نوقشت هذه الرسالة

بعنوان

القيم الشخصية والاجتماعية في برامج الأطفال على الفضائية السورية
" دراسة تحليلية لمحتوى برنامجي سوا منكبر وعالمي الصغير"

وأُجيزت يوم الأحد الواقع في 19-3-2023 من السادة أعضاء لجنة الحكم التالية أسماؤهم

الاسم	الصفة	التوقيع
أ.د. عيسى الشماس	عضواً مشرفاً	
د. لينا يونس	عضواً	
د. فدى القحف	عضواً	

تم إجراء التعديلات المطلوبة وأصبحت الرسالة صالحة لمنح درجة الماجستير في التربية

الجمهورية العربية السوريّة

جـــــامعـــة دمشـــــق

كلـــــيـــة الـــتّربيـــــة

قســـم أصـــول الـــتّربيـــة

القيم الشّخصيّة والاجتماعيّة في برامج الأطفال في الفضائيّة السّوريّة

"دراسة تحليليّة لمحتوى برنامجي سوا منكبر وعالمي الصغير"

رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في أصول التربية

إعداد

بيان طارق دربيكه

إشراف

الدّكتور عيسى الشّماس

الأستاذ في قسم أصول التّربيّة

2023-2022

فهرس المحتويات

الفصل الأول: الإطار العام للبحث

مقدمة:.....10

1- مشكلة البحث:.....11

2- اسئلة البحث:.....13

3- أهمية البحث:.....13

4- أهداف البحث:.....14

5- مصطلحات البحث والتّعريفات الإجرائيّة:.....15

6- حدود البحث:.....22

7- الدراسات السابقة.....22

7-1- الدّراسات العربيّة:.....22

7-2- الدّراسات الأجنبيّة:.....28

7-3- التّعقيب على الدّراسات السّابقة:.....31

8- منهج البحث وأدواته:.....32

الفصل الثاني: القيم الشخصيّة والإجتماعيّة

1- مفهوم القيم وتعريفها:.....35

2- خصائص القيم:.....36

3- تصنيف القيم:.....37

4- مكوّنات القيم:.....43

5- مصادر القيم:.....44

6- وظائف القيم:.....46

7- القيم الشّخصيّة:.....48

8- القيم الاجتماعيّة:.....51

9- العلاقة بين القيم الشّخصية والاجتماعية.....54

الفصل الثالث: برامج الأطفال التلفزيونيّة

1- تعريف التلفزيون:.....56

2- خصائص التّلفزيون:.....57

3- تعريف برامج الأطفال التلفزيونية:.....58

4- معايير اختيار البرامج التّلفزيونية الموجهة للأطفال:.....59

5- خصائص برامج الأطفال التّلفزيونية:.....61

6- أهداف برامج الأطفال التّلفزيونيّة:.....62

7- برامج الأطفال وخصوصية مرحلة الطّفولة:.....64

8- دور برامج الأطفال التلفزيونيّة في غرس القيم:.....65

8-1- دور برامج الأطفال التلفزيونيّة في غرس القيم الشخصيّة:.....66

8-2- دور برامج الأطفال التلفزيونيّة في غرس القيمة الاجتماعية:.....67

9- نقد البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال: 68

الفصل الرابع: إجراءات البحث العملية

1- حدود البحث.....72

2- منهج البحث 72

3- عينة البحث.....72

4- أدوات البحث 73

5- تصميم معيار أولي لتحليل برامج الأطفال في القناة الفضائيّة السوريّة: 74

6- تحكيم معيار تصنيف القيم الشخصية والاجتماعية.....75

7 تصميم استمارة تحليل المضمون.....76

8- صدق التحليل وثباته.....77

9- خطة التحليل.....78

الفصل الخامس: نتائج البحث ومناقشتها

1- نتائج تحليل برنامج " سوا منكبر"

أولاً- تكرار وحدات التحليل 81

ثانياً- نوع فكر التحليل وطريقة عرضها ووسائطها في برنامج سوا منكبر 90

2- نتائج تحليل برنامج عالمي الصغير

أولاً- تكرار وحدات التحليل 93

ثانياً– نوع فكر التحليل وطريقة عرضها ووسائطها في برنامج عالمي الصغير..... 102

3– المقارنة بين مضموني برنامج سوا منكبر وبرنامج عالمي الصغير

أولاً- المقارنة بين قيم المجموعتين في البرنامجين..... 105

ثانياً– المقارنة بين توزيع القيم في برنامجي سوا منكبر وعالمي الصغير..... 109

ثالثاً– المقارنة بين توزيع المجموعات القيمية..... 111

رابعاً– المقارنة بحسب نوع الغرض (إيجابي\ سلبي):..... 113

خامساً– المقارنة بحسب أسلوب العرض (صريح\ ضمني)..... 114

سادساً– المقارنة بحسب وسيط العرض (انسان\حيوان\ شيء)..... 115

4– الاستنتاجات العامة والمقترحات

أولاً – الاستنتاجات العامة:..... 118

ثانياً– المقترحات:..... 120

ملخص البحث باللغة العربية..... 132

قائمة المراجع..... 127

الملاحق..... 138

ملحق رقم (1) المعيار الأولي للتحليل..... 139

ملحق رقم (2) المعيار النهائي للتحليل..... 143

ملحق رقم (3) محكمو تصنيف معيار التحليل واستمارة تحليل المضمون..... 150

ملحق رقم (4) محكما ثبات التحليل 151

ملحق رقم (5) استمارة تحليل المضمون..... 152

ملحق رقم (6) جداول معامل ترابط الثبات بين الباحثة والمحللين 153

ملحق رقم (7) نماذج محللة من عينة البحث..... 158

ملخص البحث باللغة الإنجليزية

فهرس الجداول

جدول (1) توزيع القيم الفرعية بشكلها الأولي على القيم الأساسية 74

جدول (2) بعض القيم المحذوفة والمعدلة.....75

جدول (3) مجموع القيم الشخصية والاجتماعية بشكل نهائي.....76

جدول(4) ثبات معيار تحليل برامج الأطفال 78

جدول (5) تكرارات القيم الشخصية ونسبتها في برنامج سوا منكبر 82

جدول(6) حساب كا2 في توزيع القيم الشخصية في برنامج سوا منكبر 83

جدول (7) تكرارات قيم مجموعة القيم الاجتماعية ونسبها المئوية في برنامج سوا منكبر 85

جدول (8) حساب كا2 في توزيع القيم الاجتماعية في برنامج سوا منكبر.....86

جدول (9) تكرار المجموعات القيمية ونسبتها المئوية في برنامج سوا منكبر 88

جدول (10) تكرارات قيم مجموعة القيم الشخصية ونسبتها المئوية خلال مدة العرض 89

جدول (11) تكرارات قيم مجموعة القيم الاجتماعية ونسبتها المئوية خلال مدة العرض 89

جدول (12) تكرار الفكر الإيجابية و السلبية ونسبها المئوية في برنامج سوا منكبر.....90

جدول (13) تكرار أسلوب عرض القيم ونسبها المئوية في برنامج سوا منكبر 91

جدول (14) تكرارات وسيط العرض في برنامج سوا منكبر ونسبها المئوية.....91

جدول (15) تكرار القيم الشخصية ونسبتها في برنامج عالمي الصغير 94

جدول (16) حساب كا^2 في توزيع القيم الشخصية في برنامج عالمي الصغير 95

جدول (17) تكرار قيم مجموعة القيم الاجتماعية ونسبها المئوية في برنامج عالمي الصغير 97

جدول (18) حساب كا2 في توزيع القيم الاجتماعية في برنامج عالمي الصغير 99

جدول (19) تكرار المجموعات القيمية ونسبتها المئوية في برنامج عالمي الصغير 100

جدول (20) تكرار قيم مجموعة القيم الشخصية ونسبتها المئوية خلال مدة العرض 101

جدول (21) تكرار قيم مجموعة القيم الاجتماعية ونسبتها المئوية خلال مدة العرض 102

جدول (22) تكرار الفكر الإيجابية و السلبية ونسبها المئوية في برنامج عالمي الصغير 102

جدول (23) تكرار أسلوب عرض القيم ونسبها المئوية في برنامج عالمي الصغير 103
جدول (24) تكرار وسيط العرض في برنامج عالمي الصغير ونسبها المئوية 103
جدول (25) ترتيب القيم المشتركة في مجموعة القيم الشخصية ومعامل الترابط بينهما 106
جدول (26) ترتيب القيم المشتركة في مجموعة القيم الاجتماعية ومعامل الترابط بينهما 108
جدول (27) القيم المشتركة بين برنامجي سوا منكبر وعالمي الصغير ومعامل الترابط بينهما 110
جدول (28) ترتيب المجموعتين بحسب التكرار ومعامل الترابط بينهما..... 112
جدول (29) توزيع القيم بحسب الغرض في كل برنامج..... 113
جدول (30) توزع القيم بحسب أسلوب العرض في برنامج سوا منكبر \ عالمي الصغير 114
جدول (31) توزع القيم بحسب وسيط العرض في كل من برنامج سوا منكبر وعالمي الصغير 115
جدول (32) أسماء السادة الأساتذة محكمي تصنيف القيم ومعيار التحلي واستمارة تحليل المضمون..... 150
جدول(33) معامل الترابط بين القيم المشتركة بين المحلل الأول والمحلل الثاني..... 154
جدول (34) معامل الترابط بين القيم المشتركة بين المحلل الأول و التحليل الثاني للباحثة 155
جدول (35) معامل الترابط بين القيم المشتركة بين المحلل الثاني و التحليل الثاني للباحثة 156
جدول (36) معامل الترابط بين القيم المشتركة بين تحليليّ الباحثة 157
جدول (37) تحليل برنامج سوا منكبر حلقة 26\6\2021 159
جدول (38) تحليل برنامج سوا منكبر 17-4-2021..... 160
جدول (39) تحليل برنامج عالمي الصغير حلقة 7\4\2021 164
جدول 40 تحليل برنامج عالمي الصغير حلقة 19\5\2021 165

فهرس الرسوم التوضيحية

مخطط بياني (1) تكرارات المجموعات القيمية في برنامج سوا منكبر 87

مخطط بياني (2) النسب المئوية لتكرارات القيم الشخصية في برنامج عالمي الصغير 93

مخطط بياني (3) نسب تكرار قيم المجموعة الاجتماعية في برنامج عالمي الصغير 97

مخطط بياني (4) تكرار المجموعات القيمية في برنامج عالمي الصغير 100

مخطط بياني (6) لتوزيع مجموعة القيم الشخصية في البرنامجين حسب عدد التكرار 107

مخطط بياني (7) لتوزيع مجموعة القيم الاجتماعية في البرنامجين.....109

مخطط بياني (8) توزيع المجموعتين في البرنامجين بحسب تكراراتها 112

مخطط بياني (9) توزع نوع الغرض في كل من برنامج سوا منكبر ا عالمي الصغير 114

مخطط بياني (10) توزع أسلوب العرض في كل من برنامج سوا منكبر و عالمي الصغير 115

مخطط بياني (11) لتوزيع وسيط العرض في كل من برنامج سوا منكبر وعالمي الصغير 116

الفصل الأوّل: الإطار العام للبحث

المقدمة .

1- مشكلة البحث

2- أهمية البحث

3- أهداف البحث

4- أسئلة البحث

5- مصطلحات البحث والتعريفات الإجرائيّة.

6- حدود البحث

7- الدراسات السابقة

8- منهج البحث وأدواته

مقدمة:

تسعى سورية جاهدة بكل ما تمتلك من وسائل للخروج من آثار الحرب التي تعرضت لها البلاد في السنوات الأخيرة، فهي تحاول الولوج إلى عالم أفضل وفق نمطٍ فكريٍّ يعطي دفعاً قوياً للتّقدم الحضاريّ ومواكبة الدّول المتقدمة، فسعت سورية إلى توحيد جهود جميع مؤسساتها التربويّة والتّعليميّة المباشرة، وغير المباشرة، من أجل إعادة تكوين مجتمع حضاريّ متمسك بقيمه الأصيلة.

وكانت من أهمّ وأقوى تلك الوسائل وأشدها تأثّيراً وسائل الإعلام المرئيّة المسموعة "التلفزيون" لأنّه قدّم دوراً مهمّاً في إعادة بناء المجتمع السّوري من خلال تقديم برامج تربويّة، ثقافيّة، واجتماعيّة ساعدت في صقل شخصيّة المواطن السّوري، وتوعيّته بالمشكلات التي تدور من حوله، وساهمت في نشر الوعي للحفاظ على قيم المجتمع.

فعملت برامج التلفزيون على تقديم المعارف والمعلومات والسّلوكيّات والقيم من خلال قوالب فنيّة متنوعة، وبذلك استطاع التّلفزيون الانتقال بمشاهديه كباراً وصغاراً إلى عادات وممارسات جديدة تمثّلت في إيجاد علاقات اجتماعيّة مختلفة، وفي قدرته المتميزة على إحداث تغييرات في السّلوك والقيم الاجتماعيّة بشكل عام (العمراوي ،2017، ص34).

و بما أنّ الأطفال يشكّلون نسبةً كبيرةً في المجتمع، فقد كثرت البرامج المخصصّة لهم، وازداد إقبال الأطفال على مشاهدتهم لهذه البرامج، وقدّمت إلى الطفل فوائد عديدة فعملت على التّكوين العلميّ والاجتماعيّ للطّفل، إثراء فكر الطفل وحسّه، والمساعدة في مواجهة مشكلاته اليوميّة وتنمية قدراته الإبداعيّة، كما عملت على تدعيم القيم الإيجابيّة في نفس الطّفل وغرسها منذ الصّغر كقيم التعاون، والتسامح والصداقة إلى جانب تركيزها على تأكيد المثل والسّلوكيّات الإيجابيّة في شخصيّة الطّفل (بخوش، 2019، ص22).

وكان من أهم القيم التي تسعى برامج الأطفال التلفزيونية لغرسها وتنميتها في الطفل، القيم الشخصية والاجتماعية، حيث تؤدي القيم الشخصية دوراً في تشكيل شخصية الطفل وتحديد أهدافه وطموحاته من خلال تأكيدها على قيم الثقة بالنفس، والطموح والالتزام، كما أنها توجه الطفل في اتخاذ قراراته وحلّ مشكلاته، وتساعد

القيم الاجتماعية الطفل في قدرته على تحقيق الاندماج في المجتمع والتوازن في سلوكه واشباع حاجات الطفل في الانتماء والتفاعل مع الآخرين، من خلال التأكيد على قيم الولاء للجماعة والمساعدة ومحبة الآخر ومن خلال القيم الاجتماعية يستطيع المجتمع تحقيق أهدافه بخلق مجتمع مستقر وحضاريّ (البرجي،2019، ص68).

وبذلك كان لبرامج الأطّفال التلفزيونية دور لا يمكن إغفاله في غرس القيم الشخصية والاجتماعية في الطفل، ونظراً لأهمية موضوع القيم عامّة والقيم الشخصية والاجتماعية خاصّة ،وبما أنّ مرحلة الطفولة من أكثر مراحل العمر أهمية لعملية غرس القيم، ، أتى هذا البحث ليبين مدى اهتمام برامج الأطفال التلفزيونية في الفضائية السوريّة في غرس القيم الشخصية والاجتماعية عند الأطفال.

1- مشكلة البحث:

إنّ الواقع الاجتماعيّ الذي نعيشه في الفترة الحالية نتيجةً لما شهدته البلاد من أحداثٍ واضطرابات، خلق حالة من الفوضى في المجال القيميّ والإنسانيّ، وأظهر قيماً جديدة تتنافى مع عادات المجتمع كقيم (العنف، الكره، عدم احترام الآخر)، ممّا استدعى ضرورة التّدخل من قبل المعنيين في مؤسسات الضبط الاجتماعيّ لإعادة بناء سلوك الأفراد بما فيه استقرار المجتمع وتقدمه، وباعتبار التلفزيون واجهة تربويّة وإعلامية وترفيهيّة، تتحمّل بذلك برامجه جزءاً كبيراً من عمليّة بناء شخصيّة الأفراد وفي إكسابهم القيم التربويّة التي تؤثّر في اتجاهاتهم وسلوكيّاتهم.

فالتّلفزيون من أهمّ الوسائل الإعلاميّة ومن أخطرها في الوقت نفسه لقدرته الكبيرة على جذب الصّغار والكبار، فهو من أهمّ وسائط التّربية الفاعلة في نقل القيم والأفكار والمفاهيم المختلفة، فقد أكدّ الكناني(2011) في دراسة أجراها لمعرفة دور التّلفزيون في تشكيل القيم، أنّ التّلفزيون يؤثر في القيم في ثلاثة اتجاهات: إمّا أنّ ينشط القيم والاتّجاهات السّائدة من خلال التّشجيع والحثّ على الالتزام بها في السّلوك الاجتماعيّ، أو يعمل التّلفزيون على تدعيم القيم السّائدة وإضافة الجديد لها، أو أنّ يقوم بتحويل القيم السّائدة إلى قيم واتّجاهات جديدة (الكناني، 2011، ص8).

ويعدّ التلفزيون الوسيلة الإعلاميّة الجماهيريّة الأكثر تفضيلاً عند الأطّفال، حيث تجذبهم برامجه في مختلف مراحل الطّفولة، ففي عمر السّنتين، يلفت التّلفزيّون انتباه الطّفل فيبدأ بتتبع الصّوت ومن ثمّ التّركيز على الصّورة، ومع مرور الوقت تصبح برامجه جزءاً هامّاً من وقته، وكلّما كبر الطفل كبر معه اهتمامه ببرامج التّلفزيّون وازداد تعلقه بها، وتكوّنت لديه الرّغبة في الاختيار وتفضيل برنامج على الآخر(بديسي،2017، ص22). فالتّلفزيون هو الوسيلة الوحيدة الّتي تخاطب كل حواس الطّفل دفعةً واحدةً، وتجذب اهتمامه بشكلٍ كبير حيث أشارت الدّراسات التّربويّة إلى أنّ 98% من المعارف تُكتسب عن طريق حاستي السّمع والبصر، وبالتّالي فإنّ استيعاب الطّفل للمعلومات يزداد بنسبة 35% عند انسجام الصّوت مع الصّورة، ومدّة احتفاظه لهذه المعلومات يزداد بنسبة 55% ومن تلك النّسب نستنتج دور التّلفزيّون الكبير في تعزيز معارف الطفل وقيمه (طابلوت، 2010، ص32).

وتشير بعض التّقارير إلى أنّ معظم الأطّفال يمضون وقتاً في مشاهدة التّلفزيون أكثر مما يقضون في المدرسة، ففي دراسة أجرتها منظمة الأممّ المتحدة للتّربية والثّقافة والعلوم (اليونيسكو) حول معدلات تعرض الأطّفال العرب للتّلفزيون، إلى أنّ الطّفل قبل أنّ يبلغ الثّامنة عشر يكون قد أمضى أمام الشّاشة 22000 ساعة، في حين يقضي 14000 ساعة في المدرسة (اليونسكو،2018).

ولدى قيام الباحثة بمقابلة المسؤولة عن دائرة برامج الأطّفال في الهيئة العامّة للإذاعة والتّلفزيّون في دمشق (فاتنة محمد) من أجل معرفة اسماء برامج الأطفال التلفزيونية التي تُعرض على الفضائية السّوريّة، وأيام و أوقات عرضها، وعلى ماذا تركز برامج الأطفال التلفزيونية المعروضة على القناة؟ وكيف يتم التخطيط والإعداد لهذه البرامج؟ أفادت المسؤولة بأنّه يتمّ عرض برنامجين فقط للأطفال على الفضائية السّورية (سوا منكبر، عالمي الصغير) يومي السبت والأربعاء من كل أسبوع في تمام الساعة الرابعة والنصف، وأنّ برامج الأطفال في الفترة الحاليّة تركز على تقديم المعلومات، وتأصيل القيم في الطّفل بصورة غير مباشرة عبر تضمينها في فقرات البرامج، وأكدّت على عدم وجود خطة شاملة ومستمرة عبر الدورات التلفزيونية المختلفة، وأفادت أنّ العاملين في القسم قادرين على وضع برامج هادفة دون الاستعانة أو التخطيط مع الخبراء والعاملين في مجال التربية والأطفال، وذلك بالاكتفاء بسنوات الخبرة فقط لدى العاملين في قسم برامج الأطّفال، وأكدّت أنّ البرامج في الفترة

الحالية تخضع لتدقيق ورقابة شديدين لتكون قادرة على الاستجابة للمتغيرات الحاصلة في الفترة الأخيرة، ولإشباع حاجات الطّفل السّوريّ

ومن خلال تلك المقابلة توصلت الباحثة وجود ضعف كبير في الاهتمام ببرامج الأطفال من ناحية عدد البرامج المعروضة وعدم إعطاء هذا القسم أهمية كبيرة ومن خلال الأسباب سابقة الذكر، كان لابدّ من القيام بمتابعة و تحليل بعض البرامج التي تعرض على الفضائيّة السّوريّة لنتأكد من أنّ هذه البرامج قادرة على توعيّة الطّفل السّوري بقيمه الأصيلة وتحصينه من القيم الدّخيلة التي تعرّض لها المجتمع نتيجة للأزمة التي مرّت بها البلاد، و أنّ الكفاءات الموجودة في الدّائرة قادرة بالفعل على تخطيط ووضع برامج هادفة دون الاستعانة بالخبرات التّربويّة ذات العلاقة بمجال الأطفال حسب ما أفادت المسؤولة عن دائرة برامج الأطفال

ونتيجة لما سبق، يمكن صوغ المشكلة في التّساؤل الرئيسي الآتي: **ما القيم الشخصية والاجتماعية في برامج الأطفال في الفضائية السورية ؟**

2- اسئلة البحث:

يتوقع من البحث الإجابة عن الاسئلة الآتية:

2-1- ما القيم الشّخصية والاجتماعية المتضمنة في برنامج الأطّفال سوا منكبر؟

2-2- ما القيم الشّخصية والاجتماعيّة المتضمنة في برنامج الأطّفال عالمي الصغير؟

2-3- هل توجد فروق في ترتيب القيم الشّخصيّة والاجتماعية بين مضموني برامج الأطّفال (سوا منكبر، عالمي الصغير) في الفضائيّة السّوريّة؟

3- أهمية البحث:

تتجلى أهميّة البحث الحاليّة من خلال النّقاط الآتية:

3-1- أهميّة مرحلة الطّفولة باعتبارها مرحلة نمو مستمرّ من جميع نواحيه كما أنّها مرحلة مرونة وقابلية للتّوجيه والتّربية، وهي الوقت الذّي يكتسب فيه الطّفل العادات والمهارات والقيم والاتّجاهات العقليّة والجسديّة والاجتماعيّة المختلفة أيّ تحدد المعالم الشخصية للفرد.

3-2- أهمية القيم الشخصية حيث تؤدي دوراً بارزاً في حياة الأفراد، فهي بمثابة الجانب المعنويّ في سلوكهم، والعصب الرئيسيّ للسلوك الوجدانيّ، والثّقافيّ، والاجتماعيّ عند الأفراد.

3-3- أهمية القيم الاجتماعية حيث تؤدي دوراً مهماً ومؤثراً داخل أيّ مجتمع، فمن خلالها تتشكل هوية المجتمعات، كما أنّها تحكم على كلّ ما يقوم به أفراد هذا المجتمع من أفعال.

3-4- أهميّة برامج الأطّفال في تعزيز القيم الشّخصيّة والاجتماعيّة في ظل التّحديّات الحضاريّة والتّعرض للغزو الفكريّ بشكل رهيب وخاصةً من وسائل الإعلام المرئيّة.

3-5- أهمية قناة الفضائيّة السّورية كونها القناة الرسمية للجمهورية العربيّة السّوريّة، التي تخاطب شريحة واسعة من فئات المجتمع.

3-6- قد يفيد البحث القائمين على القناة السورية على تطوير البرامج الموجهة للأطفال، للنّهوض بهذه البرامج لكي تتلاءم وثقافة المجتمع، وتساير قيمه ومعتقداته، وترسّخ لدى الطفل القيم الأصيلة.

4- أهداف البحث:

تسعى هذه البحث إلى تحقيق الأهداف الآتيّة:

4-1- الكشف عن القيم الشّخصية والاجتماعية في برنامجي سوا منكبر وعالمي الصغير.

4-2- الكشف عن الفروق بين مضمون كل من برنامج سوا منكبر وعالمي الصغير لمعرفة القيم الشّخصية والاجتماعية التي تمّ التركيز عليها..

3-4- الوصول إلى مجموعة من المقترحات لتفعيل دور برامج الأطفال التلفزيونية في تعزيز القيم الشخصية والاجتماعية.

5- مصطلحات البحث والتّعريفات الإجرائيّة:

5-1- القيمة (value): "وهي مجموعة من المعايير والمقاييس المعنوية بين الناس، يتفقون عليها فيما بينهم ويتخذون منها ميزاناً يزِنون به أعمالهم ويحكمون به على تصرفاتهم المادية والمعنوية"(مجيد، 2016، ص311).

وتعرفها الباحثة أنّها تصورات ومفاهيم فكرية، يتعامل الأفراد بموجبها مع الأشياء المختلفة، لتوجههم بين ما هو مرغوب أو غير مرغوب.

5-2-القيم الشّخصيّة (personal values): "وهي قيم الأفراد الّتي تمثّل أحكامهم الخاصّة، ومبادئهم الّتي ينظرون من خلالها إلى المواقف، أو العلاقات المحيطة بهم" (الزهراني، 2010، ص20).

وتعرفها الباحثة أنّها المعيار الذي يحكم تصرفات واتجاهات النّاس نحو مواضيع، أو معتقدات معينة، فيحكم من خلالها على ما هو صح أو خطأ، مرغوب أو غير مرغوب.

وقد تناول هذا البحث القيم الشخصية الآتية: (الطموح، الشجاعة، الثقة بالنفس، البساطة، الصدق، الأمانة، الالتزام، التسامح، الاستقامة، الحلم، النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر، تنمية الهوايات، الحياء، بر الوالدين).

5 -2-1 الطّموح (Ambition): ونعني به ما يرغب الفرد في الحصول عليه في حياته ويكون ذلك من خلال وضع هدف معين والعمل على تحقيقه من خلال العمل الجاد.

5-2-2 الشجّاعة (Courage): وتعني بها الباحثة القوة التي يجدها الفرد في داخله والتي تدفعه إلى التّصرف والتّفاعل بجرأة في الأقوال والأفعال في حالة الخطر أو الخوف.

5-2-3 الثقة بالنفس (Self–Confidence): وهي احترام الفرد لذاته وتقديرها أمام نفسه وأمام الآخرين، وثقته في صفاته وقدراته وإمكاناته، فهي إيمان الفرد أنّ باستطاعته اتخاذ القرارات الصائبة وتحقيق ما يريد دون الاعتماد على آراء الآخرين.

5-2-4- البساطة (Humility) : وهي التواضع وعدم التفاخر أو التباهي أمام الآخرين بما يملكه الفرد من ثروات أو قدرات أو أشياء أخرى، والتركيز على جوهر الأشياء وقيمتها.

5-2-5- الصدق (Honesty): وتعني به الباحثة مواجهة النفس والآخرين في الرأي، وتجنب الخداع في القول والعمل والنطق بالحق والصواب.

5-2-6- الأمانة (Faithfulness): وتعني بها الباحثة الحفاظ على الأشياء المؤتمن عليها وإرجاعها إلى أصحابها سواء أكانت معنوية كحفظ أسرار الآخرين وكتمانها، أو أشياء ماديّة كإعادة النقود التي نجدها في الطريق إلى أصحابها، والمحافظة على المرافق العامة، أثاث المدرسة، وأيّ شيء يخصّ الآخرين وعدم إلحاق الضرر بها .

5-2-7- الالتزام (Commitment): وتعني به الباحثة تحمّل الفرد للمسؤوليّة وأداء الواجبات المطلوبة منه، واحترام حقوق الآخرين.

5-2-8- التسامح (Amnesty): وتعني به الباحثة العفو والصفح عن الآخرين عند المقدرة، وعدم ردّ إساءة الناس بإساءة مثلها، وقبول اختلاف صفات الأفراد، وعدم التعدي على الآخرين.

5-2-9- النظافة الشخصيّة والاعتناء بالمظهر(Personal hygiene and appearance care): وتعني به الباحثة الحفاظ على نظافة الجسم والملبس والمأكل والمشرب، والوقاية من الأمراض من خلال الالتزام بقواعد الصّحة، والاهتمام بالصّحة العقلية والنفسيّة للفرد، والاهتمام بطريقة اللباس والمشي والتحدث وغيرها من الأمور التي تعكس ذوق الفرد.

5-2-10 الاستقامة (Integrity): وتعني بها الباحثة التمسك بالأخلاق الحميدة، والابتعاد عن التصرفات السيئة في مختلف مجالات الحياة، والتقيد بالقوانين الأخلاقية، والتصرف بناءً على ما يمليه الضمير.

5-2-11- الحلم (Patience): وهو ضبط النفس والتحكم الكامل للمشاعر والأفعال عند الغضب.

5-2-12- تنمية المواهب (Talent Development): وهي إبراز واكتشاف المواهب والقدرات التي يتميّز بها الأفراد، كالمواهب الفنيّة والرياضيّة والتقنيّة والأدبية، وغيرها من المواهب الأخرى التي تحسّن من الحالة النفسية للفرد.

5-2-13- الحياء (bashfulness): وتعني به الباحثة كلّ خلق رفيع يساعد على التمنّع عن كل فعل قبيح والتقصير في حق الآخرين

5-2-14- برّ الوالدين (Parents' Obedience): وتعني به الباحثة طاعة الوالدين واحترامهما والإحسان لهما، وإظهار الحبّ والاحترام لهما، والالتزام بتوجيهاتهما.

5-3-القيم الاجتماعيّة (social values):"وهي مجموعة العادات والأعراف ومعايير السّلوك والمبادئ المرغوبة الّتي تمثّل ثقافة مجموعة من النّاس أو جماعة أو فرد، وتعتبر عناصر بنائيّة مشتّقة من التّفاعل الاجتماعيّ وتعبر عن مكونات أساسيّة للمجتمع الإنسانيّ" (أتول، 2010، ص76).

وتعرفها الباحثة أنّها الخصائص أو الصفات المرغوبة فيها من الجماعة، والتي تتكون نتيجة خبرات اجتماعيّة، ومن تفاعل أفراد المجتمع مع بعضهم، وتعمل على توجيه السّلوك الإنسانيّ وفق ما يتناسب مع مبادئ المجتمع الذي يعيشون فيه.

وتناول البحث القيم الاجتماعية الآتية: (إكرام الضيف، التعاون، صلة الرحم، محبة الآخرين، المساواة بين الجنسين، المحافظة على الصداقة، حسن الجوار، نصح الآخرين، الولاء للجماعة، الشركة المجتمعية، آداب الحوار، احترام الكبار)

3-5-1-إكرام الضيف (Guest Honoring): وهو حسن استقباله بوجه بشوش، واحترامه وتقديم الضيافة له، وحسن الاستماع لكلامه.

3-5-2- التعاون (Cooperation): وتعني به الباحثة تشارك الأفراد مع بعضهم من أجل إنجاز عمل معين، مع مراعاة الفرد مشاعر الآخرين وقدراتهم.

3-5-3- مساعدة الآخرين(Helping Otherr): وهو تقديم المساعدة ويد العون للآخرين عند حاجتهم للمساعدة.

ويختلف التعاون عن مساعدة الآخرين لأنّ التعاون هو التشارك مع الآخرين لإنجاز عمل يعود بالنفع على الفرد وعلى الآخرين معاً، أما المساعدة فيتم تقديم العون للآخر دون الحصول على منفعة للفرد الذي يقدم المساعدة.

3-5-4- صلة الرّحم(Keeping good relation With Relatives): وتعني به الباحثة الإحسان إلى الأقارب وزيارتهم في السّراء والضرّاء والاطمئنان عليهم، وعدم مقاطعتهم مهما كانت الظروف،

3-5-5- آداب الحوار(Etiquette Of Speech): وهي حسن الاستماع والاصغاء لحديث الآخرين، من خلال الاهتمام بحديثهم والانتباه لما يقولونه وعدم مقاطعة حديثهم، والتكلم بصوت هادئ مع احترام الآراء المختلفة للأشخاص المتحاورين.

3-5-6- المساواة بين الجنسين (Gender Equality) : وتعني بها الباحثة المساواة بين الذكور والإناث في الحقوق والواجبات والالتزامات والفرص في مختلف مجالات الحياة.

3-5-7- محبّة الآخرين (Loving Others): تقصد بها الباحثة حبّ الخير والسعادة لجميع الناس، وتقبّل الأفراد والتعامل معهم بخلقٍ حسنٍ مهما كانت انتماءاتهم، واحترام مشاعرهم.

3-5-8- المحافظة على الصّداقة (Friendship Maintaining): هي الشعور بعاطفة إيجابية نحو الأصدقاء، والإقبال عليهم والتعاطف معهم بتبادل المشاعر الوديّة والوقوف بجانب الصديق ودعمه عند الحاجة وتفقد أحواله والسؤال عنه وعدم الغدر به، والحزن عليه إذا أصابه مكروه.

3-5-9- حسن الجوار(Good –Neighbourliness): وهو الإحسان إلى الأشخاص الذين يجاورونا في السكن، وتجنب إيذائهم، والتعامل معهم بأخلاقٍ حسنةٍ، وترك الأثر الطّيب في نفوسهم، واحترام حرمة بيوتهم وعدم التّدخل في خصوصياتهم، ومساعدتهم في حلّ مشاكلهم ومؤازرتهم في الأفراح والأتراح.

3-5-10- نصح الآخرين (Advising others): وتعني بها الباحثة تقديم الآراء لمن يحتاجه من الأفراد وتوجيههم نحو الخير والمحبة لنفعهم وإصلاحهم دون أيّ غشٍ أو مصلحة شخصية .

3 -5-11-الولاء للجماعة(Community Loyalty) : وهو الإخلاص لأفراد المجتمع والشعور بالانتماء إليهم ومحبتهم ونصرتهم، وتقديم منفعتهم على المنفعة الفردية.

3-5-12- الشّراكة المجتمعيّة (Community partnership): وهي الإسهامات والمبادرات والتبرعات والأعمال التطوعيّة التي يقدمها أفراد المجتمع سواءً أكانت ماديّة أم عينيّة من أجل تحقيق الصّالح العام في المجالات المختلفة و تطوير المجتمع والارتقاء به، مثل تبرعات من أجل بناء مدرسة أو مستشفى أو دار للعبادة، أو تقديم خدمات بلا مقابل.

3-5-13- احترام الكبار(Adults Respecting): وتقصد به الباحثة تقدير كبار السن وإجلالهم، ومعاملتهم بإحسان، وعدم التقليل من شأنهم أو الاستهزاء بهم أمام الآخرين، أو تقديم الانتقادات غير المستحبة لهم، أو رفع الصوت عند التكلم معهم.

4-5- برامج الأطّفال التّلفزيونيّة (Children's TV programs): "وهي برامج هدفها الرّئيسيّ هو التّعلّم وترمي إلى إضافة بعض المعلومات إلى الأطّفال أو تعديل سلوكهم أو تغيير اتّجاهاتهم، فهي بذلك توجه رسالتها

إلى قطّاعات محددّة من المشاهدين وهم شريحة الأطّفال، وتسعى إلى تحقيق أهداف محددة" (هاشم، 2014، ص45).

وتعرّفها الباحثة أنّها البرامج الموجهة لفئة الأطّفال و الّتي تختص بأمورهم وتقدّم لهم التّسليّة والترفيه والثقافة وفق مراحلهم العمريّة المختلفة (من عمر 3-15 سنة) وكما تقدّم لهم المعلومات بشكل مبسّط وفقاً لقدراتهم العقليّة.

5-5- القناة الفضائية السوريّة (Syrian's satellite channels): هي قناة التلفزيون السوري الفضائية الرسمية، والتي تبث في كافة أنحاء العالم ، وتقوم ببث كافة أنواع البرامج والمسلسلات والأخبار وبرامج المنوعات وغيرها، تأسست عام 1955، ومقرها في دمشق (ويكيبيديا، 2022).

5-6- برنامج سوا منكبر (We Growing Up Together): وهو برنامج موجه للفئة العمرية (3-15) سنة يهدف البرنامج إلى زيادة معلومات الطّفل وتأصّيل بعض القيم من خلال اعتماده على وجود فريقين يتنافسان من أجل الفوز، فمن خلال العلاقة بين الفريقين والعلاقات بين أفراد الفريق الواحد تتجلى بعض القيم المختلفة، يتألف البرنامج من فقرات متنوعة (فقرة من هو، فقرة عطينا معلومة، فقرة المواهب، فقرة أرشيفية كرتونية مختارة بعناية لتخدم قيمة أو هدف معين، أو فقرة مسرح عرائس)، ولكنّ البرنامج يعاني من عدم وجود جوائز تقدم للفريق الفائز بسبب عدم الدّعم المادي، يعرض هذا البرنامج في السّاعة الرابعة والنّصف من مساء كلّ يوم سبت على الفضائية السّورية.

5-7- برنامج "عالمي الصغير (My little world): وهو برنامج موّجه للفئة العمرية فوق السّابعة (8-15) يعتمد البرنامج على مقابلة أشخاص متخصصين في مجالات مختلفة (طبيب، رسام، نحات، كشافة....)، ويتم إجراء حوار بين الأطفال المقدمين وبين الأشخاص، ويتألف من فقرات عديدة (فقرة كيف بدأت، فقرة في سطور، فقرة ما هو رأيك، فقرة يحدث هنا، فقرة واحد اثنين ثلاثة، وغالباً تُختم الحلقة بفقرة

كرتونية تخدم فكرة الحلقة) يُعرض على الفضائية السّورية مساء كلّ يوم أربعاء في تمام الساعة الرابعة والنصف.

5-8- الطفل (child): وهو كل إنسان لم يتجاوز الثامنة عشرة، ما لم يبلغ سن الرشد قبل ذلك بموجب القانون المنطبق عليه (كافي، 2015، ص81).

وقد اختلفت آراء علماء الاجتماع وعلماء النفس في تحديد مفهوم الطفل، فيرى علماء الاجتماع أن مفهوم الطفل يتحددّ بسنّ معينة تبدأ بميلاده وحتى بداية البلوغ، بينما يرى علماء النفس أنّها تبدأ بالمرحلة الجنينيّة وتنتهي بالبلوغ الجنسيّ، في حين يذهب اتجاه ثالث إلى أنّ الطفولة تبدأ من الميلاد وحتى سن الرّشد (كافي، 2015، ص82).

وتعرّف الباحثة الطفل بأنّه الإنسان المكتمل التكوين والذي يمتلك القدرات العقلية والسلوكية والعاطفية ولكن لم يصل بعد لمرحلة النضج.

