

القيم في قنوات برامج الأطفال بين الانغلاق والاعتناق - دراسة تحليلية على برامج قناة MBC3 -  
Les valeurs dans les chaînes des enfants entre enfermement et identification-étude  
analytique sur des programmes de chaîne MBC3-

أ. فاطمة بخوش، جامعة قسنطينة -3-، الجزائر.

تاريخ التسليم: (2016/08/26)، تاريخ القبول: (2017/04/15)

le résumé:

ملخص:

Cette étude a pour le but de connaître d'une manière analytique les contenus et les valeurs des émissions d'enfants de la chaîne mbc3, en appliquant les étapes de la méthode d'analyse développementale de contenu sur un échantillon des programmes diffusants au cours de 7 semaines.

L'étude a conclu que le canal offre des programmes qui portent des valeurs étrangères inadéquates aux valeurs de notre société et valeurs humaines universels qui contribuent à préparer l'enfant à l'affiliation de société d'information. Puisque la source de majorité des programmes est étrangère, l'indice d'aliénation s'apparaît en les vêtements et les noms des personnages, leurs rôles et leurs appartenances aux classes sociales.

**Mots clés:** les valeurs, les programmes pour les enfants, enfant arabe.

تهدف هذه الدراسة للتعرف بصورة تحليلية على المضامين القيمة التي تحملها برامج الأطفال بقناة MBC3، بالاعتماد على منهج تحليل المحتوى الموسع، حيث تم تطبيق الخطوات المنهجية على عينة من البرامج التي تم تبثها القناة على مدار سبعة أسابيع. توصلت الدراسة إلى أن القناة قد قدمت برامج تحمل قيم دخيلة لا تتوافق مع قيم مجتمعنا وقيم إنسانية عالمية تساهم إعداد الطفل العربي للانماج في مجتمع المعلومات. لأن معظم البرامج مصدرها أجنبي فإن مؤشرات الاغتراب قد ظهرت في لباس الشخصيات وأسمائهم وأدوارهم الاجتماعية وانتماءاتهم الطبقية.

**الكلمات المفتاحية:** القيم، برامج الأطفال، الطفل العربي.

## مقدمة:

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 من جمهور الأطفال، حيث غالباً ما تحتل مشاهدة التلفزيون موقعا هاما في الممارسة الترفيهية للطفل، فحضور الوسائط الإعلامية الجديدة لم يلغي تواجد التلفزيون وإنما وسَّع من دائرة انتشاره وجعله فضاء استهلاكيا بامتياز. بعدما كان التلفزيون أحد وكالات التنشئة الاجتماعية التي تعمل على توحيد أفكار الطفل ورؤاه، إكسابه أنماط سلوكية وقيم واتجاهات تتفق مع معايير المجتمع السائدة، فقد نجحت هذه اللعبة السوداء (التلفزيون) في تزيخ المئات من التلفزيونات التي تختلف رؤيتها وأهدافها وآليات إشتغالها وأنماط التربية والتسليية التي تقدمها، مما جعل المسافة بين الإعلام والثقافة والتربية والتسليية تتآكل حيث بانت الحدود بينها هلامية يصعب القبض على كل تمفصلاتها، وتحوّل دور التلفزيون من الوساطة في تقديم الواقع إلى بناء واقع افتراضي يفرض وجوده أكثر من المرجع الذي يحيل إليه، مما جعل الطفل يعيش حالة من التذبذب والتشويش تتجاوزه مرجعيات قيمية مرئية منسجمة حينا ومتصادمة أحيانا أخرى مع خلفيته الاجتماعية، خاصة ونحن نعلم أهمية هذه المرحلة العمرية للطفل في بناء نسقه القيمي من جهة، وهشاشتها وسهولة تشربها للأنماط السلوكية السائدة من خلال ملاحظة نماذج تقمصية اجتماعية ومن خلال التعلم البديلي وعمليات التعزيز من جهة أخرى.

كل هذه التحولات طرحت رهانات على المؤسسات التلفزيونية العالمية، فمن جانب 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 ضوئها تجربة المشاهدة. من ناحية أخرى تجد نفسها تعيش تحت ضغط المنافسة ورهانات التموضع والبقاء في سوق معلومة تهيمن عليها فكرة الربح والخسارة، وتتعامل مع الطفل كهدف استراتيجي وكسوق استهلاكية مريحة. وهو ما طرح بدوره رهانات مضاعفة على المؤسسات التلفزيونية العربية العامة والمتخصصة من حيث ضرورة تطوير المنظومات القيمية الخاصة بها وتكييف الوافدة إليها بما يوافق حاجاتها ومنظورها.

