وهي كذلك وسيلة من وسائل تأكيد الالتزام بهذا الميثاق. وتحقيق أهدافه يتطلب وجود الإطار التشريعي لكفالة وضمان حقوق الطفل المنصوص عليها في هذا الميثاق. ولا بد للإطار التشريعي أن يشمل الأمور التالية:

أ - إقرار الحماية التشريعية لحقوق الطفل، وتفصيلها بصورة جلية.

ب - سن وتعديل القوانين.

(١) - تعديل القوانين العامة بما يحقق مصلحة الطفل والأسرة ورعايتها وفقاً لما تضمنته هذا الميثاق.

(٢) - سن تشريعات خاصة بحماية ورعاية الطفولة منفصلة عن القوانين العامة تقرر الوضعية القانونية للطفل، وتضمن حمايتها ورعايته، وحماية أسرته ورعايتها، أو تعديل الموجود منها لينسجم مع أحكام هذا الميثاق، ومنها:

(أ) - قانون للأسرة تُبنى أحكامه على مصلحة الطفل ومصلحة الأسرة وإقرار الحقوق المشروعة الواجبة النفاذ وبخاصة في المجالات التالية:

- تقييد الحد الأدنى لسن الزواج وإلزام الراغبين فيه بإجراء الفحوصات الطبية للتحقق من لياقتهم الطبية.

- تنظيم تعدد الزوجات وفق أحكام الشريعة الإسلامية.

- تنظيم الطلاق.

- تنظيم الإنفاق على الطفل وربطه - في حالات الطلاق - بمستوى دخل الأب أو العائل.

- إقرار حق الطفل في المسكن الملائم وتقييد حرية المالك سواء كان الأب أو الأم، في التصرف في المسكن، أو ربط ملكية المسكن بالأسرة الزوجية، وبخاصة في الحالات التي تقدم فيها الدولة الأرض أو المسكن، حماية للأسرة من التفكك ومن عدم الاستقرار، مما يعين على استمرار تماسكها ووحدتها.

(ب) - قانون رعاية الطفولة لتنظيم الرعاية المؤسسية والأسرية.

(ج) - قانون رعاية الأحداث لإقرار حقوقهم في الرعاية الاجتماعية والمعاملة الخاصة.

(د) - قانون الفئات الخاصة لإقرار حقوق أفراد هذه الفئات في الرعاية الاقتصادية والاجتماعية، ولتنظيم هذه الرعاية ومعاملتهم المعاملة الخاصة التي يحتاجونها وتيسير انخراطهم في الحياة المنتجة.

(هـ) - قانون رعاية الأطفال غير الشرعيين وبراغى فيه أن ينص على ما يؤمن حقوقهم ورعايتهم المادية والمعنوية.

العمل العربي المشترك في مجال تنمية ورعاية الطفولة

إن إقرار تنمية الطفولة ورعايتها كأولوية قومية عليا يفرض تكريس التعاون العربي القائم، ودعمه وبسط أسباب تطوره ونمائه المتصل والتركيز بصفة خاصة على الآتي:

٤٠ - إنشاء منظمة عربية للطفولة تضطلع بتنسيق الجهود العربية في مجال تنمية الطفولة ورعايتها واقتراح السياسات والخطط والبرامج القومية، وتعين الدول العربية على تحديد سياستها وخططها وبرامجها ومشروعاتها، وتمتد المحتاجة منها بالعون الفني والمادي، وتضطلع بالدراسات والبحوث، وتيسر تبادل الخبرات، وتعدّ وتجرب نماذج عربية أصيلة لمشروعات رائدة، وتعين في تعميم التجارب الناجحة، وتضطلع بكل ما من شأنه أن يوفر ويمد الخدمات الأساسية لتنشئة أجيال عربية متتالية قادرة على المشاركة في جهود التنمية العربية واستعادة المبادرة التاريخية لأمتنا.

٤١ - إنشاء صندوق عربي لتنمية الطفولة ورعايتها تكون موارده في خدمة برامج المنظمة العربية للطفولة والدول العربية، يُركز على المشروعات القومية والبرامج المشتركة وتلبية الحاجات الأساسية للأطفال في الدول العربية الفقيرة.

٤٢ - تعزيز التعاون العربي في مجال توحيد المصطلحات والنظم الإحصائية الأساسية تيسيراً لإجراء الدراسات المقارنة، وفي مجالات البحوث والتدريب وتبادل المعلومات، ودعم الأجهزة القائمة على هذه المجالات.

٤٣ - منح أولوية مقدمة للصناعات المتصلة بتنمية الطفولة وتوفير حاجتها مع التركيز على الصناعات التي يشكل غيابها فجوات كبيرة ومعوقاً لتطوير جهود الدول العربية في مجالات رعاية الطفولة، مثل إنشاء صناعة عربية للأمصا

والمقاحات، وصناعة عربية لأغذية الأطفال، وصناعة عربية لإعداد وإنتاج الوسائل التعليمية والترفيهية والثقافية وصناعة للعب الأطفال.