وفي هذا البحث كانت البرامج موجهة للأطفال من عمر 3سنوات حتى 15 سنة

5-9- تحليل المضمون (content analysis): " وهو أسلوب أو أداة للبحث الذي يهدف إلى تحليل المحتوى الظاهري أو المضمون الصريح للظاهرة المدروسة ووصفها وصفاً موضوعياً ومنهجياً وكمياً بالأرقام (المحمودي، 2019، ص60)

5-10- الفكرة في تحليل المضمون: " وهي أهمّ وحدات تحليل المحتوى، وقد تكون جملة بسيطة أو فكرة تدور حول قضية محددة سياسية كانت أو اجتماعية أو غيرها، أو كانت من موضوعات الاتصال الفردي أو الجمعي (طعيمة، 2004، ص321).

5-11- القيم الصريحة (explicit values): وهي القيم التي يُعبر عنها لفظياً وبصورة مباشرة (الأشقر، 2017، ص45).

5-12- القيم الضمنية (Implicit values): وهي القيم التي يُعبر عنها من خلال السلوك والأفعال (الأشقر، 2017، ص45).

5-13- القيم الإيجابية (Positive values) وهي القيم المرغوبة من قبل المجتمع والتي تتفق مع عاداته وتقاليده، وتلزم أفراده باتباعها (الأشقر، 2017، ص45).

5-14- القيم السلبية (Negative values): وهي القيم التي تتنافى مع أعراف وتقاليد المجتمع، وتلزم أفراده بالامتناع عنها ومحاربتها (الأشقر، 2017، ص45).

6- حدود البحث:

6-1- الحدود الزّمانيّة والماديّة: الدّورة التلفزيونية الثّانية، مدتها ثلاثة أشهر(نيسان، أيار، حزيران) تبدأ من 1\4\2021 وتنتهي في 30\6\2021. يتم من خلالها تحليل مضمون عدد من حلقات برنامجي (سوا منكبر، وعالمي الصغير) وهما برنامجان محليان يعرضان على القناة الفضائية السّوريّة.

6-2- الحدود العلميّة: اقتصر موضوع البحث على القيم الشّخصيّة والاجتماعيّة المتضمنة في برنامجي الأطفال (سوا منكبر، وعالمي الصغير) اللذين يُعرضان على الفضائية العربيّة السّوريّة.

7- الدراسات السابقة

7-1- الدّراسات العربيّة:

7-1-1- دراسة كشيك (2003)**:القيم التربوية في بعض برامج الأطفال بالتلفزيون المصري دراسة نقدية، مصر.**

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى القيم المتضمنة في برامج الأطفال ومعرفة مدى التكامل في القيم في البرامج، وهل تحظى جميع القيم المقدمة من خلال البرامج بالدرجة نفسها من الاهتمام والتأكيد؟ أم أنّه يتمّ التركيز على قيم أخرى رغم أهميتها، ومعرفة أثر الكوكبية على القيم، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليليّ

باستخدام أسلوب تحليل المضمون لتقصي القيم التربوية المتضمنة في برامج الأطفال في التلفزيون المصري، توصلت الدراسة إلى:

أنّ القيم الاجتماعية (التعاون – التسامح – العدل – الصداقة) جاءت في المركز الأول بنسبة 31.40%، تليها القيم المعرفية في المرتبة الثانية بنسبة 21%، وجاءت القيم الشخصيّة في المرتبة الثالثة بنسبة 6.12%، والقيم العقلية في المرتبة الرابعة مع القيم الاقتصادية بنسبة 11.30%، وفي المرتبة الخامسة القيم الأخلاقية بنسبة 7.28%، والقيم السياسية في المرتبة الأخيرة بنسبة 1.25%، أمّا بالنسبة للقيم التي تنادي بها الكوكبية فقد اقتصرت على تنمية الفكر السليم للأطفال، وتنمية القدرات الفنية والرياضيّة.

7-1-2- دراسة عيسى (2011)**: الإعلام التربوي المرئي في سورية ودوره في غرس القيم التربوية لدى الأطفال، سورية**

هدفت الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الآتي: ما مدى اسهام البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال في التلفزيون السوري (الفضائية السورية) في غرس القيم التربوية لدى الأطفال؟

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أسلوب تحليل المضمون ، وتألفت عينة البحث من ثلاثة برامج مخصصّة للأطفال وهي "برنامج زينة الدنيا – غيمة – ألف سؤال وسؤال" تمّ تحليلها على مدار ستة أشهر، وقد توصلت الباحثة إلى النتائج الآتية :

– اهمال البرامج الثلاثة لبعض القيم التربوية، وكانت تغطيتها لبعض القيم الأخرى ناقصة وغير كافية، وبعض القيم كانت غير واضحة وغامضة.

– عدم التكامل بين القيم التي تمّ عرضها أثناء التحليل، والقيم الواجب تضمينها في المصفوفة من قبل الباحثة بالرغم من اعتبارها قيماً عربية أصيلة كقيم (الإيثار– الكرم– المساواة – احترام الأديان – السلام – مساعدة الضعفاء وذوي الاحتياجات الخاصة).

7-1-3- دراسة هندي (2012): **القيم في البرامج الموجهة للأطفال بالفضائيات العربية، المملكة السّعودية.**

هدفت هذه الدّراسة إلى الإجابة عن التّساؤل الرئيس الآتي: ما طبيعة القيم المتضمنة في البرامج التّلفزيونية الموجهة للأطفال بالفضائيّات العربيّة؟

واستخدم الباحث المنهج الوصفي معتمدا على أسلوب تحليل المضمون. وقد اختار الباحث عينة من برامج الأطفال الّتي تعرضها فضائيّات الأطفال المتخصصة بالإضافة إلى عينة من برامج الأطفال التي تعرضها بعض القنوات غير المتخصصة (الجامعة)، وقد بلغ عدد البرامج عينة البحث (169) برنامج.

توصل الباحث إلى النّتائج الآتيّة:

- أكثر القيم المتضمنة في البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال في عينة البحث هي القيم الدّالة على السّلوك السّلبيّ والقيم الغريبة عن المجتمع.
- أقلّ القيم المتضمنة في البرامج التّلفزيونية الموجهة للأطفال في عينة البحث هي القيم الوطنيّة والقيم الدينيّة والأخلاقيّة.

7-1-4- دراسة مخيمر (2015): **القيم في برامج الأطفال التلفزيونية، الأردن.**

هدفت الدّراسة إلى التّعرف على الأساليب الفنيّة الّتي تتضمنها برامج الأطفال التّلفزيونيّة في قناة إم بي سي3 إضافة الى التّعرف على القيم التي تتضمنها تلك البرامج محددةً بكلٍ من القيم الدّينيّة، الاجتماعيّة، الوطنيّة، السّياسيّة، العلميّة والقيم الدّالة على السّلوكيّات السّلبيّة.

استخدمت الباحثة المنهج الوصفيّ والمتمثل في أسلوب تحليل المضمون، حيث كانت أداة الدّراسة استمارة تحليل المحتوى الّتي استخدمتها لجمع البيانات، و بلغت عينة الدّراسة (32) برنامجاً.

من أهم الّنتائج الّتي توصلت إليها الباحثة في دراستها أنّ أكثر القيم المتضمنة في برامج الأطفال التلفزيونية على قناة (إم بي سي 3) هي القيم الدّالة على السّلوكيّات السّلبية حيث احتل العنف بمختلف أشكاله المرتبة

الأولى في جميع القيم الفرعيّة المتضمنة في برامج الأطفال على قناة (إم بي سي 3). إضافةً إلى أنّ أقلّ القيم المتضمنة في تلك البرامج هي القيم الوطنيّة والقيم العلميّة ، كما توصلت إلى أنّ معظم البرامج في قناة (إم بي سي 3) هي برامج مستوردة.

7-1-5-دراسة فلحي، وسعيد (2015): **الدور التربوي لبرامج الأطفال في التّلفزيون الليبي، ليبيا.**

هدفت الدّراسة إلى التّعرّف على مدى اهتمام برامج الأطفال في التلفزيون اللّيبي على نشر وترسيخ القيم الايجابيّة ومعالجة الظواهر السّلبيّة، والوقوف على جوانب القوة والضعف فيها، اعتمدت الدّراسة على المنهج الوصفيّ التّحليليّ، وتمّ استخدام استمارة تحليل المضمون من اجل تحليل برنامج "زهور الحياة" لمدة ثلاثة أشهر، وكما تمّ استخدام استبيان وجّهه لعينة من الأطفال في مرحلة التّعليم الأساسيّ قوامها(319) مفردة، وقد أكدّت الدّراسة أنّ جميع حلقات برنامج موضوع الدّراسة كانت تتضمن قيماً إيجابيّة حيث جاءت قيمة محبة الناس واحترامهم بنسبة(23.1%)، وقيم الصدق والأمانة والاخلاص في المرتبة الثّانية بنسبة(15.4%).

7 -1-6 دراسة بومشطة (2018): **القيم التربويّة في برامج الطّفل التّلفزيونيّة بالقناة الجزائرية الثّالثة، الجزائر.**

هدفت الدّراسة إلى التّعرف على القيم التي تتضمنها برامج الأطفال على قناة الجزائر، و اعتمدت الدّراسة على المنهج الوصفيّ، باستخدام أداة تحليل المحتوى، وقد بلغت العينة مجموعة حلقات من برنامجي (تلّ الزّهور) و(استديو الصّغار) وهما برنامجان يعرضان على القناة الجزائريّة الثّالثة.

توصلت الدّراسة إلى أنّ القيم الاجتماعيّة و السّلوكية هي من أكثّر القيم الّتي يتضمنها هذان البرنامجان، ويتم تقديم هذه القيم وفق أسلوب الحوار والأغنية والألعاب.

7-1-7- دراسة علي(2018): **القيم التي تعكسها برامج الأطفال الأجنبيّة بقنوات الأطفال المتخصصة وأثرها على الطّفل المصري، مصر.**

هدفت الدّراسة إلى رصد وقياس القيم التي تعكسها برامج الأطفال الأجنبية المقدمة بقناتي(MBC3,SpaceToon) وأثرها على الطفل المصري بالمرحلة الإعداديّة، اعتمدت الدّراسة على المنهج الوصفيّ التّحليليّ، وتمّ انتقاء عينة من برامج الأطفال وهما (سام وكات، باور رينجرز)، تمّ استخدام استمارة تحليل المضمون لتحليل محتوى البرنامجين لمدة ثلاثة أشهر متواصلة، وتوصلت النتائج إلى أنّ قيمة الصداقة كانت القيمة الأبرز التي يركز عليها برنامج "سام وكات" حيث بلغت نسبة هذه القيمة (67%) من مجموع القيم الأخرى، أمّا القيم التي يؤكد عليها برنامج "باور رينجرز" فكانت بالترتيب الآتي: المشاركة الجماعية بنسبة (65.9%)، الصداقة بنسبة (54.8%)، الشجاعة بنسبة (43.5%)، واحترام الآخرين بالمرتبة الأخيرة بنسبة (32.9%).

7-1-8- دراسة بخوش(2019): **القيم التربوية في برامج الأطفال، الجزائر.**

هدفت الدّراسة إلى التّعرّف إلى المضامين القيميّة التي تحملها برامج الأطفال على قناة الجزيرة، اعتمدت الدّراسة على المنهج الوصفيّ التّحليليّ، وتمّ استخدام استمارة تحليل المضمون من أجل تحليل عينة من برامج الأطفال التي تبثها القناة لمدة أسبوع كامل، توصلّت الدراسة إلى أنّ البرامج تحمل قيماً تربوية نبيلة تسهم في تنشئة طفل معتز بهويته العربيّة، وقد احتلت القيم الاخلاقية المرتبة الأولى بنسبة70.97%، تليها القيم الاجتماعيّة في المرتبة الثانية من بين القيم الأخرى بنسبة (29.03%)، واشتملت القيم الاجتماعية التي ركزت عليها البرامج على القيم الفرعية بالترتيب الآتي: احترام الأسرة، الصداقة، التعاون، التسامح، آداب التعامل مع الآخرين، العلاقة مع الأقران.

7-1-9- دراسة مرياي، وبن عواطة (2019): **القيم المتضمنة في البرامج التلفزيونية العربيّة المخصصّة للأطفال، الجزائر.**

هدفت الدّراسة إلى معرفة القيم في برامج الأطفال التلفزيونيّة التي تُعرض على قناة (MBC3)، اعتمدت الدّراسة على المهنج الوصفيّ التحليليّ، وتمّ استخدام استمارة تحليل المضمون من أجل جمع البيانات اللّازمة، أمّا

عينة الدّراسة فقد اشتملت على البرامج الآتيّة " برنامج مع دانية، تسالي أحلى عالم، تواصل، نجوم صغار، شبل القصيد" وتمّ تحليل مضمون هذه البرامج لمدة (15) يوم بشكل متواصل، أكدت نتائج هذه الدّراسة أنّ محتوى هذه البرامج يهدف بالمرتبة الأولى إلى بناء شخصية الطّفل، وإبرازها، ومساعدته على تنميّة الجوانب الشّخصيّة والاجتماعية، وكانت من أهم القيم الاجتماعية التي ركزت عليها تلك البرامج هي كالآتي: مساعدة الآخرين، الصداقة، آداب الحوار، الرأفة والرفق بالآخرين، احترام المهن، الاتحاد والعمل الجماعي.

أمّا القيم الشخصية التي ركزت عليها فهي بالترتيب الآتي: الثّقة بالنفس، الطموح والتّحدي، الشجاعة والجرأة، الإنجاز والتفوق.

7-1-10- دراسة عريس، وعريس(2019): **القيم في البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال، الجزائر.**

هدفت الدراسة إلى معرفة القيم في البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال، بالأخص برنامج (The Voice Kids) الذي يعرض على قناة (MBC1) تمّ الاعتماد على المنهج الوصفيّ التّحليليّ كمنهج للدراسة، واستخدام استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات الخاصة للدّراسة، وبلغت عينة الدّراسة (10) حلقات من برنامج موضوع التحليل، وتوصلت الدراسة إلى أنّ أكثر القيم المتضمنة في البرنامج هي القيم الاجتماعية وقد شملت القيم الآتية: الصداقة بنسبة (11.53%)، احترام الكبير بنسبة (5.83%)، المشاركة والتعاون بنسبة(3.84%)، أمّا القيم الشخصية فقد احتلت المرتبة الثّانية كأكثر قيم متضمنة في برنامج موضوع التحليل وقد شملت القيم الشخصية القيم الآتية: الثقة بالنفس بنسبة(42.9%)، الطموح بنسبة (28.92%).

7-1-11 دراسة عز الدين(2020): **القيم السائدة في برامج الأطفال التي تقدمها قناة(MBC3)، العراق.**

هدفت الدراسة إلى الكشف عن أبرز القيم الفردية والرئيسية التي تركز عليها قناة (MBC3) عن طريق مضمون برامجها، اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفيّ التّحليليّ، واستخدمت استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع بيانات الدراسة، وتكوّنت العينة من عدد من برامج الأطفال تمّ اختيارها بطريقة قصدية وهي "دورا والأصدقاء في المدينة، هيا دييغو هيا، أسماك الفقاعات، تسالي أحلى عالم" تمّ رصد وتحليل مضمون هذه

البرامج لمدة ثلاثة أشهر، بلغت نسبة قيمة شكر الآخرين بنسبة(65.73%)،التواصل مع الآخرين(34.73%)، احترام قواعد السلوك العامة بنسبة(30.74%).

12-1-7 دراسة بوشهاب (2021): **القيم التربوية في برامج الأطفال، مصر.**

هدفت الدراسة إلى تحديد معايير بناء برامج الأطفال في التلفزيون، والكشف عن القيم التي تروّجها بعض القنوات التلفزيونية المخصصة للأطفال ضمن البرامج التي تعرضها، اعتمد الباحث على تحليل المضمون لكشف مضمون البرامج التي تبنّّها القنوات المخصصة، وأوضحت النتائج من خلال التحليل أنّ قناة الجزيرة للأطفال تعزز القيم الاجتماعية والتعليمية من خلال تقديم قيم تربط الطفل بمجتمعه وثقافته، أمّا قناة MBC3 للأطفال فكان لها دور في غرس قيم إيجابية متنوعة ترتبط بالتعليم، مساعدة الآخرين، بر الوالدين، التحدي، المنافسة، وتحمّل المسؤولية فضلاً عن اهتمامها بقيم العناية بالمظهر.

7-2- الدّراسات الأجنبيّة:

7-2-1- دراسة آرياArya (2004) : **الوقت المستغرق في مشاهدة برامج التّلفزيون وتأثيره على قيم الأطفال الملتحقين بالمدارس، الهند.**

Time spend on Television's show viewing and its effect on changing valves of school going children.

هدفت هذه الدّراسة إلى التّعرّف إلى بيان أثر برامج التّلفزيّون على القيم المختارة المختلفة للأطّفال والّتي تعرض على قناة الهند الأولى، أجريت هذه الدّراسة في مقاطعة كانجرا في هيماشال، وتمّ استخدام المنهج الوصفيّ، وقد اختارت الباحثة عيّنة عشوائيّة مؤلفة من (150) طفلاً، حيث قُسّم العدد بين (75) طفل من المدارس الحكوميّة و(75) طفل من المدارس الخاصّة متوزعين بين ذكور وإناث، وتمّ استخدام الملاحظة كأداة لجمع البيانات، حيث تمّ ملاحظة عادات مشاهدة التّلفزيون المختلفة للأطفال وتعبئة البيانات في استمارة خاصة لهذا الغرض.

أظهرت الدّراسة عدم وجود فروق بين الجنسين فيما يتعلق بتمثل القيم الدّيمقراطيّة والاجتماعيّة والاقتصاديّة والصحيّة، بينما أظهرت فروق بين الجنسين في تمثل القيم الدينيّة والجماليّة، والمعرفيّة لصالح الإناث.

7-2-2 دراسة راجاديل، وفيلانت و بوجول Rajadell, Pujol & Violant (2005): **القيم التعليمية المقدمة في برامج الأطفال "الرسوم الكاريكاتورية"، الأرجنتين.**

Los dibujos anima dos come recourse de transmission de values educations cultuelles.

هدفت الدراسة إلى تحديد القيم التي تنتقل إلى الأطفال عبر برامجهم في دولة الأرجنتين. تم الاعتماد على المنهج الوصفيّ التّحليليّ، واستخدم الباحثون استمارة تحليل المضمون لتحقيق أهداف الدراسة. كانت العينة عبارة عن مجموعة حلقات برنامج الأطفال " الرسوم الكاريكاتورية".

توصلت الدراسة إلى أنّ البرنامج ينقل الكثير من القيم الإيجابيّة مثل (الخير، المسؤولية، والتّضامن)، وقد بلغت القيم الإيجابيّة نسبة عاليّة من مجموع القيم حيث بلغت نسبتها في العينة حوالي(90%) مقارنة بالقيم السّلبيّة التي كانت نسبتها (10%) فقط.

7-2-3- دراسة يوبونجن وتيموتيه Timoteo and Uboñgen (2012): **القيم المقدمة في برامج الأطفال، الفلبين.**

The Values Presentation of the Children's Shows.

هدفت الدّراسة إلى معرفة القيم الاجتماعيّة المقدّمة عبر برامج الأطفال، وقد حددّت الدّراسة مجموعة من القيم وسعت إلى معرفة ترتيب هذه القيم في البرامج، وبيان أكثّر القيم الّتي تسعى البرامج لغرسها في الأطفال.

تمّ استخدام المنهج الوصفيّ التحليليّ باستخدام تحليل المضمون، لتحليل مضامين البرامج واستخراج القيم المتضمنة بالبرامج، بالإضافة إلى إجراء مقابلات مع الكتّاب، المخرجين، ومقدميّ هذه البرامج.

أمّا العينة فهي برامج الأطفال الّتي تعرض على القنوات التالية ABS-CBN2,GMA7, and TV5.

توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- إنّ أكثّر القيم الاجتماعيّة الّتي حرصت البرامج على تقديمها هي " مساعدة الآخرين، الأدب، والاحترام".
- حصلت قيم " الطّاعة، ومحبة الوطن" على المرتبة الأخيرة في ترتيب القيم في البرامج التي تعرض.

7-2-4- دراسة كايس Keyse (2014): **الوجوه الرائدة لشخصيّات برامج الأطفال، واشنطن.**

The New Faces Of Leading Characters In Children's Animated.

هدفت الدراسة إلى معرفة دور الشخصيات في برامج الأطفال في التّأثير على قيّم ومعارف الأطفال، تم استخدام المنهج الوصفيّ التّحليليّ، واُستخدمت استمارة تحليل المضمون من أجل تحليل برنامجي الأطفال دورا (Dora)، ودكتور ماكستافنز(Doc Mcstuffins)، توصلت الدراسة إلى أنّ للبرامج تأثيراً إيجابيّاً على الأطفال من حيث مساعدتهم في تنميّة قيم الثّقة بالنفس والخيال، وكما تعمل هذه البرامج على تعليم الأطفال لقيم الاحترام، المساواة بين الجنسين، وتقبل الآخرين عند الاختلافات الشكليّة والفكريّة.

7-2-5- دراسة بيريندارين Barandiaran (2016): **القيم والمشاعر في برامج الأطفال الخيالية السمعية البصرية، اسبانيا.**

Values and emotions in children's Audio-visual Fictional programme.

هدفت الدراسة إلى معرفة وتحديد القيم والمشاعر التي تنتقل للأطفال عبر البرامج الخاصة بهم والتي تخص الفئة العمرية بين (12-8) سنة.

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفيّ، واستخدمت استمارة تحليل المضمون لتحليل مضمون البرامج، بالإضافة إلى استبيان موجه للأطفال المشاركين وإلى الأهالي للمساعدة في تحديد القيم والمشاعر.

كانت عينة الدراسة مجموعة حلقات من برنامجي (Doraemon and Code Lyoko)، وهما برنامجان للأطفال، وقد بلغت العينة (86) حلقة.

توصلت الدراسة إلى نتائج عديدة أهمها:

- كلا البرنامجين ينقلان مجموعة واسعة من القيم الأخلاقيّة القائمة على الكفاءة.
- من أكثر القيم التي تمّ التّركيز عليها في كلا البرنامجين هي القيم الاجتماعية " مهارات الحياة ".
- القيم الجّماليّة من أقلّ القيم التي تمّ التّركيز عليها في البرنامجين.

7-3- التّعقيب على الدّراسات السّابقة:

7-3-1- اهتمت الدّراسات السّابقة بمعرفة القيم المتضمنة في برامج الأطفال مثل دراسة كشيك(2003)، دراسة هندي(2012)، دراسة بو مشطة(2018)، دراسة علي (2018)، ودراسة بخوش(2019)، دراسة عريس وعريس(2019)، دراسة عز الدين (2020)، ودراسة بو شهاب(2021)، ولكنّ نلاحظ أنّ بعض الدراسات ركزت على أكثّر من قيمة واحدة بل تعددّت لتشمل قيماً مختلفة كالقيم السّلوكيّة والدينيّة والأخلاقيّة والوطنيّة مثل: ودراسة مخيمر(2015)، في حين أضافت دراسة Arya (2004) على قيم الدّراسة السّابقة القيم المعرفيّة، والدينيّة والصحيّة، والاقتصاديّة. أمّا دراسة راجاديل، وفيلافيت(2005) فقد اكتفت بتصنيف القيم إلى قيم مرغوبة وقيم غير مرغوبة.

7-3-2- جميع الدّراسات السّابقة استخدمت المنهج الوصفي التحليليّ، وفي أغلب الدراسات تمّ استخدم استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وذلك لملاءمة هذه الأداة لهذا النوع من الدراسات وقدرتها على تحقيق النتائج المطلوبة.

7-3-3- تتشابه البحث الحاليّة مع الدّراسات السّابقة من حيث نوع المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفيّ أمّا من حيث الأداة المستخدمة في جمع البيانات، سيتم استخدام استمارة تحليل المحتوى من أجل تحليل الجمل الواردة

في برامج الأطفال الّتي تعرض على الفضائيّة السّوريّة، ومن حيث العينة فتبلغ عينة البحث الحالي 26 حلقة مقسمة إلى 13 حلقة من برنامج سوا منكبر، 13 حلقة من برنامج عالمي الصغير اللذان يعرضان على القناة الفضائية السّوريّة.

7-3-4- كما تتشابه البحث الحاليّة مع الدّراسات السّابقة من حيث تصنيف القيم المراد دراستها في اتّجاهين، حيث سيتم قياس كل قيمة من القيم في اتجاهين إيجابي وسلبي، وذلك لمعرفة دور برامج الأطفال إن كانت ذات دور إيجابي أم سلبي.

7-3-5- ما يميز هذه البحث عن الدّراسات السّابقة أنّها سوف تهتم ببحث القيم الشّخصية، وهي قيم تمّ إغفالها في أغلب الدراسّات السّابقة التّي اهتمت في معظمها بتحليل القيم الاجتماعيّة فقط.

7-3-6- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في عدة نواحٍ منها اختيار منهج البحث وتحديد الأداة المناسبة فقد تمّت الاستعانة بالدّراسات السابقة في تصميم استمارة تحليل المضمون، و تأسيس الإطار النّظري الخاص بالبحث.

8- منهج البحث وأدواته:

منهج البحث:

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفيّ التّحليليّ، باستخدام أسلوب تحليل المضمون الذي يعتبر المنهج الأكثر استخداماً في البحوث التربوية والنفسية، فهو وصفي لأنه يستهدف استخراج القيم الشخصية والاجتماعية كما هي موجودة في برنامجي "سوا منكبر وعالمي الصغير"، وهو تحليليّ لأنه يستخدم طريقة تحليل المضمون لكلٍ من برنامجي "سوا منكبر وعالمي الصغير"، من أجل الوصول إلى وصف دقيق لما يتضمنه المحتوى من قيم شخصية واجتماعية، وسيتمّ استخدام "الفكرة" كوحدة أساسيّة

فـي التحليـل، وذلـك بالاعتمـاد علـى معيـار تصـنيف القـيم الشخصـية والاجتماعيـة وفـق اسـتمارة معـدّة لغرض التحليل. ملحق رقم(1)

أدوات البحث:

- **المقابلة:** حيث أجرت الباحثة مقابلة مع المسؤولة عن دائرة برامج الأطفال في الهيئة العامّة للإذاعة والتّلفزيون (آ. فاتنة محمد) في دراسة استطلاعية للحصول على معلومات عن أوقات عرض برامج الاطفال على القناة الفضائية السورية.
- **استمارة تحليل المضمون:** استُخدم في البحث استمارة تحليل مضمون ملحق رقم(5)،محكّمة من قبل أستاذة من قسم أصول التربية في كلية التربية بدمشق والواردة أسماؤهم في الملحق رقم (2) لتحليل القيمة الشخصية والاجتماعية في برامج الأطفال التّلفزيونية على على القناة الفضائية السورية ، واستخدمت الفكرة وحدة أساسية للتحليل.

الفصل الثاني: القيم الشخصيّة والاجتماعيّة

1 – مفهوم القيم وتعريفها

2– خصائص القيم

3– تصنيف القيم

4– مكونات القيم

5– مصادر القيم

6– وظائف القيم

7– القيم الشخصية \ مفهومها\ أهميتها \ تصنيفها

8– القيم الاجتماعية \ مفهومها\ أهميتها \ تصنيفها

9– العلاقة بين القيم الشخصية والقيم الاجتماعية

تمهيد:

تعتبر القيم من أهم موضوعات العلوم الإنسانية وأكثرها إثارة لاهتمام الباحثين التربويين، لأنّها مرتبطة بالإنسان ووجوده، وفي عصر الانفتاح والفضائيات زاد الاهتمام بموضوع القيم ودراستها، فهي المحدد الرئيسيّ لسلوك الانسان ومكوّن مهمّ من مكوّنات المجتمع وثقافته، وفي هذا الفصل سنتعرف على مفهوم القيمة، خائصها، تصنيفات القيمة، مكوناتها، أهميتها، ومصادرها، كما سنتطرق إلى مفهومي القيم الشخصية والاجتماعيّة والعلاقة بينهما.

1- مفهوم القيم وتعريفها:

مفهوم القيم من الناحيّة اللّغويّة: جاء في معجم الوسيط أنّ قيمة الشيء هي قدره، وقيمة المتاع هي ثمنه، ويقال ما لفلان قيمة أي ماله ثباتٌ ودوامٌ على الأمر (إبراهيم، ومنتصر، وآخرون، 1972، ص786)

وكلمة القيمة الّتي انتشر استعمالها في عصرنا بمعنى الكلمة الفرنسيّة Valeurs، تدل أصلاً على اسم النوع من الفعل "قام" بمعنى وقف و اعتدل و انتصب وبلغ و استوى (الربيع، 1980، ص27)

وعُرّفت القيمة من حيث طبيعتها ودلالاتها، عرّفتها (العبد لله،2014) "هي الأفكار العامّة التي يتشارك فيها الناس حول ما هو جيد أو غير جيد، أو مرغوب فيه أو غير مرغوب فيه، وأحياناً يُراد من القيمة القياس ككلّ، فما يقع من جهة الإثبات تسمى القيم المثبتة، وما يقع في جهة النّفي تسمى القيم السّالبة (العبد للّه، 2014،ص230).

وتُعرّف أيضاً أنّها" هي ايمان واعتقاد ثابت بأنّ وصفاً معيناً من السّلوك أو غايةً ما من الوجود مفضلة شخصياً أو اجتماعيّاً، مقابل سلوك آخر أو غاية أخرى، وتمّثل معتقدات إجباريّة تعتبر الفعل مرغوباً فيه أو غير مرغوب فيه (Meier,2016,P11).

ومن خلال ما سبق يمكن أن نقول: إنّ القيم هي الحدود بين ما هو مرغوب وصحيح، وبين ما هو غير مرغوب وخاطئ، ضمن الإطار الاجتماعيّ الذي يعيش فيه الفرد.

2- خصائص القيم:

للقيم خصائص عدة تميّزها من غيرها من المفاهيم الأخرى، فمن هذه الخصائص ما هو مرتبط بنفسية الفرد، ومنها ما هو اجتماعيّ ثابت ومتغير، ومنها ما هو مكتسب ووراثي وفي الأحوال كلّها فإنّ هذه الخصائص هي ما تجعل من القيم ذات هدف ومنفعة، ومن هذه الخصائص نذكر الآتي:

- **القيم انسانيّة:** ترتبط القيم بشخصيّة الفرد و ذاته ارتباطاً وثيقاً وتظهر لديه على شكل صور مختلفة من التفضيلات والاهتمامات والاختيارات، والحاجات والأحكام، واللّذة والاهتمام والألم، والأفكار جميعها ترتبط بالإنسان، ممّا يجعلها قضيّة ذاتيّة شخصيّة يختلف النّاس حول أهميتها وتمثلها باختلاف ذواتهم وشخصياتهم.

- **القيم نسبية:** تعني نسبية القيم أنّها تختلف باختلاف الزّمان والمكان والإنسان، فتقديرها وبيان أهميتها وجدواها تختلف من إنسان لآخر، ومن مكان لآخر، ومن زمان لآخر، فعلى الرّغم من اتصافها بالثبات النسبي، إلّا أنّها تتغير بتغير الظروف الاجتماعيّة لأنها انعكاس للعلاقات الاجتماعيّة ونتاج لها (أبو مغلي، وسلامة، 2013، ص167).

- **القيم معياريّة:** أيّ أنّها بمثابة معيار لإصدار الأحكام فمن خلالها نقيس ونقيّم ونفسر ونعلل السلوك الإنساني (ميرياي، وبن عواطة، 2019، ص86).

- **القيم اجتماعيّة:** فهي تنطلق من إطار مجتمعيّ محدد، وعلى أساسها يتمّ الحكم على سلوك الأفراد، لأنّها تنال قبولاً من المجتمع.

- **القيم هرميّة:** ومعنى هرميّة القيم أنّها تنتظم في سلم قيمي متغير ومتفاعل، حيث تترتب القيم عند الفرد ترتيباً هرمياً تهيمن فيه بعض القيم على بعضها الآخر حسب تفضيلاته.

- **القيم عامّة:** فهي مشتركة بين جميع أفراد الطبقة الواحدة في مجتمع ما (أبو مغلي، وسلامة، 2013، ص168).

- **القيم قابلة للقياس:** حيث تتمّ دراستها من خلال أساليب هامّة للقياس تستخدم في قياس الميول والاتجاهات، فالقيم مرتبطة بالحياة التجريبية ومن الممكن قياسها باعتبارها تقديراً للأشياء وعلى أساس طبيعة الأشياء نفسها (ميرياي، وبن عواطة، 2019، ص87).

ويمكن أنّ نلخص خصائص القيم على الشّكل الآتي:

- انسانيّة ترتبط بالإنسان المفكر.
- نسبية معياريّة تختلف من شخص لآخر، ومن زمن لآخر، ومن مجتمع لآخر.
- معنويّة أي يستدل عليها من السّلوك.
- مثاليّة نسعى للوصول إليها وتمثلها في سلوكنا.
- أساسية في حياة كلّ انسان، وكلّ مجتمع

3- تصنيف القيم:

لا يوجد تصنيف موّحد يُعتمد عليه في تحديد أنواع القيم، فهناك العديد من الأسس التي وضعها الباحثون في هذا المجال بناءً على معايير مختلفة، والزّاوية التي نظر إليها الباحثون في القيم ووضعوا تصنيفات خاصة استناداً إلى معايير معينة، وفيما يلي بعض هذه التصنيفات.

3-1- تصنيف القيم من حيث المحتوى: استخدم هذا المعيار العالم الألمانيّ سبرانجر (Spranger,1928) وصنف القيم على ضوء هذا المعيار إلى ستة أنواع وهي:

3-1-1- القيمة النّظرية (العقلانيّة) : هي مجموعة القيم التي يعبر عنها اهتمام الفرد بالعلم والمعرفة والسّعي وراء القوانين التي تحكم الأشياء بقصد معرفتها، وميل الفرد إلى اكتشاف الحقيقة، ويتميز الأشخاص الذين تسود

عندهم هذه القيمة بنظرة موضوعيّة نقديّة، معرفيّة ويتمتعون بسرعة البديهة ويكونون عادة من الفلاسفة، والعلماء والمفكرين.

3-1-2- القيمة الاقتصاديّة: ويقصد بها اهتمام الفرد وميوله إلى كل ما هو نافع، وهو في سبيل هذا الهدف يتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج والتّسويق والاستهلاك واستثمار الأموال ويتميز الأشخاص الذين تسود لديهم هذه القيمة بنظرة عمليّة نفعيّة ويكونون عادة من رجال الأعمال. كما أنّ القيمة الاقتصاديّة تتمثل في الاهتمام بالنّتائج العمليّة و الفوائد المرتقبة وكثيراً ما تتعارض القيمة الاقتصاديّة مع غيرها من القيم.

3-1-3- القيمة الجماليّة الفنيّة : ويعبرّ عنها باهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من ناحية الشّكل أو التّوافق أو التّنسيق وهو ينظر إلى ذلك العالم المحيط به نظرة تقدير من ناحية التّكوين والتّنسيق، وليس بالضرورة أنّ يكون هؤلاء فنانين مبدعين، وإنّما لديهم القدرة على التّذوق للجمال والفن.

3-1-4- القيمة الاجتماعيّة: وتظهر لدى الفرد الذي يحب الحياة الاجتماعيّة الواسعة ويميل إلى النّاس فهو يحبهم ويميل إلى مساعدتهم، ويجد في ذلك راحة نفسية اجتماعية سعيدة وكذلك إشباعا له، ويتميز هذا النوع من الأفراد بروح تعاونيّة كبيرة سمتها البذل والسّخاء والعطف والحنان، ويرى "سبرانجر" أنّ القيم الاجتماعيّة في أنقى صورها تتجرد عن الذّات وتتقرب جداً من القيم الدينيًة.

3-1-5- القيمة السّياسيّة : ويقصد بها اهتمام الفرد بالحصول على القوة والسّيطرة، بهدف التّحكم في الأشياء و الأشخاص، ويعبر عنها الفرد بالنّشاط السّياسيّ والعمل السّياسيّ وحلّ مشكلات الجماهير، ويتمتع أفراد هذه القيمة بروح قيادية ويستطيعون التّأثير على غيرهم ومن هؤلاء الإداريون والسّياسيّون.

3-1-6- القيمة الدّينيّة : أرفع القيم وأعلاها لدى الرّجل المتدين، تعكس إيمانه بالله وملائكته وكتبه ورسله و القضاء والقدر خيره وشره، ويرى "سبرانجر" أنّ الرّجل المتدين هو شخص يتجه بناؤه العقلي باستمرار نحو خلق أعلى الخبرات قيمة ذات الإرضاء المطلق ، نقلاً عن(شرقي، 2017، ص169).

كما استخدم العالم وايت (**White,1951**) المعيار ذاته، وصنف القيم في ضوئه إلى ثماني قيم وهي: قيم جسمية، قيم اجتماعيّة، قيم ذاتيّة، قيم عمليّة، قيم معرفيّة، قيم ترويحيّة، قيم اللّعب، وقيم الأمن ، نقلاً عن (ابراهيم، 2018، ص46).

نلاحظ من خلال التصنيفين السّابقين أنّ هذا المعيار اهتمّ بتصنيف القيم على أنّها قيم شخصيّة تهتمّ بالإنسان كشخص بمفرده، وتعبّر جميعها عن اهتمامات الأفراد وميولهم، أو بحصولهم على الأشياء والسيطرة عليها.

3-2- تصنيف القيم على أساس شدتها: والمقصود من بُعد الشّدة هو درجة الإلزام التي تفرضها القيم، ويحدد ذلك نوع الجزاء الذي يقرره المجتمع، ويوقعه على من يخالفها، وتقسم إلى:

3-2-1- القيم الإلزاميّة (ما ينبغي أن يكون) : وتشمل الفرائض والنواهي، وهي القيم التي تتّصف بالقداسة، حيث يلزم المجتمع أفراده بها، ويشرف على تنفيذها بقوة وحزم سواء عن طريق العرف وقوة الرأي العام والمجتمع و القانون و العرف معاً، ومن ذلك في مجتمعنا القيم التي ترتبط بتنظيم العلاقة بين الجنسين أو بمسئوولية الأب نحو أسرته.

3-2-2- القيم التّفضيليّة (ما يفضل أن يكون): ويشجع المجتمع أفراده على الاقتداء بها والسّير وفق متطلباتها، ولكنها لا تمثل مكانة الالتزام والقداسة التي تتطلب العقاب الصّارم الحاسم الصّريح لمن يخالفها، أو بمعنى آخر هي التي تكون في المجتمع حسب ما يفضله الفرد كإكرام الضّيف.

3-2-3- القيم المثاليّة (ما يرجى أن يكون): هي القيم التي يشعر المجتمع وأفراده باستحالة تطبيقها كاملة، ولها تأثيرها الذي يكون بالغ القوة في بعض الأحيان وفي توجيه سلوك الأفراد والجماعات، مثل القيم التي تدعو إلى المساواة، والقيم التي تدعو إلى مقابلة الإساءة بالإحسان.