## 1 - مشكلة الدراسة:

بناء على ما تقدم سنحاول الكشف عن القيم السائدة في برامج الأطفال بقناة mbc3 ومدى قدرتها على التوليف بين قيم الأصالة وقيم المعاصرة دون الوقوع في فخ الانغلاق أو الاعتناق من خلال طرح التساؤل الرئيس التالي:

ما هي القيم التي تعرضها برامج الأطفال عينة الدراسة، وكيف تم تقديمها من حيث المضمون والشكل؟

التساؤلات الفرعية الخاصة بالمضمون فقد جاءت كالآتية:

- \* ما هي القيم التعبدية التي تقدمها برامج الأطفال عينة الدراسة؟
- \* ما هي القيم الشخصية التي تقدمها برامج الأطفال عينة الدراسة؟
- \* ما هي القيم الاجتماعية التي تقدمها برامج الأطفال عينة الدراسة؟
- \* ما هي القيم العلمية والتقنية التي تقدمها برامج الأطفال؟
- \* ما هي قيم العالمية التي تقدمها برامج الأطفال عينة الدراسة؟
- التساؤلات الفرعية الخاصة بالشكل فقد جاءت كالآتية:

\* ما هي سمات الشخصيات الرئيسية الحاملة للقيم من حيث الجنس والاسم واللباس ونوع ؟

\* ما هي سمات الشخصيات الرئيسية الحاملة للقيم من حيث أدوارها الاجتماعية ؟

\* ما هي سمات الشخصيات الرئيسية الحاملة للقيم من حيث انتمائها الطبقي؟

## 2- مفاهيم الدراسة: حددناها في المفاهيم التالية:

**القنوات المتخصصة في إعلام الطفل:** إن القنوات المتخصصة هي القنوات التي تقابل القنوات الجامعة أو الشمولية، وهي التي تخلت عن شمولية المضمون والمقصد لتختص في مجال برامجي منفرد أو تتوجه إلى جمهور محدد (العياري، 2006، ص.11).

**القيم:** تدل كلمة القيمة على اسم نوع من الفعل قام بمعنى وقف، واعتدل، وتشير القيمة إلى الأفضل والأحسن والأكمل لكونها شديدة الالتصاق بما يجب على المرء والجماعة أن يسلكوه. يرى أدلر بأن القيم يمكن تصورها على أنها تعني إحدى المعاني التالية: أنها أشياء مطلقة لها هويتها المستقلة، أنها متضمنة في الموضوعات، والأشياء المادية أو غير المادية، أنها مفاهيم تظهر من خلال حاجات الفرد البيولوجية وأفكاره التي يتبناها، أنها تساوي أو تكافئ الفعل أو السلوك (الشامي، 2013، ص.21) ويتضح من هذا التعريف أن أدلر قدم مستويات لاكتساب القيم من الأكثر تجريدا نحو الأكثر إجرائية، بالانتقال مما هو مثالي (الرغبات والتفضيلات) نحو مستوى أقل تجريدا وترتبط بالموضوعات والأشياء ثم بالحاجات والرغبات لتظهر بشكل ملموس من خلال السلوك، ويمكن اعتبارها جميعا مؤشرات لقياس القيمة

وتحديدها. ولأن النصوص الإعلامية ليست مجرد حوامل ناقلة للمعلومة وإنما أجهزة ترميز معرفية للقيم والوقائع، فإن القيم في الإعلام عبارة عن أنظمة رمزية تظهر داخل محيط لغوي ودلالي في شكل رموز ومعاني حسب التفاعلية الرمزية في شكل مدلولات حسب المدرسة البنوية (بالغيثية، 2013، ص. 214) وبالتالي فإن استجلاء القيم من النص الإعلامي يتم من خلال تأويل العلامات الأيقونية والتشكيلية والألئسية واستخراج دلالاتها، وهو ما أشار إليه أرمأن ماتيلار في قوله إن تحليلات الأنظمة الرمزية ليست علومًا اجتماعية تبحث عن قوانين، بل هي علوم تأويلية تبحث عن دلالات (أرمأن، 2005، ص. 76)، خاصة أن المعنى ظاهرة غير مباشرة، وهو رمزي وليس صوري، وبالتالي يمكن مقارنته من خلال الاجتهاد والتأويل؛ فالرمز يحمل معنى ثنائياً، ويتعلق الأول بالمعنى المباشر كما نجد ذلك في الدوال وهذا المعنى يقترح معنى ثنائياً آخر هو معنى المعنى، ويشير شوتز إلى معنى التعددية يسميها بأقاليم المعاني ويقر أن مختلف أقاليم المعاني يمكن أن تتعايش في سياق تاريخي اجتماعي خاص (عزي، 2003، ص. 27)، وهو ما يحيلنا إلى تعدد القيم داخل النص الإعلامي وتواجدها الظاهر والضمني.

**التحديد الإجرائي لمفهوم القيم:** القيم هي مجموعة من التصورات، والآراء، والمعايير، والاتجاهات، والأحكام بتفضيل أو عدم التفضيل تظهر في محيط ألسني، أيقوني، تشكيلي داخل النص الإعلامي. وقد قسمناها إلى قيم تجمع بين قيم تقليدية وأخرى معاصرة، ونعني بالقيم التقليدية: القيم المتوارثة عبر الأجيال والسائدة في ثقافة مجتمع، وتشكل جزءاً ثابتاً من هوية المجتمع، أما القيم المعاصرة فنعني بها القيم الوافدة على المجتمع؛ بحيث يتم استيرادها أو توطئتها نتيجة الاحتكاك بثقافات أخرى.

