



دور الإعلام الموجه للطفل في تعزيز وتدعيم القيم الأخلاقية

دراسة تحليلية - ميدانية

The role of media directed at children in promoting and strengthening moral values

Field analytical study

مبروكة محمد عبد السلام المعداني - قسم الصحافة - كلية الفنون والإعلام جامعة مصراتة

Mabruka Mohamed Abdalsalam - /Faculty member at the college of Arts and Media
Misurata University / Lecture

m.eldalimi@media.misuratau.edu.ly

الملخص

ينطلق البحث من زاوية التربية الإعلامية كحاجة اجتماعية وضرورة مجتمعية أصبحت ملحة لتفعيل دور الإعلام في المجتمعات العربية التي تتشد القيم الأخلاقية امتثالاً لتعاليم الدين، ويهدف إلى معرفة دور إعلام الطفل في تعزيز القيم الجميلة الفاضلة باعتبار الطفل وتد المجتمع، و ذلك من خلال دراسة الواقع الموجود (الحاضر) واستقراء معطيات هذا الواقع، ومن خلف هذا الهدف تظهر أهمية البحث في محاولة المساهمة في وضع إستراتيجية عامة لإعداد المحتوى الإعلامي الموجه للطفل، ويسير البحث وفق خطى المنهج الكيفي الذي يناقش المشكلة البحثية القائمة بمزيد من التحليل باستخدام أساليب وأدوات متعددة في جمع المعلومات لإيجاد فلسفة أعمق للموضوع تمكن المسؤولين عن هذا الإعلام من تحقيق الجودة في المحتوى الإعلامي المقصود.

وبناء على دراسة استكشافية كان النصيب الأكبر للقنوات المشاهدة على التلفزيون واليوتيوب قناتي سبستون وماجد فاختارتها الباحثة كمجتمع بحث للدراسة التحليلية، بينما تمثل مجتمع بحث الدراسة الميدانية في أولياء الأمور للطفل سواء كانوا الوالدين أو احد الأقارب له، وتم استقصاء آراءهم بطريقتي الاستمارة والمقابلة، وقدم البحث في أربع محاور: الأول تناول الخطة المنهجية التي سار عليها البحث، والثاني تناول الخلفية المعرفية أو النظرية حول الموضوع، والثالث تناول عرض ومناقشة النتائج، أما الرابع فقد تناول أهم النتائج والتوصيات، حيث خلاص البحث إلى أن الطفل يفضل وسائل الإعلام المرئية أكثر من أي وسيلة أخرى ويشمل ذلك التلفزيون و الأجهزة الذكية مثل الكمبيوتر والهاتف الذكي و كذلك الصحافة المصورة كمجلات الأطفال - خاصة القصص فيها، و أن هذه الوسائل تغرس فيه قيم معينة كما أنه يتأثر بما يتعرض له عبر هذه الوسائل و يقلده غالباً.

الكلمات المفتاحية

الإعلام المتخصص، إعلام الطفل، تعزيز القيم الأخلاقية



Abstract

The research is based on the perspective of media education as a social need and a societal necessity that has become urgent to activate the role of the media in Arab societies that seek moral values in compliance with the teachings of religion. It aims to know the role of children's media in promoting beautiful and virtuous values, considering the child as the pillar of society, through studying the existing reality (present) and extrapolating the data of this reality.

Behind this goal, the importance of the research appears in trying to contribute to developing a general strategy for preparing media content directed at the child. The research proceeds according to the qualitative approach that discusses the existing research problem with further analysis using multiple methods and tools in collecting information to find a deeper philosophy for the subject that enables those responsible for this media to achieve quality in the intended media content.