إنّ المستويات السّابقة للقيم ليست مستقلة و منفصلة تماماً، وليس لها حدود معينة تحدد نهايات كل منها، بل تتداخل فيما بينها، ولا يتضح الخلاف إلا في المواضيع ذات الأثر القوي على سلوك الفرد ومن ثم المجتمع (بوعطيط، 2012، ص83).

نلاحظ في هذا التصنيف تفاوت القيم تفاوتاً واضحاً، حيث قدّرت شدّة القيمة بدرجة الالتزام التي تفرضها، وكذلك بنوع الجزاء الذي توقعه على من يخالفها، ويجب الإشارة إلى أنّ القيم (المثالية) تعدّ من القيم التي يرى أغلب الناس استحالة تحقيقها في المجتمع بصورة تامة، لأنّها من القيم التي تتطلب الكمال التّام في أمور الدّين والدنيا.

3-3- تصنيف القيم على أساس نوعها: تصنف القيم حسب هذا المعيار إلى ما يأتي:

3-3-1- القيم العامّة : وهي القيم التي يعمُّ انتشارها في المجتمع كلّه بغضّ النّظر عن ريفه وحضره وطبقاته وفئاته المختلفة وهي القيم المرتبطة بالعقائد والأعراف والتّقاليد، فبقدر ما يكون في المجتمع من قيم عامة يكون هذا المجتمع متماسكاً ومتعاوناً، و إنّ ظهور ما يسمى بصراع القيم ما هو إلا نتيجة للانفصال و التباعد بين فئات المجتمع المختلفة بالنسبة لنظرتهم حيال المواقف المهمة في حياتهم المتفاوتة.

3-3-2- القيم الخاصّة : وهي ما تعرف بقيم الدور، وهي ما يقوم بها فرد معين أو فئات معينة أو التي تحدث في مناسبات محددة، مثل قيم خاصة بطبقة معينة (القبائل– البدو) كالقيم المتعلقة بالزّواج و المواسم و الاحتفال بالأعياد الدّينيّة والوطنيّة، وكذلك قيم المراكز الاجتماعيّة الذي يمثله الفرد، حيث تعمل هذه القيم على تماسك هذه الفئة وترابطها وإمكانية التنبؤ بسلوك صاحبها (بوعطيط، 2012، ص88).

وممّا سبق يمكن أن نقول: أنّ الفاصل بين القيم الخاصّة و القيم العامّة هي الحدّ الجغرافي، حيث نلاحظ أنّ القيم العامّة تنتشر في مناطق جغرافيّة واسعة " كمجتمع بأكمله" في حين أنّ القيم الخاصّة تنتشر في وسط جغرافيّ صغير " كالقرية أو القبيلة أو طائفة محددة " وبالتّالي فكلما تزايد عدد الأفراد الملتزمين بالقيم العامة، كلّما كان المجتمع أكثر تماسكاً وتلاحماً.

3-4- تصنيف القيم على أساس الغرض– المقصد: وهي تلك القيم التي ينظر إليها الأفراد والجماعات على أنّها وسائل لغايات معينة أبعد من ذلك، كقيمة العلم وغايتها اكتشاف الحقائق، وتتضح القيم عند "روكيتش" أنّها ضرب من ضروب السّلوك أو غاية من غايات الوجود المفضلة، فعندما نقول إنّ لدى الشّخص قيمة معينة،

نقصد بذلك أنّ معتقداته تتركز حول أحد أشكال السّلوك المرغوب فيه، أو حول غاية من غايات الوجود، والقيم عند "روكيتش" تنتظم في نوعين رئيسين هما:

3-4-1- القيم الغائيّة : وهي عبارة عن غايات في ذاتها وتعرف بالقيم النهائية، وتشمل القيم الشّخصية والقيم الاجتماعيّة.

و القيم الغائية التي ذكرها روكيتش هي " الحياة المريحة، الإثارة، الانجاز، السّلام، الجمال، المساواة، الأمن الأسري، الحريّة، السّعادة، التّوافق الذاتي، الحب النّاضج، الأمن القوميّ، السّرور، الانقاذ، احترام الذّات، التّقدير الاجتماعيّ، الصّداقة، الحكمة" وهي مقسمة بين قيم شخصيّة، وقيم اجتماعيّة.

3-4-2- القيم الوسيليّة : وهي تمثل أشكال السّلوك الموصلة لتحقيق هذه الغايات (العرشي، والدوسري، 2015، ص95).

وباختصار، تُعدُّ القيم الغائيّة أعلى من القيم الوسيليّة، فالقيم الغائيّة غايات مهمة في ذاتها كالفضائل بأنواعها المختلفة، في حين أنّ القيم الوسيليّة لاتعدّ هدفاً ولكنها مجرد وسيلة لبلوغ هذه الغايات، كالعمل من أجل بناء الحياة الكريمة وتحقيق الذات.

3-5- تصنيف القيم على أساس الوضوح: وتقسم إلى:

3-5-1- قيم ظاهرة (صريحة): أيّ التي يُصرّح بها من قبل الفرد عن طريق الكلام مثل القيم المتعلقة بالخدمة الاجتماعيّة و المصلحة العامّة.

3-5-2- قيم ضمنيّة : وهي القيم التي يُستدل على وجودها من ملاحظة الميول والاتّجاهات والسّلوك الاجتماعيّ وذلك من سياق سلوك الفرد أثناء حياته في مواقف متعددة، لأنّ السّلوك هو الدّليل الحقيقي على تمسك الفرد بقيم معينة، فحمل السّلاح مثلاً للدّفاع عن أرض الوطن يدل على القيمة الوطنيّة (بوعطي،2012، ص85).

يُلاحظ أنّ القيم الضّمنية أهمّ من القيم الصّريحة، حيث أنّ القيم الصّريحة يُعبر عنها من خلال الكلام، بينما تعدّ القيم الضّمنية من الدّوافع المحركة لسلوك الفرد، فتصرف الأفراد يعكس القيم التي يتمثلونها، وبالتّالي فإنّ الثّواب أو العقاب هو خاص بالقيم الصّريحة فقط، حيث أنّ الجزاء يطبق على الفعل والسّلوك.

3-6- تصنيف القيم على أساس الدوام: ويقصد بالدوام" الدوام النسبي"، وينقسم بدوره إلى:

3-6-1- قيم دائمة (نسبياً): وهي القيم التي يستمر بقاؤها لمدة طويلة في حياة المجتمع، ويورثها الآباء للأبناء مثل القيم المرتبطة بالعرف والتّقاليد.

3-6-2- قيم عابرة: وهي القيم العارضة القصيرة الدّوام و السّريعة الزوال والتذبذب (أبو مغلي، وسلامة، 2013، ص173).

ممّا سبق نستنتج أنّ القيم الدّائمة هي القيم الأصيلة الثّابتة التي تميّز مجتمعاً من غيره من المجتمعات، أمّا القيم العابرة في قيم دخيلة نتيجة للغزو الفكريّ والثقافيّ الذي قد تتعرض له المجتمعات في مرحلة زمنية معينة نتيجة لظروف معينة، ويمكن في بعض الأحيان أن تتحول القيم العابرة إلى قيم دائمة إذا كانت قيماً إيجابيّة تتناسب مع عادات المجتمع وثقافته، أو كانت مفيدة في تطويره.

3-7- تصنيف القيم على أساس بعد الشّكل: ويعني به الثّوب الذي تظهر فيه القيمة، ويمكن تقسيمها إلى قسمين:

3-7-1- قيم إيجابيّة: وهي التي تظهر في ثوب مرغوب، ويكون اتّجاه الفرد إليها اتّجاه إقدام وقبول ورضا، ومن هذا المنطلق فإنّ الرّفع من القدر يكون ذا قيمة إيجابيّة.

3-7-2- قيم سلبيّة : والتي تظهر على عكس ما تظهر به القيم الإيجابيّة، فهي قيم تؤدي إلى تدني قدر صاحبها (عباس، 2018، ص166).

أمّا (الشّماس وآخرون،2017) فقد صنفوا القيم ضمن تسع مجموعات وهي:

مجموعة القيم الوطنيّة القوميّة – مجموعة القيم المعرفيّة الثّقافيّة – مجموعة القيم العلميّة والاقتصاديّة – مجموعة القيم الاجتماعيّة – مجموعة القيم الإنسانيّة – مجموعة القيم الرّوحيّة والأخلاقيّة – مجموعة القيم التّرويحيّة والجماليّة – مجموعة القيم الوقائيّة والصّحيّة – مجموعة القيم الرياضيّة – مجموعة قيم تكامل الشّخصيّة (الشماس، كشيك، وزيود،2017، ص125). ويعدّ هذا التصنيف أوسع وأكثر إحاطة للقيم من حيث محتواها.

ومن خلال ما سبق نلاحظ أنّ عملية تصنيف القيم ليست عملية بسيطة وإنّما تقوم على أسس نظريّة خاصة بها، وحسب المجال الذي تعني به. فلكلّ مجال ولكلّ دراسة تصنيف يخدم هذا المجال وهذه الدّراسة، وبذلك تعمل على سهولة حصر القيم وتحديدها بدقة بحسب المجال الذي تنتمي إليه.

4- مكوّنات القيم:

تحتوي القيم على ثلاثة عناصر لا يمكن فصل أحدها عن الآخر لأنّها تندمج وتتداخل لتعبر في النهاية عن وحدة الإنسان والسّلوك، فهي يحتوي على ثلاثة عناصر مثلها مثل الاتجاهات والمعتقدات وهي:

4-1- المكوّن المعرفيّ: ومعياره " الاختيار " ، أي انتقاء القيمة منّ أبدال مختلفة بحرية كاملة بحيث ينظر الفرد في عواقب انتقاء كل بديل ويتحمل مسئوليّة انتقائه بكاملها ، وهذا يعني أنّ الانعكاس اللاإراديّ لا يشكّل اختياراً يرتبط بالقيم . ويعتبر الاختيار المستوى الأول في سلم الدّرجات المؤديّة إلى القيم ويتكون من ثلاث درجات أو خطوات متتالية هي : استكشاف البدائل الممكنة ، والنّظر في عواقب كل بديل ، ثم الاختيار الحرّ .

4-2- المكوّن الوجدانيّ : ومعياره " التّقدير " الذي ينعكس في التّعلق بالقيمة والاعتزاز بها ، والشّعور بالسّعادة لاختيارها والرّغبة في إعلانها على الملأ .

ويعتبر التّقدير المستوى الثاني في سلم الدّرجات المؤدية إلى القيم ويتكون من خطوتين متتاليتين هما : الشّعور بالسّعادة لاختيار القيمة ، واعلان التّمسك بالقيمة على الملأ .

3-4- المكوّن السّلوكي: ومعياره " الممارسة والعمل " أو " الفعل " ويشمل الممارسة الفعلية للقيمة أو الممارسة على نحو يتسق مع القيمة المنتقاة ، على أن تتكرر الممارسة بصورة مستمرة في أوضاع مختلفة كلما سنحت الفرصة بذلك .

وتعدّ الممارسة المستوى الثالث في سلم الدّرجات المؤدية إلى القيم ، وتتكون من خطوتين متتاليتين هما : ترجمة القيمة إلى ممارسة ، وبناء النمط (العاجز، 2014، ص65).

وهذه المكوّنات الثّلاثة هي ما تحدّد القيمة وتحدّد وظيفتها ومعناها، وأنّ المكوّن الثّالث (العمل)، هو الذي يساعد الفرد على تخصيص طاقاته وشحنها وتوجيهها بين مظاهر الفعل المختلفة وهو الأساس في تكوين القيم (المنير، 2016، ص70).

نستنتج ممّا سبق أنّ المكونات الثلاثة مرتبطة بعلاقات تفاعليّة مستمرة ومتداخلة بتأثير من المجتمع وثقافته، حيث أنّ عمليّة انتقاء الفرد لقيمة معينة لا تتّم بشكل عشوائيّ، فلابدّ من فهم وتحليل للقيم التي يؤمن بها مجتمعه ومحيطه والتي يتميز بها، وعند فهمه لها يساعد ذلك في تقبلها والاعتزاز والتمسك بها وبالتّالي تجعل منه فرداً مقبولاً بين جماعته عندما يمارس هذه القيمة.

5- مصادر القيم:

هناك مصادر عدة للقيم ساعدت في تشكيل منظومة قيمية أنتجها الأفراد في حياتهم، وقد تمثلت هذه المصادر في الآتي:

5-1- الدّين: حيث يعتبر الدّين أحد المصادر الهامة في تشكيل قيم الأفراد والجماعات، فالكتب السّماويّة منذ بداية الخلق ساهمت في تشكيل أنماط وقيم ومعان لها مدلولاتها، حيث ركز هذا المصدر على منظومة القيم الاجتماعيّة للوصول إلى بناء نسيج متكامل يقوم على توفير حياة كريمة وشريفة (أبو السل، أبو العناز، 2013، ص58).

5-2- الأسرة: هي البيئة الأولى التّي تحضن الفرد، وأكثرها تأثيراً في عملية التّنشئة الاجتماعيّة، إذ تعلّم الفرد مبادئ التربية الاجتماعية والآداب العامة والقيام بالواجبات والمسؤوليات الفردية والاجتماعية المختلفة (بكوش، 2014، ص79).

5-3- المدرسة: وهي مؤسسة اجتماعية تربوية، تؤدي دوراً مهماً في إغناء القيم التّي تلقاها الفرد في الأسرة وتضيف إليها قيماً أخرى، ودورها مكمّل للأسرة حيث تقوم بتدعيم الكثير من المعتقدات والاتّجاهات والقيم الحميدة التي تكونت لدى الطّفل في البيت (عزي، 2014، ص99).

5-4- المجتمع: حيث يشكل المجتمع والبيئة التّي يعيش فيها الإنسان مصدراً مهمّاً للقيم، حيث تؤثر طريقة تربية الفرد ونشأته في تكوين مجموعة قيم تشكّل مصدراً مهمّاً لسلوكه الإنسانيّ.

5-5- الجماعة: تشكل الجماعة مصدراً مهمّاً للقيم، فالجماعة التي ينتمي إليها الفرد ترسخ مجموعة القيم لديه، وتساعده على تشكيل وتغيير أنماط قيمية معينة.

5-6- وسائل الإعلام: تؤثّر بوسائلها المختلفة من إذاعة وتلفزيون وسينما وصحف ومجلات وكتب وإعلان.... من خلال ما تقوم بنشره عبر هذه الوسائل من معلومات وأفكار تؤثر على معتقدات الأفراد وقيمهم واتّجاهاتهم واختياراتهم .

5-7- الثّقافة: تعتبر القيمة إحدى المكونات الأساسيّة للثّقافة التي عرّفها الباحث "إدوارد برنت تايلر" في كتابه الحضارة البدائية أنّها " ذلك الكلّ المركب الذي يشمل على المعرفة والعقائد والفن والأخلاق والقانون والعادات وغيرها من القدرات والعادات التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضواً في المجتمع (أبو السل، أبو العناز، 2013، ص58).

5-8- الظروف الاقتصادية والاجتماعيّة: من المصادر المهمة أيضاً للقيم المعطيات والظروف الاقتصادية والاجتماعيّة التي تصاحب المراحل الحضارية التي يمر بها المجتمع، فالجمع بين الرواسب المادية التي ورثها

الانسان وبين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعيّة الجديدة التي عاصرها يؤدي إلى ظهور قيم جديدة تعدّ مرشداً لسلوك الأفراد (بكوش، 2014، ص79).

بعد التّعرف على مصادر اكتساب القيم في حياة الأفراد، ودور كل مصدر، لابدّ من الإشارة إلى أنّ عمليّة اكتساب القيم وتكوينها ليست عملية بسيطة وسهلة، فمن غير المنطقي ترك الفرد يكتسب قيمه وقيم مجتمعه عن طريق الصّدفة والعشوائية، فهذا الأمر يؤدي إلى التّناقض في القيم المكتسبة، وإلى اكتساب القيم السّلبية أحياناً، لذلك لابدّ أن تخضع هذه العملية لتخيط منظم وواعٍ، ولابدّ من خطة دقيقة تعمل على تضافر جهود هذه الوسائط المختلفة، مع الأخذ بعين الاعتبار المرحلة العمريّة المستهدفة التي يتمّ تقديم القيم إليها وتنميتها، فإنّ زرع القيم وفق خطط منظمة يساعد بشكل كبير على تمثّل القيم الإيجابيّة والابتعاد عن القيم السّلبيّة.

6- وظائف القيم:

6-1- وظائف القيم على المستوى الفردي :

6-1-1- تحدد للفرد أهدافه في ميادين كثيرة، وتدلّه على المؤثرات المعوّقة وتساعده على تحقيق الأهداف.

6-1-2- تساعد الفرد على تحمّل المسؤوليّة ليكون قادراً على تفهّم كيانه الشّخصي، وتؤدي إلى إحساسه بالرضا (أبو مغلي، وسلامة، 2013، ص168).

6-1-3- تهيئ للأفراد خيارات معينة وتحدّد السلوكيات الصادرة عنهم، وتحدد شكل الاستجابات وبالتالي تؤدي دوراً مهمّاً في تشكيل الشخصية الفردية.

6-1-4- بناء الذات الإنسانية القادرة على التكيف الإيجابي، فوظيفتها توجيه الفرد نفسيّاً وتربوياً (العرشي، والدوسري، 2015، ص95).

6-1-5- تدفع الفرد لتحسين إدراكه ومعتقداته لتضح الرؤية أمامه، وبالتالي تساعده في فهم العالم من حوله، والتوسع في إطاره المرجعي في فهم حياته وعلاقاته (همشري، 2013، ص113).

6-2- وظائف القيم على المستوى الاجتماعي :

6-2-1- تساهم في تنظيم المجتمع وفي ضبطه واستمراره، واستقرار الحياة الاجتماعية (عبادي، 2019، 85)

6-2-2- تعمل على تأسيس المجتمعات وفق معايير محددة، وذلك بتوحيد القواعد والنظم الأخلاقية للمجتمع الواحد بما يعود بالمنفعة العامة على سائر الأفراد.

6-2-3- تربط أجزاء ثقافة المجتمع ببعضها البعض، فتبدو متكاملة ومتناسقة (الزوبعي، 2015، ص195).

6-2- 4- تساعد القيم في وصف وتحديد نوع الثواب والعقاب للأفراد والجماعات في إطار علاقاتهم الاجتماعيّة وسلوكهم ،وهي تتمتّع بالقوة خاصة في هذا الصّدد كما تحفظ الحقوق والواجبات في المجتمع وتجعله يلتزم بها (العاجز، 2014، ص37).

6-2-5- تقي المجتمع من الأنانية المفرطة والنزعات، والشهوات الطائشة، فالقيم والمبادئ هي الهدف الأسمى الذي يسعى جميع أفراد المجتمع للوصول إليه.

6-2-6- تساعد في تحديد ملامح شخصية المجتمع المتميزة من غيره من المجتمعات الأخرى، وذلك لأنّ القيم تزود أفراد المجتمع بقدر مشترك من الثقافة والتفكير، وبالتالي تحدّد الشخصية العامة لجميع أفراد المجتمع على الرغم من وجود قدر من التباين بين شخصيات أفراده (الطيار، 2014، ص206).

6-2-7- تزويد المجتمع بالصيغ التي يتعامل بها مع العالم، وتحدد طبيعة العلاقات التي يجب أن تسود بينه وبين المجتمعات الأخرى، وتُحدد له أهدافاً ومبررات لوجوده، وبالتالي يسلك في ضوئها السلوك القويم (العجرمي، 2012، ص22).

نلاحظ أنّ الوظائف العديدة للقيم، قد اكسبها أهميّة كبيرة في حياة الأفراد والمجتمعات، وجعل منها جزءاً لا يتجزأ من مكونات الشخصية الإنسانيّة، ومن مكونات المجتمع.

7- القيم الشّخصيّة:

7-1- مفهوم القيم الشخصيّة:

يتفاوت مفهوم القيم الشّخصية بين الشّمولية التّخصيص، فبعضهم ينظر إليها على أنّها قيم الفرد بشتى تصنيفاتها سواءً كانت دينية أم اجتماعيّة أم قيم العمل، والبعض الآخر وضعها في إطار يتضمن القيم الذّاتيّة فقط بعيداً عن قيم العمل والقيم الاجتماعيّة، وفي هذه الدّراسة سيتم التّركيز على القيم الشّخصيّة بجميع تصنيفاتها، وهناك عدد من التعريفات للقيم الشّخصية نذكر منها ما يلي:

عـرّف الزّهرانـيّ القـيم الشّخصـيّة بأنّهـا " قـيم الأفـراد التـي تمثـل أحكـامهم الخاصـة، ومبـادئهم التـي ينظرون من خلالها للمواقف، أو العلاقات المحيطة بهم (الزهرانيّ، 2010، ص20).

وقال السّليم هي: كلّ ما يتعلق بأخلاق الطفل الشّخصيّة من النّظافة والاهتمام بالصّحة، وحبّ العلم وطلبه، وحبّ المدرسة، والصّدق، والأمانة، والنّظام والتّرتيب، والمحيط البيئيّ وصيانته، والرّياضة وممارستها، والتأدّب والتّواضع، والحرّية والعدالة، وتقدير الوقت، والمهن والعمل، وشكر الله على النعم، وتحمّل المسؤولية، والاعتدال وعدم الإسراف، والصبر (السّليم، 2015، ص605).

ونستنتج من التّعريفات السّابقة أنّ القيم الشّخصيّة هي المعتقدات والسّلوكيآت التي تحفز الفرد وتوجّه تصرفاته وقراراته في مختلف مجالات الحياة، فهي المراقب الدّاخلي الذي يراقب أفعال الفرد وتصرفاته، ويوجهها نحو السّلوك المرغوب والمطلوب داخل الإطار الذي يعيش فيه.

7-2- أهميّة القيم الشّخصيّة:

تؤدّي القيم الشخصيّة دوراً بارزاً في حياة الأفراد، فهي بمثابة الجانب المعنويّ في سلوكهم، والعصب الرئيسيّ للسلوك الوجدانيّ، والثّقافيّ، والاجتماعيّ عند الأفراد.

فحسب رأي (الجلاد،2010) " تمثل القيم الشّخصية ومعاييرها، جوهر الإنسان الحقيقي، فبالقيم يصير الإنسان إنساناً، ومن دونها يفقد الإنسان إنسانيّته، وينحدر إلى مستوى كائن حيوانيّ تسيطر عليه الأهواء وتقوده الشّهوات، لذا فإنّ السّلوك الشّخصي ينبع من القيم، التي تنشأ بدورها من التصّور ومن المعتقد والفكر، فتفكير الإنسان في الأشياء والمواقف التي تدور من حوله، وبناء تصوراته عنها، هو الذي يحدد منظومته القيميّة الشّخصيّة، ومن ثم تصدر عنه أنماط السّلوك وفق هذه المنظومة، وبناءً على ذلك تأتي أهميّة القيم كمنظِمات لسلوك الفرد فيما ينبغي فعله والتّحلي به، وفيما ينبغي تركه والابتعاد عنه" (الجلاد، 2010، ص154).

وأكدّ (العمري،2016) على أهمية القيم الشخصيّة باعتبارها من العناصر الأساسيّة لثقافة المجتمعات، "فهي تؤثر تأثيراً كبيراً في حياة الأفراد الخاصة والعملية، بوصفها أحد المكونات الأساسيّة للشخصية، ويشمل تأثيرها سلوك الأفراد، واتجاهاتهم، وعلاقاتهم. فالقيمة هي ما يعتبره الفرد مهماً، وذا قيمة في حياته، ويسعى دائماً إلى أنّ يكون سلوكه متسقاً ومتوافقاً مع ما يؤمن به من قيم" (العمري، 2016، ص33).

أمّا (ربيع،2010) فبين أهمية القيم الشّخصيّة من خلالها ربطها بقدرة الفرد على اتخاذ قراراته فيقول " تساعد القيم الشخصية الفرد على اتخاذ قرار أو الحكم على الأشياء والاختيار بينها، فالفرد في عملية حكم أو اختيار أو تفضيل لشيء ما يلجأ إلى رصيده من القيم ويحتكم إليه، وبالتالي فإنّ القيم الشخصية تمثل (معياراً للسلوك) يستخدمه الفرد للاختيار بين بدائل في مواقف تتطلب سلوكاً معيناً ويستخدمها الفرد في شرح أسباب هذا الاختيار الذي قام به" (ربيع، 2010، ص85).

وترى الباحثة أنّ للقيم الشّخصيّة أهميّة كبيرة في تكامل شخصية الفرد المتزنة، وكما تعتبر موجهات لخيارات الأفراد في مجالات الحياة المختلفة، وتمنح الفرد القدرة على التّكيّف وتحقيق الرّضا النّفسي له، بالإضافة إلى أهميتها في شعور الفرد بالاطمئنان والثّقة بالنّفس كونه يعيش وفقاً لقيمه التي يؤمن بها ويوجه سلوكه وفقاً لها.

7-3- تصنيف القيم الشخصيّة:

هناك عدد كبير من التصنيفات للقيم الشّخصية، ولكن سنذكر بعضاً منها بإيجاز.

7-3-1- تصنيف (الشّواورة، 2016): في تصنيف الباحثة للقيم الشّخصيّة، صنّفت الباحثة القيم في مجموعتين، المجموعة الأولى، وهي القيم الشّخصيّة الذّاتية وصُنّفت إلى " الإخلاص، القناعة، الصّبر والحلم، الشجاعة، الكرم، الحياء، النّظافة الشخصيّة". أمّا المجموعة الثّانية، فهي مجموعة القيم الشخصيّة غير الذاتية وتحتوي على القيم التالية " الصّدق، الأمانة، التّواضع، التّسامح، المحبة، الإيثار، احترام الآخرين، ضبط النّفس، وأدب الحديث" (الشواورة، 2016، ص35).

7-3-2- تصنيف (الشّماس وآخرون، 2017): قام بتصنيف القيم الشخصية إلى " الثّقة بالنّفس، الاعتماد على الذات، تحمّل المسؤوليّة، ضبط النفس، التقيد بالنظام، التكيف، التفاؤل، المثابرة، الطموح، قوة الإرادة، الشّجاعة، المبادرة، الصبر والتّحمل، الحياء، الابتعاد عن فعل الشّر، محاربة الفساد" (الشّماس وآخرون، 2017، 127).

7-3-3- تصنيف (Rethidevi،2016): قام بتصنيف القيم الشخصية إلى القيم الآتية "الطموح، النزاهة، خدمة الآخرين، احترام المسؤولية، التفاني، الولاء، المصداقية، الأمانة، المساءلة، الكرامة، التعاطف، الشجاعة، الاستقلال، الودّ، الكرم، الانضباط، والتفاؤل (Rethidevi,2016,P2).

ومن التّصنيفات السّابقة، تمّ الاعتماد على تصنيف (الشواورة،2016) مع تعديل ودمج بعض القيم، وإضافة قيم جديدة من أجل إغناء البحث وطبيعته، وأُعتمد البحث على التّصنيف الآتي للقيمة الشّخصيّة:

(الطّموح- الشجّاعة- الثقة بالنفس- البساطة- الصدق- الأمانة- الالتزام- التسامح- النظافة الشخصيّة والاعتناء بالمظهر- الاستقامة- الحلم- تنمية المواهب- الحياء- برّ الوالدين).

8- القيم الاجتماعيّة:

8-1- مفهوم القيم الاجتماعيّة:

إنّ للقيم الاجتماعيّة مفاهيم متنوعة ومتعددّة، ويمكننا معرفة مفهوم القيم الاجتماعيّة من خلال ذكر التّعريفات الآتية، واستنتاج تعريف موجز لها.

أمّا المهدي فعرفها " هي عبارة ن الأحكام التي يصدرها الفرد بالتّفضيل أو عدم التّفضيل لموضوعات أو لأشياء وذلك في ضوء تقديره لهذه الموضوعات والأشياء وتتم من خلال تفاعل بين معارف الفرد وخبراته من جهة وبين الأشياء من جهة، وبين الأطر الحضاريّة التي يعيش فيها والتي اكتسب من خلالها هذه الخبرات والمعارف من جهة ثانية" (الهدي، 2010، ص80).

وتُعرّف بأنّها "مجموعة المعاني التي يقدرها المجتمع تقديراً متفاوتاً، سلباً أو إيجاباّ، ويتفق عليها الأفراد، ويصوغون العقوبات الماديّة والأدبيّة على من يخالفها" (المبرز، 2011، ص23)،

"وهي القواعد والالتزامات والضوابط التي يضعها المجتمع من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعيّة المختلفة وأهمّها الأسرة، وهي محلّ اتفاق بين أفراده، يتشربها الفرد في سلوكه، ويتمثّلها في سلوكه نتيجة تفاعله مع المواقف المختلفة" (الهادي، 2018، ص54).

وتُعرّف أنها "القيم المتعلقة بالمعايير والمبادئ التي تُحدّد علاقات الأفراد، بعضهم مع بعض، في المجتمع على أسس من الاحترام المتبادل، ومحبة الآخرين والتعاون معهم، ومساعدتهم في إطار الصّداقة السليمة، والمصلحة الاجتماعيّة، والايمان بالعمل المشترك سبيلاً لتقدّم المجتمع وتطوره" (الشماس، وآخرون، 2017، 127).

القيم الاجتماعيّة إجرائيّاً: هي مجموعة القيم التي يحدّدها المجتمع، والتي تعدّ المرجع الأساسيّ الذي يحدد ما هو مرغوب أو غير مرغوب به من السّلوك الإنسانيّ ضمن العلاقات الاجتماعيّة.

2-8- أهميّة القيم الاجتماعيّة:

تؤدي القيم الاجتماعية دوراً مهماً ومؤثراً داخل أيّ مجتمع، فمن خلالها تتشكل هوية المجتمعات، كما أنّها تحكم على كلّ ما يقوم به أفراد هذا المجتمع من أفعال، وتحكم أيضاً علاقة أفراد المجتمع ببعضهم البعض بما يحقق وحدة المجتمع وتماسكه، ويمكن معرفة أهمية القيم الاجتماعية من خلال استعراض ما كتب بعض الباحثين في هذا المجال.

فقد بيّن (الحلاحلة،2012) أهميّة القيم الاجتماعيّة في قوله "تؤدي القيم الاجتماعيّة دوراً رئيسيّاً في بناء المجتمع، تحقيق التماسك بين أفراده، فهي تعتبر المكون الأساسي للثّقافة، ومن خلالها يتعرف الأفراد على السلوكيات المقبولة اجتماعيّاً وعلى تلك المرفوض منها، ويمكن أن نحكم على المجتمع ما إذا كان متماسكاً أو في حالة فوضى داخله من خلال تحديد مدى تمسك أفراد ذلك المجتمع بقيمهم المجتمعية، فعندما تنتشر الفوضى في المجتمع وتنعدم أهميّة القانون بقيمهم المجتمعية، وعندما يقبل المجتمع قيماً سلبيةً فإنّ ذلك يعني تغير في منظومة القيم الاجتماعية داخل المجتمع" (الحلاحلة، 2012، ص16).

وحدد (منصور،2009) أهميّة القيم الاجتماعيّة على المستوى القوميّ بقوله " إنّ للقيم الاجتماعية أهميّة كبيرة على المستوى القوميّ، ذلك من خلال مساعدة الدولة على حماية أمنها القومي من أيّ تهديد خارجي، فكلّما كانت هذه القيم قويّة، زادت قدرة الدّولة على حماية الشّعب من الغزو الفكريّ" (منصور، 2009، ص75).

وبذلك تتضح أهميّة القيم الاجتماعيّة، في ازدهار المجتمعات، وفي استقرارها الأمني والسّياسيّ وحتى في الاستقرار النّفسي لأفراد هذا المجتمع، حيث أنّ الاستقرار نابع من وحدة أفراد المجتمع نتيجة تمسكهم بقيمهم المشتركة التي وضعها المجتمع لينظم علاقات أفراده ويحمي مصالحهم.

3-8- تصنيف القيم الاجتماعية:

نذكر بعضاً من التّصنيفات للقيم الاجتماعية وهي كالآتي:

8-3-1- تصنيف (الحلاحلة، 2012): صنف القيم الاجتماعية إلى " المساواة بين الجنسين، احترام الآخرين، الحوار مع الآخرين، العمل التّطوعي، المساعدة، وتنمية الطّاقات الإبداعيّة (الحلاحلة، 2012، 78).

8-3-2- تصنيف (السّليم، 2015): صنفها كالآتي " بر الوالدين، الإحسان للجار، احترام الناس، العطف والرحمة، التعاون، احترام الديانات الأخرى، الكرم، الصفح، الجمال، وحضور المناسبات العامة والخاصة" (السليم، 2015، ص605).

8-3-3- تصنيف (الشّماس وآخرون، 2017): جاء تصنيف الشّماس للقيم الاجتماعية شاملاً ويجمع بين جميع التّصنيفات السّابقة، فصنف القيم الاجتماعيّة إلى "" محبة الآخرين، الاحترام، التّعاون، آداب الحديث، المساواة بين الجنسين، المساعدة، مصلحة الجماعة، الصّداقة، احترام الكبار، إكرام الضّيف، والشّراكة المجتمعيّة (الشماس، وآخرون، 2017، 127).، ويتميّز هذا التّصنيف بوضوحه وشموله

8-3-4- تصنيف (Turkkahraman,2014): قام بتصنيف القيم الاجتماعية إلى "الصدق، النزاهة، مساعدة الآخرين، الاحتشام، التواضع، الصداقة، المساواة بين الجنسين، وحب الناس **Turkkahraman,2014, P635)**

وبناءً على التّصنيفات السّابقة، اعتمدت الباحثة تصنيف (الشماس، وآخرون،2017) مع إضافة قيم أخرى ليناسب طبيعة البحث، وجاءت مجموعة القيم الاجتماعيّة كالأتي:

(إكرام الضيف- التعاون- مساعدة الآخرين- صلة الرّحم- آداب الحوار- المساواة بين الجنسين- محبّة الآخرين- المحافظة على الصّداقة- حسن الجوار- نصح الآخرين- الولاء للجماعة- الشّراكة المجتمعيّة- احترام الكبار).

9- العلاقة بين القيم الشّخصية والاجتماعية:

بعد تعريفنا لمفهوم القيم الشخصية والقيم الاجتماعية، وتوضيح أهميّة كل منهما، نجد أنّ هناك علاقة وترابطاً قوياً بين تلك القيمتين، فمن خلال دور القيم الشخصية في تكوين شخصية الفرد المتزنة ومساعدته على تبني السّلوك السّوي، وبكونها المحك الرئيسي الذي يبني عليه الفرد معتقداته واتجاهاته و قراراته، نجد أنّ لهذه القيم دوراً كبيراً في الحفاظ على القيم الاجتماعيّة، لأنّ الانسان المتزن السّوي قادر على فهم القيم الموجودة بمجتمعه، وبالتالي فهو يقوم بعملية تدقيق ودراسة لهذه القيم، ويفهم أهميتها في الحفاظ على مجتمعه، والحفاظ على تماسك أفراده ووحدتهم، وبالتالي فهو يتقبل هذه القيم ويتمسك بها، بل ويعمل على تمثلها في سلوكه اليومي وفي علاقاته مع أفراد المجتمع إيماناً منه بأهميتها، وليس خوفاً من عقوبة تجاهلها (أحمد، 2017، ص13).

و تجب الاشارة إلى أنّ تميّز مجتمع ما بوجود قيم إيجابيّة مشتركة فيما بين أفراده، وتمسّكهم بالقيم الأصيلة، وقدرتهم على مواجهة أيّ غزوٍ فكري يتعرضون له، أو حتى قدرتهم على تبني قيمٍ إيجابيةٍ جديدة دخيلة من مجتمعات أخرى، ما هي إلاّ نتيجةً لتحلي أفراد هذه المجتمع بالقيم الشّخصيّة الإيجابيّة، ومن هنا تتوضح لنا العلاقة المشتركة بين هاتين القيمتين.

الفصل الثالث: برامج الأطفال التلفزيونيّة

1- تعريف التلفزيون.

2- خصائص التلفزيون

3- تعريف برامج الأطفال التلفزيونيّة.

4- معايير اختيار البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال.

5- خصائص برامج الأطفال التلفزيونية.

6- أهداف برامج الأطفال التلفزيونية.

7- برامج الأطفال التلفزيونية وخصوصية مرحلة الطفولة.

8- دور برامج الأطفال في غرس القيم.

8-1- دور برامج الأطفال في غرس القيم الشخصية.

8-2- دور برامج الأطفال في غرس القيم الاجتماعية.

9- نقد البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال

تمهيد

تحتلّ مرحلة الطفولة أهميّة خاصّة في حياة الفرد لأنّها مرحلة تكوّن الإطار العام لشخصيّته، ففي هذه المرحلة تتوّقد ملكات الذكاء والحفظ، ويميل الأطفال إلى الاستطلاع واكتساب المعارف فلا بدّ من استغلال هذه الملكات وتوجيهها بشكل صحيح بما يضمن نموّ الطفل من النواحي الجسدية والنفسية والاجتماعية والشخصية، ولما كان الأطفال هدفاً اجتماعياً مهماً، يسعى التلفزيون إلى رفع ثقافة الطفل وتنوع معارفه من أجل مساندة مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى في تأدية وظيفتها المتمثلة في خلق أفراد يحملون قيماً نبيلة تسهم في تقدم المجتمع وازدهاره، وفي هذا الفصل سوف نتعرّف على: التلفزيون وبرامج الأطفال التلفزيونية، معايير اختيار برامج الأطفال التلفزيونية، خصائصها، أهدافها، ودورها في غرس القيم الشخصية والاجتماعية.

1- تعريف التلفزيون:

يوجد للتّلفزيون تعريفات عدّة، نذكر منها مايلي:

عرّفه ضيف الله (2012) أّنه " جهاز الكتروني يعمل على نقل الصّورة والصّوت على حد سواء وفق تقنيات نشأ مصدرها من ائتلاف التّلغراف والتّليفون اللذين سبقاه كتقنيات اتصال، ضمن منظومات من الاجتهادات، والاختراعات على أطراف العالم، فقد ارتبط منذ نشأته بتطور الصناعة الالكترونية" (ضيف الله، 2012، ص10)

أمّا شُهيب (2011) فقد عرف التلفزيون أنّه " وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري، فهو الأكثر تأثّيراً وقوة، وكلمة التلفزيون تعني الرؤية من بعيد، أي أنّه جهاز عجيب ينقل إليها الأحداث فور وقوعها، ومن مسرح تلك الأحداث ذاتها، وهو جهاز منزليّ عائلي" (شهيب، 2011، ص179).

ومن خلال التّعريفات السّابقة نلاحظ أنّ كثيراً من الباحثين قد عرّفوا جهاز التلفزيون، وتباينت آراؤهم في ذلك، ولكن نجد أنّ أكثر هذه التّعريفات انطلقت من أساس واحد، هو أنّه جهاز ينقل الصّوت والصّورة التي تحمل

الأفكار، والمعلومات، والعلوم، وأنّه وسيلة من وسائل الاتصال، يعمل على نقل وبثّ الصور الحية والمباشرة إلى المشاهد عن طريق الموجات الكهرومغناطيسيّة.