وقد ضبطنا مؤشراتنا بالاستعانة مصفوفة القيم التي أعدها عدد من الباحثين، منهم الباحث ماريانو جرونديونا، دي. بولنجر، وجي هوفستيد في نظرية الأنماط الثقافية؛ حيث قسم القيم إلى قيم معاصرة وأعتبرها داعمة للنمو، وقيم تقليدية مقاومة للنمو، (هاريزون، ولورانس، 2009، ص. 271) كما اعتمدنا على نموذج قياس القيم الذي اقترحه الباحث شوارتز شاروم تم تطبيقه على أكثر من 70 بلداً؛ وهو صالح لمختلف الثقافات، كما أنه الأكثر استخداماً في دراسات المحتويات القيمية في وسائل الإعلام، وقسم بذلك القيم إلى قيم تحقيق الذات، مقابل قيم تجاوز الذات وقيم الانفتاح على التغيير، مقابل قيم المحافظة (Schwartz, 1993, p.80). ونظراً لغياب جرد عام خاص بالقيم السائدة في المجتمع العربي والذي يمكن أن يشكل دليلاً للباحثين في دراستهم للقيم من جهة، وعدم صلاحية الاعتماد على نماذج غربية بحته قد تكون غير ملائمة لتطبيقها في سياقات غير السياق الذي ظهرت فيه؛ لأن القيم وليدة سياقات حضارية وثقافية وتاريخية معينة (بومعيرة، 2005، ص. 139) فقد حاولنا الاستعانة بمصفوفة القيم العربية التي اقترحتها الجهود العربية من أجل وضع ملامح الإستراتيجية الإعلامية للطفل العربي،

من خلال موثيق واتفاقيات ومؤتمرات تم عقدها (خمخام، 2002، ص.197)، وبالإضافة إلى الاستناد على الخطة العربية للتربية على حقوق الإنسان خلال 2014 ونلاحظ أن القيم المقترحة هي بالأساس قيم جامعة بين الأصالة والمعاصرة ومن هذا المنطلق قسمنا القيم وحددنا أبعادها على النحو التالي: قيم دينية، قيم تعبدية قيم شخصية، قيم اجتماعية، قيم علمية وتقنية، وقيم إنسانية عالمية.

### 3- منهج الدراسة وأدواته:

اعتمدت الدراسة على منهج تحليل المحتوى الموسع، باعتباره أسلوباً وطريقة تسمح بتفكيك الذّص بطريقة نسقية من خلال تقنيات التحليل الكمي، والتحليل الكيفي، حيث يسمح التحليل الكمي بالكشف عن المحتوى الظاهر للمعطيات، حسب تقنيات التقسيم، والترميز، والعد، والحساب، والتحليل الكيفي؛ الذي يسمح بالكشف عن الدلالات الخفية للرسالة المدروسة، تحليل المحتوى الكيفي لم يلغي تحليل المحتوى الكمي وإنما اعتبره مرحلة سابقة له وضرورية (Ecuyer, 1990, p.130).

**وحدات وفئات التحليل:** استخدمنا وحدات وفئات التحليل التالية:

**وحدة التحليل:** اعتمدنا في تحليل مضمون البرامج التلفزيونية وحدة المفردة، وتتمثل في حلقة من برنامج بث على قناة mbc3 خلال فترة الدراسة.

**فئات التحليل:** والتي قسمناها إلى

فئة محتوى الاتصال؛ وتشمل:

**فئة القيم:** والتي تسمح بالكشف عن مراكز الاهتمام في المحتويات القيمية التي تعرضها برامج الأطفال mbc3 والتي تتمثل في:

**القيم التعبدية:** التي يتم من خلالها تحديد علاقة الفرد بخالقه وتتمثل في: أداء الفرائض، والعبادات، والالتزام بالفرائض، والتخلي بالأخلاق الحميدة، والقيام بالسلوكيات المفروضة.

**القيم الشخصية:** أي القيم المرتبطة بشخصية الطفل؛ والتي تحدد علاقة الفرد بذاته، وتشمل **قيم معرفة الذات وتقبلها** من خلال التحفيز على التعبير عن الاحتياجات، والرغبات، والميولات، والانتظارات،

وتحرير المشاعر السلبية، والإيجابية، وتقبل الشخص لشكله ومظهره ووضع الاجتماعي، وتقبل سلبياته وإيجابياته. **قيم تحقيق الذات:** القدرة على الإنجاز وتحديد الأولويات، الصبر والمثابرة والشجاعة

والنحدي، والالتزام، وحسن التخطيط، والاهتمام بالمظهر، وبالصحة الجسدية، والاهتمام بالغذاء، وتحمل المسؤولية، والثقة بالنفس، والتواضع، والاستقلالية، واحترام العمل، والإيمان بالفرد، والامتثال للقوانين،

والمعايير القابلة للتحقق، الإيجابية والتفاؤل، الكياسة، الدقة والوضوح، العقلانية (الاحتكام للعقل في تقييم الأمور)، تحقيق المتعة، والسعادة الشخصية، النزاهة، الطموح، قوة الإرادة. أما **قيم تقدير الذات؛** فتتمثل

في الثقة بالنفس، الاعتزاز بالذات، احترام الذات، السعي لإشباع الحاجات، التركيز على النفس، عدم الانشغال بالآخرين، عدم المقارنة مع الآخرين، تقبل النقد، تقبل الفشل، الشعور بالرضا، والاستمتاع بالنجاح.