Keywords

Specialized media, Children's media, promoting moral values

مقدمة

نحن في حالة مجتمعية مأسوف عليها، تدعونا إلى دراسة الوضع والبحث في كل المسببات التي عمقت هذا الشعور فينا، فالتحول من مجتمع محافظ وسطي يلتزم بتعاليم الدين ويقدر العيب والممنوع في العرف الاجتماعي إلى مجتمع منفتح على الحرام و العيب بدون هوية، هي حالة بشعور غير مطمئن أبداً، ومستفزة، ولما للإعلام من سيادة في المجتمع فرضها دوره في التنشئة الاجتماعية و التأثير في العقول نسعى إلى البحث من وراء مسؤوليتنا، في هذا الدور، ولا سيما أن تدعيم و تعزيز القيم الأخلاقية لدى الطفل هي أفضل ما تكون عن طريق وسائل الإعلام، خاصة و أن كان هذا الطفل لا يدرك الدور فإنه يدرك الأثر لهذه الوسائل ويحاكيه بالتأثر بما يعرض له.

فإعلام الطفل إعلام متخصص تتنوع فيه الموضوعات وتختلف، يفترض أن يوجه لخير الطفل ولكن ليس دائماً فغالباً يوجه من غير أهل الطفل بل من أعداءه وأعداء الأمة والمجتمع والهوية فيكون سلاح التدمير الشامل ووسيلة الحرب الباردة في الألفية الثالثة من واقع يصعب فيه المواجهة العسكرية لابتلاعها مصالح أخرى فيكون الإعلام هو السلاح الأمثل للوصول إلى لب المجتمع وهي الأسرة عن طريق الطفل فيها.

لكل ذلك غالباً ما تتحى الباحثة ناحية البحث في دور وأثر الإعلام في البناء الاجتماعي، وعندما أعلن فرع الأكاديمية الليبية للدراسات العليا - درنة، إقامة المؤتمر العلمي الدولي الأول بعنوان التربية الإعلامية - الواقع وأفاق المستقبل، الذي تضمن عدة محاور اختارت منها الباحثة المحور الثاني: التربية الإعلامية: حاجة وضرورة اجتماعية، لتقدم تحته هذا البحث والذي ما كان له أن يقدم في هذا المؤتمر بعد أن حدثت مأساة درنة واجتاح السيل المدينة وجل من كان يعمل على إقامة وإنجاح هذا المحفل العلمي وعلى رأسهم الدكتور المرحوم " خالد عبد الإله" رئيس المؤتمر والقائم عليه هو وأفراد أسرته - وسعهم الله برحمته ومغفرته وجعلهم في عليين.

إن نجاح هذا البحث ونشره يحقق جزء من نجاح هذا المؤتمر ويسر الباحثة أن تهديه إلى روح المرحوم بإذن الله الدكتور خالد عبد الإله.

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في تصاعد وتيرة الأمراض الاجتماعية بالمجتمعات العربية - خاصة التي يسودها عدم الاستقرار السياسي والانفلات الأمني - ومن هذه الأمراض الكذب و السرقة والتقليد الأعمى والانتكالية وعدم طاعة الوالدين واحترام الكبير وغيرها، و لا يملك غير الإعلام القدرة على التأثير في الجموع في الوقت ذاته بخطة موحدة وإستراتيجية عميقة، ونحن نسند علاج هذه الأمراض إلى الإعلام لإدراكنا قدرته على ذلك من خلال رسائل إعلامية مدروسة هادفة، وإذ ننشد التأثير في تحسين سلوك المجتمع كاملاً علينا ان نبدأ بالأسرة كنواة، و أهم من في الأسرة هم الأطفال النشء أيضاً كأهم مرحلة عمرية في حياة الإنسان يسهل فيها الغرس الثقافي وهو الدور الأمثل للإعلام تزامناً مع التنشئة الاجتماعية التي تبدأها الأسرة وتصلها المدرسة، فكيف هو دور المحتوى الإعلامي الموجه للطفل؟ هل يفيد الطفل أم يضره؟ كيف يتفاعل الطفل معه - المقصود التأثير؟ هل يغرس فيه قيماً نبيلة حميدة؟ هل يقدم المحتوى أصلاً قيماً أخلاقية؟

أهمية البحث:

تتخصر الأهمية في تركيز البحث على:

1. دراسة واقع تأثير المحتوى الإعلامي الموجه للطفل على سلوكه والمتمثل في اكتسابه قيم أخلاقية
2. تسليط الضوء على الاهتمام بجودة المحتوى الموجه للطفل
3. شد الاهتمام إلى الإعلام الموجه إلى الطفل لحساسية هذه المرحلة العمرية في عمر المتلقي.