2- خصائص التّلفزيون:

ومن خصائص التلفزيون الأخرى ما ذكرها الحسن (2013) وهي:

- الجمع بين مزايا وسائل الاتصال الأخرى وبين أكثر من حاسّة واحدة، ممّا يجعله أكثر جذباً وإقناعاً.
- القدرة على تخطي الحدود الطبيعية والجغرافية والسياسية مع استخدام الأقمار الصناعيّة وتكنولوجيا البثّ الرّقمي.
- السرعة في المعالجة الإخبارية والفورية في نقل الأحداث بالصوت والصورة من موقع الحدث.
- القدرة على مخاطبة كافة الفئات، من علماء ومثقفين، وعمال وأمنيين ومدنيين على حدّ سواء، ومخاطبة الكبار والصغار من كلا الجنسين.
- قلة تكلفته المالية للجمهور (الحسن، 2013، ص30).

ومن خلال عرض الخصائص السّابقة، نرى أنّ أهم خاصة من خصائص التلفزيون هي جذب أنظار الفئات العمرية المختلفة، والسرعة في تقديم المعلومات والحقائق للمشاهد، والاعتماد على أكثر من حاسة من الحواس عند متابعة برامج التلّفزيون بالإضافة إلى التّنوع الكبير في البرامج المعروضة وملاءمتها لجميع الشرائح والفئات والطّبقات والأعمار المختلفة في المجتمع، فهذه الخصائص لها دور كبير في التّأثير على الأفراد، وضبط سلوكهم وذلك من خلال تقديم أنماط معينة للسّلوك تتلاءم مع ما هو مقبول اجتماعياً، بالإضافة إلى تقديم القيم الإيجابيّة بصورة مباشرة أو غير مباشرة ضمن هذه البرامج.

3- تعريف برامج الأطفال التلفزيونية:

احتلت برامج الأطفال مكانة مهمة في نفوس الأطفال، ووسيلة لا تخلو من التّأثير في حياتهم اليومية، فهي تعالج مشكلات هذا المشاهد الصّغير في شتّى المجالات، فهي مصدر لاستيعاب ما يدور من حولهم، فضلاً عن تقديمها العديد من النماذج التي تحوي جميع أنماط السّلوك المختلفة، وسنتعرف أكثر على ماهية هذه البرامج من خلال التعريفات الآتية:

قال أحدهم: " هي برامج تُذاع من خلال أجهزة الاستقبال التلفزيونيّ بحيث يستطيع الطّفل أن يتعلم من خلالها مادة علمية أو يتم تعديل سلوكه، وهذه البرامج التعليمية توجه، فئة محددة من خلال أهداف تعليميّة محددة، كما أنّه أيّ التلفزيون يقوم بمعالجة موضوعات تربوية محددة (هاشم، وصديق،2012، ص470).

وقال آخر: "هي مختلف البرامج التي تساعد على تنمية الجوانب الجسدية والنفسيّة والاجتماعيّة للأطفال، وتفتح أمامهم محاولات للتفكير والإبداع وتنّمي قدراتهم ومهاراتهم (بن سعدية، 2016، ص10).

وقيل: " هي البرامج المعدة للأطفال والمحتوية على موضوعات وأفكار متعددة تتلاءم مع مراحل الطفولة المختلفة، وهذه البرامج تغرس في نفوس الأطفال القيم والسلوك وتعلمهم الاندماج مع الحياة الاجتماعية" (ميرياي، وبن عواطة، 2019، ص30)

ونستنتج من التّعريفات السّابقة أنّ برامج الأطفال التلفزيونيّة هي البرامج التي تقدم إلى الأطفال بصورة تلفزيونية، وتسعى للتّأثير على الطفل وجذبها له عبر الأساليب الفنية الخاصة بها من أصوات وألوان وموسيقى وعبر الشخصيات التي تقدمها.

4- معايير اختيار البرامج التّلفزيونية الموجهة للأطفال:

ليس هناك أيّ اختلاف على أنّ الأطفال جميعهم يتأثرون بالبرامج الخاصّة بهم التي تعرض على التلفزيون، والتي قد تؤثر على سلوكهم بشكل إيجابيّ أو سلبيّ، ولذلك لابدّ عند التفكير بوضع وإعداد هذه البرامج التلفزيونية، من مراعاة بعض الأسس المهمّة، ومن بين الأسس و المعايير التي ينبغي في ضوئها وضع البرامج المقدمة للأطفال نذكر ما يلي :

4-1- أن تكون البرامج هادفة شاملة تسهم في تنمية ثقافتهم وفي تطوير قدراتهم اللّغوية والاجتماعيّة والوجدانيّة والأخلاقيّة، وتشيع في نفوسهم البهجة ونحفزهم الى التفكير الإبداعي، وتنمي لديهم تمُثل القيم الدينية والاجتماعية المطلوبة .

4-2- أن تعكس البرامج واقع حياة الأطفال وتخدم متطلبات حاجاتهم حتى يظلوا مرتبطين ببيئتهم ويحملوا في نفوسهم واجب خدمتها والانتماء إليها .

4-3- أن تكون البرامج عاملاً مساعداً في تنمية خيال الأطفال مع الحرص على تجنب الخيال المدمر والعنف الخطير الذي يترك أثاره السلبية على سلوكياتهم في الحياة.

4-4- أن تراعي البرامج طبيعة جمهور الأطفال و خصائصه العمريّة والجنسيّة واللغويّة والثّقافيّة والمعرفيةّ ، وأن تراعي ما بينهم من فروق في الّذكاء والقدرات والمتغيرات البيئية.

4-5- أن تستخدم البرامج اللّغة المناسبة لقدرة الأطفال اللغوية بعيدًا عن استخدام اللّهجة المحلية أو العاميّة إلاّ في المواقف اللازمة وعند الضّرورة .

4-6- التّأكيد على الثقافة العالية لمعديّ و مقدميّ هذه البرامج، مع العناية بالنطق السليم والأداء والكوميديا والفكاهة الصريحة والملابس والموسيقى التصويرية المعبرة.

4-7- مراعاة احتياجات الطفل وأساليب تربيته ، وذلك عن طريق تكوين لجنة متخصصّة في شئون الأطفال تتناقش وتهتم بما يخص الأطفال ويشترك معها أُدباء في أدب الطّفل ، وعلماء التربيّة والنّفس والاجتماع ورجال الدّين المتخصصين ، بالإضافة إلى الإذاعيين المتخصصّين بحيث يكون لديهم معلومات وافية عن احتياجات الأطفال (بن عمر، 2013، ص120).

وترى المخيمّر (2015) أنّ من أهمّ المعايير التّربويّة لبناء برامج الأطفال التّلفزيونيّة: أن تكون المادة المعروضة للطفل ذات قيمة هادفة، وأن تكون طريقة عرضها متناسبة والطبيعةَ الاستقبالية للطفل، معتمدة على الإثارة الهادئة للشعور والعقل، مع ترك مساحة زمنيّة وشعوريّة للعقل ليعمل ويفكر فيما يتمّ عرضه في آن واحد، وأن تكون تلك البرامج ذات لغة سليمة ومصطلحات سهلة التداول، ومنقحة من القيم ذات الأثر السلبي، إلى جانب ضرورة أن تجمع ما بين العصرية والأصالة (مخيمر، 2015، ص52)

ولذلك يجب أن تتوافر في البرامج التلفزيونية التي تقدّم للأطفال معالم مهمّة تحمل المعاير الآتية:

- الاهتمام بلغة الطفل ومعجمه اللغوي.
- الاهتمام بمحاكاة القيم والسلوك والخيال.
- الاستفادة من المؤثرات الصوتية والموسيقى التعبيرية.
- الإبداع والابتكار في الشكل والمضمون.
- مواكبة الحياة المعاصرة علميّاً واجتماعيّاً واقتصاديّاً وسياسيّاً. (الخواجة، 2014، ص74).

من خلال ما سبق نرى من الضروري أنّ يأخذ معدو برامج الأطفال التلّفزيونيّة هذه المعايير في الحسبان عند مرحلة بناء البرنامج، فوضع هذه المعايير في الحسبان يجعل المعدين قادرين على تقديم برنامج ذي شكل ومضمون مناسب لحاجات الأطفال، ومتطلبات نموهم وقدراهم العقلية، وذلك يحقق الاستفادة من الأهداف المرجوّة التي وضع البرنامج لأجلها.

5- خصائص برامج الأطفال التّلفزيونية:

تؤدي البرامج التلفزيونية دوراً مهماً في الأوساط الاجتماعيّة وخاصّة فئة الأطّفال الذين يشكلون نسبة معتبرة من عدد سكان سوريّة، وانطلاقاً من أهميّة دور التلفزيون الثّقافي والاجتماعيّ والتّربوي والسّياسي والرّياضي، في مخاطبة حواس وعقول الأطفال وصقل شخصيّاتهم وإشباع حاجاتهم النفسية والاجتماعية، جعلت الباحثين في هذا الميدان يحدّدون مجموعة من الخصائص الإعلاميّة والتربويّة منها:

5-1- الاختيارية: وهي تتعلق بعملية المفاضلة لدى الطفل عند مشاهدته لبرامج الأطفال وبحرية دون إكراه في ظلّ الانفتاح بفعل تكنولوجيا الاتصال والأقمار الصناعيّة.

5-2- الفورية: وهي التي يُعبر عنها بقدرة هذه البرامج على الوجود في أيّ زمان، وأيّ مكان يفضلّه الطفل.

5-3- سهولة الاستخدام: ونعني بذلك أنّه يمكن للطفل استخدام هذه البرامج والاستفادة منها بكلّ سهولة ويسر، إذا ما تمت مقارنتها ببعض وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى، كالصّحافة التي تتطلّب قدراً من الإلمام بالقراءة والكتابة.

5-4- تكرار المعلومات: حيث تعمل على تكرار المعلومات بطريقة بعيدة عن الملل، من أجل ضمان استمرارها في ذهن الطفل لمدة طويلة من الزمن (مرياي، وبن عواطة، 2019، ص34).

وتؤكد هذه الخصائص مجتمعة الدور الذي تنفرد به برامج الأطفال دون غيرها من البرامج المقدمة عبر التلفزيون وكذلك عبر الوسائل الأخرى، وهو ما يؤدي إلى تزايد إقبال الأطفال على مثل هذه البرامج حول العالم (هاشم، 2014، ص33).

ونلاحظ أنّ أهمّ خاصة لهذه البرامج هي "**الاستحواذ**" حيث تسيطر على الطفل وينجذب إليها بحواسه ومشاعره كافة، و من خلال هذه الخصائص التي تتمتّع بها هذه البرامج نستطيع أن ندرك لِمَ كانت برامج الأطفال تثير

العديد من المناقشات بين التّربويين والمهتمين بمجال الإعلام والطّفل، وذلك نظراً للأهميّة التربويّة والتعليميّة التي تتركها في نفوس الأطفال، بالإضافة إلى مساهمتها في تنشئتهم وإعدادهم للقيام بدورهم المطلوب في المستقبل.

6- أهداف برامج الأطفال التّلفزيونيّة:

أصبحت البرامج المعروضة على شاشة التلفزيون، تهدف إلى تحقيق مجموعة من المعارف العلميّة والاجتماعيّة والثقافيّة والتربويّة والسّياسيّة والاقتصاديّة، في حياة الأفراد والجماعات، وهذا ما يجعلها متنوعة من ناحية القيم والمفاهيم التي تحمل مضامينها أهدافاً صريحة، و ضمنية، وآنيّة، ومتوسطة.

من هذا المنطلق يمكن تحديد مجموعة من الأهداف على سبيل المثال لا الحصر، والتي نراها تطرح في البرامج التلفزيونية الموجة لشرائح المجتمع عامة والطفل خاصة، ومنها:

6-1- أهداف تعليمية: تقدم أفكاراً ومعلومات تربوية تعليمية وتحاول أن تلتقط ما يناسب أفكار الطفل وموضوعاته الدراسية، وتقدم معلومات حول حوادث التاريخ وأبطاله دون إغفال علوم العصر ومفاهيمه التعليمية (هاشم، 2014، ص40).

6-2- أهداف جمالية: فبرامج الأطفال تحقق للطفل الجمال بمعناه الواسع، جمال المشاعر بما فيها من حبّ وطلاقة، وجمال القيم والأفكار (الجولي، ومحمد، 2015، ص98).

6-3- أهداف عقلية معرفية: تسعى برامج الأطفال إلى تنمية المعارف والمعلومات والقدرات العقلية المختلفة من إدراك للعلاقات ونقد وتحليل وربط الأسباب، ممّا يجعل الطفل قادراً على محاورة الآخرين، وتوسع مداركه (اسماعيل، 2012، ص347).

6-4- أهداف خلقية اجتماعيّة: إذ تسعى لإمداد الطفل بالقيم النافعة وغرس الفضائل في نفوسهم وتهذيب السلوك، إلى جانب تنمية الوعي الاجتماعيّ للطّفل، وتوجيهه إلى تبني الاتجاهات التي يقبلها مجتمعه ويرضى بها (مرياي، وبن عواطة، 2019، ص119).

6-5- أهداف نفسية وجدانية: عن طريق تخفيف التوتر عند الطفل واكتشاف مواهبه وتنميتها، إلى جانب توجيههم لاستغلال أوقات فراغهم في الاطلاع وممارسة الهوايات.

6-6- أهداف ترويحية ترفيهية: من خلال تحقيق حاجيات الطفل بطريقة ترفيهية، بعيدة عن فكرة حشو عقل الطفل بالمعلومات الجافة (هاشم، 2014، ص40).

ومن هنا نرى بأنّ للإعلام بجميع خصائصه أهمية عظمى في أوساط المشاهدين، وخاصة فئة الأطفال ، حيث استحوذ التلفزيون على فئة كبيرة من المجتمع بجميع شرائحه، وذلك لاعتقاد المتفرج أنّ التلفزيون يزوده بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة.

6-7- أهداف صحية: تهدف بعض برامج الأطفال إلى التعريف بطرق المحافظة على الصحة، والتعريف بالأمراض وأساليب الوقاية منها، والتوعية بدور العلم في مقاومة الأمراض، فضلاً عن تنمية بعض العادات الصحية كالنظافة في الأكل والشرب (مرياي، وبن عواطة، 2019، ص119).

أمّا هاشم والصّديق (2014) فقد لخصوا أهداف برامج الأطفال التّلفزيونية في النقاط الآتية:

- مشاهدة الأطفال ما يتمّ في الحياة الواقعية العاديّة من خلال مشاهد عن أحداث حقيقه موجودة سواء كانت داخلية أو خارجية أو مبتكرة أو تاريخية تعمل على خدمة الأهداف التربوية مما يعود بالنفع على تعليم الأطفال.
- تساهم هذه البرامج في إعداد الأطفال، وذلك بتعويدهم الاعتماد على أنفسهم من خلال مشاهداتهم لأعمال تلفزيونيّة تزّبي فيهم هذه العادة، وبصفة خاصة الأعمال التي تكون في شكل قصص ومسرحيّات يعتمد أبطالها على إدارة الأحداث الملقاة عليهم تحت فلسفة مبدأ الاعتماد على النفس.
- تعزز برامج التلفزيون القدرة التّخيلية عند الأطفال وتسعى جاهدة إلى تعميقها، حيث لا يخفى ما للخيال من أثر على حياة الأطفال في مراحل حياتهم الأولى وكذلك كافة المراحل لأنّ التلفزيون يقدّم برامج تعمل على

تحقيق المنفعة التربويّة وتنمية مدارك الأطفال وتعويدهم البراءة وإبداء الآراء، والإطلاع على خبرات الآخرين ومحاولة ربطها بخبراتهم الخاصة (هاشم، والصديق، 2014، ص470-471).

ويمكننا هنا بأن نضيف أهدافاً أخرى لبرامج الأطفال كالأهداف اللّغويّة ومنها: تعليم الطفل اللّغة العربية الفصحى السّليمة، ومساعدتهم على اكتساب مفردات لغوية جديدة، وتعزيز مهارة القراءة والكتابة عند الطفل، إضافة إلى حسن استخدام الجمل والمفردات الجديدة في حياتهم العامة، ومن أهدافها أيضاً تبسيط الأفكار المقدمة للطفل وتقديمها بشكل يتلاءم مع خصائصه العمريّة والفئة الموجهة إليها، وبذلك نرى أنّ لبرامج الأطفال أهدافاً عديدة تحيط بجميع جوانب حياة الطفل وتعمل على تنميتها وتطويرها.

7- برامج الأطفال وخصوصية مرحلة الطّفولة:

إنّ تأثير برامج الأطفال هو حقيقة لا يمكن إنكارها، فهي تؤثّر على الطّفل منذ لحظة إدراكه الأولى حتى مراحل طفولته المتأخرة، ولكنّ تأثيرها يتفاوت حسب خصائص كلّ مرحلة عمريّة، فلكلّ مرحلة عمريّة خصوصيتها، وبالتّالي يجب أن تراعي برامج الأطفال هذه الخصوصية، وذلك بمعرفة طبيعة البرامج التي يمكن أن تقدم لكل مرحلة عمرية، وسنقوم بتوضيح الأمر بالآتي:

"إنّ الطفل في المرحلة المبكرة لا يميز بين الواقع والخيال وهو متعلق بالشاشة التلفزيونية، هذه الأخيرة سحرت المشاهد الصغير واستحوذت على جميع حواسه وأخذت بزمام تفكيره. لذلك على المربين انتقاء برامج الرسوم المتحركة التي يشاهدها أطفالهم، والابتعاد عن عالم الخيالات البعيدة والمختلفة لما لها من دور هام في نقل الطفل الى عالم آخر؛ ، حتى لا نكون سبباً في عزل الطفل عن جوه الأسري ومحيطه الاجتماعي بصفة عامة، وبالتالي نسبب له ضرراً في نموه الاجتماعي (مخيمر، 2015، ص56).

في حين نجد الطفل في المرحلة المتوسطة يميز الواقع عن الخيال، لذا ينبغي على التلفزيون أن يقدم له مرحلة انتقالية من الخيال إلى الواقع بشكل متدرج، وأن يقدم أيضاً أنماط السلوك التي تتناسب والوسط الأسري الذي ينتمي إليه الطفل (الآلوسي، 2012، ص209).

أمّا الطفل في المرحلة المتأخرة، فإنّ علاقته بالتلفزيون تقلّ بسبب ظهور بديل للبرامج التلفزيونية، أو بمعنى آخر، وجود وسائل أخرى تشد انتباه الطفل كالألعاب الإلكترونية، الإنترنت، الكتب، القصص والمجلات، وحتى خروجه للشارع مع الأصدقاء والتنزه، هذا من جهة، ومن جهة أخرى قلّة البرامج الموجهة للأطفال في هذا السّن من حيث الكمّ وحتى النوع، فالبرامج التلفزيونية التي توجه لأطفال المرحلة المتأخرة، تكون متنوعة بين البرامج الرياضيّة ليتعلم منها الأطفال المنافسة الجيدة من أجل تحقيق رغباتهم في التفوق والنجاح، وبين البرامج التاريخية من أجل تقوية ارتباطهم بأمتهم وإثراء معارفهم وثقافتهم. كما يمكن للبرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال في المرحلة المتأخرة أن تساهم في صقل مواهبهم وتطويرها (الذويبي، 2012، ص90).

وترى الباحثة أنّ الطفل ولا سيّما في المراحل المبكرة ينجذب بشكل كبير إلى الأصوات والألوان والموسيقى، وبذلك فإنّ البرامج التي تحتوي على مقاطع غنائية، والتي تُقدَّم عن طريق الأطفال هي ما تجذب انتباهه في المراحل الأولى، أمّا في المرحلة المتوسطة ترى الباحثة أهميّة تقديم البرامج التي تحمل المعلومات والمعارف وأنماط السّلوك المختلفة، فتعمل بذلك على تطوير معلوماته وتوضيح ما يدور من حوله، وتعلمه السّلوك الصحيح ليكون فرداً مقبولاً ضمن الجماعة، فالتّركيز بهذه المرحلة هو على إكسابه المعلومات وبذلك تكون وظيفة البرامج وظيفة تعليمية وتوجيهية أكثر من كونها وظيفة ترفيهية.

8- دور برامج الأطفال التلفزيونيّة في غرس القيم:

بما أنّ التلفزيون أحد المؤسسات الثقافية المهمة في المجتمع، والتي كان لها أثر كبير في تعديل منظومة القيم وسلوك الأفراد، على اختلاف أعمارهم ومستوى التعليم بينهم، حيث أصبح التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيريّة وأوسعها في خدمة التعليم، فكان لا بدّ من توظيف البرامج التلفزيونيّة في ضبط وتعزيز منظومة القيم لدى أفراد المجتمع عامة، وشريحة الأطفال بشكل خاص، حيث تلعب البرامج التلفزيونيّة الموجهة للأطفال دوراً مهمّاً في توضيح القيم وفي درجة تقبل الأطفال للقيم التي تعرض عليهم، وبذلك فإنّ هذه البرامج ينتج عنها التعلم والمحاكاة لأنماط السلوك الاجتماعي القيمي المختلفة في المشاهد المعروضة في البرامج.

8-1- دور برامج الأطفال التلفزيونيّة في غرس القيم الشخصيّة:

تعدّ مرحلة الطفولة من المراحل المهمة في حياة الأفراد، حيث أنّها مرحلة تتشكل من خلالها شخصية الفرد، وتؤثر على حياته في المستقبل، فلابدّ من الاهتمام بتعليم الطفل للقيم السّائدة في هذه المرحلة حتى يتمكن من التأقلم في مجتمعه والقيام بدوره المطلوب منه في المستقبل، ولما كانت برامج التلفزيون أول ما يجذب اهتمام الأطفال في مراحلهم العمرية كانت أعمق تأثيراً في منظومة قيمهم المختلفة، فتؤدي برامج الأطفال دوراً مهماً في توضيح القيم، مما يدفع الطفل للتفكير السليم في القيم واختيار ما يتناسب مع خصائصه الشخصية.

ويوضح بن رزّوق (2015) أهميّة برامج الأطفال على منظومة القيم الشخصيّة بقوله: " وتسعى برامج الأطفال في الغالب إلى تدعيم القيم الايجابيّة عند الطفل وتنمية الإحساس بالانتماء لديه من خلال تعريفه بواجباته وحقوقه تجاه نفسه وتجاه المجتمع كما يسمح له بإظهار ميوله واتجاهاته وتنمية الجوانب الطّيبة لديه، إذ يكتسب الطفل القيم والتصورات والمعتقدات الاجتماعيّة والسياسيّة السّائدة في المجتمع، والتي من شأنها أن تؤثر على سلوكه السّياسيّ والاجتماعيّ في مرحلة النضج، وذلك أنّ خبرات التنشئة التي يتعرض لها تشكل جزئّياً هويته ومعارفه واتّجاهاته ومواقفه السّياسيّة، وهذه الخبرات والعمليات التربويّة يتعرض لها الأطفال عن طريق الأسرة والمدرسة وجماعة الرّفاق وأدوات الإعلام وفي مقدمتها التلفزيّون، فهناك استجابات عاطفيّة عند الطفل تتعلق بالآثار النفسية التي قد يؤدي إليها مضمون وسائل الإعلام تحت ظروف معينة، وهذا ما دفع الباحثين إلى الاهتمام بقضايا الانحراف والجريمة والميل إلى الهروب من الواقع عند الأطفال (بن رزوق، 2015، ص55).

ويرجع تأثّر قيم الأطّفال واتجاهاتهم وسلوكهم ببرامج التلفزيون إلى تعرضهم لها بصورة مستمرة، وهذا التّعرض ناجم عن حبّ الأطفال للتّلفزيون الذي تتحكم به عوامل ومميزات عديدة يتمتّع بها، حيث أنّه ينقل الصّورة والصّوت في آنٍ واحد، كما أنّه يملك القدرة على تكبير الأشياء الصّغيرة، وتحريك الثابت منها.

8-2- دور برامج الأطفال التلفزيونيّة في غرس القيمة الاجتماعية:

إنّ تعرّض الأطفال بشكل متزايد لبرامج التلفزيون، يزيد من تأثيرها على القيم الاجتماعيّة لديهم، وبالتّالي فتؤثّر على سلوكهم داخل المجتمع، وتقوم بدور أساسي في عملية التطبيع الاجتماعي.

" فإنّ خبرات التنشئة الاجتماعية المختلفة والتي يتعرض لها الطفل من خلال هذه البرامج تشكّل هويته ومعارفه وقيمه واتجاهاته" (قاسحي، 2017، ص118).

من الجدير بالذّكر أنّ برامج التلفزيون تزوّد الأطفال بالقيم الاجتماعيّة التي تعمل على إيجاد القدرة لدى الفرد على الإحساس بالخطأ أو الصّواب، وتهيئ الأساس المشترك للعمل الجماعي وتجعل للطفل القدرة على الحكم على ما يراه من الآخرين من سلوك وأفعال. وتؤكد عبد الرحمن (2015) على دور برامج التلفزيون في غرس القيمة الاجتماعية بقولها " من الجدير بالذكر أنّ البرامج التلفزيونية يمكن أن تسهم في تنميّة القيم الإيجابية، من خلال ما تقدمه من مضامين، فإنّ الكثير من المشاهد تحتوي على القيم الإيجابيّة مثل التّعاون، المشاركة الجماعيّة، تقديم الخير، التّسامح، احترام الآخر، المساواة، المشاركة السّياسية وغيرها. وأيضاً بثّ البرامج للقيم السلبية مثل التسيب، الاهمال، غياب العدالة، وعدم تطبيق القوانين وغيرها، فإن ذلك له تأثير إيجابي على المشاهدين من خلال العمل على إيجاد الوعي بمختلف الظواهر السلبية في المجتمع، فيدرك تأثيراتها السلبية فلا يقدم على ارتكابها حفاظاً منهم على مجتمعهم" (عبد الرحمن، 2015، ص32).

وتّتفق نتائج الكثير من الأبحاث والدّراسات العلميّة حول أهميّة التلفزيون في حياة الطفل، وعن وجود بعض التّأثّيرات الناتجة عن مشاهدته على ثقافة وقيم وسلوك الأطفال، لكنّ الجدل لا يزال قائماً حول الاتجاه الغالب على تلك التّأثيرات أهو الاتجاه السلبي أم الاتجاه الإيجابي (بديسي، 2017، ص512).

وفي الختام على الرغم من الدّور الذي تقوم به برامج التلفزيون من حيث تأثيرها على قيمه وسلوكه، وبالرغم من أن التأثير يتفاوت حسب محتوى هذه البرامج، إلاّ أنّ العلاقة بين مدركات الطفل وقيمه وبين برامج التلفزيون

علاقة واضحة وحقيقيّة ولا يمكن إغفالها، لذلك لا بد من الاهتمام من اختيار برامج الأطفال التي تتضمن قيماً واتجاهات معينة تتلاءم مع ثقافتنا، والابتعاد عن القيم والاتجاهات التي تتعارض مع هذه الثقافة.

9- نقد البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال:

أفرزت الدراسات والبحوث التي تناولت برامج الاطفال في التلفزيون جملة من الملاحظات على برامج التلفزيون المحلية والعالمية الموجهة نحو الطفل كدراسة (مخيمر،2015)، دراسة (بديسي،2019)، دراسة (عبد الرحمن،2015) ، وهذه الملاحظات هي نقد موجه لتلك البرامج بهدف رفع مستوياتها.

وفيما يلي أبرز نقاط النقد التي يمكن توجيهها إلى البرامج التلفزيونية المحلية والعربية والعالمية :

9-1- قلّة البرامج التلفزيونية المخصصة للأطفال : وهذا يُلاحظ من مجمل الدّراسات التي جرت حول تعرض الأطفال للتلفاز ، فالأطفال في الدّول المختلفة يقضون فترات أمام التلفاز تزيد على المساحة المخصصة ضمن فترات برامجهم الخاصة ، وهذا يعني أنّهم يتعرضون لبرامج وأفلام ليست مُعدّة لهم ، وفي هذا مخاطر على الأطفال وفي بعضه الأخر منافع لهم (بن عمر، 2013، ص137).

كما أنّ الأطفال لا يحصلون إلاّ على بضع ساعات معدودة من البرامج التلفزيونية الخاصة بهم أسبوعيًا وفي المقابلة التي أجرتها الطالبة مع مسؤولة قسم برامج الأطفال في دمشق (آ. فاتنة محمد) أوضحت المسؤولة أنّ فترة الأطفال على القنوات السّورية هي بمعدل 45 دقيقة إلى السّاعة فقط في اليوم الواحد.

فأصبحت برامج أفلام الكبار أكثر جذبًا للأطفال من البرامج والأفلام المخصصة لهم ويعود هذا في الغالب إلى جوانب النقص في البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال.

9-2- ارتفاع نسبة موضوعات الخيال في البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال: مقارنةً بموضوعات الواقع ، الأمر الذي يجعل الطفل يعيش في عالم الأوهام والخيالات بعيدًا عن الخبرات الواقعية الاجتماعية التي تهم حياته وأسرته و مجتمعه، وبعض البرامج الخيالية التي يتابعها الأطفال تؤدي بهم إلى ممارسة الإجرام.

3-9 شيوع جانب العنف مع الخيال المدمر في برامج الأطفال: حيث لا يخلو برنامج من البرامج التي تبثها شاشة التلفزيون للأطفال من أنواع العنف وأشكال الفنون القتالية، التي أصبحت تفوق الخيال و التي تحمل رسائل عدائية بشتى أنواعها وموجهة لهذا الكائن الصّغير الذي يُعجب بها ويقلدها وتصبح جزء من سلوكياته على حساب القيم والمبادئ الأسرية التي يحرص المجتمع على تنميتها في الأطفال انطلاقاً من الوسط الاسري، فينبغي البعد عن الخيال المدمر والعنف في برامج الأطفال والتركيز على القيم والفضائل (هندي، 2008، ص41).

9-4- حشو التلفزيون ببرامج مثيرة تشكل خطورة على الأطفال : فقد اعترض الباحثون على برامج التلفزيون بسبب النّظرة التي يكوّنها الجيل الناشئ عن المجتمع من خلال برامج التلفزيون خاصة الموجهة اليهم، حيث أنّ كثرة البرامج المثيرة وإقبال الأطفال عليها لا تسمح لهم بفرص كافية للتّعرف على نواح أخرى في الحياة الواقعية غير المغامرات والدراما (بن عمر، 2013، ص140).

ونلاحظ أنّه وعلى الرغم من محاولة التنويع في أنماط البرامج المقدمة للأطفال، إلاّ أنّ كل ما يبثّ للأطفال من برامج وخاصة على الفضائية السّورية، غير كافٍ من الناحية الكمية والنوعية ، وهذا ما أكدتّه المسؤولة عن دائرة برامج الأطفال عند إجراء مقابلة معها في يوم الخميس بتاريخ 2021\3\2، وهذا النّقص في البرامج ناجم عن نقص الإمدادات والمساعدات الماليّة لقسم برامج الأطفال، وهو أهم نقد للبرامج الموجهة للأطفال في سوريّة، فإنّ الاكتفاء ببعض البرامج القديمة يجعل البرامج عاجزة عن تحقيق الأهداف التي وجدت لأجلها، فضلاً عن احتواء هذه البرامج لقيم ومبادئ منافيةٍ للواقع الاجتماعي الذي يعيش فيه الطفل، ممّا يؤدي إلى انحراف الطفل بسبب تقليده لما يشاهده من أنماط وسلوكيات مختلفة عبر هذه البرامج، بالإضافة إلى ضعف شديد في التخطيط والإعداد لهذه البرامج، فأغلب برامج الأطفال لا تقوم على خطّة واضحة وإنّما بشكلّ عشوائي، وإنّ أغلب البرامج التي تعرض هي برامج مستوردة ليست من إعداد وإنتاج محلي، فضلاً عن عدم إشراك تربويين واختصاصيين في علم الطّفولة عند إعداد هذه البرامج.

خلاصة الفصل:

تعقيباً على ما سبق، فإنّ المتابعة الكثيفة لبرامج الأطفال والتّفاعل معها تؤثّر بشكل كبير على الواقع الاجتماعي الذي يعيشه الطّفل، وتسيطر على عالمه ومخيلته ووجدانه وسلوكه وتفكيره على الصّعيدين السّلبيّ والإيجابيّ، فيجب أن تراعي هذه البرامج الواقع الذي يعيش فيه الطفل، وأن تراعي ما في محيطه من علاقات وقيم وسلوك وتكون هذه البرامج من نسيج الواقع، وبذلك يصبح تأثير هذه البرامج تأثيراً إيجابياً على نفوس وحياة الأطفال.

الفصل الرابع: إجراءات البحث العملية

1- حدود البحث

2- منهج البحث

3-عينة البحث

4- أدوات البحث

5- تصميم معيار أولي للتحليل

6- تحكيم معيار تصنيف القيم الشخصية والاجتماعية

7- تصميم استمارة التحليل

8- صدق التحليل و ثباته

9- خطة التحليل

1- حدود البحث :

1-1- الحدود الزّمانيّة والماديّة: الدّورة التلفزيونية الثّانية، مدتها ثلاثة أشهر(نيسان، أيار، حزيران) تبدأ من 1\4\2021 وتنتهي في 30\6\2021. يتم من خلالها تحليل مضمون عدد من حلقات برنامجي (سوا منكبر، وعالمي الصغير) وهما برنامجان محليان يعرضان على القناة الفضائية السّوريّة.

1-2- الحدود العلميّة: اقتصر موضوع البحث على القيم الشّخصيّة والاجتماعيّة المتضمنة في برنامجي الأطفال (سوا منكبر، وعالمي الصغير) اللذين يُعرضان على الفضائية السّوريّة.

2- منهج البحث:

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفيّ التّحليليّ، باستخدام أسلوب تحديد المضمون الذي يعتبر المنهج الأكثر استخداماً في البحوث التربوية والنفسية، فهو وصفيّ لأنه يستهدف استخراج القيم الشخصية والاجتماعية كما هي موجودة في برنامجي "سوا منكبر وعالمي الصغير"، وهو تحليليّ لأنه يستخدم طريقة تحليل المضمون لكلٍ من برنامجي "سوا منكبر وعالمي الصغير"، من أجل الوصول إلى وصف دقيق لما يتضمنه المحتوى من قيم شخصية واجتماعية، وسيتمّ استخدام "الفكرة" كوحدة أساسيّة في التحليل، وذلك بالاعتماد على معيار تصنيف القيم الشخصية والاجتماعية وفق استمارة معدّة لغرض التحليل.

3- عينة البحث:

بلغ المجتمع الأصلي للبحث (26) حلقة من برنامجي (سوا منكبر، وعالمي الصغير)، والعينة جميع حلقات البرنامجين لمدة ثلاثة أشهر بمعدل \5-4\ حلقات في كلّ شهر من كلّ برنامج، فيكون المجموع \26\ حلقة، مُقدمة على القناة الفضائية السورية في ربع دورة برامجية مدتها ثلاثة أشهر تبدأ من 1\4\2021 وتنتهي في 30\6\2021.

- **القناة الفضائية السوريّة (Syrian's satellite channels):** هي قناة التلفزيون السوري الفضائية الرسمية، والتي تبث في كافة أنحاء العالم ، وتقوم ببث كافة أنواع البرامج والمسلسلات والأخبار وبرامج المنوعات وغيرها، تأسست عام 1955، ومقرها في دمشق (ويكيبيديا، 2022).
- **برنامج سوا منكبر (We Growing Up Together):** وهو برنامج موجه للفئة العمرية (3-15) سنة يهدف البرنامج إلى زيادة معلومات الطّفل وتأصّيل بعض القيم من خلال اعتماده على وجود فريقين يتنافسان من أجل الفوز، فمن خلال العلاقة بين الفريقين والعلاقات بين أفراد الفريق الواحد تتجلى بعض القيم المختلفة، يتألف البرنامج من فقرات متنوعة (فقرة من هو، فقرة عطينا معلومة، فقرة المواهب، فقرة أرشيفية كرتونية مختارة بعناية لتخدم قيمة أو هدف معين، أو فقرة مسرح عرائس)، ولكنّ البرنامج يعاني من عدم وجود جوائز تقدم للفريق الفائز بسبب عدم الدّعم المادي حسب ما أفادت المسؤولة عن دائرة برامج الأطفال في دمشق، يعرض هذا البرنامج في السّاعة الرابعة والنّصف من مساء كلّ يوم سبت على الفضائية السّورية.
- **برنامج "عالمي الصغير (My little world):** وهو برنامج موّجه للفئة العمرية فوق السّابعة (8-15) يعتمد البرنامج على مقابلة أشخاص متخصصين في مجالات مختلفة (طبيب، رسام، نحات، كشافة....)، ويتم إجراء حوار بين الأطفال المقدمين وبين الأشخاص، ويتألف من فقرات عديدة (فقرة كيف بدأت، فقرة في سطور، فقرة ما هو رأيك، فقرة يحدث هنا، فقرة واحد اثنين ثلاثة، وغالباً تُختم الحلقة بفقرة كرتونية تخدم فكرة الحلقة) يُعرض على الفضائية السّورية مساء كلّ يوم أربعاء في تمام الساعة الرابعة والنصف.

4- أدوات البحث:

4-1- المقابلة: حيث أجرت الباحثة مقابلة مع المسؤولة عن دائرة برامج الأطفال في الهيئة العامّة للإذاعة والتّلفزيون (آ. فاتنة محمد) في يوم الخميس بتاريخ 2\3\2021، في دراسة استطلاعية للحصول على معلومات عن أوقات عرض البرامج وعن الفئات العمرية المستهدفة.

4-2- استمارة تحليل المضمون: استُخدم في البحث استمارة تحليل مضمون محكمة (ملحق رقم 5,3) لتحليل القيمة الشخصية والاجتماعية في برامج الأطفال التلفزيونية على القناة الفضائية السورية، واستُخدمت الفكرة وحدة أساسية للتحليل

5- تصميم معيار أولي لتحليل برامج الأطفال في القناة الفضائيّة السوريّة:

5-1- الهدف من الأداة: بناء معيار القيم الشخصية والاجتماعية المتضمنة في برامج الأطفال في القناة الفضائية السورية، وهو عبارة عن معيار يضمّ مجموعتين من القيم (الشخصية والاجتماعية).

5-2- إجراءات بناء معيار القيم الشخصية والاجتماعية: تضمن بناء المعيار الخطوات الآتية:

5-2-1- العودة إلى الأدب التربوي والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث ومعايير تصنيف القيم الشخصية والاجتماعية والاطلاع على تصنيفات هذه الدراسات ملحق رقم (2)، ومن ثمّ ترتيب القيم كما جاءت ضمن مجموعتها.