**القيم الاجتماعية:** القيم المستمدة من اهتمام الفرد وميله للتفاعل مع الآخرين والتجاوب معهم وهي القيم التي أطلق عليها شوارتز شاروم قيم تجاوز الذات، وحصرتها في الفئات التالية احترام الروابط الأسرية (طاعة الوالدين، احترام الوالدين، محبة الوالدين، احترام الإخوة، احترام خصوصيات أفراد الأسرة، صلة الرحم، إقامة علاقات طيبة مع أفراد الأسرة، المشاركة في أداء المهام الأسرية، التشجيع على الحوار، الصدق والشفافية في التعامل) الصداقة والأخوة (التضامن مع الآخرين، وحدة الجماعة، إظهار الاهتمام والمودة للأصدقاء، حفظ السر والأمانة، احترام الأصدقاء، التسامح، الإخلاص، احترام الأسرة، رعاية الوالدين، التعاون، الصداقة، احترام الآخر، تحمل المسؤولية، آداب المعاملة)، تعزيز الانتماء (الحوار، الانتماء، المواطنة، التماثل مع قيم المجتمع، الولاء، الأمن بمختلف أنواعه، الإخلاص، الأذب).

**القيم العلمية والتقنية:** والمتمثلة في حب الاستطلاع (السؤال وطرح الأسئلة، الانتباه للمواقف الجديدة، التعبير التعبير عن الرغبة في تحصيل معلومات جديدة، استشارة المختصين عند تلقي المعلومة، البحث عن الجديد في العلوم، التشجيع على استخدام التكنولوجيا)، **الأمانة العلمية** والتي حددنا مؤشراتنا في النقاط التالية (كتابة الملاحظات وتدوينها باستمرار، الاعتراف بفضل الآخرين وجهودهم، عدم نسبة أفكار الآخرين لنفسه، الأخذ بجميع المعلومات والبيانات عند القيام بتعميمات). **التفكير العلمي** (احترام العلم والعلماء.. التفسير والتعليل العلمي، الاستماع للانتقادات وتقييمها ودراستها، تجنب إصدار الأحكام، تحليل الظواهر من مختلف جوانبها، اعتماد الترتيب المنطقي والتسلسل في عرض المواقف العلمية، الصبر على الإحباط الذي يمكن أن تظهر عند إجراء نشاط علمي نشر الأفكار العلمية، الانفتاح على آراء الغير، التحقق من دقة المعلومات، وصدق المقدمات للوصول إلى نتائج صحيحة، اقتراح عدة فرضيات للمشكلة، والابتعاد عن الخرافات).

**قيم إنسانية عالمية:** احترام التراث الحضاري المشترك، الحفاظ على التوازن البيئي والتنوع في المستقبل، المحافظة على المناطق التي تمتاز بنواحي جمالية، إصلاح الإضرار التي يسببها الإنسان للبيئة. الاهتمام بالمخلوقات الأخرى، مكافحة الجريمة، التعايش، المساواة، الحرية، السلام.

**فئة سمات الشخصيات الحاملة للقيم:** من حيث الجنس، أسماء الشخصيات، لباس الشخصيات، نوع البطولة، الدور الاجتماعي للشخصيات الرئيسية، الطبقة الاجتماعية للشخصيات الرئيسية.

**فئة المصدر:** أي الجهة المسؤولة عن إنتاج برامج الأطفال، سواء كانت برامج من إنتاج عربي، أم إنتاج أجنبي.

**4- عينة الدراسة:** 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، وصل عددها حسب تقرير البث الفضائي 2014 إلى 44 قناة (التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2014، ص. 14) وما تتضمنه من برامج يصعب علينا حصرها، لهذا ارتأينا اختيار العينة المتعددة المراحل، وذلك على 3 ثلاث مستويات:

**المستوى الخاص بالمصدر:** وقع الاختيار على قناة 3 mbc بالنظر إلى كونها قناة تتمتع بشهرة كبيرة، فهي نتاج تجربة لتوسع الأفقي التي قام بها تلفزيون الشرق الأوسط، واستقادت بالتالي من القاعدة الجماهيرية للقناة الأم التي تعتبر الأكثر مشاهدة. قناة تشمل مختلف الفئات العمرية للطفل موجهة إلى الفئة العمرية من 3 سنوات إلى 13 عاما، تقدم أشكالاً برمجية مختلفة، وتقوم بإنتاج العديد من البرامج التلفزيونية في استوديوهاتها كما قدمت قناة 3 mbc العديد من برامجها مثل عيش سفاري، وبنات وبس، تتيح للأطفال التفاعل مع جماهيرها من خلال موقعها الرسمي، أو برامجها المباشرة من موقعها الإلكتروني، وتشهد متابعة كبيرة على صفحات الفايسبوك.

**المستوى الخاص بالفترة الزمنية لاختيار العينة:** تم اختيار البرامج التي تبث خلال الفترة الممتدة من 23 فيفري إلى غاية 11 أفريل، وقد حددنا فترة زمنية افتراضية، وذلك نظرا لعدم اعتماد القنوات المتخصصة على دورات برمجية واضحة كما هو حاصل في القنوات الجامعة حيث يؤكد الباحث لورينزو فيلشس أن الاتجاه الحالي في البرمجة يسلك سبيل الإيقاع المطرد كما لو أنه لم يعد هناك سوى فصل واحد (فيلشس، 2000، ص. 153). ونظرا لكثافة المحتويات في القنوات المتخصصة وتكرار أغلب السلاسل لمأ ساعات البث، وعدم تغييرها إلا بعد فترات طويلة، واعتمادها على سياسية البث على مدار الساعة، فقد اعتمدنا أسلوب الأسبوع الصناعي، والمتمثل باختيار يوم واحد من كل أسبوع، وهذا ما يسمح بإعطاء فرص متساوية لجميع مفردات العينة حتى تخضع لعملية التحليل. ولأن القناة عينة الدراسة تعتمد إستراتيجية الكتل البرمجية الموجهة لشرائح عمرية معينة، والتي تكون لفئة أطفال ما قبل المدرسة صباحا والفئة المتوسطة مساء، واليافعين ليلا، فقد تم اختيار ساعتين من كل يوم بشكل متتابع حتى يتم تغطية مختلف الفترات الزمنية للبث، وحصرنا مختلف البرامج التي تبث خلال هذه الفترة، وتحصلنا على 23 برنامجاً باستثناء الإشهارات وبرامج الأخبار، والبرامج الرياضية، التي لا تدخل في مجال دراستنا.