٤٤ - إنشاء مؤسسة عربية لأدب الأطفال وصحافتهم وإنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية الموجة إليهم لما لهذا المجال من أهمية قصوى، ولتلافي النقص الكبير فيه.

٤٥ - تنظيم لقاءات ومنافسات ثقافية وفنية ورياضية وكشفية للأطفال العرب، وحض الدول العربية على التبادل في هذا المجال، ودعم المنظمات التربوية المعنية بالمنظمات الكشفية واتحاد المعلمين العرب.

٤٦ - الاهتمام بالأطفال العرب في المهاجر ودعوة المنظمات العربية المتخصصة للاهتمام بأبناء العرب المهاجرين والعاملين في خارج الوطن العربي، كل في مجال اهتمامها، وبخاصة المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ومنظمة العمل العربية.

٤٧ - يؤكد هذا الميثاق على الأهمية القصوى لرعاية الطفل الفلسطيني في مختلف مواقع، داخل الأرض المحتلة وخارجها، ودعم المؤسسات والأجهزة والهيئات الفلسطينية التي تتعهد رعاية الطفل، ومواصلة دعم الشعب الفلسطيني في نضاله لاستعادة حقوقه المشروعة ليؤسس دولته ويظلله سماه وطنه.

٤٨ - دعم الحضور العربي في كل المؤسسات واللقاءات والمحافل التي تهتم بتنمية الطفولة ورعايتها، ومضاعفة مشاركة الأمة العربية في هذا النشاط الإنساني.

أحكام عامة

٤٩ - تتخذ كل دولة عربية الخطوات اللازمة، في حدود ما تسمح به إمكاناتها المادية الفنية، لتحقيق أحكام هذا الميثاق وبكل الطرق المناسبة.

٥٠ - تقدم الدول العربية إلى جامعة الدول العربية (الأمانة العامة) تقارير دورية عن الإجراءات التي اتخذتها والانجازات التي حققتها في سبيل الوفاء بأحكام هذا الميثاق، على أن تشمل هذه التقارير بياناً بالعوامل والصعاب التي تؤثر على درجة الوفاء بالالتزامات المنصوص عليها في الميثاق.

٥١ - يُصبح هذا الميثاق نافذاً بعد إقراره من قبل مجلس وزراء الشؤون الاجتماعية العرب.

الملحق رقم 3:

الخطة القومية الشاملة لثقافة الطفل العربي^(*)

(المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم - ألكسو ١٩٩٣)

أولاً: مقدمة . . . نظرة إلى المستقبل

انطلاقاً من النظر إلى الثقافة بشكل عام وإلى ثقافة الطفل على وجه الخصوص بوصفهما أسلوباً عاماً للحياة ومنهجاً شاملاً للعمل، وتقديراً لضرورة إعداد الطفل العربي للتعامل مع كافة التحديات التي يفرضها القرن القادم [القرن ٢١] الذي يتصف بكونه عصر المعلومات المتدفقة والمعرفة المتزايدة المتفجرة ومجتمع العلم والتكنولوجيا المتطورة ومجتمع التفكير العلمي والفكر الخلاق ومجتمع التعددية في الرأي المشاركة في اتخاذ القرار، وكذلك عصر التكتلات الاقتصادية، وتمكيننا للطفل العربي من إثبات وجوده والمحافظة على كيانه وهويته الثقافية والقومية في العالم المعاصر، وتمشياً مع القرارات التي صدرت عن مؤتمرات الوزراء المسؤولين عن الشؤون الثقافية في الوطن العربي، وبالأخص الدورة الثامنة التي عقدت بالقاهرة عام ١٩٩١ وخصصت لثقافة الطفل العربي، واستلهاماً للخطة الشاملة للثقافة العربية التي أنجزتها المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم عام ١٩٨٥ فقد قامت المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم بوضع هذه الخطة القومية الشاملة لثقافة الطفل العربي.

إن الحديث عن الخطة الشاملة، يعني بالضرورة تطلعاً إلى المستقبل. ولعل أحداً لا يماري في حقيقة لا حيلة لنا فيها، وهي أن مقادير أمتنا العربية خلال

< http://www.alecso.org.tn/index.php?option=com_content&task=view&id=455&Itemid=396&lang=ar >

الربع الأول من القرن الحادي والعشرين سوف تكون في أيدي أجيالنا الجديدة. آنذاك سوف تكون غالبية أبناء جيلنا قد تقاعدوا، أو رحلوا، أو أوشكوا. وسوف تكون مقاليد الأمور حينئذ في أيدي وعقول أولئك الذين نراهم اليوم صغاراً يقوم على تنشئتهم في بيوتنا ومدارسنا ومعاهدنا، وجامعاتنا، ومساجدنا، وكنائسنا. هؤلاء هم صنّاع المستقبل القريب لأمتنا العربية، ولذلك فإن أول ما ينبغي أن تسعى إليه خطتنا الشاملة هو تبين ملامح ذلك المستقبل الذي نعدّ صغارنا لصناعته، أو بالأحرى الذي نعدّهم لمواجهة.