5-2-2- وضع قائمة أولية بالقيم الفرعية التي سيتمّ اعتمادها ضمن كل مجموعة أساسية والتي تضمنت (28) قيمة فرعية موزعة على مجموعتين أساسيتين كما هو مبين في الجدول (3)

جدول 1 توزيع القيم الفرعية بشكلها الأولي على القيم الأساسية

مجموعة القيم الأساسية	القيم الشخصية	القيم الاجتماعية	المجموع الكلي
مجموعة القيم الفرعية	12	11	23

6- تحكيم معيار تصنيف القيم الشخصية والاجتماعية: عرضت الباحثة هذه الأداة على مجموعة من السادة أعضاء الهيئة التدريسية في كلية التربية بجامعة دمشق والمبينة أسماؤهم في الملحق رقم (3) بهدف التأكد من الصدق الظاهري لقائمة معيار القيم الشخصية والاجتماعية بصورتها الأولية، ومدى تمثيل القيم الفرعية وانتمائها للقيم الأساسية المعتمدة في البحث.

وبناء على آراء السادة المحكمين وملاحظاتهم واقتراحاتهم، أجريت بعض التعديلات المقترحة منها: حذف بعض البنود من القيم الشخصية والاجتماعية، وتعديل بعضها الآخر، وإضافة بعض القيم التي لم ترد في التصنيفات السابقة، وبعد ذلك استقر العدد النهائي للقيم الفرعية على (27) قيمة فرعية بعد أن كان (23) قيمة، ملحق رقم (2) والجدول الآتي يوضح بعض القيم المحذوفة.

جدول (2) بعض القيم المحذوفة والمعدلة

القيم الشخصية والاجتماعية الفرعية			
القيم المضافة	**القيم بعد التعديل**	**القيم المعدلة**	**القيم المحذوفة**
الثقة بالنفس	الولاء للجماعة	مصلحة الجماعة	القناعة
البساطة	النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر	النظافة الشخصية	الإيثار
الالتزام	المحافظة على الصداقة	الصداقة	الإخلاص
تنمية المواهب	الاستقامة	الابتعاد عن فعل الشر	ضبط النفس
المحافظة على الصداقة	الحلم	الصبر	الاحترام
حسن الجوار	–	–	–
نصح الآخرين	–	–	–
بر الوالدين	–	–	–
صلة الرحم	–	–	–

ونتيجة للتعديل الذي قامت به الباحثة بناءً على آراء السادة المحكمين، وضعت قائمة القيم الفرعية الشخصية والاجتماعية بصورتها النهائية (ملحق رقم(2)) كما يوضح الجدول الآتي:

جدول (3) مجموع القيم الشخصية والاجتماعية بشكل نهائي

القيم الأساسية	الاجتماعية	الشخصية	المجموع
عدد القيم الفرعية	13	14	27

7- تصميم استمارة تحليل المضمون:

استناداً إلى تصنيف مجموعات القيم الشخصية والاجتماعية، ووحدات التحليل والمحاور الأساسية التي يأخذ بها التحليل في إطار (ماذا قيل؟ وكيف قيل؟)، وبعد تحديد البيانات المطلوبة، والهيكل العام للاستمارة، و الاطلاع على الدراسات المتعلقة بالموضوع، وعرض الأداة على عدد من المحكمين من الأساتذة في كلية التربية بدمشق ملحق رقم (3)، تمّ تصميم الاستمارة الآتية:

استمارة التحليل

اسم البرنامج:									
تاريخ الحلقة:									
فئات ماذا قيل؟			فئات كيف قيل؟						
وحدات التحليل	القيمة	التكرار	المجموعة	اتجاه القيمة		وسيط العرض			أسلوب العرض	
				إيجابي	سلبي	إنسان	حيوان	شيء	صريح	ضمني
المجموع										

8- صدق التحليل وثباته:

من أجل تحقيق صفة الموضوعية التي يتمتع بها تحليل المضمون، لا بدّ من توافر عنصري (الصدق والثبات) أيّ تحقيق الصدق الظاهري في عملية التحليل، والثبات في نتائجها، والثبات يعني الحصول على نتائج صحيحة وثابتة بنسبة عالية، وأن تكون نفسها في حال إعادة التحليل من قبل الباحث، أو من قبل محلّل آخر.

ولتحقيق عنصر الصدق، تمّ اختيار العينة بحيث تكون ممثلة للمجتمع الأصلي موضوع الدراسة، ومن برامج الأطفال الداخلة في حدود البحث، كما حددت (الفكرة) وحدة للتسجيل كونها تناسب البحث، وتمّ وضع وصف مسبق للقيم المراد استخراجها وتصنيفها ضمن مجموعات محددة، وسبب اختيار (الفكرة) وحدة للتسجيل، يعود إلى أنّها أكثر دقة في التعبير عن الفكرة المطروحة في البرنامج من جهة، وأكثر توافقاً مع مضمون الرسالة الإعلامية التي يجري عليها البحث وهي (برامج الأطفال في التلفزيون السوري "القناة الفضائية السورية") من جهة أخرى، إضافة إلى سهولة التعامل معها في تصنيف النتائج وترتيبها وتفسيرها، وقد تمّ عرض الاستمارة والمعيار على المحكمين ملحق رقم (3)

أمّا من أجل تحقيق الثبات في صحة النتائج فقد تمّ الآتي:

- اختيار عينة عشوائية بسيطة من برامج عينة البحث، وقد بلغ عدد العينة العشوائية \4\ حلقات، بمعدل حلقتين لكلّ برنامج، تمّ سحب عينة الثبات من خلال ترقيم حلقات كل برنامج من برامج العينة الأصلية بأرقام متسلسلة على قطع من الأوراق وخلط هذه الأوراق جيداً، ثمّ سحب وحدات العينة العشوائية من بين الأوراق، وبعد الحصول على أرقام حلقات العينة العشوائية، تمّ تحديد الحلقات وتاريخها من المجتمع الأصلي التي تحمل الأرقام المختارة نفسها .

- قامت الباحثة بتحليل العينة مرتين بفارق أسبوعين وفق المعيار المُحكّم، وقام باحثان آخران لهما خبرة في تحليل المضمون بإعادة تحليل العينة السابقة نفسها (ملحق رقم (4))، وذلك بعد اطلاعهما على البحث وأهدافه بشكل عام، وعلى معيار التحليل وخطوات التحليل، وقد قام كل محلل بعمله بشكل منفصل.
- تم حساب معامل الترابط بين نتائج تحليل المشاهدة الأولى والثانية للباحثة فبلغ(0.92)، ثمّ بين نتائج المشاهدة الأولى للباحثة ونتائج تحليل المشاهدة للمحلل الأول حيث بلغ (0.82)، وكما حُسب معامل الارتباط بين نتائج تحليل المشاهدة الأولى للباحثة ونتائج تحليل المشاهدة للمحلل الثاني، حيث بلغ (0.94)، وأخيراً تم حساب معامل الارتباط بين نتائج مشاهدة المحلل الأول ونتائج مشاهدة المحلل الثاني فبلغ (0.93).

جدول(4) ثبات معيار تحليل برامج الأطفال

المحلل	مجموع الفكر	المحلل	مجموع الفكر	الترابط
التحليل الأول للباحثة	110	المشاهدة الثانية للباحثة	100	0.92
التحليل الثاني للباحثة	100	المحلل الأول	106	0.82
التحليل الثاني للباحثة	100	المحلل الثاني	88	0.94
المحلل الأول	105	المحلل الثاني	89	0.93

تشير معاملات الترابط في الجدول أنّها عالية ومتقاربة، وعليه يمكن اعتبار معيار التحليل ثابتاً وصالحاً للاستخدام بشكل موضوعي، ويُعتمد في تحليل عينة البحث.

9- خطة التحليل :

9-1- تهيئة عينات التحليل: تمّ رصد برامج الأطفال المعنية بالبحث (سوا منكبر، عالمي الصغير) خلال فترة (1\4\2021 وتنتهي في 30\6\2021) حيث قامت الباحثة بأخذ الحلقات التلفزيونية من مخرجي البرنامج بمساعدة دكتور من قسم التربية المقارنة (د. ياسين العواد) على أقراصCD وذلك لصعوبة حضور الحلقات على

التلفزيون بسبب انقطاع الكهرباء، ولم تتمكن الباحثة من الحصول على الحلقات من دائرة برامج الأطفال في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون لعدم تعاونهم مع الباحثة، فأصبح عدد الحلقات المسجلة \26\ حلقة.

9-2- التحليل: بعد اعتماد الفكرة كوحدة للتحليل، وتصميم الاستمارة اللازمة لعملية التفريغ محلق رقم (5) تمت عملية التحليل وفق الآتي:

- مشاهدة كل حلقة من كل برنامج من البرنامجين عينة التحليل على حدة من خلال جهاز الكمبيوتر المحمول لتحديد وحدات التحليل (الفكر) في كل حلقة.
- تصنيف هذه (الفكر) وفق بنود معيار التحليل التي تعبر عنها وذلك في كل برنامج على حدة.
- تصنيف (الفكر) وحدات التحليل في كلّ برنامج على حدة.
- جمع التكرار الذي حصل عليها كلّ بند منفرد في كل برنامج على حدة مع حساب النسبة المئوية والرتبة التي جاءت فيها.
- جمع التكرار الذي حصلت عليها كل مجموعة من مجموعات القيم الشخصية والاجتماعية في كل برنامج على حدى، مع حساب النسبة المئوية والترتيب لكل منها في كل برنامج على حدة.
- إجراء المعالجة الاحصائية المناسبة (تكرار– نسب مئوية– ترتيب– كاي مربع– ترابط) لبيان أي القيم كان التركيز عليها أكثر من غيرها ضمن البرنامج الواحد لتقديم المقترحات اللازمة.

الفصل الخامس: نتائج البحث ومناقشتها

1- نتائج تحليل برنامج " سوا منكبر"

أولاً- تكرار وحدات التحليل

1 - تكرار وحدات التحليل ضمن كلّ مجموعة قيميّة

2- تكرار وحدات التحليل بالنسبة لمجموعات القيم الشخصية والاجتماعية.

3- تكرار وحدات التحليل خلال مدة العرض.

ثانياً- نوع فكر التحليل وطريقة عرضها ووسائطها.

1- نوع الوحدات المعروضة (إيجابية \ سلبية).

2- أسلوب عرض القيم (صريح \ ضمني).

3- وسيط عرض القيم (إنسان \ حيوان \ شيء).

أولاً- تكرار وحدات التحليل

1- تكرار وحدات التحليل ضمن كل مجموعة قيميّة.

1-1- مجموعة القيم الشخصية في برنامج سوا منكبر:

حصلت مجموعة القيم الشخصية على نسبة **65.75%** من مجموع النسب، وهذا أمر مطلوب في ظلّ التقدم في مجال وسائل الإعلام المختلفة والتي تعرض برامج مستوردة تختلف في قيمها وثقافتها عن القيم السائدة في مجتمعنا، فالقيم الشخصيّة هي المحرك الرئيسي وراء شخصية الطفل وأفعاله، وكما تساعد في تنمية الوعي الذاتي للطفل وتمكنه من معرفة ما يريد تحقيقه وما هو قادر عليه، فضلاً عن أنّ القيم الشخصية تعدّ المؤسس لأخلاق الطفل وتصرفاته مع نفسه ومع الآخرين، وبالتالي فهي المحرك للسلوك البشريّ، فالتركيز على القيم الشخصية يساعد في بناء طفل سويّ ذي قيم متزنة وهي الخطوة الأولى في بناء مجتمع متقدم.

تضمّ مجموعة القيم الشخصية \14\ قيمة وقد ظهرت جميعها أثناء التحليل وانحصرت تكراراتها بين تكرار و\58\ تكراراً، وكانت هناك ست قيم سائدة منها فقط، حيث جاءت قيمة (برّ الوالدين) في المرتبة الأولى \58\ تكراراً وبنسبة 22.05%، تليها قيمة (تنمية المواهب) \48\ تكراراً بنسبة 18.25%، قيمة (الشجاعة) في المرتبة الثالثة \36\ تكراراً وبنسبة 13.68%، ثمّ قيمة (الطموح) \28\ تكراراً وبنسبة 10.64%، وفي المرتبة الخامسة قيمة (الثقة بالنفس) \24\ تكراراً وبنسبة 9.12%، تليها قيمة (الاستقامة) في المرتبة السادسة \23\ تكراراً ونسبة 8.74%، وفي المرتبة السابعة جاءت قيمة (الصدق) \11\ تكراراً وبنسبة 4.18%، قيمة (النظافة الشخصية وسلامة المظهر) في المرتبة الثامنة \10\ تكراراً وبنسبة 3.80%، ثمّ قيمة (الأمانة) \8\ تكرار ونسبة 3.04%، تليها قيمة (الالتزام) \6\ تكراراً ونسبة 2.28%، قيمة (الحلم) \3\ تكرارات وبنسبة 1.14%، قيمتا (التسامح والحياء) في المرتبة الثالثة عشر \تكراران\ وبنسبة 0.76%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت قيمة (البساطة) \1\ تكرار واحد ونسبة 0.38%. والجدول الآتي رقم (5) يوضح ذلك

جدول (5) تكرارات القيم الشخصية ونسبتها في برنامج سوا منكبر

القيمة	التكرار	النسبة	الترتيب
برّ الوالدين	58	%22.05	1
تنمية المواهب	48	%18.25	2
الشجاعة	36	%13.68	3
الطموح	28	%10.64	4
الثقة بالنفس	24	%9.12	5
الاستقامة	23	%8.74	6
الصدق	11	%4.18	7
النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر	10	%3.80	8
الأمانة	8	%3.04	9
الالتزام	6	%2.28	10
الحلم	3	%1.14	11
التسامح	2	%0.76	12.5
الحياء	2	%0.76	12.5
البساطة	1	%0.38	14
المجموع	**263**	%100	14

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة (بر الوالدين) احتلت في المرتبة الأولى من مجموعة القيم الشخصية نظراً لأهميتها وضرورتها للفرد والمجتمع، فالأسرة المبنية على العلاقات السوية والروابط المتينة والاحترام والطاعة، تساعد في إصلاح المجتمع واستقرار قواعده كون الأسرة هي المكوّن الأساسي للمجتمع، وتتفق هذه النتائج مع دراسة (بو شهاب، 2012)

ونلاحظ أيضاً أنّ البرنامج يسعى إلى غرس قيمة (تنمية المواهب) التي ظهرت في المرتبة الثانية في مجموعة القيم الشخصية، وكانت في منطقة السيادة بالنسبة لترتيب القيم كاملة وذلك لأن اكتشاف الموهوبين في عمرٍ مبكرٍ وتنمية مواهبهم واستثمارها على الوجه الصحيح يعدّ من أهم وسائل تحقيق التقدم والنجاح لأيّ مجتمع.

وعند حساب المتوسط الحسابي= (18.78) تبين وجود ست قيم في منطقة السيادة، بينما كانت القيم الأخرى تحت منطقة السيادة، ممّا يدل على الاهتمام بقيمٍ معينة على حساب قيم أخرى.

ومن جهة أخرى، لم يهتم البرنامج بشكل كبير بقيم (التسامح، الحياء، والبساطة) على الرغم من أهمية هذه القيم ودورها في صقل شخصية الطفل وتنميتها. وذلك يدلّ على ضعف التخطيط للبرامج و الاهتمام بقيم على حساب قيما أخرى وتتعارض هذه النتائج مع دراسة (بخوش، 2019).

جدول(6) حساب كا2 في توزيع القيم الشخصية في برنامج سوا منكبر

القيمة	التكرار(ك)	ك.ن	ك– ك.ن	(ك– ك.ن)^2	(ك– ك.ن)^2\ ك.ن
برّ الوالدين	58	18.78	39.22	1538	81.90
تنمية المواهب	48	18.78	29.22	835	45.46
الشجاعة	36	18.78	17.22	296	15.78
الطموح	28	18.78	9.22	58	4.52
الثقة بالنفس	24	18.78	5.22	27	1.45
الاستقامة	23	18.78	4.22	17	0.94
الصدق	11	18.78	7.78–	60	3.22
النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر	10	18.78	8.78–	77	43.30
الأمانة	8	18.78	10.78–	116	6.18
الالتزام	6	18.78	12.78–	163	8.69
الحلم	3	18.78	15.78–	249	13.25

التسامح	2	18.78	16.78-	281	14.99
الحياء	2	18.78	16.78-	281	14.99
البساطة	1	18.78	17.78-	316	16.83
المجموع	**263**	**263**			**271.5**

وعند تطبيق كاي مربع في الجدول السابق لوحظ أنّ هناك فرقاً جوهرياً في توزيع هذه القيم ضمن المجموعة حيث كانت قيمة كا^2 المحسوبة تساوي \271.5\ وهي أكبر من كا^2 الجدولية التي تساوي \22.362\ عند درجة الحرية \13\ ومستوى الدلالة = 0.05، وبالتالي فالفرق جوهري ونرفض نظرية التوزيع العادل للقيم الشخصية.

1-2- مجموعة القيم الاجتماعية في برنامج سوا منكبر:

تتضمن هذه المجموعة \13\ قيمة، ومن خلال المعالجات الاحصائية تبين ظهور \11\ قيمة منها أثناء التحليل فقط، حيث لم تظهر قيمتا (حسن الجوار- صلة الرحم) عند تحليل برنامج سوا منكبر، وانحصر تكرار القيم الظاهرة بين \32\ تكراراً لقيمة (محبة الآخرين) التي احتلت المرتبة الاولى بنسبة 23.35%، ثمّ تليها قيمة (الشراكة المجتمعية) في الرتبة الثانية \27\ تكراراً وبنسبة 19.70%، تليها قيمة (التعاون) \16\ تكراراً وبنسبة 11.67%، وجاءت قيمتا (الولاء للجماعة والمساواة بين الجنسين) في المرتبة الرابعة والنصف \11\ تكراراً وبنسبة 8.02%، ثمّ قيمة (آداب الحوار) \10\ تكرارات بنسبة 7.29%، تليها قيمة (المحافظة على الصداقة) \9\ تكرار وبنسبة 6.56%، قيمة (احترام الكبار) في المرتبة الثامنة \8\ تكراراً وبنسبة 5.83%، تليها قيمة (نصح الآخرين) بتكرار قدره \6\ ونسبة 4.37%، ثمّ قيمة (إكرام الضيف) \5\ تكرارات ونسبة قدرها 3.64%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت قيمة (مساعدة الآخرين) بتكرارين فقط ونسبة تبلغ 1.45%، فيما غابت قيمتا (صلة الرحم\ حسن الجوار) عن الظهور أثناء التحليل.

جدول (7) تكرارات قيم مجموعة القيم الاجتماعية ونسبها المئوية في برنامج سوا منكبر

القيمة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
محبة الآخرين	32	%23.35	1
الشراكة المجتمعية	27	%19.70	2
التعاون	16	%11.67	3
الولاء للجماعة	11	%8.02	4.5
المساواة بين الجنسين	11	%8.02	4.5
المتوســـط الحسابي= 10.53			
آداب الحوار	10	%7.29	6
المحافظة على الصداقة	9	%6.56	7
احترام الكبار	8	%5.83	8
نصح الآخرين	6	%4.37	9
إكرام الضيف	5	%3.64	10
مساعدة الآخرين	2	%1.45	11
حسن الجوار	0	%0	12.5
صلة الرحم	0	%0	12.5
المجموع	**137**	**%100**	**13**

نلاحظ من الجدول السابق رقم (7) اهتمام البرنامج بغرس قيمة (محبة الآخرين) لدى الأطفال ، فقد ظهرت في المرتبة الأولى في مجموعة القيم الاجتماعية، فحبّ الطفل للآخرين يدلّ على تأصّل الخير في نفس الطفل وتنفي لديه روح الأنانية وحبّ الذات، وبالتالي يحقق الوحدة القوية في المجتمع وتسود بين أفراده المودة وتبادل المنافع والمشاركة الحقيقية وبالتالي يتجه المجتمع بكلّ قوته نحو العمل والبناء والسعي لزيادة تقدمه ورفع مكانته بين المجتمعات الأخرى، وعلى الرغم من أنّ البرنامج أغفل الاهتمام بقيمة مساعدة الآخرين إلّا أنها قيمة مرتبطة

بقيمة محبة الآخرين ممّا يدل على وجود تداخل في القيم المذكورة. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (فلحي، وسعيد، 2015)، دراسة (Keyes,2014)

ونلاحظ بعد حساب المتوسط الحسابي =**(10.53)** وقوع خمس قيم في منطقة السيادة، ممّا يعني ظهور قيم على حساب قيم أخرى، وعند تطبيق اختبار كا^2 لوحظ هذا الفرق الجوهري حيث كانت قيمة كا^2 المحسوبة تساوي \68.6\ وهي أكبر من قيمة كا^2 النظرية التي تساوي \21.03\ عند درجة الحرية \12\ ومستوى الدلالة =0.05. وبالتالي فإننا نرفض نظرية التوزيع العادل للقيم الاجتماعية في برنامج سوا منكبر .

جدول (8) حساب كا2 في توزيع القيم الاجتماعية في برنامج سوا منكبر

القيمة	ك	ك.ن	ك– ك.ن	(ك– ك.ن)^2	(ك– ك.ن)^2 \ ك.ن
محبة الآخرين	32	12.45	19.55	382.20	30.69
الشراكة المجتمعية	27	12.45	14.55	211.70	17
التعاون	16	12.45	3.55	12.60	1.01
الولاء للجماعة	11	12.45	1.45-	2.10	0.16
المساواة بين الجنسين	11	12.45	1.45-	2.10	0.16
آداب الحوار	10	12.45	2.45-	6	0.48
المحافظة على الصداقة	9	12.45	3.45–	11.90	0.95
احترام الكبار	8	12.45	4.45–	19.80	1.59
نصح الآخرين	6	12.45	6.45–	41.60	3.34
إكرام الضيف	5	12.45	7.45–	55.50	4.45
مساعدة الآخرين	2	12.45	10.45–	109.20	8.77
حسن الجوار	0	0	0	0	–
صلة الرحم	0	0	0	0	–
المجموع	**137**	**137**			**68.6**

من خلال الجدول السابق رقم (8) يتضح الفروق بين كا^2 المحسوبة والنظرية، ممّا يعني وجود تحيّز لقيم معينة وعدم الاهتمام بالقيم الاجتماعية الأخرى.

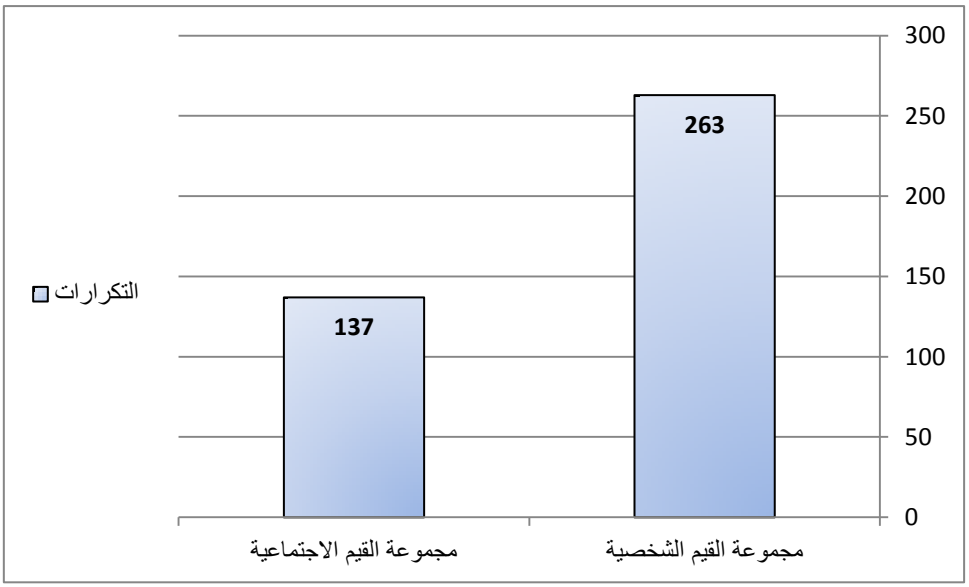
وبعد حساب تكرار وحدات التحليل بالنسبة للمجموعات القيمية وحساب كا2 لوحظ التحيز لقيم (برّ الوالدين، الشراكة المجتمعية، الشجاعة، التعاون، الثقة بالنفس، والطموح) ممّا يجعل هذه الدراسة تتشابه مع دراسة كلٍ من دراسة (علي،2018) دراسة (مرياي، وبن عواطة،2019) دراسة (عريس، وعريس، 2019) دراسة (بخوش،2019) ودراسة (بوشهاب، 2021) حيث أظهرت نتائج هذه الدراسات تحيزاً للقيم ذاتها.

2- تكرارات وحدات التحليل بالنسبة لمجموعات القيم الشخصية والاجتماعية:

بلغ عدد تكرار وحدات التحليل في برنامج سوا منكبر\400\ تكراراً، ووزعت على القيم الشخصية والاجتماعية كالآتي:

احتلت مجموعة القيم الشخصية المرتبة الأولى وقد بلغت عدد التكرارات \263\ تكراراً وبنسبة 65.75%، أمّا تكرارات مجموعة القيم الاجتماعية فبلغت \137\ تكراراً وبنسبة 34.25%.

مخطط بياني (1) تكرارات المجموعات القيمية في برنامج سوا منكبر



في الجدول رقم (9) تمّ حساب تكرار مجموعة القيم الشخصية ومجموعة القيم الاجتماعية وحساب النسب المئوية كما هو موضح في الجدول الآتي

جدول (9) تكرار المجموعات القيمية ونسبتها المئوية في برنامج سوا منكبر

المجموعة القيمية	التكرارات	النسبة المئوية	الترتيب
مجموعة القيم الشخصية	263	%65.75	1
مجموعة القيم الاجتماعية	137	.%34.25	2
المجموع	**400**	**%100**	**2**

وحسب الجدول السابق يتضح لنا اهتمام معدي البرنامج بالقيم الشخصية على حساب القيم الاجتماعية، وتعزو الباحثة ذلك إلى الضعف في التخطيط وكتابة محتوى البرنامج والضعف في احتواء القيم كاملة في البرنامج، أو الرغبة إلى التحيز للقيم الشخصية والتركيز عليها في برنامج سوا منكبر ، تختلف هذه نتائج مع دراسة (عريس وعريس، 2015)، ودراسة (Barandiaran,2016)، ودراسة (بومشطة، 2018) التي أظهرت تحيزاً للقيم الاجتماعية على حساب القيم الشخصية.

3- تكرارات وحدات التحليل خلال مدة العرض:

3-1- تواتر قيم مجموعة القيم الشخصية:

بلغت مدة العرض لبرنامج سوا منكبر خلال أشهر التحليل \345.99\ دقيقة موزعين على \127.2\ دقيقة في شهر نيسان، \122.12\ دقيقة في شهر أيار، و \96.63\ دقيقة في شهر حزيران، وعند إجراء مقارنة بين تواتر القيم وتكرارها خلال أشهر التحليل، تبين لنا أنّ عدد تكرارات قيم مجموعة القيم الشخصية \92\ تكراراً في شهر نيسان، ثمّ انخفض إلى \82\ تكراراً في شهر أيار ومن ثمّ ارتفع مرة أخرى إلى \89\ تكراراً في شهر حزيران على الرغم أنّ مدة العرض في شهر حزيران كانت أقصر من مدة العرض في شهر أيار، والجدول الآتي رقم (10) يوضح التكرار والنسب المئوية لقيم مجموعة القيم الشخصية خلال مدة العرض.

جدول (10) تكرارات قيم مجموعة القيم الشخصية ونسبتها المئوية خلال مدة العرض

الشهر	نيسان	أيار	حزيران	المجموع
التكرار	92	82	89	**263**
النسبة المئوية	%34.98	%31.17	%33.84	**%100**

3-2- تواتر قيم مجموعة القيم الاجتماعية:

بلغت تكرارات قيم مجموعة القيم الاجتماعية \42\ تكراراً في شهر نيسان، و\59\ تكراراً في شهر أيار، أمّا في شهر حزيران فقد بلغ تكرار قيم مجموعة القيم الاجتماعية \36\ تكراراً، وتعد هذه التكرارات منطقية بالنسبة لمدة العرض خلال الأشهر المذكورة، والجدول الآتي رقم (11) يوضح التكرار والنسب المئوية لقيم مجموعة القيم الاجتماعية خلال مدة العرض

جدول (11) تكرارات قيم مجموعة القيم الاجتماعية ونسبتها المئوية خلال مدة العرض

الشهر	نيسان	أيار	حزيران	المجموع
التكرار	42	59	36	**137**
النسبة المئوية	30.65	43.06	26.27	**%100**

ثانياً- نوع فكر التحليل وطريقة عرضها ووسائطها في برنامج سوا منكبر:

1- نوع الوحدات المعروضة:

عند تصنيف تكرار وحدات التحليل بحسب نوعها (إيجابي \ سلبي)، لُوحظ أنّ نسبة الفكر الإيجابية أكبر من نسبة الفكر السلبية، حيث بلغ مجموع الفكر الإيجابية \345\ تكراراً في حين بلغ مجموع الفكر السلبية \55\ تكراراً، وهذا يدل على الاهتمام بعرض القيم بشكل إيجابي وواضح للطفل من أجل ضمان وصولها إلى ذهن الطفل بشكل سليم ، والجدول الآتي يوضح ذلك.

جدول (12) تكرار الفكر الإيجابية و السلبية ونسبها المئوية في برنامج سوا منكبر

اتجاه القيم	التكرارات	النسبة المئوية	الترتيب
إيجابي	345	%86.25	1
سلبي	55	%13.75	2
المجموع	**400**	**%100**	**2**

نلاحظ من الجدول السابق اختلاف النتائج عن نتائج دراسة (مخيمر، 2015) التي أظهرت تفوق الفكر السلبية على الإيجابية، بينما تتفق النتائج مع دراسة (Rajadrll, Pujol, and Violant,2005)، ودراسة (شهاب، 2012) التي أظهرت تفوق الفكر الإيجابية.

2- أسلوب عرض القيم (صريح- ضمني).

أظهرت نتائج التحليل تفوق القيم الصريحة على القيم الضمنيّة، حيث بلغت الفكر الصريحة \330\ فكرة، بينما كانت الفكر الضمنيّة \70\ فكرة، وكون الفئة العمرية المستهدفة في البرنامج هي فئات عمرية مختلفة من\3-15\ سنوات، فبرأي الباحثة كان من الأفضل التنويع في أسلوب عرض القيم، "حيث أنّ الأسلوب المباشر مثلاً يوضح الأفكار والقيم المراد إيصالها للطفل مباشرة دون ترك المجال لفهمها بشكلٍ خاطئ. بينما الأسلوب الضمني الذي يأخذ شكل قصة مثلاً أو مسرح عرائس أو مشاهد تمثيلية، يجذب الطفل بشكل أكبر ويحفز على والاستنتاج لدى الطفل ويساعده على التفكير بشكل سليم" (مخيمر 2015، ص186). والجدول الآتي رقم (13) يوضح التكرار والنسب المئوية للفكر الصريحة والضمنية.

جدول (13) تكرار أسلوب عرض القيم ونسبها المئوية في برنامج سوا منكبر

أسلوب العرض	التكرارات	النسبة المئوية	الترتيب
أسلوب صريح	330	%82.5	1
أسلوب ضمني	70	%17.5	2
المجموع	**400**	**%100**	**2**

3- وسيط عرض القيم (إنسان- حيوان- شيء).

كان \\الانسان\ الوسيط الأبرز الذي اعتمد عليه البرنامج في نقل القيم للأطفال حيث بلغ مجموع الفكر بلغة الإنسان \369\فكرة، بينما بلغ مجموع الفكر بلغة الحيوان \27\ فكرة مقابل \4\ فكرة بلغة أشياء أخرى.

جدول (14) تكرارات وسيط العرض في برنامج سوا منكبر ونسبها المئوية

وسيط العرض	التكرارات	النسبة المئوية	الترتيب
إنسان	369	%92.25	1
حيوان	27	%6.75	2
شيء	4	%1	3
المجموع	**400**	**%100**	**3**

وكما أشرنا سابقاً أنّ البرنامج يستهدف فئات عمرية مختلفة، من الأفضل أن يتمّ التنويع وسيط العرض في \\الحيوان – الأشياء\ لأنّ لكلّ مرحلة خصائص مختلفة وبالتالي يختلف معه الوسيط الذي يجذبهم ويتفاعل معها الطفل خاصة أنّ القيم التي تمّ التركيز عليها في البرنامج تتماشى مع استخدام \\الحيوان – الأشياء\ كوسيط للعرض كقيم الشجاعة . نقلاً عن (مخيمر، 2015، ص156).

2- نتائج تحليل برنامج عالمي الصغير

أولاً- تكرار وحدات التحليل

1- تكرار وحدات التحليل ضمن كل مجموعة قيميّة

2- تكرارات وحدات التحليل بالنسبة لمجموعات القيم الشخصية والاجتماعية

3- تكرار وحدات التحليل خلال مدة العرض.

ثانياً- نوع فكر التحليل وطريقة عرضها ووسائطها.

1- نوع الوحدات المعروضة (إيجابي- سلبي).

2- أسلوب عرض القيم (صريح- ضمني).

3- وسيط عرض القيم (إنسان- حيوان- شيء).

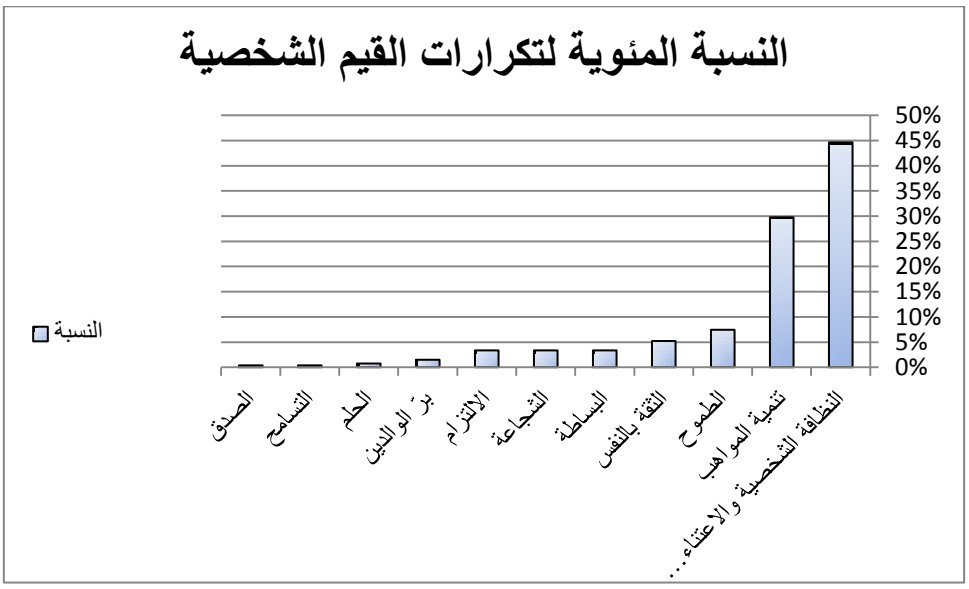
أولاً- تكرار وحدات التحليل

1- تكرار وحدات التحليل ضمن كل مجموعة قيميّة.

1-1- مجموعة القيم الشخصية في برنامج عالمي الصغير:

تتضمن مجموعة القيم الشخصية \14\ قيمة، ظهر أثناء التحليل \11\ قيمة فقط وقد غابت القيم الثلاث الباقية (الأمانة- الاستقامة- الحياء) في التحليل، وانحصر تكرار القيم الشخصية بين \120\ تكراراً لقيمة (النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر) وبنسبة 44.60% وتكراراً واحداً لقيمتي (الصدق والتسامح)، وقد جاءت في المرتبة الثانية قيمة تنمية المواهب \80\ تكراراً وبنسبة 29.73%، تليها قيمة الطموح \20\ تكراراً ونسبة 7.43% ، ثمّ قيمة الثقة بالنفس \14\ تكراراً وبنسبة **5.20%** ، وفي المرتبة السادسة جاءت قيم (الشجاعة- البساطة- والالتزام) ب\9\ تكرار ونسبة **3.34%**، قيمة برّ الوالدين في المرتبة الثامنة \4\ تكراراً ونسبة **1.48%**، وفي المرتبة التاسعة قيمة الحلم بتكرارين ونسبة **0.74%**، وفي المرتبة \10.5\ جاءت قيمتا (الصدق- والتسامح) بتكرار واحد فقط وبنسبة **0.37%**.

مخطط بياني (2) النسب المئوية لتكرارات القيم الشخصية في برنامج عالمي الصغير



جدول (15) تكرار القيم الشخصية ونسبتها في برنامج عالمي الصغير

القيمة	التكرار	النسبة	الترتيب
النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر	120	%44.60	1
تنمية المواهب	80	%29.73	2
الطموح	20	%7.43	3
المتوسط الحـــســـابي= 19.21			
الثقة بالنفس	14	%5.20	4
البساطة	9	%3.34	6
الشجاعة	9	%3.34	6
الالتزام	9	%3.34	6
برّ الوالدين	4	%1.48	8
الحلم	2	%0.74	9
التسامح	1	%0.37	10.5
الصدق	1	%0.37	10.5
الأمانة	0	%0	13
الاستقامة	0	%0	13
الحياء	0	%0	13
المجموع	**269**	**%100**	**14**

نلاحظ من الجدول السابق اهتمام البرنامج بشكل كبير في ترسيخ قيمة النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر لما لها من أهمية وفائدة تعود على الطفل والمجتمع، فقيمة النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر تقي الطفل من الإصابة بالأمراض وتحافظ على صحته الجسدية والنفسية لضمان نموّه بشكل سليم، كما أنّ الظهور بمظهر حسنٍ ولائق يزيد من ثقة الطفل بنفسه، واهتمّ البرنامج أيضاً بقيمة تنمية المواهب حيث كما ذكرنا سابقاً أنّ اكتشاف الموهوبين في عمرٍ مبكرٍ وتنمية مواهبهم واستثمارها على الوجه الصحيح يعدّ من أهم وسائل تحقيق التقدم والنجاح لأيّ مجتمع، ونلاحظ أيضاً اهتمامه بقيمة الطموح، لدورها في تحفيز الطفل على العمل الجاد لتحقيق أهدافه وقد كانت هذه القيم الثلاث فوق المتوسط الذي يساوي **(19.21)** وبالتالي تدخلان في منطقة السيادة وبالتالي فهذه النتائج تتفق

مـع دراسـة (بوشـهاب، 2012) مـن خـلال تركيزهـا علـى ترسـيخ قيمـة النظافـة الشخصـية والاعتنـاء بالمظهر، ودراسة (عريس، وعريس، 2019) في ترسيخ قيمة الطموح.

ومـن جهـة أخـرى، لـم يهـتم البرنـامج بشـكل كبيـر بقيمتـي (الصـدق- والتسـامح) مـع أنّ قيمـة الصـدق هـي أسـاس الثقـة فـي التعامـل مـع الطفـل، ويسـاعد فـي الحفـاظ علـى العلاقـات الاجتماعيـة وتقويتهـا، أمّـا قيمـة التسـامح، فتجعـل العلاقـات والمعـاملات مـع الطفـل بعيـدة عـن التعقيـد، كمـا أن تعلـيم الطفـل لهـذه القيمـة يعمـق روابـط المحبـة والمـودة نحـو الآخـرين، وبالتـالي يـنعكس علـى المجتمـع بالاسـتقرار والتقـدم والرّقـيّ، وبالتّـالي فكـان لا بـدّ للبرنـامج مـن ترسـيخ هـاتين القيمتـين نظـراً لأهميتهمـا فـي بنـاء شخصـية وسـلوك الطفل وبالتالي فتتعارض هذه النتائج مع دراسة (بخوش. 2019)، دراسة (فلحي، وسعيد، 2015).