المستوى الخاص بتحديد نوع المادة التي سيتم تحليلها: حيث سُدَّ حُلَّ مختلف البرامج المقدمة، بغض النظر عن طبيعتها، مع مراعاة جملة من الخصائص: أن يكون بثها دوري، وبشكل منتظم، سواء كان يومياً أو أسبوعياً؛ ، أن يكون وقت البث من 8 صباحاً حتى 10 ليلاً؛ وهي الفترة الأقصى التي قد يتابع فيها أطفال ما قبل المدرسة والمتوسطة و الفترة المتأخرة البرامج، وتحصلنا على 21 حلقة ممثلة لمختلف السلاسل المعروضة.

جدول رقم (01): يوضح توزيع مفردات العينة.

اليوم والتاريخ	وقت العرض	أسماء البرامج
الثلاثاء 2016/03/1	09:00-07:00	مغامرات دورا، أسماك الفقاعات، مغامرات كيت وميمي
الأربعاء 2016/03/9	9:00 إلى 11:00	دوريات المخلاب، كاسبر الشبح الطيب، غزو الكائنات البحرية، الفرقة السرية لمحاربة الأشرار.
الخميس 2016/03/17	11:00 إلى 13:00	طرائف الحيوانات، الأيون السحريان، أروع الجواسيس، الجاسوسيات.
الجمعة 2016/03/25	13:00 إلى 15:00	برنامج أحلى صوت
السبت 2016/04/2	15:00 إلى 17:00	برنامج أحلى صوت
الأحد 2016/04/10	17:00 إلى 19:00	باتمان، هالك وفريق القوة، محاربو السندوكاي، قولي ليش؟
الاثنين 2016/04/18	19:00 إلى 21:00	تليسكوب

جدول رقم 1: أسماء البرامج عينة الدراسة وتوزيعها حسب الأيام وتوقيت البث

5- عرض ومناقشة النتائج: وقد شملت المحاور التالية:

عرض ومناقشة النتائج المتعلقة بمضمون القيم في برامج الأطفال عينة الدراسة:

توزعت فئة مضمون القيم محل الدراسة كما هو موضح في الجدول رقم (2) على النحو التالي:

القيم الأساسية	القيم الفرعية	التكرار	النسبة	مجموع التكرارات	مجموع النسب
قيم شخصية	معرفة الذات	6	11.11	19	35.18
	تحقيق الذات	8	14.81		
	تقدير الذات	3	5.55		
قيم اجتماعية	تقدير العلاقات الأسرية	5	9.25	17	31.48
	التعاون والجماعية	4	7.4		
	الانتماء	6	11.11		
قيم علمية وتقنية	حب الاستطلاع	3	5.55	5	9.25
	الأمانة	/	/		
	التفكير العلمي	2	3.7		
قيم عالمية	حماية البيئة	7	12.96	13	24.07
	التعايش	4	7.4		
	حماية التراث الثقافي	2	3.7		

## جدول رقم (2): توزيع القيم في برامج الأطفال عينة الدراسة

نلاحظ من الجدول السابق، أن القيم التربوية الشخصية قد احتلت الصدارة بنسبة 35.18%

حيث شملت قيم إثبات الذات، وتحقيق الذات، وتقدير الذات، والتي ظهرت مؤشرات في سلاسل الفانتازيا والخيال العلمي مثل سلسلة دوريات المخلاب، سلسلة ماكس ستيل، الفرقة السرية لمحاربة الأشرار، سلاحف النجا وكلها سلاسل موجهة لفئة الأطفال المتوسطة، والمتأخرة، أين يسعى الطفل في هذه المرحلة لإيجاد هوية مستقلة وإثبات وجوده، وإن كنا نسجل بعض المظاهر السلبية التي تعرقل النمو النفسي للطفل، وقد أطلق عليها الباحث ماريانو جرونونو في نظرية الأنماط الثقافية القيم المقاومة للتغيير كالاتكالية واللامبالاة والاعتماد على الحظ والسحر في تحقيق الأهداف والشراهة، والطمع، وتشجيع النزعة الاستهلاكية، والتي ظهرت في سلسلة كاسبر الشبح اللطيف وسلسلة سبونج بوب سكوير بانس. أما عن القيم الاجتماعية فقد احتلت الترتيب الثاني بنسبة 31.48% حيث شملت الفئات

الفرعية التالية: تقدير العلاقات الأسرية، التعاون والجماعية، الصداقة والأخوة، تعزيز الانتماء وقد ظهرت هذه المؤشرات خاصة في سلسلة مغامرات دورا، دوريات المخلاب، مغامرت كيت وميم ميم، أسماك الفقاعات، وغيرها، وهذا استجابة لاتجاهات صناعة البرامج، والتي باتت تسعى، كما أكد ميشال سوشن في كتابه التلفزيون والطفل، إلى توظيف إستراتيجية ربط الطفل بحياته العائلية من خلال تعزيز الجانب التفاعلي للطفل وإكسابه المهارات الاجتماعية اللازمة (سوشن، 2016، ص.44)، وإن كانت بعض السلاسل قد قدمت أفكاراً حول الأثنية وضعف الروابط الأسرية، وتعويضها بعلاقات افتراضية كما ظهر في سلسلة الأيون السحريان.