أهداف البحث:

ينطلق البحث من هدف رئيس هو صنع إستراتيجية لإعداد المحتوى الموجه إلى الطفل، يتفرع إلى أهداف للدراسة التحليلية وأهداف للدراسة الميدانية:

أهداف الدراسة التحليلية

1. رصد وتحليل مضامين عينة من الرسوم الكرتونية على قناتي سبيستون وماجد.

2. معرفة نوع القيم الأخلاقية المقدمة في الرسوم الكرتونية على قناتي سبيستون وماجد.
3. تحليل تناول الرسوم الكرتونية عينة الدراسة للقيم الأخلاقية.
4. قياس مدى التوافق والتباين في عرض القيم الأخلاقية في الرسوم الكرتونية عينة الدراسة.

أهداف الدراسة الميدانية

1. التعرف على واقع تلقي الطفل للمحتوى الموجه إليه وكيف يتأثر به من خلال آراء أولياء الأمور
2. الكشف عن علاقة المحتوى الموجه للأطفال بالقيم الأخلاقية
3. الكشف عن علاقة المحتوى الموجه للأطفال بسلوكهم
4. تشخيص الواقع الليبي فيما يتعلق بدور المحتوى الموجه للطفل في تعزيز القيم الأخلاقية

تساؤلات البحث:

1. ما نوع المحتوى الذي يتعرض له الطفل؟
2. هل يقدم المحتوى قيماً أخلاقية؟
3. هل يتأثر الطفل بالمحتوى؟
4. ما مدى تأثير المحتوى على سلوك الطفل؟
5. هل يقلد طفلك ما يقدم له من سلوكيات في المحتوى الإعلامي؟

فروض البحث:

1. يعرض بعض المحتوى الموجه إلى الطفل رسائل مؤدجلة وغايات خبيثة تهدر وقت النشء فيما لا ينفعهم، بل ويضرهم زيادة، أخلاقياً ونفسياً واجتماعياً.
2. يؤثر المحتوى الجيد في بناء شخصية الطفل - وبالتالي يؤثر الطفل السوي في نجاح المجتمع.

منهج البحث:

ينتمي هذا البحث إلى نمط البحوث النوعية (الكيفية) باستخدام المنهج الكيفي الذي يحمل سلسلة من التوقعات والتناقضات والأحكام ويعتمد على التحليل ومرونة نظام جمع البيانات من المبحوثين (الرفاعي، 2011) إلى جانب المنهج الوصفي ومنهج تحليل المضمون.

مجتمع البحث:

ينقسم مجتمع البحث إلى قسمين:

بناءً على الشق التحليلي تكون مجتمع البحث من عينة عشوائية منتظمة على مدى أسبوع كامل حلقات من الرسوم الكرتونية المعروضة على: قناة سببستون البحرينية واختارت منها الباحثة سلسلة أحلام تيمي وسلسلة 44 قطة، ومن قناة ماجد الإماراتية اختارت سلسلة أمونة المزينة وسلسلة غورمتي.

تكون مجتمع البحث للشق الميداني من المحيطين بالأطفال الذين يتواجدون معهم في المنازل سواء كانوا الوالدين أو أحد الوالدين أو أحد الأقارب، وحددت الباحثة عمر الطفولة يبدأ من عمر الأربع سنوات إلى الثانية عشر سنة، تلك المرحلة تشمل قدرة الطفل في هذه المرحلة على التعرض لوسائل الإعلام والانتقاء بينها وبين برامج المحتوى وفقرات البرامج، بعينة عددها 50 مفردة باستخدام استمارة الاستبيان، و15 مفردة باستخدام المقابلة.

أدوات جمع البيانات:

تم جمع البيانات للدراسة التحليلية من حلقات العينة العشوائية المختارة للرسوم الكرتونية بقناتي الدراسة، كما اختارت الباحثة أداتين أثبتت لجمع بيانات الدراسة الميدانية حول الموضوع وهما الاستبيان والمقابلة، وأرادت بذلك توفير فرصة أكبر لتحليل أعمق حول الموضوع، بينما كانت الملاحظة أول أداة قادتها إلى الموضوع وحب الخوض فيه قبل حتى أن يطرح كأحد المحاور في المؤتمر العلمي الدولي الأول (التربية الإعلامية - الواقع وأفاق المستقبل).