ويتضـح مـن الجـدول غيـاب التوزيـع العـادل لقـيم مجموعـة القـيم الشخصـية، وللتأكـدّ تـمّ حسـاب كـاي مربـع، فكانـت قيمـة كـا^2 المحسـوبة تسـاوي \573.10\ وهـي أكبـر مـن كـا^2 الجدوليـة \22.362\ عنـد درجـة الحرية \13\ ومستوى الدلالة = 0.05 مما يجعلنا نرفض نظرية التوزيع العادل للقيم.

جدول (16) حساب كا^2 في توزيع القيم الشخصية في برنامج عالمي الصغير

القيمة	(ك)	ك.ن	ك- ك.ن	(ك- ك.ن)^2	(ك- ك.ن)^2\ ك.ن
النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر	120	24.4	95.6	9139	374.5
تنمية المواهب	80	24.4	57.6	3317	135.9
الطموح	20	24.4	4.4-	19.36	0.79
الثقة بالنفس	14	24.4	10.4-	104	4.26
البساطة	9	24.4	0.63-	0.13	0.005
الشجاعة	9	24.4	0.63-	0.13	0.005
الالتزام	9	24.4	0.63-	0.13	0.005
برّ الوالدين	4	24.4	20.4-	416.16	17.05
الحلم	2	24.4	22.4-	501.76	20.56
التسامح	1	24.4	23.4-	538.2	22.05

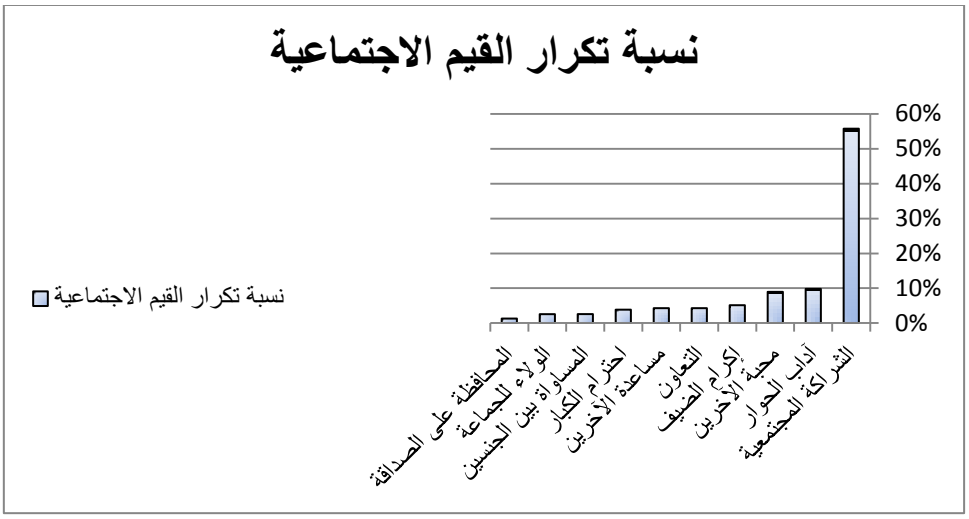
الصدق	1	24.4	23.4-	538.2	22.05
الأمانة	0	0	0	0	-
الاستقامة	0	0	0	0	-
الحياء	0	0	0	0	-
المجموع	**269**				**573.10**

1-2- مجموعة القيم الاجتماعية في برنامج عالمي الصغير:

شملت مجموعة القيم الاجتماعية \13\ قيمة ظهر أثناء التحليل \11\ قيمة، وغابت كل من قيمتي (حسن الجوار- صلة الرحم)، على الرغم من أهمية هذه القيم في تعزيز وتقوية الروابط الاجتماعية بين أفراد المجتمع الواحد.

بلغ تكرار قيم مجموعة القيم الاجتماعية \235\ تكراراً، ظهرت منها قيمتان فقط في منطقة السيادة، وانحصر التكرار بين \131\ لقيمة الشراكة المجتمعية وبنسبة 55.74%، و\3\ تكراراً لقيمتي المحافظة على الصداقة و نصح الآخرين وبنسبة1.27%، جاءت في المرتبة الثالثة قيمة آداب الحوار\23\ تكراراً وبنسبة بلغت 9.78%، تليها قيمة محبة الآخرين\21\ تكراراً بنسبة 8.93%، ثمّ قيمة إكرام الضيف \12\ تكراراً بنسبة5.10%، في المرتبة \5,5\ جاءت قيمتا التعاون ومساعدة الآخرين \10\ تكرار وبنسبة 4.25%، ثمّ قيمة احترام الكبار \9\ تكراراً بنسبة 3.82%، تليها قيمة المساواة بين الجنسين \7\ تكراراً بنسبة 2.55%، ثمّ قيمة الولاء للجماعة \6 \ تكرار ونسبة بلغت 2.53%، وفي المرتبة 10.5 جاءت قيمتا المحافظة على الصداقة و نصح الآخرين \3\ تكرار وبنسبة 1.27%.

مخطط بياني (3) نسب تكرار قيم المجموعة الاجتماعية في برنامج عالمي الصغير



جدول (17) تكرار قيم مجموعة القيم الاجتماعية ونسبها المئوية في برنامج عالمي الصغير

القيمة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
الشراكة المجتمعية	131	%55.74	1
آداب الحوار	23	%9.78	2
محبة الآخرين	21	%8.93	3
المتوســـــط الحـــــســـــابي= 18.07			
إكرام الضيف	12	%5.10	4
التعاون	10	%4.25	5.5
مساعدة الآخرين	10	%4.25	5.5
احترام الكبار	9	%3.82	7
المساواة بين الجنسين	7	%2.55	8
الولاء للجماعة	6	%2.53	9
المحافظة على الصداقة	3	.%1.27	10.5
نصح الآخرين	3	.%1.27	10.5
حسن الجوار	0	%0	11.5
صلة الرحم	0	%0	11.5
المجموع	**235**	**%100**	**13**

نلاحظ من الجدول السابق اهتمام البرنامج بشكل واضح لترسيخ قيمة الشراكة المجتمعية، وذلك لكونها القيمة الأساسية للمجتمعات المتحضرة القائمة على التعاون بين فئاته كافة للنهوض بالمجتمع من

خلال مشاركة جميع الأفراد والمؤسسات لخدمة المجتمع، وكما اهتم بقيمة آداب الحوار لدورها في تعليم الطفل احترام آراء الآخرين وتقبلها دون تجريح وإعطاء الطفل حقه في التعبير عن وجهة نظره بصدقٍ ووضوح ممّا يخلق لنا جيلاً يتمتع بالثقة بالنفس ومستمعاً جيداً للطرف الآخر وتتفق هذه النتائج مع دراسة (مرياي، وبن عواطة، 2019)، وعلى الرغم من إغفال البرنامج لقيمتي (حسن الجوار– صلة الرحم) إلّا أنها قد تكون متضمنة في قيمٍ أخرى كقيم المشاركة المجتمعية، آداب الحوار– إكرام الضيف – محبة الآخرين– التعاون– واحترام الكبار.

وبعد حساب المتوسط الحسابي الذي بلغ (18.07) نلاحظ وقوع ثلاث قيم فقط في منطقة السيادة، وهي قيم الشراكة المجتمعية، آداب الحوار، وقيمة محبة الآخرين.

من جهة أخرى لم يهتم البرنامج بشكل كافٍ بقيمة المحافظة على الصداقة، على الرغم من أهمية الصداقة للطفل في الشور بالسعادة، وتبادل الخبرات والحدّ من الشعور بالوحدة، وبالتالي المحافظة على صحته النفسية . وبالتالي تتعارض هذه النتائج مع دراسة (مرياي، وين عواطة، 2019)، دراسة (عريس، وعريس، 2019)، دراسة (بخوش، 2019)

ونلاحظ من الجدول أيضاً غياب التوزيع العادل لقيم مجموعة القيم الاجتماعية، وبعد حساب كا^2، تبين وجود فروق جوهرية في توزيع القيم حيث بلغت قيمة كا^2 المحسوبة\635.09\ وهي أكبر من كا^2 الجدولية والتي تساوي \21.03\ عند درجة الحرية \12\ ومستوى الدلالة =0.05 مما يجعلنا نرفض نظرية التوزيع العادل للقيم.

جدول (18) حساب كا2 في توزيع القيم الاجتماعية في برنامج عالمي الصغير

القيمة	ك	ك.ن	ك– ك.ن	(ك– ك.ن)^2	(ك– ك.ن)^2 \ ك.ن
الشراكة المجتمعية	131	21.3	109.7	11957	561.3
آداب الحوار	23	21.3	1.7	2.89	0.13
محبة الآخرين	21	21.3	0.3	0.09	0.004
إكرام الضيف	12	21.3	9.3–	86.4	4.06
التعاون	10	21.3	11.3–	124	5.83
مساعدة الآخرين	10	21.3	11.3–	124	5.83
احترام الكبار	9	21.3	12.3–	147	6.90
المساواة بين الجنسين	7	21.3	14.3–	204.4	9.38
الولاء للجماعة	6	21.3	15.3	229.0	10.75
المحافظة على الصداقة	3	21.3	18.3–	334.8	15.72
نصح الآخرين	3	21.3	18.3–	334.8	15.72
حسن الجوار	0	0	0	0	–
صلة الرحم	0	0	0	0	–
المجموع	**235**				**635.09**

بعد حساب المتوسط الحسابي، وقيمة كا^2، تبين وجود تحيزا واضح لقيم معينة على حساب قيم أخرى، فقد جاءت في منطقة السيادة كلٍ من قيم (الشراكة المجتمعية، النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر، تنمية المواهب، وآداب الحوار) فقط، وتتشابه هذه الدراسة مع دراسة (علي،2018) التي أظهرت وجود تحيّز لقيمة (الشراكة المجتمعية)، وكما تتشابه مع دراسة (بوشهاب،2021) في التحيز لقيمة (العناية بالمظهر)، بالمقابل لم تركّز أيّاً من الدراسات السابقة على قيم (تنمية المواهب، وآداب الحوار) وهذا ما يختلف مع نتائج الدراسة الحالية.

2– تكرار وحدات التحليل بالنسبة لمجموعات القيم الشخصية والاجتماعية.

بلغ عدد تكرار وحدات التحليل في برنامج عالمي الصغير\504\ تكراراً، ووزعت على القيم الشخصية والاجتماعية كالآتي:

احتلــت مجموعــة القــيم الشخصــية المرتبــة الأولــى وقــد بلغــت عــدد التكــرارات \269\ تكــراراً وبنســبة 53.37%، أمّا تكرارات مجموعة القيم الاجتماعية فبلغت \235\ تكراراً وبنسبة 46.63%.

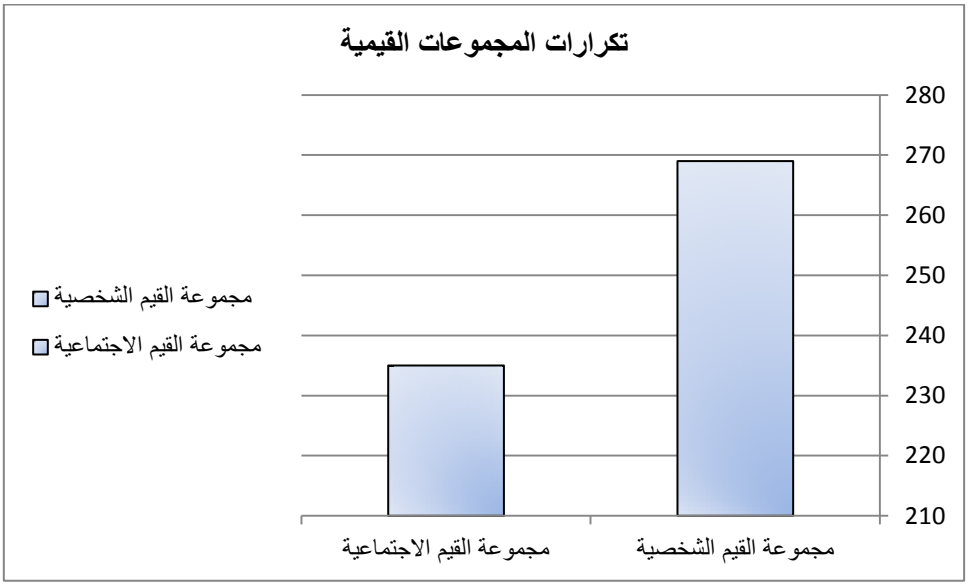
جدول (19) تكرار المجموعات القيمية ونسبتها المئوية في برنامج عالمي الصغير

المجموعة القيمية	التكرارات	النسبة المئوية	الترتيب
مجموعة القيم الشخصية	269	%53.37	1
مجموعة القيم الاجتماعية	235	%46.63	2
المجموع	**504**	**%100**	**2**

وحسب الجدول السابق يتضح لنا اهتمام معدّي البرنامج بالقيم الشخصية على حساب القيم الاجتماعية، وبالتالي فقد تمّ التركيز على القيم الشخصية في البرنامجين على حساب القيم الاجتماعية وهذا يعني عدم القدرة على التوازن في ترسيخ القيم وتعزو الباحثة ذلك لعدم امتلاك القائمين على إعداد البرامج القدرات والمهارات اللازمة في التخطيط وكتابة البرامج، وعدم وجود خطة موضوعة مسبقاً لعرض القيم والتركيز عليها بشكل متوازن.

يوضح المخطط البياني الآتي تكرار المجموعات القيمية في برنامج عالمي الصغير

مخطط بياني (4) تكرار المجموعات القيمية في برنامج عالمي الصغير



3- تكرار وحدات التحليل خلال مدة العرض:

3-1- تواتر قيم مجموعة القيم الشخصية:

بلغت مدة العرض خلال فترة التحليل \341.63\ دقيقة موزعة بين \111.22\ دقيقة في شهر نيسان، و\104.81\ دقيقة في شهر أيار، وفي شهر حزيران \125.6\ دقيقة.

وعند إجراء مقارنة بين تواتر القيم وتكرارها خلال أشهر التحليل، تبين لنا أنّ عدد تكرار قيم مجموعة القيم الشخصية كانت في ارتفاع، حيث بلغت \59\ تكراراً في شهر نيسان، ثمّ ارتفعت إلى \95\ تكراراً في شهر أيار ومن ثمّ ارتفع مرة أخرى إلى \115\ في شهر حزيران فنلاحظ عدم انقطاع القيم الشخصية خلال مدة العرض، والجدول رقم (20) يوضح تكرار قيم مجموعة القيم الشخصية ونسبتها المئوية خلال مدة العرض.

جدول (20) تكرار قيم مجموعة القيم الشخصية ونسبتها المئوية خلال مدة العرض

الشهر	نيسان	أيار	حزيران	المجموع
التكرار	59	95	115	**269**
النسبة المئوية	%21.93	%35.31	%42.76	**%100**

3-2- تواتر قيم مجموعة القيم الاجتماعية:

بلغ تكرار قيم مجموعة القيم الاجتماعية \67\ تكراراً في شهر نيسان، ثمّ ارتفعت إلى\100\ تكراراً في شهر أيار، أمّا في شهر حزيران فقد هبطت تكرارات قيم مجموعة القيم الاجتماعية إلى \68\ تكراراً، فنلاحظ تأرجح قيم مجموعة القيم الاجتماعية بين الصعود والهبوط، والجدول الآتي رقم (21) يوضح تكرار قيم مجموعة القيم الاجتماعية ونسبتها المئوية خلال مدة العرض

جدول (21) تكرار قيم مجموعة القيم الاجتماعية ونسبتها المئوية خلال مدة العرض

الشهر	نيسان	أيار	حزيران	المجموع
التكرار	67	100	68	**235**
النسبة المئوية	28.15	42.55	29.3	**%100**

ثانياً- نوع فكر التحليل وطريقة عرضها ووسائطها في برنامج عالمي الصغير:

1- نوع الوحدات المعروضة:

تفوقت نسبة الفكر الإيجابية بتكرار \498\ فكرة وبنسبة 98.80% على الفكر السلبية التي بلغت \6\ أفكار وبنسبة 1.2%، وهذا دليل على اهتمام البرنامج بتقديم القيم بطريقة إيجابية وواضحة لذهن الطفل، وتتفق هذه النتائج مع نتائج تحليل برنامج (سوا منكبر) ، ودراسة (Rajadell, Pujol, and Violant,2005)، ودراسة (بوشهاب، 2012). والجدول الآتي يبين تكرارات الفكر الإيجابية و السلبية ونسبها المئوية في البرنامج

جدول (22) تكرار الفكر الإيجابية و السلبية ونسبها المئوية في برنامج عالمي الصغير

اتجاه القيم	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
إيجابي	498	%98.80	1
سلبي	6	%1.2	2
المجموع	**504**	**%100**	**2**

2- أسلوب عرض القيم (صريح- ضمني).

أظهرت نتائج التحليل تفوّق القيم الصريحة على القيم الضمنية، حيث كانت الفكر الصريحة \462\ فكرة وبنسبة 91.66، بينما بلغت الفكر الضمنية \42\ فكرة وبنسبة 8.34%، ويظهر اهتمام البرنامج بتقديم الفكر الصريحة حتى تصل القيم إليه بشكل واضح للطفل. وبالتالي تتشابه هذه النتائج مع نتائج تحليل برنامج سوا منكبر.

جدول (23) تكرار أسلوب عرض القيم ونسبها المئوية في برنامج عالمي الصغير

أسلوب العرض	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
أسلوب صريح	462	%91.66	1
أسلوب ضمني	42	%8.34	2
المجموع	**504**	**%100**	**2**

3- وسيط عرض القيم (إنسان- حيوان- شيء).

كان \الانسان\ الوسيط الأبرز الذي اعتمد عليه البرنامج في نقل القيم للأطفال حيث بلغ مجموع الفكر بلغة الإنسان \496\فكرة، بينما بلغ مجموع الفكر بلغة الحيوان \3\ أفكار مقابل \5\ فكرة بلغة أشياء أخرى.

جدول (24) تكرار وسيط العرض في برنامج عالمي الصغير ونسبها المئوية

وسيط العرض	التكرارات	النسبة المئوية	الترتيب
إنسان	496	%98.41	1
حيوان	3	%0.59	2
شيء	5	%1	3
المجموع	**504**	**%100**	**3**

وكما أشرنا سابقاً من الأفضل أن يحتوي البرنامج على \الحيوان – الأشياء\ كوسيط للعرض لأنّ هذه الوسائط تجذب انتباه الطفل ويتفاعل معها بشكل أكبر خاصة أنّ القيم التي تمّ التركيز عليها في البرنامج تتماشى مع استخدام \الحيوان – الأشياء\ كوسيط للعرض كقيم محبة الآخرين والتعاون والشجاعة، وأيضاً أتت هذه النتائج مماثلة لنتائج تحليل برنامج سوا منكبر.

3- المقارنة بين مضموني برنامج سوا منكبر وبرنامج عالمي الصغير

أولاً- المقارنة بين قيم المجموعتين في البرنامجين

ثانياً- المقارنة بين توزيع القيم في برنامجي سوا منكبر وعالمي الصغير

ثالثاً- المقارنة بين توزيع المجموعات القيمية

رابعاً- المقارنة بحسب نوع الغرض (إيجابي\ سلبي)

خامساً- المقارنة بحسب أسلوب العرض (صريح\ ضمني)

سادساً- المقارنة بحسب وسيط العرض (انسان \ حيوان \ شيء)

أولاً- المقارنة بين قيم المجموعتين في البرنامجين:

1- مجموعة القيم الشخصية:

تضمّ مجموعة القيم الشخصية \14\ قيمة وقد ظهرت جميعها أثناء تحليل برنامج سوا منكبر ، أمّا في برنامج عالمي الصغير ظهرت \11\ قيمة فقط، وكان الفرق بينهما قيم (الأمانة- الاستقامة- الحياء) التي لم تظهر في برنامج سوا منكبر، وقدّ تمّ ترتيب القيم المشتركة وإجراء المقارنة بينهما فكان هناك اختلاف في ترتيب القيم ، فقد كان الارتباط تاماً في المرتبة الثانية لقيمة (تنمية المواهب)، وكان الاختلاف بسيطاً جداً في قيمتي (الطموح، الثقة بالنفس)، وقد كان الاختلاف كبيرا جداً في قيمة (النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر) \49\ رتبة، قيمة (البساطة) \64\ رتبة.

وقد بلغ معامل الترابط بين قيم المجموعة الشخصية \0.05\ وبالتالي لا يوجد ترابط بين قيم المجموعة الشخصية في كلٍ من البرنامجين.

نلاحظ أنّه على الرغم من عدم الترابط بين مجموعة القيم الشخصية في كلا البرنامجين، إلّا أنّ هذا يدل من جهة أخرى على تكامل القيم الشخصية في البرنامجين، فكانت القيمة الأعلى تكراراً في برنامج سوا منكبر قيمة (برّ الوالدين) بينما في برنامج عالمي الصغير حصلت قيمة (النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر) على أعلى تكرار ومن هنا نستدل على التكامل في مجموعة القيم الشخصية بين برنامجي (سوا منكبر و عالمي الصغير)

وفي الجدول الآتي رقم (25) يوضح تكرار وترتيب القيم المشتركة في برنامجي (سوا منكبر و عالمي الصغير)

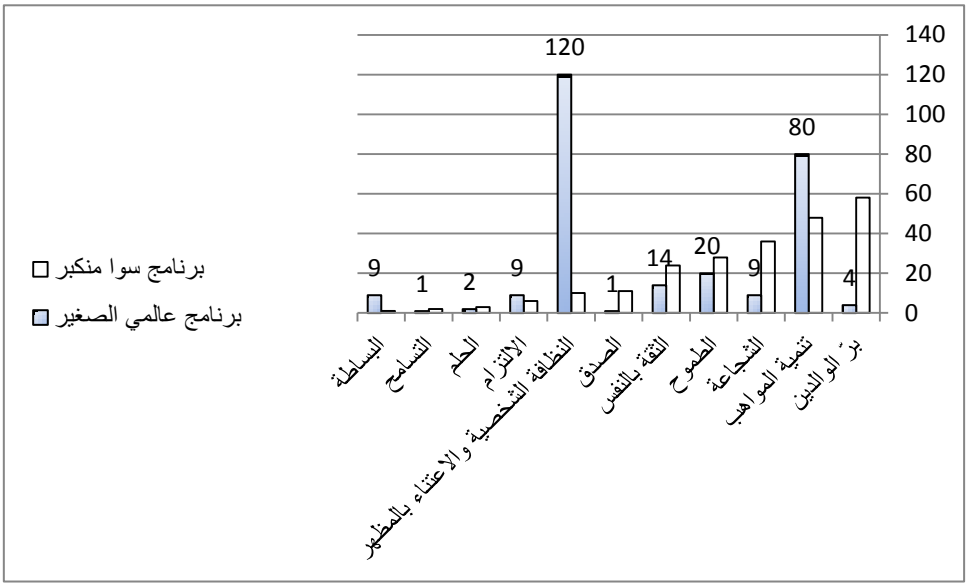
إضافة إلى المخطط البياني رقم (6) الذي يوضح توزيع مجموعة القيم الشخصية في البرنامجين حسب عدد التكرار.

جدول (25) ترتيب القيم المشتركة في مجموعة القيم الشخصية ومعامل الترابط بينهما

القيمة	ك١ سوا منكبر	الترتيب	ك١ عالمي الصغير	الترتيب	d	Σ d 2
برّ الوالدين	58	1	4	8	7	49
تنمية المواهب	48	2	80	2	0	0
الشجاعة	36	3	9	6	3	9
الطموح	28	4	20	3	1	1
الثقة بالنفس	24	5	14	4	1	1
الصدق	11	7	1	10.5	3.5	12.25
النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر	10	8	120	1	7	49
الالتزام	6	10	9	6	4	16
الحلم	3	11	2	9	2	4
التسامح	2	12.5	1	10.5	2	4
البساطة	1	14	9	6	8	64
المجموع	**263**	**14**	**269**	**14**		**209**

$$\mathbf{r = 1 - \frac{6\sum_d 2}{n(n^2-1)} \setminus r = 1 - \frac{6*209}{11(11^2-1)} = 0.05 = 5\%}$$

مخطط بياني (5) لتوزيع مجموعة القيم الشخصية في البرنامجين حسب عدد التكرار



2- مجموعة القيم الاجتماعية:

تتضمن هذه المجموعة على \13\ قيمة، ظهر منها أثناء التحليل \11\ قيمة فقط في البرنامجين ، وقد غابت كل من قيمتي (حسن الجوار، صلة الرحم) عن الظهور.

كان هناك اختلاف في رتب جميع القيم ، وكان الفرق رتبة واحدة في قيمتي (الشراكة المجتمعية، احترام الكبار) في حين بلغ \36\ رتبة لقيمة (إكرام الضيف) و\64\ رتبة لقيمة (آداب الحوار).

وقد بلغ معامل الترابط بين قيم المجموعة الاجتماعية \0.27\ وبالتالي لا يوجد ترابط بين قيم المجموعة الاجتماعية في كل من البرنامجين.

نلاحظ من الجدول الآتي رقم (26) أنّ القيمة الأعلى تكراراً في برنامج سوا منكبر قيمة (محبة الآخرين) في حين كانت أدنى قيمة (مساعدة الآخرين)، بينما في برنامج عالمي الصغير حصلت قيمة (الشراكة المجتمعية) على أعلى تكرار وحصلت قيمتي (المحافظة على الصداقة، نصح الآخرين) على أدنى تكرار، ومن هنا نستدل على التكامل في مجموعة القيم الاجتماعية بين برنامجي (سوا منكبر و عالمي الصغير) فكلّ برنامج اهتمّ بتعزيز قيم اجتماعية معينة

وفي الجدول الآتي رقم (26) يوضح تكرار وترتيب القيم المشتركة في برنامجي (سوا منكبر و عالمي الصغير) إضافة إلى المخطط البياني رقم (7) الذي يوضح توزيع مجموعة القيم الشخصية في البرنامجين حسب عدد التكرار.

جدول (26) ترتيب القيم المشتركة في مجموعة القيم الاجتماعية ومعامل الترابط بينهما

القيمة	ك١ سوا منكبر	الترتيب	ك١ عالمي الصغير	الترتيب	d	Σd^2
محبة الآخرين	32	1	21	3	2	4
الشراكة المجتمعية	27	2	131	1	1	1
التعاون	16	3	10	5.5	2.5	6.25
الولاء للجماعة	11	4.5	6	9	2	4
المساواة بين الجنسين	11	4.5	7	8	3	9
آداب الحوار	10	6	23	2	8	64
المحافظة على الصداقة	9	7	3	10.5	1.5	2.25
احترام الكبار	8	8	9	7	1	1
نصح الآخرين	6	9	3	10.5	1.5	2.25
إكرام الضيف	5	10	12	4	6	36
مساعدة الآخرين	2	11	10	5.5	5.5	30.25
المجموع	**137**	**11**	**235**	**11**		**160**

$$\mathbf{r = 1 - \frac{6\sum_d 2}{n(n^2 - 1)}}$$

$$\mathbf{r = 1 - \frac{6*160}{11(11^2-1)} = 0.27 = 27\%}$$

مخطط بياني (6) لتوزيع مجموعة القيم الاجتماعية في البرنامجين



ثانياً- المقارنة بين توزيع القيم في برنامجي سوا منكبر وعالمي الصغير:

بلغت عدد تكرارات وحدات التحليل في برنامج سوا منكبر\400\ تكراراً، بينما بلغ عدد تكرار وحدات التحليل في برنامج عالمي الصغير\504\ تكراراً، فالفارق العددي \104\ تكراراً، وعند تحليل برنامج سوا منكبر ظهرت \25\ قيمة بينما ظهرت \22\ قيمة من قيم المعيار عند تحليل برنامج عالمي الصغير.

أمّا القيم المشتركة التي ظهرت عند تحليل البرنامجين هي: (برّ الوالدين، تنمية المواهب، الشجاعة، الطموح، الثقة بالنفس، النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر، التسامح، الحلم، البساطة، الالتزام، الصدق، محبة الآخرين الشراكة المجتمعية، التعاون، الولاء للجماعة، المساواة بين الجنسين، آداب الحوار، المحافظة على الصداقة، احترام الكبار، نصح الآخرين، إكرام الضيف، مساعدة الآخرين) وهذا يعني أنّ القيم المشتركة بلغت \22\ قيمة ، وقد ظهرت قيم (الأمانة- الاستقامة- الحياء) في برنامج سوا منكبر ولم تظهر في برنامج عالمي الصغير

جدول (27) القيم المشتركة بين برنامجي سوا منكبر وعالمي الصغير ومعامل الترابط بينهما

المجموعة	القيمة	ك\ سوا منكبر	الترتيب	ك\ عالمي الصغير	الترتيب	d	Σd^2
شخصية	برّ الوالدين	58	1	4	17	16	256
شخصية	تنمية المواهب	48	2	80	3	1	1
شخصية	الشجاعة	36	3	9	12.5	9.5	90.25
اجتماعية	محبة الآخرين	32	4	21	5	1	1
شخصية	الطموح	28	5	20	6	1	1
اجتماعية	الشراكة المجتمعية	27	6	131	1	7	49
شخصية	الثقة بالنفس	24	7	14	7	0	0
اجتماعية	التعاون	16	9	10	9.5	0.5	0.25
اجتماعية	الولاء للجماعة	11	11	6	16	5	25
اجتماعية	المساواة بين الجنسين	11	11	7	15	4	16
شخصية	الصدق	11	11	1	21.5	10.5	110.25
اجتماعية	آداب الحوار	10	13.5	23	4	9.5	90.25
شخصية	النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر	10	13.5	120	2	11.5	132.25
اجتماعية	المحافظة على الصداقة	9	15	3	18.5	3.5	12.25
اجتماعية	احترام الكبار	8	16.5	9	12.5	4	16
اجتماعية	نصح الآخرين	6	18.5	3	18.5	0	0
شخصية	الالتزام	6	18.5	9	12.5	6	36

اجتماعية	إكرام الضيف	5	20	12	8	12	144
شخصية	الحلم	3	21	2	20	1	1
شخصية	التسامح	2	23	1	21.5	1.5	2.25
اجتماعية	مساعدة الآخرين	2	23	10	9.5	13.5	182.25
شخصية	البساطة	1	25	9	12.5	12.5	156.25
المجموع		**364**	**22**	**504**	**22**		**1322**

$$\mathbf{r = 1 - \frac{6\sum d^2}{n(n^2-1)}}$$

$$\mathbf{r = 1 - \frac{6*1322}{22(22^2-1)} = 0.26 = 26\%}$$

نجد أنّ الترابط بين مضمونات القيم المشتركة ضعيف جداً فقد بلغ ***0.26*** وهو بعيد جداً من المتوسط، وبالتالي لا يوجد ارتباط بين القيم المشتركة بين برنامجي سوا منكبر وعالمي الصغير فالبرنامجين لم يركزا على نفس القيم ولكن من جهة أخرى فهذا يدل على التكامل بين قيم المجموعة الشخصية والمجموعة الاجتماعية.

ثالثاً- المقارنة بين توزيع المجموعات القيمية:

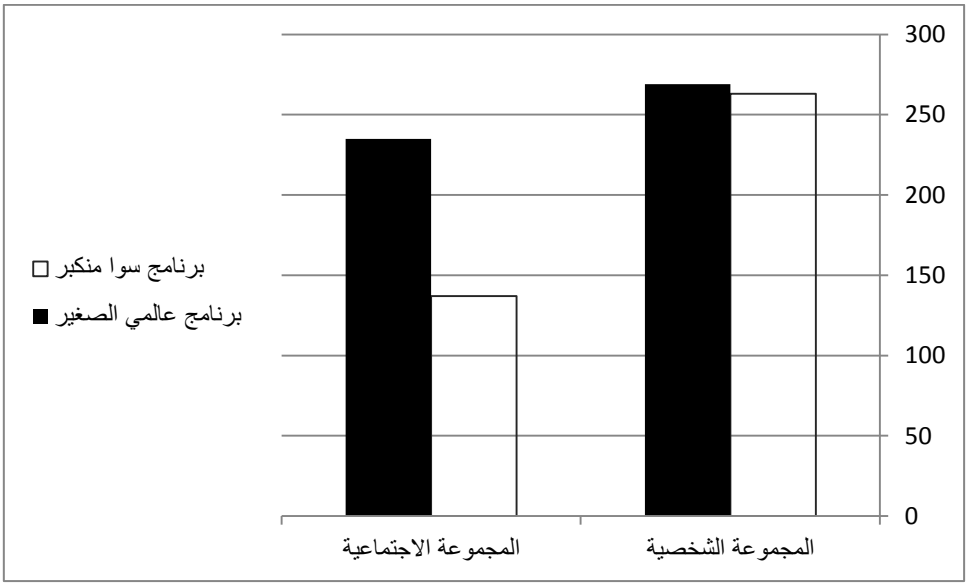
1- توزيع القيم:

ظهرت مجموعتا القيم الشخصية والاجتماعية في البرنامجين مع الاختلاف في الترتيب وفي عدد القيم التي تتضمنها المجموعتين ومن حيث عدد التكرارات

1-1- المقارنة بحسب عدد التكرارات:

بلغ عدد تكرارات مجموعة القيم الشخصية في برنامج سوا منكبر\ 263\ تكراراً، بينما كانت \269\ في برنامج عالمي الصغير حيث كان التفاوت بسيطاً ، أمّا بالنسبة لمجموعة القيم الاجتماعية فقد بلغت التكرارات \137\ في برنامج سوا منكبر و\235\ ونلاحظ تفاوتاً كبيراً في تكرارات المجموعة الاجتماعية في البرنامجين.

مخطط بياني (7) توزيع المجموعتين في البرنامجين بحسب تكراراتها



جدول (28) ترتيب المجموعتين بحسب التكرار ومعامل الترابط بينهما

المجموعة القيمية	ك\ سوا منكبر	الترتيب	ك\ عالمي الصغير	الترتيب	d	Σ d 2
مجموعة القيم الشخصية	263	1	269	1	0	0
مجموعة القيم الاجتماعية	137	2	235	2	0	0
المجموع	400	**2**	**504**	**2**		**0**

$$\mathbf{r = 1 - \frac{6\sum_d 2}{n(n^2 - 1)}}$$

$$\mathbf{r = 1 \ - \frac{6*0}{2(2^2-1)} = 1 = 100\%}$$

نلاحظ من الجدول السابق رقم (28) أنّه على الرغم من اختلاف التكرار فقد ظهر الترابط كاملاً بين ترتيب المجموعتين ووصل إلى 100%، فالارتباط تام وهذا يعني أنّه في البرنامجين جاءت نفس مجموعة القيم في نفس المراتب (مجموعة القيم الشخصية في المرتبة الأولى في البرنامجين، مجموعة القيم الاجتماعية في المرتبة الثانية في البرنامجين)، وبالتالي اهتمام البرنامجين بالقيم الشخصية بشكل أكبر من الاهتمام بالقيم الاجتماعية.

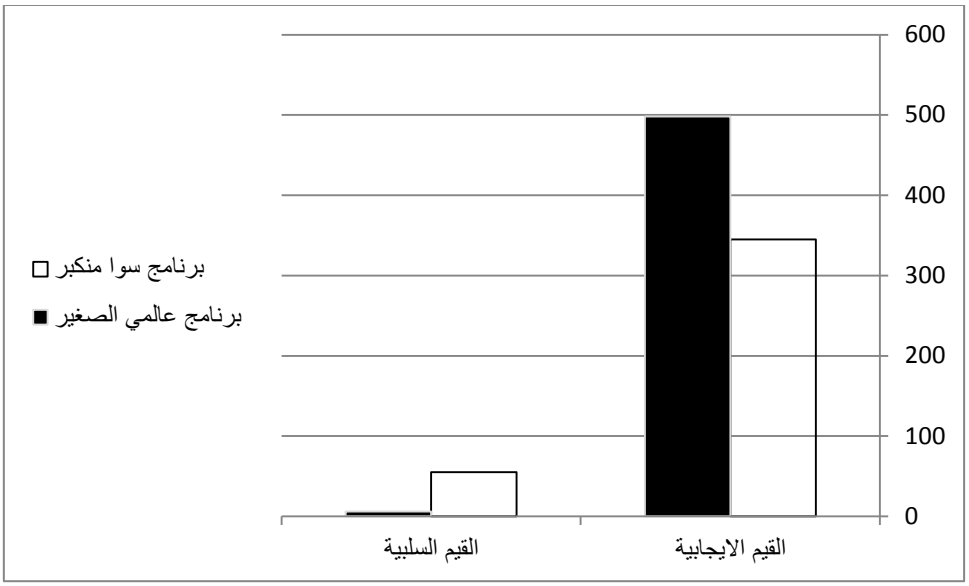
رابعاً- المقارنة بحسب نوع الغرض (إيجابي\ سلبي):

كانت نسبة الأهداف الإيجابية أعلى من نسبة الأهداف السلبية في البرنامجين، حيث بلغت الفكر الإيجابية في برنامج سوا منكبر \345\ فكرة، وفي برنامج عالمي الصغير كانت \498\ في حين بلغت الفكر السلبية \55\ و\6\ للبرنامجين على التوالي، وهذا بدل على اهتمام معديّ البرنامجين على تقديم القيم الإيجابية والاهتمام بها

جدول (29) توزيع القيم بحسب الغرض في كل برنامج

نوع الغرض	ك\ سوا منكبر	النسبة	ك\ عالمي الصغير	النسبة
إيجابي	345	%86.25	498	%98.80
سلبي	55	%13.75	6	%1.2
المجموع	**400**	**%100**	**504**	**%100**

مخطط بياني (8) توزع نوع الغرض في كل من برنامج سوا منكبر \عالمي الصغير



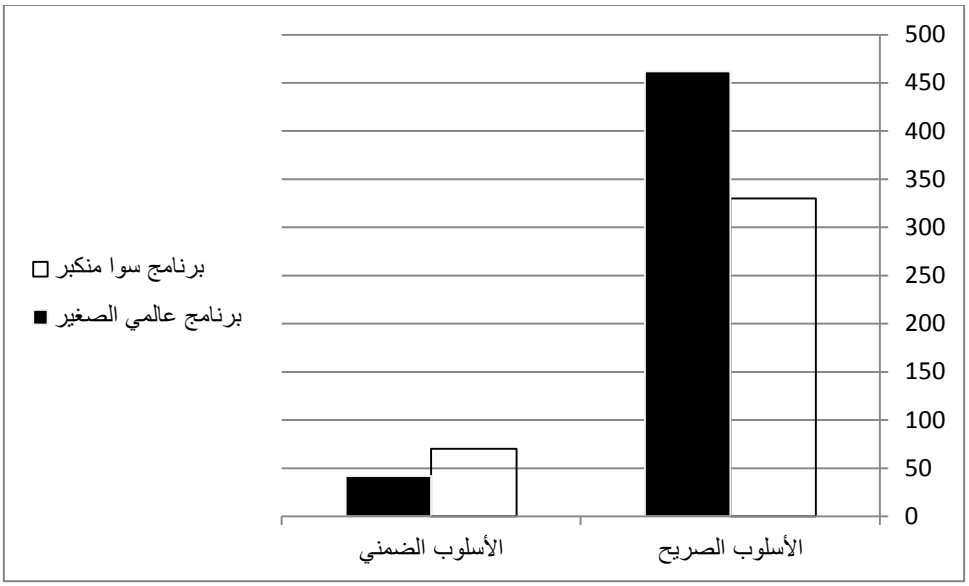
خامساً- المقارنة بحسب أسلوب العرض (صريح\ ضمني):

تفوّقت القيم الصريحة على القيم الضمنيّة في البرنامجين، فكانت تكرارات الفكر الصريحة \330\ في برنامج سوا منكبر، و\462\ في برنامج عالمي الصغير، بينما بلغت تكرارات الفكر الضمنية \70\ و\42\ في البرنامجين على الترتيب، وهذا دليل على اهتمام البرنامجين بتقديم الفكر بصورة مباشرة للطفل.