إن أحداً لا يستطيع تجاهل ما بيننا من صراعات عربية، وحرب الخليج الأخيرة ما زالت تلقي بظلالها علينا. بل إن أحداً لا يستطيع كذلك أن يتجاهل ما يعتمل داخل الكثير من أقطارنا العربية من صراعات قد تطفو حيناً، وقد تكمن أحياناً. وإلى جانب ذلك فإن التحديات الخارجية للأمة العربية تزداد شراسة وعنفاً وبخاصة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي. وما زالت فلسطين وأراض عربية محتلة من قبل إسرائيل. ونحن نعبّر دائماً - وبحق - عن قناعتنا بأن المستقبل لنا. ولعل ذلك هو حكم التاريخ والجغرافيا أيضاً.

ولكن هذه الحتمية المتفائلة لا تتحقق بعيداً عن البشر. فالبشر هم صنّاعها ووقودها. يستطيعون استباق المستقبل، وتيسير السبل إليه، بل والاقتراب منه. كما أنهم أيضاً قد يعجزون عن ذلك، ويتحوّلون هم أنفسهم إلى عقبة في طريق مستقبلهم، بل قد يدفعونه بعيداً كلما اقترب منهم.

والتحدي الذي وضعته هذه الخطة القومية الشاملة نصب عينها هو: كيف نعدّ أبناءنا حضارياً لاستباق أمتنا العربية؟ ما هي الأنماط الفكرية التي ينبغي أن ندرّب أجيالنا الصاعدة على رؤية العالم ورؤية أنفسهم من خلالها، مسلمين بأن مثل هذا الإعداد والتدريب يلعبان دوراً أساسياً في تشكيل مواقفهم الفكرية، وممارساتهم العملية حيال واقع أمتنا العربية حين تؤول إليهم مقاليد أمورها؟

إن تبين الملامح الواقعية لما سيكون عليه المستقبل العربي القومي والقطري، أمر بالغ الصعوبة يحتاج إنجازه إلى جهد علمي مكثف ومنظم ومستمر لكي نقرب في النهاية مما يعرف في علم المستقبلات بالسيناريوهات المحتملة للتطور الاجتماعي السياسي.

ورغم ذلك، فإننا نستطيع أن نسلّم بأن الرؤية بشأن مستقبلنا العربي - قومياً وقطرياً - تتباين تبايناً كبيراً. ورؤانا العربية تتباين، ورؤى أعدائنا - أي ما

كانوا - تتباين أيضاً. ولكن ثمة ما يجمع بين الرؤى العربية رغم تباينها. وثمة - أيضاً - ما يجمع بين رؤى أعدائنا وإن تباينت. قد تتباين الرؤى العربية للمستقبل بين الليبرالية، والدينية، والاشتراكية، والاقليمية، والاندماجية... أو من تركيبة ما تجمع بينها جميعاً أو بين بعضها. ومن ناحية أخرى، فقد تتباين رؤى أعدائنا وأمانهم. قد يميل البعض إلى السيطرة الاقتصادية، وقد يفضل البعض صيغة الابتلاع الحضاري الثقافي إلى غير ذلك من الصيغ.

ولكن رؤانا العربية تتفق رغم تباينها في أمرين يؤدي أحدهما إلى الآخر: الانتماء العربي سبيلاً إلى تحقيق الوحدة العربية. وتبقى رؤى الأعداء متفككة كذلك رغم تباينها في أمرين يؤدي أحدهما إلى الآخر أيضاً: تدعيم التجزئة أو التذويب سبيلاً لإحكام السيطرة.

ومن ثم فإننا مطالبون بإعداد خطة شاملة تيسر لأبنائنا ممارسة الانتماء وتحقيق الوحدة، وتحصّنهم ضد مخاطر الذوبان والتفتت.

إن التنشئة العربية الوحدوية - إذا ما صح التعبير - ينبغي أن تضع في اعتبارها تعددية الواقع العربي، وأن تأخذ على عاتقها احتواء تلك التعددية بكافة صورها، في إطار وحدوي أرحب. ولذلك فإن أهم ما ينبغي أن تستهدفه تلك التنشئة المرجوة هو غرس وتدعيم كل ما يساعد على القبول بالعربي «الآخر»: الآخر سلالياً، والآخر دينياً، والآخر فكرياً، والآخر اجتماعياً واقتصادياً...