بالنسبة للقيم العلمية والتقنية فلم تحصل على نسب عالية؛ إذ لم تتجاوز نسبة 9.25% وظهرت مؤشراتنا من خلال حب الاطلاع، والاستكشاف، والتشجيع على استخدام التكنولوجيا، والبحث عن الجديد في العلوم، وحب العلم، وتحصيل المعرفة، بينما غابت بعض المؤشرات كالتفكير الناقد، واحترام العلم والعلماء، بالرغم من تأكيد عديد من الملتقيات على ضرورة نشر الثقافة العلمية لدى الطفل من أجل إعداده لمواكبة تطورات العصر وإدماجه في منظومة مجتمع المعلومات والمعرفة؛ حيث أكدت إحدى الدراسات التي اهتمت بدور وسائل الإعلام السمعية البصرية في نشر المعرفة العلمية، أن الثقافة العلمية لدى المواطن العربي ما زالت تتسم عموماً بالجهل والتذبذب والسطحية (قنطرة، 2006). أما القيم الإنسانية العالمية؛ فقد حصلت على نسبة معتبرة وصلت إلى 24.07%، والتي ظهرت مؤشراتنا من خلال الدفاع عن الإنسان وعن الأرض، مكافحة الجريمة، التعايش برغم الاختلاف، وحماية البيئة، والتعريف بثقافات الشعوب الأخرى؛ حيث أكد الباحث جون كازانوف في هذا الصدد على دور التلفزيون في إخراج المشاهد من مخيلته الثقافية الضيقة، وجعله كائناً كونياً من خلال الخبرات الممتدة التي يقدمها (المحواصي، ص.25)، وإن كانت العديد من السلاسل قد غلب عليها طابع العنف والصراع وحدة التنافس بين الأبطال وأعدائهم، وهو ما قد يلعب دوراً تحريضياً للأطفال ويثير لديهم المتعة والرغبة في المتابعة، هذه المتعة اللحظية تستنزف الطاقة النفسية للطفل وتتركه مستسلماً لدوافعه دون استدعاء ملكاته العقلية، ثم تتركه في حالة رعب يستسلم إلى تعريغ غريزي بشكل متواصل وخارج مفهوم الزمان والمكان والواقع خاصة وأن الشخصيات تترك مجالاً واسعاً للإسقاطات وأحلام اليقظة (عبد الكافي، ص.111)، كما حملت بعض السلاسل صوراً نمطية سلبية عن العالم الثالث، باعتباره عالماً صحراوياً ليس لدى أفرادها إحساس بالزمن، مليء بالصراعات والديانس، والعالم الأمريكي عالمٌ متطور، وعالم تحقيق الأحلام المستحيلة ونشر السلام، وهو ما سيؤثر على نظرة الطفل العربي لنفسه ولمجمعه. أما عن القيم التعبدية

فقد كانت غائبة تماما بسبب النقص الفادح في إنتاج برامج دينية وحضورها المناسباتي، الذي يقتصر على رمضان وأحيانا أيام الجمعة ومن بين هذه البرامج نجد قصص الإنسان في القرآن وغيرها. عرض ومناقشة النتائج المتعلقة بسمات الشخصيات الحاملة للقيم: توزعت سمات الشخصيات الحاملة للقيم على النحو التالي:

النسبة	التكرار	معايير التصنيف		النسبة	التكرار	معايير التصنيف	
38.09	8	فردية	نوع البطولة	57.14	12	ذكور	الجنس
4.76	1	ثنائية		9.52	2	إناث	
57.14	12	جماعية		33.33	7	مشتركة	
4.76	1	داخلي	الدور الاجتماعي للبطل	9.52	2	عربية	الأسماء
95.23	20	خارجي		90.47	19	أجنبية	
/	/	مزدوج		/	/	مختلطة	
33.33	7	غنية	الطبقة الاجتماعية للبطل	4.34	1	عربي	اللباس
61.9	13	متوسطة	95.23	20	أجنبي		
4.76	1	فقيرة			مختلط		

### جدول رقم (3): سمات الشخصيات الحاملة للقيم

**سمات الأبطال من حيث الجنس:** يوضح الجدول السابق أن الشخصيات الرئيسية من الذكور قد بلغت نسبتها 57.14%، أما الأبطال من الإناث فلم تتجاوز نسبة 9.52%، في حين الشخصيات الرئيسية من الجنسين (في حالة تعدد أبطال السلسلة) قد وصل إلى نسبة 33.33%. وتعود المبالغة في تمثيل الذكور لرغبة شركات صناعة برامج الأطفال لتحقيق العائد المالي، باعتبار المواضيع والسلاسل التي يكون أبطالها من الذكور مواضيع مشتركة تحظى بإقبال كلي الجنسين، في حين تقتصر المواضيع والسلاسل التي تكون بطلتها فتاة على اهتمام الإناث فقط دون الذكور، وبالتالي فإن جمهور النوع الأول أوسع من جمهور النوع الثاني، ومن أجل توسيع القاعدة الجماهيرية، أصبح اللجوء أكثر إلى البطولات الجماعية التي تتضمن حضورا ذكوريا وإناثيا، بينما تظل البطولات الإناثية المحضه أمرا غير رائج في برامج الأطفال؛ حيث ظهرت في سلسلة الجاسوسات ومغامرات دورا.