جدول (30) توزع القيم بحسب أسلوب العرض في برنامج سوا منكبر \ عالمي الصغير

أسلوب العرض	ك\ سوا منكبر	النسبة المئوية	ك\ عالمي الصغير	النسبة المئوية
أسلوب صريح	330	**%82.5**	462	**%91.66**
أسلوب ضمني	70	%17.5	42	%8.34
المجموع	**400**	**%100**	**504**	**%100**

مخطط بياني (9) توزع أسلوب العرض في كل من برنامج سوا منكبر و عالمي الصغير



سادساً- المقارنة بحسب وسيط العرض (انسان\حيوان\ شيء)

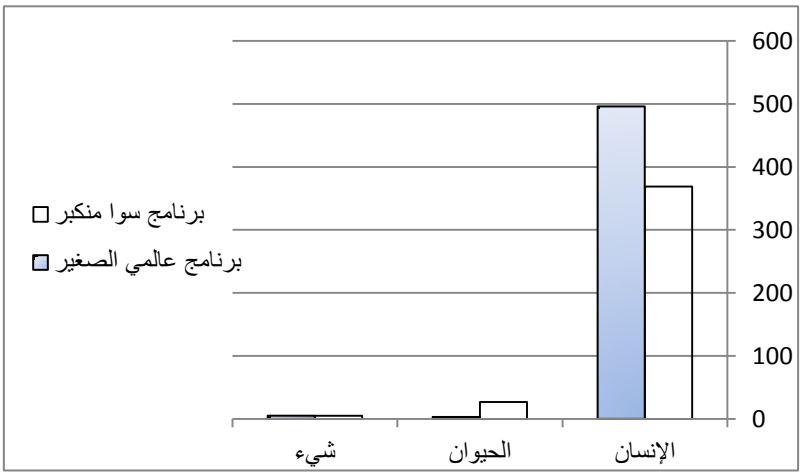
كان \الانسان\ الوسيط الأبرز الذي اعتمد عليه البرنامج في نقل القيم للأطفال في البرنامجين حيث حصل على \369\ تكراراً في برنامج سوا منكبر، و\496\ تكراراً في برنامج عالمي الصغير، أمّا وسيط الحيوان فقد حصل على \27\ تكراراً في برنامج سوا منكبر، و\3\ تكرارات في برنامج عالمي الصغير، في حين حصل وسيط الشيء على \4\ تكراراً في برنامج سوا منكبر، و\5\ تكرارات في برنامج عالمي الصغير.

ويجب الانتباه إلى ضرورة توظيف (الحيوان) كوسيط للعرض في برامج الأطفال التلفزيونية بشكل أكبر، لأنها تثير الطفل ويتفاعل معها بشكل أكبر .

جدول (31) توزع القيم بحسب وسيط العرض في كل من برنامج سوا منكبر وعالمي الصغير

وسيط العرض	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية
إنسان	369	%92.25	496	%98.41
حيوان	27	%6.75	3	%0.59
شيء	4	%1	5	%1
المجموع	**400**	**%100**	**504**	**%100**

مخطط بياني (10) لتوزيع وسيط العرض في كل من برنامج سوا منكبر وعالمي الصغير



نلاحظ من خلال مقارنة برنامجين سوا منكبر وعالمي الصغير بحسب نوع الغرض (إيجابي– سلبي)، وحسب أسلوب العرض (صريح– ضمني)، وحسب وسيط العرض (إنسان – حيوان– شيء): أنّه لا يوجد أيّ تكامل في البرنامجين من هذه الناحية ففي البرنامجين كان الاهتمام بالغرض الايجابي وبالأسلوب الصريح الذي يعتمد على وسيط العرض (الانسان) بالمرتبة الأولى وهذا قد يؤدي إلى الضعف في تعزيز القيم الشخصية والاجتماعية خاصّة أنّ الفئات العمرية الموجه لها هذه البرامج هي فئات متفاوتة جداً فكان لا بدّ من التنويع بالأسلوب والوسيط حتى يتناسب مع جميع الفئات العمرية التي تخاطبها هذه البرامج وبالتالي يتمّ تعزيز وترسيخ القيم الشخصية والاجتماعية بشكل أكبر، فكلّ فئة عمرية يناسبها أسلوب ووسيط عرض يختلف عن الفئة العمرية الأخرى .

4- الاستنتاجات العامة والمقترحات

أولاً- الاستنتاجات العامة

ثانياً- المقترحات

أولاً – الاستنتاجات العامة:

1– من خلال تحليل برنامج سوا منكبر تبين أنّه لم يتم توزيع القيم الشخصية والاجتماعية بشكل عادلٍ، حيث كان هناك تحيز لقيم دون أخرى، وكانت هناك تسع قيم فقط كانت سائدة فوق المتوسط، فكان في منطقة السيادة من مجموعة القيم الشخصية (برّ الوالدين، تنمية المواهب، الشجاعة، الطموح، الثقة بالنفس، والاستقامة) ومن مجموعة القيم الاجتماعية كان في منطقة السيادة (محبة الآخرين، الشراكة المجتمعية، والتعاون).

وفي مجموعات القيم جاءت مجموعة القيم الشخصية بالمرتبة الأولى وبنسبة 65.75%، ثم مجموعة القيم الاجتماعية بنسبة34.25%، وضمن كل مجموعة قيم من المجموعتين السابقتين، تبين أنّه لا يوجد توزيع عادل للقيم والفرق كان جوهرياً.

وبالنسبة لتكرارات الفكر حسب مدة العرض، فقد كان توزيع القيم الشخصية والاجتماعية متفاوتاً خلال أشهر العرض.

وبالنسبة لنوع الفكر وطريقة عرضها ووسائطها، فقد تفوقت الفكر الإيجابية على الفكر السلبية، حيث بلغت نسبة الفكر الإيجابية \86.25%\ مقابل \13.75%\ للفكر السلبية، وتفوقت الفكر الصريحة على الفكر الضمنية، فبلغت نسبة الفكر الصريحة \82.5%\ مقابل \17.5%\ للفكر الضمنية، وبالنسبة لوسيط نقل القيم جاء الإنسان في المرتبة الأولى بنسبة \92.25%\ ثمّ الحيوان بنسية \6.75%\ ثم الشيء في المرتبة الأخيرة بنسبة 1%.

2– من خلال تحليل برنامج عالمي الصغير أيضاً لم يتم توزيع القيم الشخصية والاجتماعية بشكل عادلٍ، فقد كان هناك أربع قيم فقط سائدة فوق المتوسط بتكرار قدره \354\ ونسبة 70.22%، و بلغت القيم تحت المتوسط ولا تدخل في السيادة \18\ قيمة بتكرار قدره \150\ ونسبة بلغت 29.78%، مما يبين وجود تركيزا على قيم معينة دون قيم أخرى، فكان في منطقة السيادة من مجموعة القيم الشخصية (النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر، وتنمية المواهب)، ومن مجموعة القيم الاجتماعية كان في منطقة السيادة (الشراكة المجتمعية، وآداب الحوار).

وأمّا لمجموعات القيم جاءت مجموعة القيم الشخصية بالمرتبة الأولى وبنسبة 53.37%، ثم مجموعة القيم الاجتماعية بنسبة46.63%، وضمن كل مجموعة قيم من المجموعتين السابقتين، تبين أنّه لا يوجد توزيع عادل للقيم والفرق كان جوهرياً.

وبالنسبة لتكرارات الفكر حسب مدة العرض، فقد كان توزيع القيم الشخصية والاجتماعية متفاوتاً خلال أشهر العرض.

أمّا بالنسبة لنوع الفكر وطريقة عرضها ووسائطها، فقد تفوقت الفكر الإيجابية على الفكر السلبية، حيث بلغت نسبة الفكر الإيجابية \98.80%\ مقابل \1.2%\ للفكر السلبية، وتفوقت الفكر الصريحة على الفكر الضمنية، فبلغت نسبة الفكر الصريحة \91.66%\ مقابل \8.34%\ للفكر الضمنية، وبالنسبة لوسيط نقل القيم جاء الإنسان في المرتبة الأولى بنسبة \98.41%\ ثمّ الحيوان بنسبة \0.59%\ ثم الشيء في المرتبة الأخيرة بنسبة 1%.

3- تبين أيضاً من خلال التحليل والمقارنات والمعالجات الإحصائية عدم الترابط بين مضمونات كل من برنامج سوا منكبر وعالمي الصغير في توزيع القيم عامّة، أمّا بالنسبة لمجموعتي القيم الشخصية والاجتماعية فقد كان الترابط تاماً =1.

بالنسبة للقيم المشتركة بين البرنامجين فقد كانت (برّ الوالدين، تنمية المواهب، الشجاعة، الطموح، الثقة بالنفس، النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر، التسامح، الحلم، البساطة، الالتزام، الصدق، محبة الآخرين الشراكة المجتمعية، التعاون، الولاء للجماعة، المساواة بين الجنسين، آداب الحوار، المحافظة على الصداقة، احترام الكبار، نصح الآخرين، إكرام الضيف، مساعدة الآخرين) وهذا يعني أنّ القيم المشتركة بلغت \22\ قيمة من أصل \27\ ، وقد ظهرت قيم (الأمانة- الاستقامة- الحياء) في برنامج سوا منكبر ولم تظهر في برنامج عالمي الصغير.

وبالنسبة لتوزيع القيم المشتركة في كل مجموعة من البرنامجين فقد كانت نسبة الترابط في قيم المجموعة الشخصية \5%\، وكانت نسبة الترابط في قيم المجموعة الاجتماعية \27%\، وبالتالي لا يوجد ترابط في توزيع القيم المشتركة في كلٍ من المجموعة الشخصية والمجموعة الاجتماعية .

أمّا بالنسبة لنوع الفكر وطريقة عرضها ووسائطها، فقد كانت النسب متقاربة في البرنامجين ، حيث تفوقت الفكر الإيجابية على الفكر السلبية بفارق \86.25%\ في برنامج سوا منكبر و \98.80%\ في برنامج عالمي الصغير، وكما تفوقت الفكر الصريحة على الفكر الضمنية في البرنامجين، فبلغت بنسبة \82.5%\ في برنامج سوا منكبر ، و\91.66%\ في برنامج عالمي الصغير، وكما تفوقت الفكر التي كان وسيط عرضها الإنسان على الفكر التي كان وسيط عرضها الحيوان أو الشيء بفارق \92.25%\ في برنامج سوا منكبر مقابل \98.41%\ في برنامج عالمي الصغير.

ثانياً- المقترحات:

بما أنّ عدد القنوات الفضائية المخصصة لعرض برامج الأطفال على مدار \24\ ساعة يومياً انتشرت بشكل كبير في الآونة الأخيرة، فقد كثُرت البرامج التي تحمّل في مضامينها قيماً تتنافى مع قيم وعادات المجتمع السوريّ، خاصة مع إدمان الأطفال على مشاهدتها، ومن خلال نتائج البحث وتفسيراتها، فإنّ الباحثة توصلت إلى مجموعة من المقترحات الخاصة لتطوير البرامج التلفزيونية المحلية الموجهة للأطفال، من أجل أن تلبي هذه البرامج احتياجات الطفل القيمية ورفع جودة البرامج، ومن هذه المقترحات:

1- مقترحات خاصة بالمضمون:

باعتبار فئة المضمون تعتمد على الموضوعات والأفكار والقيم التي يسعى كتاب ومعدّي البرامج إيصالها إلى الطفل المتلقي فلابدّ من:

- معايشة معديّ البرامج للواقع المحيط بهم، والإحساس بمشكلاته وقضاياه.

- نقل التراث القيميّ والإنسانيّ بدقة وأمانة، والاهتمام بجميع القيم دون تفضيل قيمة عن أخرى.

- إخضاع البرامج المستوردة للتدقيق من قبل لجنة مختصة، وعدم عرض إلّا ما هو مفيد منها، وبما يخدم قيم المجتمع.

- ضرورة وجود خطة لإعداد البرامج قبل فترة جيدة من التصوير، وأن تكون هذه الخطة موضوعة من قبل متخصصين في مجال الأطفال، ووضع خطة للقيم حسب كل حلقة.

- ضرورة وجود ميزانية خاصة لدائرة برامج الأطفال ومنفصلة عن ميزانية الأقسام الأخرى.

2- مقترحات خاصّة بالشكل:

يقوم البرنامج التلفزيوني باستخدام مجموعة من القوالب والأشكال الفنية التي تساهم بدورها في إحداث مجموعة من التأثيرات السلوكية والقيمية والنفسية، ولكل قالب هدف ومغزى معين لذلك لابدّ من :

- التنويع في استخدام القوالب الفنية في برامج الأطفال التلفزيونية (قصص، دراما، أغنية، مسرح عرائس) والانتباه إلى أنّ كل قيمة يناسبها قالب محدد دون آخر.

- استخدام الرموز المادية والمعنوية التي تعبّر عن هوية المجتمع وخصوصيته وقيمه.

- زيادة المساحة الزمنية المخصصّة لبرامج الأطفال في القناة، إذ إنّ المساحة الزمنية غير كافية لعرض برامج مهمّتها إحداث تغيّرات قيمية في الطفل.

- الاهتمام بإعداد مقدمي برامج الأطفال، فلابدّ من امتلاكهم بعض الأساسيات في التّعامل مع الطفل، والاهتمام بهم من حيث النطق السليم والأداء الجيد، والملابس المناسبة لبرامج موجهة للأطفال.

- تكوين فريق عمل متخصّص في دائرة برامج الأطفال مهمته التخطيط للبرنامج من حيث طريقة الإعداد والتقديم.

- ضرورة التّنويع في وسائط نقل القيم للطفل، ومعرفة الوسيط الذي يجذب كل فئة عمرية من الفئات التي تخاطبها برامج الأطفال.

- استخدام اللّغة العربيّة الفصحى والابتعاد عن اللّهجات العامية.

3- مقترحات خاصة بالمرحلة العمرية للطفل:

- يجب تحديد الفئة العمريّة التي يهتمّ بها البرنامج، مع ضرورة أن تكون الفئات العمرية المستهدفة متقاربة، ففي برنامج (سوا منكبر) كانت الفئات العمرية المشاركة بالبرامج غير متقاربة \3-15\سنة.

- الأخذ بالحسبان خصائص النموّ العقليّ والفيزيولوجيّ واللّغويّ لكل مرحلة من مراحل الطفولة المختلفة عند إعداد أيّ برنامج.

- الاهتمام بالأشكال الفنيّة ووسائط العرض المؤثّرة في كلّ مرحلة عمرية.

- ضرورة وجود خبراء ومشرفين ومختصّين في مجال التربية الطفولة وعلم النفس ضمن فريق الإعداد في دائرة برامج الأطفال.

- ضرورة متابعة الأسرة للطّفل خلال مشاهدة البرامج التلفزيونيّة، ومساعدته في اختيار البرامج التي تزيد من حصيلته القيميّة الجيدة.

- الاهتمام بنتائج وتوصيات البحوث الخاصة في مجال إعلام الطفل، لأنّها المدخل الأساسيّ لإنتاج برامج ذات جودة عالية قادرة على إيصال الرّسالة الإعلاميّة للطّفل.

-ملخص الدراسة باللّغة العربية-

إنّ الواقع الاجتماعيّ الذي نعيشه في الفترة الحالية نتيجةً لما شهدته البلاد من أحداثٍ واضطرابات، خلق حالة من الفوضى في المجال القيميّ والإنسانيّ، وأظهر قيماً جديدة تتنافى مع عادات المجتمع كقيم (العنف، الكره، عدم احترام الآخر)، ممّا استدعى ضرورة التّدخل من قبل المعنيين في مؤسسات الضبط الاجتماعيّ لإعادة بناء سلوك الأفراد بما فيه استقرار المجتمع وتقدمه، وباعتبار التلفزيون واجهة تربويّة وإعلامية وترفيهيّة، تتحمّل بذلك برامجه جزءاً كبيراً من عمليّة بناء شخصيّة الأفراد وفي إكسابهم القيم التربويّة التي تؤثّر في اتجاهاتهم وسلوكيّاتهم، ولذلك قامت الباحثة بمقابلة المسؤولة عن دائرة برامج الأطّفال في الهيئة العامّة للإذاعة والتّلفزيّون في دمشق (فاتنة محمد) من أجل معرفة اسماء برامج الأطفال التلفزيونية التي تُعرض على الفضائية السّوريّة، وأيام و أوقات عرضها، وعلى ماذا تركز برامج الأطفال التلفزيونية المعروضة على القناة؟ وكيف يتم التخطيط والإعداد لهذه البرامج؟ أفادت المسؤولة بأنّه يتمّ عرض برنامجين فقط للأطفال على الفضائية السّورية (سوا منكبر، عالمي الصغير)، وأنّ برامج الأطفال في الفترة الحاليّة تركز على تقديم المعلومات، وتأصيل القيم في الطّفل بصورة غير مباشرة عبر تضمينها في فقرات البرامج.

ومن خلال تلك المقابلة توصلت الباحثة وجود ضعف كبير في الاهتمام ببرامج الأطفال من ناحية عدد البرامج المعروضة، فكان لابدّ من القيام بمتابعة و تحليل بعض البرامج التي تعرض على الفضائيّة السّوريّة لنتأكد من أنّ هذه البرامج قادرة على توعيّة الطّفل السّوري بقيمه الأصيلة وتحصينه من القيم الدّخيلة التي تعرّض لها المجتمع نتيجة للأزمة التي مرّت بها البلاد.

ونتيجة لما سبق، يمكن صوغ المشكلة في التّساؤل الرئيسي الآتي: **ما القيم الشخصية والاجتماعية في برامج الأطفال في الفضائية السورية ؟**

2- اسئلة البحث:

يتوقع من البحث الإجابة عن الاسئلة الآتية:

2-1- ما القيم الشّخصية والاجتماعية المتضمنة في برنامج الأطّفال سوا منكبر؟

2-2- ما القيم الشّخصية والاجتماعيّة المتضمنة في برنامج الأطّفال عالمي الصغير؟

2-3- هل توجد فروق في ترتيب القيم الشّخصيّة والاجتماعية بين مضموني برامج الأطّفال (سوا منكبر، عالمي الصغير) في الفضائيّة السّوريّة؟

3- أهمية البحث:

تتجلى أهميّة البحث الحاليّة من خلال النّقاط الآتية:

3-1- أهميّة مرحلة الطّفولة باعتبارها مرحلة نمو مستمرّ من جميع نواحيه كما أنّها مرحلة مرونة وقابلية للتّوجيه والتّربية، وهي الوقت الذّي يكتسب فيه الطّفل العادات والمهارات والقيم والاتّجاهات العقليّة والجسديّة والاجتماعيّة المختلفة أيّ تحدد المعالم الشخصية للفرد.

3-2- أهمية القيم الشخصية حيث تؤدي دوراً بارزاً في حياة الأفراد، فهي بمثابة الجانب المعنويّ في سلوكهم، والعصب الرئيسيّ للسلوك الوجدانيّ، والثّقافيّ، والاجتماعيّ عند الأفراد.

3-3- أهمية القيم الاجتماعية حيث تؤدي دوراً مهماً ومؤثراً داخل أيّ مجتمع، فمن خلالها تتشكل هوية المجتمعات، كما أنّها تحكم على كلّ ما يقوم به أفراد هذا المجتمع من أفعال.

3-4- أهميّة برامج الأطّفال في تعزيز القيم الشّخصيّة والاجتماعيّة في ظل التّحديّات الحضاريّة والتّعرض للغزو الفكريّ بشكل رهيب وخاصةً من وسائل الإعلام المرئيّة.

5-3- أهمية قناة الفضائيّة السّورية كونها القناة الرسمية للجمهورية العربيّة السّوريّة، التي تخاطب شريحة واسعة من فئات المجتمع.

4- أهداف البحث:

تسعى هذه البحث إلى تحقيق الأهداف الآتيّة:

4-1- الكشف عن القيم الشّخصية والاجتماعية في برنامجي سوا منكبر وعالمي الصغير.

4-2- الكشف عن الفروق بين مضمون كل من برنامج سوا منكبر وعالمي الصغير لمعرفة القيم الشّخصية والاجتماعية التي تمّ التركيز عليها..

يتألف البحث من جانبين:

الجانب الأول: الجانب النظري الذي يعرض من خلاله وصف مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها وعرض الدراسات السابقة في هذا المجال، بالإضافة إلى الإطار النظري.

الجانب الثاني: وهو الجانب العملي الذي تمّ من خلاله تحليل مضمون برنامجي سوا منكبر وعالمي الصغير لمدة ثلاثة أشهر اعتماداً على معيار تصنيفي تمّ إعداده بما يلائم موضوع الدراسة وتتوزع القيم في مجموعتين هي:

1- مجموعة القيم الشخصية وتضمّ: الطموح- الشجاعة- الثقة بالنفس- البساطة- الصدق- الأمانة- الالتزام- التسامح- الاستقامة- الحلم- النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر- تنمية المواهب- الحياء- برّ الوالدين

2- مجموعة القيم الاجتماعية وتضمّ: إكرام الضيف- التعاون- مساعدة الآخرين- صلة الرحم- محبة الآخرين- المساواة بين الجنسين- المحافظة على الصداقة- حسن الجوار- نصح الآخرين- الولاء للجماعة- الشراكة المجتمعية- آداب الحوار- احترام الكبار

النتائج العامة للبحث:

1- تفوقت القيم الشخصية على القيم الاجتماعية في برنامجي سوا منكبر وعالمي الصغير على القيم الاجتماعية، حيث جاءت القيم الشخصية في المرتبة الأولى.

2- أثناء تحليل برنامج سوا منكبر لوحظ ظهور جميع القيم الشخصية بينما أغفل برنامج عالمي الصغير قيم (الأمانة- الاستقامة- الحياء)

3- أغفل البرنامجين كل من قيم (حسن الجوار- صلة الرحم)

4- أظهر التحليل تكاملاً بين القيم التي عرضها البرنامجين أثناء التحليل، والقيم الواجب تضمنيها في المعيار الذي أعدّته الباحثة .

المقترحات

في ضوء النتائج العامة التي توصلت إليها الباحثة تم تقديم مجموعة من المقترحات أهمها:

- الاهتمام بإعداد مقدمي برامج الأطفال، فلابدّ من امتلاكهم بعض الأساسيات في التّعامل مع الطفل، والاهتمام بهم من حيث النطق السليم والأداء الجيد، والملابس المناسبة لبرامج موجهة للأطفال.
- استخدام اللّغة العربيّة الفصحى والابتعاد عن اللّهجات العامية.
- يجب تحديد الفئة العمريّة التي يهتمّ بها البرنامج، مع ضرورة أن تكون الفئات العمرية المستهدفة متقاربة، ففي برنامج (سوا منكبر) كانت الفئات العمرية المشاركة بالبرامج غير متقاربة \3-15\سنة.
- الأخذ بالحسبان خصائص النموّ العقليّ والفيزيولوجيّ واللّغويّ لكل مرحلة من مراحل الطفولة المختلفة عند إعداد أيّ برنامج.

الكلمات المفتاحية: القيمة الشخصية، القيمة الاجتماعية، برامج الأطفال

قائمة المراجع

أولاً- المراجع العربيّة:

أ- المعاجم:

إبراهيم، أنيس، منتصر، عبد الحليم، الصوالحي، عطيّة، وأحمد، محمد خلف الله .(1972). **المعجم الوسيط**، ط:2. مصر: القاهرة. مجمع اللغة العربية. ص:786.

ب- الكتب:

الآلوسي، فؤاد .(2012). **العنف ووسائل الإعلام**. الأردن: عمان. دار أسامة للنشر. ص:209-204.

ابراهيم، سعد.(2018). **القيم " فلسفة الفهم، منهجية البناء، والعائد الاستثماري"** ط:1. السعودية: الرياض. دار الرواد للنشر والطباعة. ص:46.

أبو مغلي، سميح، وسلامة، عبد الحافظ .(2013). **التنشئة الاجتماعية للطفل**، الأردن: عمان. دار اليازوردي للنشر والتوزيع. ص: 167-168-173.

اسماعيل، بشرى جميل .(2012). **الإبداع الإعلامي في الفضائيات العربية**. الأردن: عمان. دار أسامة للنشر والتوزيع. ص: 347.

الجلاد، ماجد زكي.(2010). **تعلم القيم وتعليمها**، ط:3. الأردن: عمان. دار المسيرة للنشر والتوزيع. ص: 154.

الجولي، عزام، ومحمد، جميل.(2015). **الإعلام والطفل**. الأردن: عمان. دار المقر للنشر والتوزيع. ص:82-98.

الحسن، غسان عبد الوهاب.(2013). **الصحافة التلفزيونية**. ط:1. الأردن: عمان. دار أسامة للنشر والتوزيع. ص: 30.

الحمودي، محمد سرحان علي.(2019). **مناهج البحث العلمي**.ط:3. اليمن: صنعاء. دار الكتب للنشر. ص:60.

الخواجة، هيثم يحيى.(2014). **أدب الأطفال بين النظرية والتطبيق**. الإمارات: أبو ظبي. وزارة الثقافة وتنمية المجتمع. ص:74-76.

الّربيع، ميمون.(1980). **نظرية القيمة في الفكر المعاصر**. الجزائر: الجزائر. الشّركة الوطنيّة للطّباعة والنشر.ص:27.

الشّماس، عيسى، زيود، زينب، كشيك، منى.(2017). **الّتربية العامّة**. سوريا: دمشق. منشورات جامعة دمشق في كليّة التّربية. ص:127–125.

شـهيب، نجـم محمـد.(2011). **المـدخل إلـى السـينما والراديـو والتلفزيـون**. ط:1. الأردن: عمـان. دار المعتز للنشر والتوزيع. ص:179.

ضيف الله، عادل محمد.(2012). **التلفزيون والهوية الثقافية**. السودان: الخرطوم. المكتبة الوطنية للنشر والتوزيع. ص:10-65.

العبد لله، ميّ.(2014). **المعجم في توحيد المصطلحات**. ط:1. لبنان: بيروت. دار النهضة العربيّة. ص:230.

العرشي، جبريل بن حسن، والدوسري، سلمى بنت محمد.(2015). **الشبكات الاجتماعية والقيم "رؤية تحليلية"**. الأردن: عمان. دار المنهجية. ص:96-95.

كافي، مصطفى يوسف.(2015). **وسائل الإعلام والطفل**. الأردن: عمان. دار الحامد للنشر والتوزيع.

محمود، فاروق ناجي.(2007). **البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه**، ط:1. العراق: بغداد. دار الفجر للطباعة والنشر.

منصور، علي، وآخرون.(2009). **مناهج البحث في التربية وعلم النفس**. سوريا: دمشق. منشورات جامعة دمشق في كلية التربية. ص:75-138-139.

المهدي، محمد.(2010). **علم اجتماع التنظيم – من سيسيولوجيا القيم إلى سيسيولوجيا المؤسسة**. ط:1.الجزائر: الجزائر. دار الأفق. ص:80.

همشري، عمر أحمد.(2013). **التنشئة الاجتماعية للطفل**. ط:3. الأردن: عمان. دار الصفاء للنشر والتوزيع. ص:113.

هندي، صالح ذياب.(2008). **أثر وسائل الإعلام على الطفل**. ط:1. الأردن: عمان. دار الفكر. ص:41.

ج- البحوث والدّراسات:

أبو السّل، محمد شحاته، أبو العناز، محمد علي.(2013). بناء مقياس القيم المفضلة في شخصية طلبة الجامعات الاردنية. **مجلة اتحاد الجامعات العربية للتربية وعلم النفس**. مج:11. عدد:2. ص:58. سوريا: دمشق.

بخوش، فاطمة.(2019، تشرين الثاني،20). القيم التربوية في برامج الأطفال: دراسة تحليلية لعينة من برامج قناة الجزيرة، **مجلّة التواصل في العلوم الإنسانيّة والاجتماعيّة**. مج:25، عدد:2. ص_ص:33-35. الجزائر: الجزائر. جامعة الجزائر.

بديسي، وحيدة بوفدح.(2017). القيم في برامج إم بي سي الموجهة للأطفال. **مجلة المعيار**. مج:13. عدد:10 . ص:512-515. الجزائر: الجزائر. جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية.

بكوش، مومن الجموعي.(2014). القيم الاجتماعية –مقارنة نفسية اجتماعية. **مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية**. مج:30، عدد:8. ص_ص:79–80. الجزائر: الجزائر. جامعة الوادي.

بوشهاب، عبداتي .(2021). القيم التربوية في برامج الأطفال التلفزيونية. **المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل**. مج:4، عدد:18، ص_ص:1–12. مصر. المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب.

بو مشطة، نوال (2018): القيم التربوية في برامج الطفل التّلفزيونية على قناة الجزائر الثالثة – دراسة تحليلية – لبرنامجي" تلّ الزّهور و استديو الصّغار". **مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي**. مج:14. عدد44. ص_ص:103-100. الجزائر: أم البواقي. جامعة العربي بن مهدي.

الزّهراني، عبدالله.(2010). نموذج مقترح للتوافق بين القيم الشّخصيّة والقيم التّنظيميّة في مؤسسات التّعليم العالي بالسّعوديّة. **مجلة كليّة الآداب**. مج:9. عدد:4. ص:20. مصر: المنصورة. جامعة المنصورة.

الزوبعي، هاشم نغيمش.(2015). الإعلان في التلفزيون دراسة في الوظائف والأساليب. **مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية الإعلامية**. مج:6. عدد:28.. ص:195. الجزائر: الجزائر. مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.

السليم، بشار عبد الله.(2015). القيم التربوية في الأناشيد الواردة في كتاب لغتنا العربية للمرحلة الأساسية، **مجلة دراسات العلوم التربوية**، مج:42. عدد2. ص:605. الأردن: عمان. الجامعة الأردنية.

الطيار، فهد بن علي.(2014). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلبة الجامعة. **المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب**. مج:31. عدد:61. ص:206. السعودية: الرياض. مركز الدراسات والبحوث. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

عبادي، إيمان.(2019). موقع التواصل الفيسبوك وتأثيره على القيم والسلوكيات لدى الطلبة الجامعيين_الجزائريين. مج:42، عدد:6. ص:85. **مجلة الدراسات الإعلامية**. ألمانيا: برلين. المركز الديمقراطي العربي.

عز الدين، سينهات محمد.(2020). القيم العلمية السائدة في برامج الأطفال التي تقدمها قناةMBC3، **مجلّة الباحث الإعلامي**. مج:13. عدد:48. ص_ص:48-53. العراق: بغداد. جامعة بغداد: كلية الإعلام

فلحي، محمد جاسم، وسعيد، سعيد مفتاح حمد.(2015). الدور التربوي لبرامج الأطفال في التلفزيون الليبي. **مجلّة الباحث الإعلامي**. مج:12.عدد:28. ص_ص:210-213. العراق: بغداد. جامعة بغداد: كلية الإعلام

قاسحي، فيروز.(2017). برامج الطفل التلفزيونية وأثرها على ثقافة الطفل الجزائري. **مجلة العلوم الإنسانية**، مج:32.عدد8. 118. الجزائر: أم البواقي. جامعة العربي بن مهدي

محسن، حارث صحابة.(2012). دور التلفزيون في سلوك الاطفال. **وزارة التعليم العالي والبحث العلمي**. ص:23.العراق: الكوفة. المعهد التقني .

منصور، محمد إبراهيم، سماء، سليمان.(2009). أجنحة الرؤية نحو نسق إيجابي للقيم الاجتماعية يحلق بالمصريين إلى أفق الرؤية المستقبليّة لمصر2030. **مركز الدراسات المستقبلية**. مصر: القاهرة. ص:57.ص_ص:138-139.جامعة عين شمس.

هاشم، حرم شيخ الدين، صديق، مختار.(2012). برامج الاطفال ودورها فى تربية وتثقيف الطفل، دراسة وصفية تحليلية على تلفزيون السودان. **مجلة العلوم الإنسانية**. السودان: الخرطوم. ص_ص:470-471. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا – كلية علوم الاتصال.

د- الرسائل والأطروحات الجامعيّة:

أبو ناصر، نجاة عزت شعبان (2013). **دور فضائيات الأطفال المتخصصة في تدعيم القيم التربوية من وجهة نظر معلمات المرحلة الأساسية في غزة**، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية التربية. جامعة الأزهر. فلسطين: غزة. ص:183.

أحمد، حياة صديق الطاهر.(2017). **دور برامج الأطفال التلفزيونية في دعم القيم التربوية والسلوكية**. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية علوم الاتصال. جامعة الجزيرة. السودان: الخرطوم. ص:13

البرجي، هشام.(2019). **أثر الرسوم المتحركة التي تقدمها الفضائيات العربية على قيم الطفل**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة دمشق، كلية الاعلام. مصر: القاهرة. ص:68

بن سعدية، مليكة.(2016). **القيم الدينية الإسلاميّة المبلغة في البرامج التلفزيونية لقنوات الأطفال العربية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة. جامعة عبد الحميد بن باديس. كلية علوم الاتصال. الجزائر: مستغانم. ص:10.

بن عمر، سامية.(2013). **تأثير البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال على التنشئة الأسرية في المجتمع الجزائري**. أطروحة دكتوراه غير منشورة. جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية علوم الاتصال. الجزائر: بسكرة. ص:111- 120- 137- 140.

بوعطيط، سفيان.(2012). **القيم الشخصية في ظل التغير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني**. أطروحة دكتوراه في علم نفس العمل والتنظيم. جامعة منتوري. كلية علوم النفس والإعلام. الجزائر: قسنطينة. ص:83-85- 88.

الحلاحلة، علي عبد المعطي.(2012). **القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني**. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط. كلية الإعلام. الأردن: عمان، ص:16– 78.

الذويبي، نايف بن خربوش هندي.(2012). **القيم في البرامج الموجهة للأطفال بالفضائيات العربية**. أطروحة دكتوراه غير منشورة. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. كلية علوم الاتصال. السعودية: الرياض. ص:90.

ربيع، محمد.(2010). **الرسائل القصيرة بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها ببعض القيم لدى عينة من المراهقين المصريين**. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة عين شمس. معهد الدراسات العليا للطفولة. مصر: القاهرة. ص:85.

شرقي، حورية.(2017). **النسق القيمي وعلاقته بالتوافق النفسي والاجتماعي لدى طلبة المرحلة المتوسطة والثانوية**. أطروحة دكتوراه غير منشورة. جامعة وهران. كلية العلوم الإنسانية. الجزائر: بئر الجير. ص:169.

الشواورة، سامية محمد.(2016). **القيم الأخلاقية في كتاب اللغة العربية للصف الثامن ودرجة ممارسة الطلاب لها من وجهة نظر المعلمين**. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط. كلية العلوم التربوية. الأردن: عمان. ص:35.

طابلوت، سميرة.(2010). **الأثر السمعي البصري في ترقية اللغة عند الطفل "الرسوم المتحركة نموذجاً**، رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة السانية. كلية علم الاتصال. الجزائر: وهران.ص:32

عباس، سعيدة.(2018). **الدراما التركية وانعكاساتها على قيم الشباب الجزائري**. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الحاج خضر. كلية العلوم الإسلامية. الجزائر: باتنة. ص:166.

عبد الرحمن، مروة الطيب.(2015). **فاعلية بعض البرامج التلفزيونية في تعزيز القيم الاجتماعية**. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. كلية علوم الاتصال. السودان: الخرطوم. ص:23

العجرمي، سمية سلمان.(2012). **دراسة تحليلية للقيم المتضمنة في كتب التربية الإسلامية والاجتماعية وحقوق الإنسان للصف الرابع الأساسي في فلسطين**. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الأزهر. كلية التربية. مصر: القاهرة. ص:22.

عريس، الهام، وعريس، هدى.(2019). **القيم في البرامج التلفزيونيّة الموجهة للأطفال، دراسة تحليلية لبرنامجThe Voice Kids**. رسالة ماجستير غير منشورة.، جامعة محمد الصديق بن يحيّ. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعيّة الجزائر: جيجل. ص:10.

عزي، الحسين.(2014). **الأسرة ودورها في تنمية القيم الاجتماعية لدى الطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة**، رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة مولود معمري. كلية علم النفس الاجتماعي الجزائر: تيزي وزو. ص:99.

علي، هبة مجدي المتولي.(2018). **القيم التي تعكسها مسلسلات الأطفال الأجنبية بقنوات الأطفال المتخصصة وأثرها على الطفل المصري.** رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة القاهرة. كلية التربية. مصر: الجيزة. ص:13

العمراوي، أحلام.(2017). **أثر مشاهدة التلفزيون في تشكيل القيم التربوية للطفل الجزائري**. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة العربي بن مهيدي. كلية العلوم الاجتماعية، الجزائر: أمّ البواقي. ص: 17.

عيسى، نيفين محمد(2011): **الاعلام التربوي في سوريا ودوره في غرس القيم التربوية لدى الاطفال دراسة تحليلية عن واقع برنامج الاطفال في التلفزيون العربي السوري**. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمشق، كلية التربية، قسم أصول التربية، سوريا: دمشق.

كشيك، منى يوسف (2003): **القيم التربوية في بعض برامج الأطفال بالتلفزيون المصري- دراسة نقدية-** رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، معهد الدراسات والبحوث التربوية، مصر: القاهرة.

المبرز، إبراهيم حمد.(2011). **القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية لطلاب المرحلة الثانوية العامة في الرياض**. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الإمام محمد بن سعود. كلية التربية الإسلامية. السعودية: الرياض. ص:23.