ثانياً: المبادئ العامة

من أهم التوجهات والمبادئ العامة التي أخذت في الاعتبار وأعطيت أولوية عند إعداد الخطة الشاملة لثقافة الطفل العربي ما يلي:

١. المساعدة على توحيد منابع الثقافة التي تقدم للأطفال في مختلف أنحاء الوطن العربي وتحقيق أهداف العمل العربي المشترك.

٢. تنمية شعور الطفل العربي بالانتماء لوطنه وأمه وقوميته وتراثه.

٣. إيلاء اهتمام خاص لثقافة الأطفال العرب تحت الاحتلال الإسرائيلي، وكذلك لثقافة الأطفال العرب المهاجرين.

٤. السعي إلى ترسيخ الهوية القومية للأطفال العرب مع الحرص على الموازنة بين الأصالة والمعاصرة.

٥. السعي إلى تكامل الجهود التي تبذل في مختلف الأقطار العربية والتنسيق فيما بينها لتوفير الجهود والإمكانات ولتجنب الازدواجية والتكرار.

٦. إعداد الطفل العربي للتعامل مع آليات التكنولوجيا المتقدمة وذلك بتنمية قدرته على التفكير العلمي.

٧. تنمية قدرة الطفل العربي على التعلّم الذاتي والمستمر لتمكينه من ملاحقة التطورات المتسارعة ومتابعة المعلومات المتدفقة.

٨. إكساب الأطفال العرب القدرة على تقدير حتمية العمل والقدرة على الإنتاج والعمل كفريق.

٩. تنمية قدرات الطفل العربي الإبداعية والعمل على خلق الحس الفني الخلاق القادر على الإبداع.

١٠. تنمية قدرة الطفل العربي على التعامل مع الآخرين وعلى تقبل التعددية والأخذ بوجهات النظر الأخرى وتقبل النقد الموضوعي البناء والقدرة على الحوار.

١١. تنمية قدرة الطفل العربي على التمسك بحريته مع احترام حرية الآخرين وكذلك تنمية قدرته على إبداء الرأي والتعبير عنه.

١٢. تنمية قدرة الطفل العربي على تحمل المسؤولية والتخلص من الاتكالية.

١٣. تنمية وتعميق شعور الطفل العربي باحترام القانون والالتزام بالعرف.

١٤. تنمية الحس الجمالي لدى الطفل العربي وإكسابه الاتجاهات وتعليمه الممارسات اللازمة لحب البيئة والمحافظة عليها.

١٥. تنمية مهارات الاتصال والتواصل لدى جميع الأطفال العرب باللغة العربية الفصحى.

١٦. دعم وحدة الثقافة بين الأطفال في مختلف أقطار الوطن العربي.

١٧. تنمية ولاء الطفل للوطن العربي ولثقافته، وتحصينه ضد النزعات القبلية والطائفية والإقليمية، بحيث يشعر بالتوافق ما بين الانتماء إلى وطنه والانتماء إلى قوميته العربية، وبما يدفعه إلى احترام الآخرين والتعايش معهم في إخاء، باعتبار المجتمع العربي جزءاً من المجتمع الإنساني العالمي.

١٨. تدعيم قيمة العمل والإنجاز والقدرة على الإنتاج، بحيث تحتل مكاناً أساسياً ضمن النسق القيم للإنسان القرن ٢١ في الوطن العربي.

١٩. تدعيم قيم البحث والاستقصاء، وما يستتبعه هذا من نشاط ذهني وبذل جهد للتعرف على العالم، واكتشاف أسراره، وتطويعها لخدمة الإنسان، مع الحرص على حب البيئة واحترامها والمحافظة عليها، وهو ما يتطلب تنمية الناحية الجمالية والوجدانية في تصرفات الطفل ومشاعره وتعاملاته مع عالم الطبيعة والمؤسسات والبشر.

٢٠. خلق العقلية الناقدة الخلاقة، القادرة على تقديم حلول جديدة، مع تنشئة الأطفال على استخدام عقولهم وأيديهم، وعلى سرعة وسلامة استجابتهم لما يرونه وما يشعرون به أو يسمعون أو يلمسونه.

٢١. الاهتمام بتحديد النشاطات والخطوات الإجرائية والمشروعات الفعلية التي يساعد تنفيذها على تحقيق الأهداف الأساسية للخطة الشاملة.

بالإضافة إلى ذلك حددت الأساليب اللازمة لمتابعة تنفيذ هذه النشاطات واقترحت الأجهزة المطلوبة لتمويل هذه الخطة الشاملة.