**سمات الأبطال من حيث الأسماء واللباس:** بالنسبة لسمات الشخصيات الرئيسية من حيث الأسماء فقد تحصلت فئة الأسماء الأجنبية على نسبة 90.47%، أما الأسماء العربية فلم تحصد سوى نسبة 9.52%، وبما أن المنتجات عربية فإن أسماء الأبطال تكون عربية، وبالتالي لم تظل الدبلجة

أسماء الشخصيات، وقد يكون عدم التعديل في أسماء الشخصيات أمر صحيح حتى لا تشوش 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، وإن كان البعض يعتقد أن عدم ببلجة أسماء الأبطال مؤثر سلبي، لأنه لا يساعد الطفل على تقبل القيم وتمثلها. وإذا كانت الأسماء غريبة فإن فئة اللباس أيضا قد طغى عليها البعد الأجنبي؛ حيث احتل اللباس الأجنبي أعلى نسبة قدرت بـ 95.23%، أما اللباس العربي فلم يتجاوز نسبة 4.34%. وما يلاحظ على ألبسة الأبطال ومقدمي البرامج أنها ذات طابع غربي، وهو ما سينعكس سلبا على هوية الطفل العربي، كما أنها ألبسة شديدة الإثارة، وتتبع الموضة الرائجة، وغير متناسبة تماما مع مرحلة الطفولة مما يجعل الطفل من التجربة التلفزيونية يعيش عالم الكبار بخبراتهم وقيمهم، وهو ما يجعل الطفل ينسلخ من طفولته.

**سمات الأبطال من حيث نوع البطولة:** فقد حصدت البطولة الجماعية 57.14%، تليها البطولة الفردية التي وصلت نسبتها إلى 38.09%، أما البطولة الثنائية فقد حصدت 4.76%، ويعود ارتفاع نسبة البطولة الجماعية استجابة للاتجاهات الحديثة في إعداد برامج الأطفال؛ التي أصبحت تسعى لربط الطفل وأسرته وجماعة الرفاق خارج المنزل، وخلق علاقات إنسانية تفاعلية تضامنية. الأمر الذي يتطلب بطولات جماعية خلّقا لما كان رائجا في البرامج سابقا، 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، وهو ما يفسر حضور البطولات الفردية؛ التي يدافع عنها منتجو البرامج؛ الذين يدركون جيدا أن الطفل يتعلق أكثر بالأبطال الفرديين، فسرعة تتابع وتلاحق الصور التلفزيونية، لا يترك المجال للمشاهد للتركيز على أكثر من شخصية في الوقت نفسه.

**سمات الشخصيات من حيث الدور الاجتماعي للشخصيات الرئيسية:** حصدت الأدوار الخارجية نسبة 95.23%، حيث تم التأكيد على سمات الدور النضالي، والحمائي، والتعليمي، بينما لم تظهر الأدوار الإدارية، والاجتماعية، والسياسية، والثقافية، وهذا يتوافق مع طبيعة البرامج التي يغلب عليها الحركة والمغامرات وأفلام الفنتازيا، بينما الأدوار الداخلية؛ فقد ظهرت أدوار الابن والبنت بنسبة 4.34% خاصة في السلاسل الموجهة لطفل ما قبل المدرسة، أين يكون الهدف الأساسي ربط الطفل بعائلته ومحيطه، مما يجعل الأدوار الداخلية تبرز أكثر، بينما تهتمش العديد من الأدوار الخارجية خاصة ذات الطابع اليدوي كالحرف والمهن اليدوية، مما يجعل الطفل يستشعر الدونية، ولا يعطي قيمة للعديد من المهن، ويخلق لديه نوع من التراتبية والطبقية في ذهنه.

سمات الشخصيات من حيث الطبقة الاجتماعية: نلاحظ من الجدول السابق أن نسبة فئة الأبطال الذين ينتمون إلى الطبقة الاجتماعية المتوسطة قد وصل إلى 61.9 %، تليها فئة الأبطال الذين ينتمون إلى الطبقة الغنية بنسبة 33.33% وأخيرا الطبقة الفقيرة بنسبة 4.34 %، قد يكون ميل القائمين على إعداد برامج الأبطال إلى تمثيل الأبطال من الطبقة المتوسطة متعمدا، حتى تسهل على المستقبليين تقمص شخصية البطل الذي يحمل نفس خصائصهم الاجتماعية، أما حضور الطبقة الغنية فهو من أجل تقديم نماذج مرغوبة، يتمنى الطفل بلوغها كامتلاك الأبطال الصغار سيارات وهواتف ذكية.