محمود، أميرة صابر.(2007). **جوانب المعرفة الاجتماعية التي تعكسها برامج الأطفال في التلفزيون المصري**. رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة. جامعة عين شمس. كلية الإعلام وثقافة الطفل مصر: القاهرة. ص: 17- 156.

مخيمر، تسنيم أحمد.(2015). **القيم في برامج الأطفال التلفزيونية " برامج إم بي سي 3 نموذجاً"**. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الشرق الأوسط. كلية الإعلام. الأردن: عمان. ص:52- 56- 68.

مرياي، نورة، وبن عواطة، خديجة.(2019). **القيم المتضمنة في البرامج التلفزيونية العربية المخصصة للأطفال دراسة تحليلية على عينة من برامج قناة MBC3** ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد الصديق بن يحيّ. كلية الإعلام. الجزائر: جيجل. ص:30-34-86-87-119-110-120.

الهادي، وليد.(2018). **دور البرامج الإلكترونية الرياضية في نشر القيم الاجتماعية لدى الطفل**. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة محمد بوضياف. كلية الإعلام. الجزائر: بئر الجير. ص:54.

هاشم، حرم شيخ الدين.(2014). **برامج الأطفال التلفزيونية ودورها في تثقيف الطفل**. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة السودان. كلية العلوم والتكنولوجيا. السودان: الخرطوم. ص:33-40-45.

هندي، نايف بن خربوش (2012): **القيم في البرامج الموجهة للأطفال بالفضائيات العربية – دراسة تحليلية**. أطروحة دكتوراه غير منشورة. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. كلية العلوم الاجتماعية. السعودية: الرياض. ص:41.

هـ- المؤتمرات العلميّة:

الأشقر، أيمن محمود.(2017). **القيم التربوية المتضمنة في كتب الرياضيات الفلسطينية للصفوف(1-4)**. دراسة مقدمة إلى مؤتمر كلية التربية الأول بجامعة فلسطين بعنوان القيم في المجتمع الفلسطيني- واقع وتحديات.30 سبتمبر، 2017م. جامعة الاقصى. ص:45-54-55.

العاجز، فؤاد علي (2014): **القيم والتربية في عالم متغير**. دراسة مقدمة إلى مؤتمر كلية التربية الإسلاميّة، الجامعة الإسلاميّة. فلسطين: غزة. ص37-65.

و- الانترنت:

بن رزوق، جمال.(2015). **أثر التلفزيون على قيم وسلوكيات الطفل**. تم الدخول بتاريخ:13\2\2021. الرابط:

http://faculty.mu.edu.sa/public/uploads/1335392069

العمري، عوض بن سعيد.(2016).**القيم الشخصية، تكوينها وتنميها لدى الطلاب**. كلية الملك خالد العسكرية. تم الدخول بتاريخ: 16\3\2021. نقلاً عن موقع:

http://child.trng.blogspot.com

مسلسلات الأطفال التلفزيونية (2018): نقلاً عن موقع اليونسكو. تم الدخول بتاريخ 17\4\2021. الرابط:

http://ar.unesco.org

ويكيبيديا (2022). الفضائية العربية السورية، نقلاً عن الموقع:

www.wekipidia.com

ثانياً– المراجع الأجنبيّة:

Arya, K (2004). **Time spend on Television's show viewing and its effect on changing valves of school going children**. Anthologist magazine. N(4). JAIN University. India.

Barandiaran, A, A (2016). **Values and emotions in children's Audio-visual Fictional programme.** University of the Basque. Department of Developmental and Educational Psychology. Spain.

Carlson, J (2015). **Global Hybridization And Other's Cultural In USA Children's TV**. Paper Presented At The Annual Meeting Of American Sociological Association, Chicago. Illinois. 20Aug.

Keyes, J (2014). **The New Faces Of leading Characters In Children's Animated.** Paper Presented In Annual meeting Of International Communication Association, 64th Annual Conference. Seattle. Washington, 21May.

Meier, S (2016). **Les Valeurs Personnels De Schwartz: Etude Des Liens Avec Les Traits De Personnalité Et Les Interné Ets Professionnels** .These De Magistère, université De Lausanne. Suisse.

Rajadell, N., Pujol, M.A., & Violant, V (2005). **Los dibujos anima dos come recourse de transmission de values educations cultuelles**, Nora Rosa's University, Argentina.

Rethidevi, K (2016) **. Impact Of Personal Values On Life**, National Conference On Values Education Through Teacher Education. Mother Teresa Women's university. India.

Trkkahraman, M (2014) . **Social Values And Value Education**. 4Th World Conference On Education Sciences, Akdeniz University. Antalya. Turkey.

Timoteo, N. S. & Uboñgen, P. R. A (2012). **The Values Presentation of the Children's Shows of ABS-CBN2, GMA7 and TV5**. Unpublished Thesis. University of the Philippines. College of Mass Communication.

الملاحق

1- ملحق رقم (1) المعيار الأولي للتحليل.

2- ملحق رقم (2) المعيار النهائي للتحليل

3- ملحق رقم (3) محكمو تصنيف القيم ومعيار التحليل واستمارة تحليل المضمون

4- ملحق رقم (4) محكما ثبات التحليل

5- ملحق رقم (5) جداول معامل ترابط الثبات بين الباحثة والمحللين

6- ملحق رقم (6) استمارة تحليل المضمون

7- ملحق رقم (7) نماذج محللة من عينة البحث

ملحق رقم (1)

المعيار الأولي للتحليل

المعيار مكوّن من مجموعتين للقيم و \23\ قيمة مقسمة كالآتي:

أولاً- مجموعة القيم الشخصية: وتضم \12\ قيمة وهي: الطموح- الشجاعة-الأمانة- الإيثار- النظافة الشخصية- ضبط النفس- الحياء- الصدق- القناعة- التواضع- التسامح- الإخلاص

1- الطّموح: هو ما يرغب الفرد في الحصول عليه في حياته ويكون ذلك من خلال وضع هدف معين والعمل على تحقيقه من خلال العمل الجاد.

2- الشجّاعة: وهي القوة التي يجدها الفرد في داخله والتي تدفعه إلى التّصرف والتّفاعل بجرأة في الأقوال والأفعال في حالة الخطر أو الخوف.

3 -الأمانة: وتعني الحفاظ على الأشياء المؤتمن عليها وإرجاعها إلى أصحابها سواء أكانت معنوية كحفظ أسرار الآخرين وكتمانها، أو أشياء ماديّة كإعادة النقود التي نجدها في الطريق إلى أصحابها، والمحافظة على المرافق العامة، أثاث المدرسة، وأيّ شيء يخصّ الآخرين وعدم إلحاق الضرر بها .

4- الإيثار: وهو حبّ الآخرين وإرادة الخير لهم، وتفضيلهم على النفس.

5- النظافة الشخصية: الحفاظ على نظافة الجسم والملبس والمأكل والمشرب، والوقاية من الأمراض من خلال الالتزام بقواعد الصّحة، والاهتمام بالصّحة العقلية والنفسيّة للفرد

6- ضبط النفس: وهو التحكم الكامل في الانفعالات وسيطرة الفرد على مشاعره ورغباته.

7- الحياء: كلّ خلق رفيع يساعد على الابتعاد عن كل فعل قبيح والتقصير في حق الآخرين.

8- الصدق: وتعني به الباحثة مواجهة النفس والآخرين في الرأي، وتجنب الخداع في القول والعمل والنطق بالحق والصواب.

9- القناعة: وهي الرضا الفرد بما يملكه في حياته.

10- التواضع: وهو عدم التفاخر أو التباهي أمام الآخرين بما يملكه الفرد والتركيز على جوهر الأشياء وقيمتها.

11- التسامح: وهو العفو والصفح عن الآخرين عند المقدرة، وعدم ردّ إساءة الناس بإساءة مثلها، وقبول اختلاف صفات الأفراد، وعدم التعدي على الآخرين.

12- الإخلاص: وهو إتقان الفرد للعمل الذي يقوم به، ويعني أيضاً الصدق في الأقوال والأفعال.

ثانياً- مجموعة القيم الاجتماعية: وتضم \11\ قيمة وهي: محبة الآخرين- الاحترام- التعاون- آداب الحديث- المساواة بين الجنسين- المساعدة- مصلحة الجماعة-المحافظة على الصداقة- احترام الكبار- إكرام الضيف- الشراكة المجتمعيّة- حسن الجوار - نصح الاخرين- صلة الرحم

1- محبة الآخرين: وهي حبّ الخير والسعادة لجميع الناس، وتقبّل الأفراد والتعامل معهم بخلقٍ حسنٍ مهما كانت انتماءاتهم، واحترام مشاعرهم.

2- الاحترام: وتعني تقدير الآخرين والعناية بهم، وإظهار قيمتهم وتميزهم.

3- التعاون: وهو تشارك الأفراد مع بعضهم من أجل إنجاز عمل معين، مع مراعاة الفرد مشاعر الآخرين وقدراتهم.

4- **آداب الحديث:** ويعني حسن الاستماع والاصغاء لحديث الآخرين، من خلال الاهتمام بحديثهم والانتباه لما يقولونه وعدم مقاطعة حديثهم، والتكلم بصوت هادئ مع احترام الآراء المختلفة للأشخاص المتحاورين.

5- المساواة بين الجنسين: ويعني المساواة بين الذكور والإناث في الحقوق والواجبات والالتزامات والفرص في مختلف مجالات الحياة.

6- المساعدة: وهو تقديم المساعدة ويد العون للآخرين عند حاجتهم للمساعدة

7-الــولاء للجماعــة: وهـو الإخـلاص لأفـراد المجتمـع ومحبـتهم ونصـرتهم، وتقـديم منفعـتهم علـى المنفعـة الفردية.

8- الصداقة: الوقوف بجانب الصديق ودعمه عند الحاجة وتفقد أحواله والسؤال عنه وعدم الغدر به، والحزن عليه إذا أصابه مكروه.

9- - احتــرام الكبــار: هـو تقـدير كبـار السـن وإجلالهـم، ومعـاملتهم بإحسـان، وعـدم التقليـل مـن شـأنهم أو الاستهزاء بهم أمام الآخرين، أو تقديم الانتقادات غير المستحبة لهم، أو رفع الصوت عند التكلم معهم

10- إكرام الضيف: وهو حسن استقباله بوجه بشوش، واحترامه وتقديم الضيافة له، وحسن الاستماع لكلامه.

11- الشراكة المجتمعيّة: وهي الإسهامات والمبادرات والتبرعات والأعمال التطوعيّة التي يقدمها أفراد المجتمع سواءً أكانت ماديّة أم عينيّة من أجل تحقيق الصّالح العام في المجالات المختلفة و تطوير المجتمع والارتقاء به، مثل تبرعات من أجل بناء مدرسة أو مستشفى أو دار للعبادة، أو تقديم خدمات بلا مقابل.

ملحق رقم (2)

المعيار النهائي للتحليل

المعيار مكوّن من مجموعتين للقيم و \27\ قيمة مقسمة كالآتي

مجموعة القيم الشخصية

هناك عدد كبير من التصنيفات للقيم الشّخصية، ولكن سنذكر بعضاً منها بإيجاز.

1- تصنيف (الشّواورة، 2016): في تصنيف الباحثة للقيم الشّخصيّة، صنّفت الباحثة القيم في مجموعتين، المجموعة الأولى، وهي القيم الشّخصيّة الذّاتية وصُنّفت إلى " الإخلاص، القناعة، الصّبر والحلم، الشجاعة، الكرم، الحياء، النّظافة الشخصيّة". أمّا المجموعة الثّانية، فهي مجموعة القيم الشخصيّة غير الذاتية وتحتوي على القيم التالية " الصّدق، الأمانة، التّواضع، التّسامح، المحبة، الإيثار، احترام الآخرين، ضبط النّفس، وأدب الحديث" (الشواورة، 2016، ص35).

-2- تصنيف (الشّماس وآخرون، 2017): قام بتصنيف القيم الشخصية إلى " الثّقة بالنّفس، الاعتماد على الذات، تحمّل المسؤوليّة، ضبط النفس، التقيد بالنظام، التكيف، التفاؤل، المثابرة، الطموح، قوة الإرادة، الشّجاعة، المبادرة، الصبر والتّحمل، الحياء، الابتعاد عن فعل الشّر، محاربة الفساد" (الشّماس وآخرون، 2017، 127).

3- تصنيف (Rethidevi،2016): قام بتصنيف القيم الشخصية إلى القيم الآتية "الطموح، النزاهة، خدمة الآخرين، احترام المسؤولية، التفاني، الولاء، المصداقية، الأمانة، المساءلة، الكرامة، التعاطف، الشجاعة، الاستقلال، الودّ، الكرم، الانضباط، والتفاؤل (Rethidevi,2016,P2).

ومن التّصنيفات السّابقة، تمّ الاعتماد على تصنيف (الشواورة،2016) مع تعديل ودمج بعض القيم، وإضافة قيم جديدة من أجل إغناء البحث وطبيعته، وأُعتمد البحث على التّصنيف الآتي للقيمة الشّخصيّة:

1 الطّموح (Ambition): ونعني به ما يرغب الفرد في الحصول عليه في حياته ويكون ذلك من خلال وضع هدف معين والعمل على تحقيقه من خلال العمل الجاد.

2 الشجّاعة (Courage): وتعني بها الباحثة القوة التي يجدها الفرد في داخله والتي تدفعه إلى التّصرف والتّفاعل بجرأة في الأقوال والأفعال في حالة الخطر أو الخوف.

3 الثقة بالنفس (Self-Confidence): وهي احترام الفرد لذاته وتقديرها أمام نفسه وأمام الآخرين، وثقته في صفاته وقدراته وإمكاناته، فهي إيمان الفرد أنّ باستطاعته اتخاذ القرارات الصائبة وتحقيق ما يريد دون الاعتماد على آراء الآخرين.

-4- البساطة (Humility) : وهي التواضع وعدم التفاخر أو التباهي أمام الآخرين بما يملكه الفرد من ثروات أو قدرات أو أشياء أخرى، والتركيز على جوهر الأشياء وقيمتها.

5- الصدق (Honesty): وتعني به الباحثة مواجهة النفس والآخرين في الرأي، وتجنب الخداع في القول والعمل والنطق بالحق والصواب.

6- الأمانة (Faithfulness): وتعني بها الباحثة الحفاظ على الأشياء المؤتمن عليها وإرجاعها إلى أصحابها سواء أكانت معنوية كحفظ أسرار الآخرين وكتمانها، أو أشياء ماديّة كإعادة النقود التي نجدها في الطريق إلى أصحابها، والمحافظة على المرافق العامة، أثاث المدرسة، وأيّ شيء يخصّ الآخرين وعدم إلحاق الضرر بها .

7- الالتزام (Commitment): وتعني به الباحثة تحمّل الفرد للمسؤوليّة وأداء الواجبات المطلوبة منه، واحترام حقوق الآخرين.

8- التسامح (Amnesty): وتعني به الباحثة العفو والصفح عن الآخرين عند المقدرة، وعدم ردّ إساءة الناس بإساءة مثلها، وقبول اختلاف صفات الأفراد، وعدم التعدي على الآخرين.

9- النظافة الشخصيّة والاعتناء بالمظهر(Personal hygiene and appearance care): وتعني به الباحثة الحفاظ على نظافة الجسم والملبس والمأكل والمشرب، والوقاية من الأمراض من خلال الالتزام بقواعد

الصّحة، والاهتمام بالصّحة العقلية والنفسيّة للفرد، والاهتمام بطريقة اللباس والمشي والتحدث وغيرها من الأمور التي تعكس ذوق الفرد.

10 الاستقامة (Integrity): وتعني بها الباحثة التمسك بالأخلاق الحميدة، والابتعاد عن التصرفات السيئة في مختلف مجالات الحياة، والتقيد بالقوانين الأخلاقية، والتصرف بناءً على ما يمليه الضمير.

11- الحلم (Patience): وهو ضبط النفس والتحكم الكامل للمشاعر والأفعال عند الغضب.

12- تنمية المواهب (Talent Development): وهي إبراز واكتشاف المواهب والقدرات التي يتميّز بها الأفراد، كالمواهب الفنيّة والرياضيّة والتقنيّة والأدبية، وغيرها من المواهب الأخرى التي تحسّن من الحالة النفسية للفرد.

13- الحياء (bashfulness): وتعني به الباحثة كلّ خلق رفيع يساعد على التمنّع عن كل فعل قبيح والتقصير في حق الآخرين

14- برّ الوالدين (Parents' Obedience): وتعني به الباحثة طاعة الوالدين واحترامهما والإحسان لهما، وإظهار الحبّ والاحترام لهما، والالتزام بتوجيهاتهما.

مجموعة القيم الاجتماعية :

نذكر بعضاً من التّصنيفات للقيم الاجتماعية وهي كالآتي:

1- تصنيف (الحلاحلة، 2012): صنف القيم الاجتماعية إلى " المساواة بين الجنسين، احترام الآخرين، الحوار مع الآخرين، العمل التّطوعي، المساعدة، وتنمية الطّاقات الإبداعيّة (الحلاحلة، 2012، 78).

2- تصنيف (السّليم، 2015): صنفها كالآتي " بر الوالدين، الإحسان للجار، احترام الناس، العطف والرحمة، التعاون، احترام الديانات الأخرى، الكرم، الصفح، الجمال، وحضور المناسبات العامة والخاصة" (السليم، 2015، ص605).

3- تصنيف (الشّماس وآخرون، 2017): جاء تصنيف الشّماس للقيم الاجتماعية شاملاً ويجمع بين جميع التّصنيفات السّابقة، فصنف القيم الاجتماعيّة إلى "" محبة الآخرين، الاحترام، التّعاون، آداب الحديث، المساواة بين الجنسين، المساعدة، مصلحة الجماعة، الصّداقة، احترام الكبار، إكرام الضّيف، والشّراكة المجتمعيّة (الشماس، وآخرون، 2017، 127).، ويتميّز هذا التّصنيف بوضوحه وشموله

4- تصنيف (Turkkahraman,2014): قام بتصنيف القيم الاجتماعية إلى "الصدق، النزاهة، مساعدة الآخرين، الاحتشام، التواضع، الصداقة، المساواة بين الجنسين، وحب الناس (**Turkkahraman,2014, P635**

وبناءً على التّصنيفات السّابقة، اعتمدت الباحثة تصنيف (الشماس، وآخرون،2017) مع إضافة قيم أخرى ليناسب طبيعة البحث، وجاءت مجموعة القيم الاجتماعيّة كالأتي:

1-إكرام الضيف (Guest Honoring): وهو حسن استقباله بوجه بشوش، واحترامه وتقديم الضيافة له، وحسن الاستماع لكلامه.

2- التعاون (Cooperation): وتعني به الباحثة تشارك الأفراد مع بعضهم من أجل إنجاز عمل معين، مع مراعاة الفرد مشاعر الآخرين وقدراتهم.

3- مساعدة الآخرين(Helping Otherr): وهو تقديم المساعدة ويد العون للآخرين عند حاجتهم للمساعدة.

ويختلف التعاون عن مساعدة الآخرين لأنّ التعاون هو التشارك مع الآخرين لإنجاز عمل يعود بالنفع على الفرد وعلى الآخرين معاً، أما المساعدة فيتم تقديم العون للآخر دون الحصول على منفعة للفرد الذي يقدم المساعدة.

4- صلة الرّحم(Keeping good relation With Relatives): وتعني به الباحثة الإحسان إلى الأقارب وزيارتهم في السّراء والضرّاء والاطمئنان عليهم، وعدم مقاطعتهم مهما كانت الظروف،

5- آداب الحوار(Etiquette Of Speech): وهي حسن الاستماع والاصغاء لحديث الآخرين، من خلال الاهتمام بحديثهم والانتباه لما يقولونه وعدم مقاطعة حديثهم، والتكلم بصوت هادئ مع احترام الآراء المختلفة للأشخاص المتحاورين.

6- المساواة بين الجنسين (Gender Equality) : وتعني بها الباحثة المساواة بين الذكور والإناث في الحقوق والواجبات والالتزامات والفرص في مختلف مجالات الحياة.

7- محبّة الآخرين (Loving Others): تقصد بها الباحثة حبّ الخير والسعادة لجميع الناس، وتقبّل الأفراد والتعامل معهم بخلقٍ حسنٍ مهما كانت انتماءاتهم، واحترام مشاعرهم.

8- المحافظة على الصّداقة (Friendship Maintaining): هي الشعور بعاطفة إيجابية نحو الأصدقاء، والإقبال عليهم والتعاطف معهم بتبادل المشاعر الوديّة والوقوف بجانب الصديق ودعمه عند الحاجة وتفقد أحواله والسؤال عنه وعدم الغدر به، والحزن عليه إذا أصابه مكروه.

9- حسن الجوار(Good –Neighbourliness): وهو الإحسان إلى الأشخاص الذين يجاوروننا في السكن، وتجنب إيذائهم، والتعامل معهم بأخلاقٍ حسنةٍ، وترك الأثر الطّيب في نفوسهم، واحترام حرمة بيوتهم وعدم التّدخل في خصوصياتهم، ومساعدتهم في حلّ مشاكلهم ومؤازرتهم في الأفراح والأتراح.

10- نصح الآخرين (Advising others): وتعني بها الباحثة تقديم الآراء لمن يحتاجه من الأفراد وتوجيههم نحو الخير والمحبة لنفعهم وإصلاحهم دون أيّ غشٍ أو مصلحة شخصية .

11-الولاء للجماعة(Community Loyalty) : وهو الإخلاص لأفراد المجتمع والشعور بالانتماء إليهم ومحبتهم ونصرتهم، وتقديم منفعتهم على المنفعة الفردية.

12- الشّراكة المجتمعيّة (Community partnership): وهي الإسهامات والمبادرات والتبرعات والأعمال التطوعيّة التي يقدمها أفراد المجتمع سواءً أكانت ماديّة أم عينيّة من أجل تحقيق الصّالح العام في المجالات

المختلفة و تطوير المجتمع والارتقاء به، مثل تبرعات من أجل بناء مدرسة أو مستشفى أو دار للعبادة، أو تقديم خدمات بلا مقابل.

13- احترام الكبار(Adults Respecting): وتقصد به الباحثة تقدير كبار السن وإجلالهم، ومعاملتهم بإحسان، وعدم التقليل من شأنهم أو الاستهزاء بهم أمام الآخرين، أو تقديم الانتقادات غير المستحبة لهم، أو رفع الصوت عند التكلم معهم.

ملحق رقم (3)

محكمو تصنيف معيار التحليل والاستمارة

جدول (32) أسماء السادة الأساتذة محكمي تصنيف القيم ومعيار التحلي واستمارة تحليل المضمون

أ.د. منى كشيك: أستاذة في قسم أصول التربية
أ.د. غسان الخلف: أستاذ في قسم أصول التربية
أ.د. منذر الخوري: أستاذ في قسم أصول التربية
د. لينا يونس: مدرسّة في قسم أصول التربية
د. فدى القحف: مدرسّة في قسم أصول التربية:
د. حنان نصر الله: مدرسّة في قسم تربية الطفل

ملحق رقم (4)

محكما ثبات التحليل

المحلل الأول

أ.د. منذر الخوري: أستاذ في قسم أصول التربية

المحلل الثاني

د. لينا يونس: مدرسّة في قسم أصول التربية

ملحق رقم (5) استمارة تحليل المضمون

اسم البرنامج										
تاريخ الحلقة										
فئات ماذا قيل؟				فئات كيف قيل؟						
وحدات التحليل	القيمة	التكرار	المجموعة	اتجاه القيمة		وسيط العرض			أسلوب العرض	
				إيجابي	سلبي	إنسان	حيوان	شيء	صريح	ضمني
المجموع										

ملحق رقم (6)

جداول معامل ترابط الثبات بين الباحثة والمحللين

جدول(33) معامل الترابط بين القيم المشتركة بين المحلل الأول والمحلل الثاني

القيمة	المحلل الأول		المحلل الثاني		فر	مج فر^2
	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب		
النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر	22	1	14	2	1-	1
الشراكة الاجتماعية	12	2	15	1	1	1
محبة الآخرين	10	3	8	3	0	0
أداب الحوار	8	4.5	5	7.5	3-	9
الطموح	8	4.5	5	7.5	3-	9
المحافظة على الصداقة	7	6.5	6	5	1.5	2.25
الأمانة	7	6.5	6	5	1.5	2.25
الثقة بالنفس	5	9	6	5	4	16
التعاون	5	9	5	9.5	0.5-	1
تنمية المواهب	5	9	5	9.5	0.5-	1
الاستقامة	2	13.5	3	11	2.5	6.25
برّ الوالدين	2	13.5	2	13	0.5	0.25
إكرام الضيف	2	13.5	2	13	0.5	0.25
نصح الآخرين	2	13.5	2	13	0.5	0.25
الولاء للجماعة	2	13.5	1	17	3.5-	12.25
المساواة بين الجنسين	2	13.5	1	17	3.5-	12.25
البساطة	1	18.5	1	17	1.5	2.25
الصدق	1	18.5	1	17	1.5	2.25
الشجاعة	1	18.5	0	20	1.5-	2.25
الالتزام	1	18.5	0	21	2.5-	6.25
احترام الكبار	0	21	1	17	4	16
المجموع	**105**		**89**			**103**

$$\mathbf{r = 1 - \frac{6\sum d^2}{n(n^2-1)} \setminus r = 1 - \frac{6*103}{21(21^2-1)} = 0.93 = 93\%}$$

جدول (34) معامل الترابط بين القيم المشتركة بين المحلل الأول و التحليل الثاني للباحثة

القيمة	المحلل الأول		الباحثة		فر	مج فر^2
	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب		
النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر	22	1	20	1	0	0
الشراكة الاجتماعية	12	2	12	2	0	0
محبة الآخرين	10	3	10	3	0	0
الطموح	8	4.5	9	4	0.5	0.25
آداب الحوار	8	4.5	6	5.5	1-	1
الأمانة	7	6.5	6	5.5	1	1
المحافظة على الصداقة	7	6.5	5	8	1.5-	2.25
الثقة بالنفس	5	9	5	8	1	1
التعاون	5	9	5	8	1	1
تنمية المواهب	5	9	3	11	2-	4
برّ الوالدين	3	13.8	2	14.5	3.5-	12.25
الاستقامة	2	13.8	3	11	2.8	7.84
الولاء للجماعة	2	13.8	3	11	2.8	7.84
إكرام الضيف	2	13.8	2	14.5	0.7-	0.49
المساواة بين الجنسين	2	13.8	2	14.5	0.7-	0.49
نصح الآخرين	2	13.8	1	23.75	9.95-	99.00
الشجاعة	1	18.5	2	14.5	5.25-	27.56
الالتزام	1	18.5	1	23.75	5.25-	27.56
البساطة	1	18.5	1	23.75	5.25-	27.56
الصدق	1	18.5	1	23.75	5.25-	27.56
احترام الكبار	0		1	23.75	5.25-	27.56
المجموع	**106**		**100**			**276.16**

$$r = 1 - \frac{6\sum d^2}{n(n^2-1)} \setminus r = 1 - \frac{6*276.16}{21(21^2-1)} = 0.82 = 82\%$$

جدول (35) معامل الترابط بين القيم المشتركة بين المحلل الثاني و التحليل الثاني للباحثة

القيمة	المحلل الثاني		الباحثة		فر	مج فر^2
	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب		
الشراكة الاجتماعية	15	1	12	2	1-	1
النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر	14	2	20	1	1	1
محبة الآخرين	8	3	10	3	0	0
الأمانة	6	5	6	5.5	0.5-	0.25
المحافظة على الصداقة	6	5	5	8	3-	9
الثقة بالنفس	6	5	5	8	3-	9
الطموح	5	8.5	9	4	4.5	20.25
آداب الحوار	5	8.5	6	5.5	3	9
التعاون	5	8.5	5	8	0.5	0.25
تنمية المواهب	5	8.5	3	10.5	2-	4
الاستقامة	3	11	3	10.5	0.5	0.25
الولاء للجماعة	2	13	2	14.5	1.5-	2.25
إكرام الضيف	2	13	2	14.5	1.5-	2.25
نصح الآخرين	2	13	2	14.5	1.5-	2.25
برّ الوالدين	1	16.5	2	14.5	2	4
المساواة بين الجنسين	1	16.5	2	14.5	2	4
الصدق	1	16.5	1	19.5	3-	9
احترام الكبار	1	16.5	1	19.5	3-	9
البساطة	0	20	1	19.5	0.05	0.25
الشجاعة	0	20	2	14.5	5.5	0.25
الالتزام	0	20	1	19.5	0.5	0.25
المجموع	**88**		**100**			**87.5**

$$\mathbf{r = 1 - \frac{6\sum d^2}{n(n^2-1)} \setminus r = 1 - \frac{6*87.5}{21(21^2-1)} = 0.94 = 94\%}$$

جدول (36) معامل الترابط بين القيم المشتركة بين تحليليّ الباحثة

القيمة	التحليل الأول		التحليل الثاني		فر	مج فر ^{2}
	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب		
النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر	20	1	22	1	0	0
الشراكة الاجتماعية	12	2	14	2	0	0
محبة الآخرين	10	3	9	3	0	0
الطموح	9	4	6	6.5	2.5-	6.25
آداب الحوار	6	5.5	4	9.5	4-	16
الأمانة	6	5.5	7	4.5	1	1
الثقة بالنفس	5	8	7	4.5	3.5	12.25
المحافظة على الصداقة	5	8	6	6.5	1.5	2.25
التعاون	5	8	4	9.5	1.5-	2.25
تنمية المواهب	3	11.5	4	9.5	2	4
الاستقامة	3	11.5	4	9.5	2	4
الولاء للجماعة	3	11.5	2	14	2.5-	6.25
برّ الوالدين	3	11.5	2	14	2.5-	6.25
إكرام الضيف	2	15	2	14	1	1
المساواة بين الجنسين	2	15	2	14	1	1
الشجاعة	2	15	0	20.5	5.5	30.25
نصح الآخرين	1	19	2	14	5	25
الالتزام	1	19	1	18	1	1
البساطة	1	19	1	18	1	1
الصدق	1	19	1	18	1	1
احترام الكبار	1	19	0	20.5	1.5-	2.25
المجموع	**101**		**100**			**122.95**

$\mathbf{r = 1 - \frac{6\sum d^2}{n(n^2-1)} \setminus r = 1 - \frac{6*122.95}{21(441 - 1)} = 0.92 = 92\%.}$

ملحق رقم (7)

نماذج محللة من عينة البحث

تحليل برنامج سوا منكبر حلقة 26\6\2021 جدول (37)

اسم البرنامج: سوا منكبر										
تاريخ الحلقة: 26-6-2021										
فئات ماذا قيل؟			فئات كيف قيل؟							
وحدات التحليل	القيمة	ك	المجموعة	ج	س	انسان	حيوان	شيء	ص	ض
قادرون على التحدي والفوز بجدارة في هذه المسابقة	الثقة بالنفس	1	شخصية	1		1			1	
ألّف العالم كتباً مختلفة في الطب، وافتتح مشفى في بخارى	الشراكة الاجتماعية	2	اجتماعية	2		2			2	
يرجع له الفضل في اكتشاف العديد من الأمراض واختراع الأدوية لها	الشراكة الاجتماعية	2	اجتماعية	2		2			2	
لا أريد أن يتسرب الخبر في القصر	الأمانة	1	شخصية	1		1			1	
من واجبي حفظ أسرار المرضى الذين أعالجهم	الأمانة	1	شخصية	1		1			1	
أجيد حفظ الأسرار بشكل جيد	الأمانة	1	شخصية	1		1			1	
كما أنّني بارع جداً في تشخيص الأمراض	الثقة بالنفس	1	شخصية	1		1			1	
متى جاء ابن سينا اسمحوا له بالدخول، وعاملوه كأحد أبنائي	إكرام الضيف	2	اجتماعية	2		2			2	
شكراً لك لعلاج والدي، ولحفظ أسراري	الأمانة	2	شخصية	2		2			2	
حبّ الآخرين يمحو الخوف من قلوبهم	محبة الآخرين	1	اجتماعية	1		1			1	
أحبّ فريقي ولن أتخلى عنه أبداً	الولاء للجماعة	2	اجتماعية	2		2			2	
هيا، يجب أن تتعاونوا حتى تتمكنوا من الفوز في المسابقة	التعاون	1	اجتماعية	1		1			1	
المجموع		**17**		**17**		**17**			**17**	

جدول (38) تحليل برنامج سوا منكبر 17-4-2021

اسم البرنامج: سوا منكبر										
تاريخ الحلقة: 17-4-2021										
فئات ماذا قيل؟			فئات كيف قيل؟							
وحدات لتحليل	القيمة	ك	المجموعة	ج	س	انسان	حيوان	شيء	ص	ض
أهلاً وسهلاً بكم أصدقائي وصديقاتي الأعزاء	المساواة بين الجنسين	1	اجتماعية	1		1			1	
سنتحدث اليوم عن ملكة اشتهرت بشجاعتها وجرأتها وجمالها	الشجاعة	1	شخصية	1		1			1	
قامت هذه الملكة بإنجازات حضارية ضخمة لمملكتها	الشراكة الاجتماعية	1	اجتماعية	1		1			1	
أنشأت المعابد، المسارح، الأغوار والأبواب الضخمة الكبيرة	الشراكة الاجتماعية	4	اجتماعية	4		4			4	
أنشأت جيشاً ضخماً	الشراكة الاجتماعية	1	اجتماعية	1		1			1	
استولت على العديد من المدن والممالك المجاورة	الشجاعة	1	شخصية	1		1			1	
أزالت من النقود صورة الامبراطور الروماني، ووضعت صورة ابنها على العملات	الشجاعة	2	شخصية	2		2			2	
خاضت معارك	الشجاعة	1	شخصية	1		1			1	

كثيرة ضد الروم الذين خافوا من توسع مملكتها									
أقسمت أن أصوغ من ذهبك سلاسل وقيود، وها أنا أبرّ قسمي	الصدق	1	شخصية	1		1			1
أنت تحاولين أن تثيري غضبي، ولكن هيهات هيهات	الحلم	1	شخصية	1					1
أوليان لا يستجيب لخصومه بسهولة ولو طلبوا منه الموت	الشجاعة	1	شخصية	1					1
بأيّ حق تطالبوننا بحفر صوركم على نقودنا، لسنا تابعين لكم	الشجاعة	1	شخصية	1					1
أنا لا أحتاجك بشيء، لديّ أرضنا وحضارتنا	الولاء للجماعة	2	اجتماعية	2					2
أرى أنّ رؤياك قاصرة أيّها الامبراطور	الشجاعة	1	شخصية	1					1
إنّ تعاونكم لحلّ المسألة سبب لفوزكم	التعاون	1	اجتماعية	1					1
لا، لا أحتاج المساعدة استطيع حلّ المسألة لوحدي	الثقة بالنفس	1	شخصية	1					1
تمتلكين صوتاً	تنمية	1	شخصية	1					1

جميلاً، أحسنتِ	المواهب								
مبارك لكم فوزكم اليوم	محبّة الآخرين	1	اجتماعية	1				1	
المجموع		**23**		**23**				**23**	

جدول (39) تحليل برنامج عالمي الصغير حلقة 7\4\2021

اسم البرنامج: عالمي الصغير										
تاريخ الحلقة: 7-4-2021										
فئات ماذا قيل؟				فئات كيف قيل؟						
وحدات التحليل	القيمة	ك	المجموعة	ج	س	إنسان	حيوان	شيء	ص	ض
كيف يمكننا أن نساعد صديقنا أنس؟	مساعدة الآخرين	1	اجتماعية	1				1	1	
ما رأيكم أن نرى جميعاً ماذا يحدث في جسم أنس؟	آداب الحوار	1	اجتماعية	1				1	1	
السلام عليكم يا صديقي البنكرياس، وعليكم السلام أيها الغلوكوز العزيز	آداب الحوار	2	اجتماعية	2				2	2	
أحتاج أن ترسل إليّ بعض الأنسولين	مساعدة الآخرين	1	اجتماعية	1				1	1	
أيّها القائد، لا نستطيع الدخول	احترام الكبار	1	اجتماعية	1				1	1	
تمّ تكريمه وتحويل منزله إلى متحف فيه مقتنياته	الشراكة الاجتماعية	1	اجتماعية	1		1			1	
أعطى منزله إلى جمعية مرضى السكري	الشراكة الاجتماعية	1	اجتماعية	1		1			1	
هدف الجمعية توعية مرضى السكري، وتعميق الوضع الصحي في المجتمع	الشراكة الاجتماعية	2	اجتماعية	2		2			2	
أتمنى أن تهتموا بصحتكم وألّا تأكلوا الشوكولا	النظافة والاعتناء بالمظهر	2	شخصية	2		2			2	
صحتكم أهم من الشوكولا، كلوا باعتدال	النظافة والاعتناء بالمظهر	2	شخصية	2		2			2	
المجموع		**14**		**14**		**8**		**6**	**14**	

جدول 40 تحليل برنامج عالمي الصغير حلقة 19\5\2021

اسم البرنامج: عالمي الصغير										
تاريخ الحلقة: 19-5-2021										
فئات ماذا قيل؟			فئات كيف قيل؟							
وحدات التحليل	القيمة	ك	المجموعة	ج	س	انسان	حيوان	شيء	ص	ض
هي من طقوس الضيافة والكرم في الزمن الحاضر والماضي	إكرام الضيف	1	اجتماعية	1		1			1	
لا تخلو أيّ مضافة عربية من القهوة	إكرام الضيف	1	اجتماعية	1		1			1	
تقدم القهوة للضيف باليد اليمنى	إكرام الضيف	1	اجتماعية	1		1				
أفضل الرسم بالقهوة دائماً عند الانتهاء من شربها	تنمية المواهب	1	شخصية	1		1			1	
أول من رسم بالقهوة الفنان ديرسوفيجا الذي يعمل رساماً لكتب ومجلات الأطفال منذ 1994	الشراكة الاجتماعية	2	اجتماعية	2		2			2	
اكتشفت القهوة في اليمن وانتشرت إلى أنحاء العالم	الشراكة الاجتماعية	1	اجتماعية	1		1			1	
يعود الفضل في اكتشافها لراعي غنم عربي يدعي الخالدي	الشراكة الاجتماعية	1	اجتماعية	1		1			1	
القهوة من المنبهات والتي تؤثر سلباً على نمو الطفل	النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر	1	شخصية	1		1			1	
تعمل على فرط نشاط	النظافة	4	شخصية		4	4			4	

الجهاز العصبي فتسبب له التوتر والقلق والانفعال	الشخصية والاعتناء بالمظهر								
يجب على الأطفال الإكثار من العصائر الطبيعية قليلة السكر	النظافة الشخصية والاعتناء بالمظهر	1	شخصية	1		1			1
كان يطلب فنجانين من القهوة الأول له، والآخر لمن لا يستطيع دفع ثمنه	محبة الآخرين	1	اجتماعية	1		1			1
يعكس هذا التصرف محبة الناس والاهتمام بهم	محبة الآخرين	2	اجتماعية	2		2			2
المجموع		**17**		**13**	**4**	**17**			**17**