ثالثاً: النشاطات والخطوات الإجرائية

١. مجال تطوير التعليم والثقافة

- يمكن القيام بالخطوات التالية التي تساعد على تطوير التعليم في الأقطار العربية بما يخدم أهداف الخطة الشاملة لثقافة الطفل العربي:

- إيلاء الطفل الفلسطيني، عُدّة المستقبل، في مختلف مواقع، في داخل الوطن العربي وخارجه، الرعاية القصوى، ودعم المؤسسات والهيئات والأجهزة التي تنهض برعايته.

- مد الرعاية للطفل العربي في داخل الوطن، إلى الطفل العربي في المهجر، لتوكيد صلته بقوميته، ولتشبث هويته، وترسيخ انتمائه إلى الوطن العربي الأم والحضارة العربية والإسلامية، والتعاون في هذا المجال مع الهيئات والمؤسسات التي لها الأهداف نفسها.

- النهوض بالتعليم بمختلف مراحلها بما يحقق أهداف التربية الحديثة وفي

خلق العقلية العلمية لا الاعتماد على مجرد تلقين المواد للأطفال.

- السعي لتوحيد المواد التعليمية والبرامج التربوية في مختلف أقطار الوطن العربي لتحقيق التقارب الثقافي سبيلاً إلى الوحدة الثقافية العربية.

- السعي لتضمين الكتب والمواد التعليمية والبرامج التربوية في مختلف أقطار الوطن العربي لتحقيق التقارب الثقافي سبيلاً إلى الوحدة الثقافية العربية.

- السعي لتضمين الكتب والمواد التعليمية والبرامج التربوية والتثقيفية التي تعد في كل من أقطار الوطن العربي نصوصاً ومعلومات ومواد حول مختلف الأقطار العربية الأخرى بحيث تحسن الصورة القومية المتبادلة بين أطفال هذه الأقطار.

- إعداد دائرة معارف للوطن العربي تحتوي على مواد حول كل من أقطاره وتساعد على زيادة معرفة الأطفال بها.

- إعداد الرصيد اللغوي للطفل العربي في سن ما قبل المدرسة على غرار الرصيد اللغوي للطفل العربي في المرحلتين الابتدائية والإعدادية الذي أنجزته المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، وإعداد جميع المواد التعليمية والثقافية التي تقدم للأطفال في مختلف المراحل اعتماداً على هذا الرصيد اللغوي القومي.

- السعي لإعداد جميع المواد الثقافية للطفل باللغة العربية الفصحى.

- الاهتمام بكتاب الطفل العربي والسعي لرفع مستواه وتذليل كافة العقبات التي تحول دون انتقاله بحرية بين مختلف أقطار الوطن العربي ودعم هذا الكتاب بكافة الطرق والسبل المتاحة مع الاهتمام بشكل خاص بالكتب العلمية والتكنولوجية وكتب الثقافة العلمية والخيال العلمي.

- الاهتمام بإنشاء متاحف العلوم بمختلف أنواعها بما فيها حدائق العلوم في مختلف أقطار الوطن العربي.

- التوسع في إنشاء المكتبات العامة والمدرسية ومكتبات الطفل بكافة أشكالها (الدائمة والمتنقلة والمحمولة والمصغرة ومكتبات الشوارع) والعمل على تطوير الخدمات المكتبية التي تقدمها لتتلاءم مع الظروف السائدة (كمكتبات محو الأمية) ونقل الخدمات المكتبية للأطفال إلى البيئات المحرومة ثقافياً واقتصادياً ومختلف فئات الأطفال ذوي الحاجات الخاصة بمن فيهم المعوقين.

- التوسع في إنشاء المراكز التعليمية والثقافية لتنمية الطفولة المبكرة على

الملحق رقم 4:

إعلان القاهرة: تفعيل آليات العمل العربي المشترك

«نحو عالم عربي جدير بالأطفال»

(٢ - ٤ تموز/ يوليو ٢٠٠١)

ديباجة

نحن المشاركون في المؤتمر العربي رفيع المستوى لحقوق الطفل، والمجتمعين في مقر جامعة الدول العربية بالقاهرة، خلال الفترة من ٢ - ٤ تموز/ يوليو ٢٠٠١، في هدي الشرائع السماوية والقيم الدينية والاجتماعية، وإيجابيات الموروث الثقافي والقيمي العربي والإنساني، الذي يحتل فيه الطفل والأم والأسرة مكانة متميزة، وفي إطار قرار مجلس جامعة الدول العربية على مستوى القمة الرقم ٢١٦ ق/ق/ع المؤرخ في ٢٨ آذار/ مارس ٢٠٠١، الداعي إلى وضع الآليات والخطط بهدف تفعيل العمل العربي المشترك من أجل الطفولة.