### النتائج العامة للدراسة:

أسفرت الدراسة على النتائج التالية:

- تضمنت برامج الأطفال عينة الدراسة قيما شخصية، واجتماعية، وقيما علمية، وتقنية، وقيما إنسانية عالمية، مع غياب القيم التعبديّة، وهذا عائد إلى أن معظم البرامج مستوردة؛ حيث تسعى الشركات العالمية المتخصصة في إنتاج برامج الأطفال إلى بث قيم عالمية النزعة تتفق حولها الإنسانية، وتتعامل بحساسية وحذر فيما يخص المسائل الدينية، والسياسية حتى تروج لمنتجاتها على أوسع نطاق، وفي المقابل غياب إنتاج عربي يعوض هذا النقص وندرة التجارب العربية، وتميزها بحضورها المناسب مما يترك المجال لغزو القيم الغربية بكل ما تحمله من تمثيلات غريبة عن مجتمعنا، مما قد يوقع الطفل في فخ الاغتراب، وتبني قيم غريبة في غياب القدوة الحقيقية، وتعويضها بقدوة وهمية، وعولمة بعض القيم الغربية المنافية لقيمنا كالصداقة بين الرجل والمرأة، علاقات الحب، اللباس المكشوف، تشبه المرأة بالرجل من لباسها وبعض ممارساتها الرجالية.

- تتميز الشخصيات الرئيسية بكون أغلبها من فئة الذكور، أو من الجنسين، وأن أغلب البطولات فردية تليها الجماعية، وأخيرا الثنائية، كما أن معظم أسماء الشخصيات أجنبية والأسماء الأجنبية، وتقوم أغلب هذه الشخصيات بأدوار خارجية على حساب الأدوار الداخلية، وتنتهي معظمها إلى الطبقة المتوسطة، تليها الطبقة الغنية، وأخيرا الطبقة الفقيرة.

- أظهرت النتائج أن الأبطال من الذكور، والأبطال من الجنسين، تليها البطولة الأنثوية، وكانت الغلبة للبطولات الجماعية على حساب البطولات الفردية، كما أن وجود أسماء أجنبية ولباس أجنبي وديكور أجنبي كأحد أهم سمات شخصيات الأبطال.

- قدمت برامج الأطفال عينة الدراسة نماذجاً تربوية؛ إثر عرض سمات أبطال البرامج، من حيث هي شخصيات إنسانية ودودة تحب المشاركة، وفي الأغلب ليست لها قدرات خارقة، وهو ما يتوافق مع قيمنا الأصيلة، وإن كان هذا لم يمنع من تمرير بعض القيم الدخيلة التي سربتتها بعض الشخصيات، خاصة في

أفلام الخيال العلمي، وبعض السلاسل الأجنبية؛ كتحصيص الأبطال بكرامات الأنبياء، وتقديم القوة الخيالية المفرغة من كل بعد ديني.

### قائمة المراجع:

#### أولاً - المراجع باللغة العربية:

- الشامي الأشهب، يونس. (2013). سوسولوجيا المواطنة أم علم تربية المواطنة؟ أنماط العلاقة بين النسق الاجتماعي والنسق التربوي ضمن خصوصية التربية على المواطنة. مجلة إضافات، العدد 23، 21-26.
- العياري، المنصف، وعبد الكافي محمد. (2006). القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية.
- البث الفضائي العربي. (2014). التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، تونس: اتحاد الإذاعات العربية.
- بلغيثية، سميرة. (2013). مشاهدة التلفزيون وبناء الواقع والمعاني الاجتماعية، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، العدد 18، 222-224.
- بو معيزة السعيد. (2006). أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية. أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
- سوشن، ميشال. (2015). الطفل والتلفزيون، ط1، سوريا: دار الإعمار العلمي للنشر و التوزيع.
- عبد الكافي محمد. (1990). البرامج الأجنبية ودورها في تشكيل ثقافة الطفل العربي، المجلة العربية للثقافة، العدد 37، 107-110.
- عزي، عبد الرحمن. (2003). دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- العياضي نصر الدين (2007). فن البرمجة وإعداد الخارطة البرمجية في القنوات التلفزيونية العربية، جدلية التصور والممارسة، تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية.
- فيلشس لورينزو (2000). التلفزيون في الحياة اليومية، المغرب: المجلس الأعلى للثقافة.
- قبطارة محمد. (2006). إنتاج البرامج العلمية والتكنولوجية في الإذاعات والتلفزيونات العربية، تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية.
- ماتلار أرمان وميشال. (2005). تاريخ نظريات الاتصال، ط3، بيروت: المنظمة العربية للترجمة.

- المحاسي، منصف.(د.ت).مخيلة الطفل والتخمة المشهدية الصورة التلفزيونية نموذجاً، مجلة الطفولة العربية، العدد 39، 8-37 .

- هاريزون وهنتجتون، لورانس وصامويل.(2009).الثقافات وقيم التقدم، ط2، القاهرة: المركز القومي.  
- رضا خمخام.(2002).برامج الأطفال الإذاعية والتلفزيونية ومدى ملاءمتها للتشريعات العربية في مجال حقوق الطفل، المؤتمر العربي للإذاعة والتلفزيون والطفل، 3 إلى 5 ابريل.

#### ثانيا- المراجع باللغة الأجنبية:

- René, l'ecuyer(1990). méthodologie de l'analyse développementale de contenu méthode GPS et concept de soi, 1<sup>er</sup>, canada : presse de l'université de Québec.
- Shalom h.schwartz. (1993) : vers une theorie de l'universalité du contenu et de la structure des valeurs extension et reproductions interculturelles, recherche et applications en marketing, vol(8), numéro(4), pp77-106.