وانطلاقاً من الجهود العربية التي بذلت في سبيل الارتقاء بأوضاع الأطفال في العقدين الأخيرين من القرن العشرين، خاصة في ظل المبادرات العربية التي تمثلت في إصدار عدة موائيق واتفاقيات عربية منها الميثاق العربي لحقوق الطفل (١٩٨٣) والخطة العربية لرعاية الطفولة وحمايتها وتنميتها (١٩٩٢) والخطة العربية لثقافة الطفل (١٩٩٣) والبيان العربي لحقوق الأسرة (١٩٩٤).

وبعد مضي أكثر من عشر سنوات على اعتماد اتفاقية الأمم المتحدة لحقوق الطفل ودخولها حيز التنفيذ:

- نؤكد أن كفالة تمتع أطفال الدول العربية بحقوقهم الكاملة هي مسؤولية الحكومات العربية والمواطنين والأسر والمجتمع المدني والمنظمات الإقليمية والعربية والمجتمع الدولي.

- نؤكد ضرورة إعطاء الأطفال الأولوية في السياسات العربية والوطنية

باعتبارهم عنصراً فاعلاً وضرورياً في صناعة حاضر وطننا العربي ومستقبله.

- تؤكد دور القيادات العربية في تبنى ورعاية هذه الرؤية المستقبلية ومسؤوليتها عن إنتهاج سياسات تنهض بحقوق ومصالح الأطفال واليا فعين وتطبيق البرامج التي تترجم ذلك على أرض الواقع بشفا فية وبشكل قابل للمتابعة والرقابة والمساءلة.

واذ تعتبر أن أطفال الوطن العربي، الذين يشكلون ما يزيد على نصف عدد سكانه، هم أعظم ثروة نملكها في الحاضر، وأعلى رصيد لنا في المستقبل، ونحن بحاجة للاستماع إلى آرائهم والأخذ بها موضع الاعتبار عند وضع الخطط المستقبلية، بهدف بناء جيل مطمئن إلى:

أ - تمكينه من حقه في التمتع بصحة أفضل و حياة أطول.

ب - تمكينه من تنمية قدراته ومشاركته الفعالة في تنمية مجتمعه.

فإن الأمر يتطلب بلورة رؤية عربية مستقبلية تحدد مسارات العمل خلال العقد القادم، بما في ذلك وضع أهداف تعكس مستوى الآمال العربية، مع اتسامها بالواقعية وإمكانية التحقيق، ووضع خطط عملية تتضمن أطراً زمنية واضحة تركز على بناء شراكة حقيقية بين الحكومات وبين المجتمع المدني والأسرة والمجتمعات المحلية والمجتمع الدولي والأطفال أنفسهم.

و يمثل التحدي الآن في التزامنا بضمان تحقيق أهداف المرحلة القادمة من أجل أطفالنا، انطلاقاً مما يلي:

أ - إن الاستثمار في الطفولة يمثل هدفاً فظلاً عن كونه أساس التقدم الاقتصادي والاجتماعي، وتحقيق التنمية البشرية ويحقق السلام والاستقرار والأمن والديمقراطية والعدل والتنمية.

ب - إن الدور الذي تنتطلع الدول العربية إلى القيام به في مسيرة التقدم، يتوقف على توجيه الاستثمارات الكافية إلى مجالات النهوض بالطفولة.

ج - إن احترام كرامة الإنسان دون تمييز، شرط ضروري لتحقيق التقدم ولا تغني عنه متابعة المؤشرات الإحصائية.

د - إن تعزيز ثقافة احترام حقوق الطفل، هي عنصر أساسي في احترام حقوق الإنسان وتحقيق التنمية البشرية المستدامة.

هد إن حق الطفل في نموه ورفاهه، لا يتحقق إلا من خلال تكامل هذه الحقوق وتواصلها طوال مراحل الطفولة حتى إتمام سن الثامنة عشرة.

ومن هنا تتحدد مسؤوليتنا لتحقيق الأهداف التالية:

أ - تمكين كل طفل من حقه في بداية مثلى للحياة من حيث النمو البدني والنفسي والنماء الروحي والاجتماعي والأمان العاطفي والقدرة على التعلم.

ب - تمكين كل طفل من حقه في التنشئة في إطار الأسرة الطبيعية، وحقه في الالتحاق بالتعليم الأساسي واستكمال مراحلها، وحقه في تعليم جيد النوعية، يستثير قدراته على الإبداع والابتكار وينمي لديه المهارات الحياتية.

ج - تمكين النشء من حقه في تنمية استعداداته وقدراته الفنية الخلاقة في إطار المبادئ الأخلاقية والقيم وتعزيز انتمائه للأسرة والوطن والأمة العربية، وتأكيد اتجاهاته البناءة الإيجابية وتمكينه من المشاركة الفعالة في تقدم مجتمعه.

د - تمكين كل طفل من حقه في الحماية من الأذى البدني والنفسي والجنسي، وحقه في الحصول على العلاج والتأهيل في حالة تعرضه لذلك.

هـ - تمكين كل طفل من حقه في الحماية من الاستغلال الاقتصادي، ومن العمل قبل بلوغه السن القانونية.

و - تمكين كل طفل - اضطرته ظروف المعيشة إلى العمل - من حقه في الحماية من العمل في المجالات الخطرة والمتدنية التي تعرضه للمخاطر والأذى بدنياً ونفسياً.

ح - ومن حقه في تحسين أوضاعه في العمل وحقه في التعليم الأساسي - داخل أو خارج مؤسسة العمل - ومن التأهيل والتدريب، ومن الرعاية الصحية والاجتماعية، إلى أن يتم القضاء نهائياً على هذه الظاهرة.

ط - تمكين كل طفلة من حقها في المساواة مع الطفل الذكر خاصة في الرعاية الصحية وفي التعليم، وفي تجاوز كل المخاطر التي تتعرض لها بسبب التمييز وفقاً للنوع.

ي - تمكين كل طفل من ذوي الاحتياجات الخاصة من المعوقين، من تلقي الرعاية الصحية والنفسية والتأهيل بغية دمجهم في المجتمع بما يتناسب مع قدراته وظروفه.

ك - دعوة المجتمع الدولي لحماية الأطفال الذين يعانون ظروفًا صعبة جراء الاحتلال الإسرائيلي في فلسطين والجولان وجنوب لبنان، وبسبب الحصار والعقوبات والأسر.

إنجازات تحققت:

أ - حققت الدول العربية تقدماً ملموساً في مجال تأمين حقوق الطفل خلال العقد الماضي، حيث صدقت على اتفاقية الأمم المتحدة لحقوق الطفل (عدا الصومال) وقدمت تقاريرها إلى اللجنة الدولية لحقوق الطفل، ووضعت خططاً وطنية للعمل على تحقيق أهداف عام ٢٠٠٠ التي اتفق عليها في مؤتمر القمة العالمي حول الأطفال، وقامت بمراجعة منتصف العقد لهذه الخطط، كما قدمت تقارير نهاية العقد للأمين العام للأمم المتحدة.

ب - وحفقت الدول العربية تقدماً واضحاً في مؤشرات الطفولة ومن ذلك انخفاض معدل وفيات الأطفال دون الخامسة إلى أقل من ٧٠ في الألف في خمس عشرة دولة على الأقل، وارتفاع نسبة تحصين الأطفال، واقتراب معظمها من تحقيق هدف القضاء على شلل الأطفال والتحاق الفتيات بالتعليم الأساسي بنسبة ٨٠ بالمئة في خمس عشرة دولة، وارتفاع نسبة السكان الذين تتوفر لهم المياه النقية وخدمات الصرف الصحي بدرجة كبيرة.

ج - كما أنشأت خمس عشرة دولة عربية مجالس عليا أو هيئات وطنية للطفولة والأسرة، تُباشر عملها في وضع الخطط الوطنية لتحقيق أهداف العقد ومتابعة تنفيذها والتنسيق بين الأجهزة ذات التخصصات المتعلقة بالطفولة الحكومية وغير الحكومية، كما أنشأت بعض الدول العربية مراكز للمعلومات المتعلقة بالطفولة، واهتمت الحكومات العربية بتطوير تشريعاتها المتعلقة بالأطفال بما يضمن تفعيل حقوقهم الكاملة، ووضعت بعض الدول العربية قانوناً خاصاً بالطفل.

د - وبالتوازي، تم تعزيز آليات العمل العربي، متابعة للمؤتمر العربي رفيع المستوى لرعاية الطفولة وحمايتها وتنميتها (تونس - ١٩٩٢) من حيث قيام اللجنة الفنية الاستشارية للطفولة العربية، وتضم كافة الدول أعضاء الجامعة، وإنشاء إدارة للطفولة بجامعة الدول العربية، والاحتفال السنوي بيوم الطفل العربي، وإصدار دليل تشريعي نموذجي لحقوق الطفل، وقيام المشروع العربي لصحة الأسرة.

تحديات قائمة:

أ - على الرغم من هذا التقدم، يبقى العديد من التحديات، منها أن بعض الدول لم تحقق خفض معدل وفيات الأطفال دون الخامسة بمقدار الثلث، وما يزال هذا المعدل أعلى من ٧٠ في الألف في عدد من الدول العربية، وتبقى تحديات في طريق القضاء على شلل الأطفال وغيره من الأمراض المعدية. وترتفع نسبة سوء التغذية بين الأطفال في عدد من الدول، وترتفع نسبة الحوامل الثلاثي يعانين فقر الدم في كثير من الدول العربية، كما ينخفض استخدام الملح المدعم باليود في معظم الدول العربية، ولا تصل برامج الطفولة المبكرة إلا إلى نسبة متواضعة من أطفال المنطقة، ويعاني الأطفال في عدد من الدول العربية الاحتلال والأسر، والحصار، والنزاعات المسلحة التي تتفاقم آثارها بسبب طول مدتها واستهداف المدنيين والأطفال وضعف آليات حمايتهم.

ب - وما زالت هناك كبرى المشكلات التي نعانيها كوطن عربي واحد، والتي تتمثل في استمرار الاحتلال الإسرائيلي لبعض الأراضي العربية، والممارسات الوحشية ضد المدنيين والأطفال في فلسطين وانتهاك إسرائيل لكافة المواثيق والمعاهدات والاتفاقيات الدولية، خاصة اتفاقية حقوق الطفل، وضعف آليات حماية شعب وأطفال فلسطين، وهناك تأثير الأسر على الأطفال في بعض الدول العربية مثل: الكويت وفلسطين ولبنان وسورية، والعراق، وتأثير العقوبات والحصار المفروض على بعض الدول العربية كالعراق وليبيا والسودان الذي يعاينه بالدرجة الأولى الأطفال الأبرياء، بالإضافة إلى آثار النزاعات المسلحة على حقوق الطفل.

ج - وإذا يوجد قرابة ١١ مليون طفل لا يحصلون على حقهم في التعليم الأساسي و١٠ مليون طفل عامل، فإن مؤشر التنمية البشرية في معظم الدول العربية أقل من المتوقع مقارنة بمتوسط دخل الفرد، وتتسع التفاوتات في أوضاع الطفولة بين الأقطار العربية وبين المناطق المختلفة داخل معظمها.

د - وتتفاقم حدة هذه المشكلات في سياق أزمة المديونية وتصاعد معدلات البطالة والتضخم وتزايد الفقر واتساع رقعته وفجوته، وتراجع قدرة الدولة على تلبية الاحتياجات الأساسية للفرد، وتقليص حجم الإنفاق الحكومي في المجالات الاجتماعية، وغياب البعد الديمغرافي في السياسات التنموية، والتدهور المستمر في نوعية ومستوى الخدمات الأساسية الصحية والتعليمية

والاجتماعية، وازدياد ظاهرة أطفال الشوارع وإدمان المخدرات ومظاهر العنف ضد الأطفال والعنف لدى الأطفال والآثار السلبية للمعلومة.

المرجعية القانونية:

تأخذ في الاعتبار مجموعة المعاهدات والاتفاقيات الدولية التي تشكل الحد الأدنى المقبول في العمل من أجل الأطفال، يتصدّرها القانون الدولي الإنساني، وخاصة الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، واتفاقية الأمم المتحدة لحقوق الطفل، والبروتوكولات الإضافية الملحقة بها (البروتوكولات الإضافية المتعلقة بإشراك الأطفال في النزاعات المسلحة وحظر الاتجار بالأطفال). وكذلك الاتفاقيات الدولية الصادرة عن منظمة العمل الدولية، وخاصة الاتفاقيتين ١٣٨ المتعلقة بسن العمل و١٨٢ المتعلقة بالقضاء على أسوأ أشكال عمالة الأطفال، إضافة إلى الإعلانات، والخطط الدولية التي وافقت عليها الحكومات العربية.

ومنها إعلان خطة عمل مؤتمر القمة العالمي من أجل الأطفال لعام ١٩٩٠، وإعلان وخطة عمل فيينا لحقوق الإنسان ١٩٩٣، وما صدر عن مؤتمرات الأمم المتحدة حول السكان والتنمية الاجتماعية، والبيئة، والمرأة والتجمعات البشرية، والمؤتمر الوزاري العربي الأفريقي حول الموارد المالية للطفولة (مراكش ٢٠٠١) وأيضاً مجموعة الموائيق والاتفاقيات العربية، خاصة الميثاق العربي لحقوق الطفل (١٩٨٣)؛ والخطة العربية لرعاية الطفولة وحمايتها وتميئتها (١٩٩٢)؛ والبيان العربي لحقوق الأسرة (١٩٩٤)؛ والخطة العربية لثقافة الطفل (١٩٩٣)؛ والتشريعات العربية النموذجية التي اعتمدها بعض المجالس الوزارية العربية مثل: وثيقة القانون العربي الموحد للأحوال الشخصية (١٩٨٨)؛ والاتفاقية العربية لتشغيل الأحداث (١٩٩٦)؛ والقانون النموذجي لرعاية الأحداث المنحرفين والمهددين بخطر الانحراف (١٩٩٦). باعتبار أن النصوص المشار إليها، إلى جانب الدساتير والقوانين الأساسية العربية، تشكل جزءاً من هذه المرجعية، كل ذلك في إطار الشرائع السماوية والقيم الدينية وإيجابيات الثقافة العربية التي يحتل فيها الطفل والمرأة والأسرة مكانة متميزة.