مصطلحات البحث وتعريفاتها الإجرائية:

الدور: عرفه المرجع الالكتروني بأنه: هو ممارسة القدر الأكبر من العمل المفروض فعله للوصول إلى غايات المصلحة المطلوبة (كشيش، 2021)

المحتوى الإعلامي الموجه للطفل: هو كل إنتاج إعلامي أُعد للطفل سواء كان عن طريق صحيفة أو مجلة أو كتاب أو تلفزيون أو راديو أو تطبيق إلكتروني أو إعلان أو صورة، يختص بتقديم التوجيه والإرشاد والتعليم الترفيه للطفل، وبشكل عام هو إعلام متخصص.

عمر الطفولة: هي المرحلة العمرية المبكرة في حياة الإنسان، والمقصودة هنا في البحث مرحلة المتابعة والانتقاء في التعرض التي تبدأ من سن الرابعة إلى الثانية عشر.

تعزيز القيم الأخلاقية: وتعني تدعيم تكرار سلوك أداء القيم الأخلاقية التي تشمل كل قول وفعل حميد مرغوب، تتحدد في طاعة تعاليم الدين الإسلامي، واحترام الوالدين والكبير والعطف على الصغير والتعاون والأمانة والصدق والوفاء إلى آخرها من الصفات الحميدة المبنية على خلق طيب.

حدود البحث:

الحدود البشرية: تنحصر في أولياء أمور الأطفال من عمر 4 سنوات إلى 12 سنة، فيحكم القانون ولي الأمر هو من يكون الطفل في كنفه وتحت رعايته، وليس بالضرورة أن يكون أحد الوالدين.

الحدود المكانية: تم إجراء البحث على أولياء أمور الأطفال من مدينتي بنغازي ومصراتة.

الحدود الموضوعية: تعزيز القيم الأخلاقية عن طريق المحتوى الموجه للطفل.

الدراسات السابقة:

2. دراسة (شحاته، 2021) بعنوان: (دور مجلات الأطفال في بناء شخصية الطفل المصري) دراسة تحليلية طبقت على مجلتي نور والفردوس، ومن بين أهداف الدراسة رصد القيم التي يعكسها الخطاب الصحفي في مجلتي الدراسة وتحليل مسارات البحث التي اعتمد عليها الخطاب الصحفي، والتعرف على أساليب الإقناع المستخدمة، استخدمت هذه الدراسة المنهج الكيفي واستنتجت حرص المجلتين موضع التحليل على تقديم الدين الإسلامي الوسطي الذي يدعو للمحبة ويرفض الكراهية ويدعو لاحترام العلم والعقل، وعلى تعليم الطفل المشاركة والتعاطف داخل الأسرة وصلة الرحم واحترام الكبير والصغير.
3. دراسة (الرفاعي، 2011) بعنوان: (دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية) وهي دراسة تحليلية هدفت إلى رصد دور وسائل الإعلام والاتصال في العصر الرقمي في تشكيل المنظومة القيمية للأسرة وإلى تعميق النظرة إلى دور ووظائف الإعلام والاتصال في التأثير بقيم المجتمع عامة وقيم الأسرة الخاصة، سارت هذه الدراسة بالمنهج الكيفي، وكان استنتاجها يقول أن عملية التأثير والتأثر بواسطة الإعلام والاتصال شيء مركب إذ تتداخل فيه عوامل كثيرة مثل شخصية الإنسان وبنية الاجتماعية وتشكيله الثقافي و نفوذ قوى الضغط الاجتماعي في المجتمع، وأن وسائل الإعلام والاتصال تستطيع أن تحدث تغييرا معرفيا لدى الجمهور متى ما وظفت العوامل السابقة.
4. دراسة (خلايفية، 2021) بعنوان: (دور صحافة الأطفال في التنشئة الاجتماعية من وجهة نظر المربيات) دراسة ميدانية هدفت إلى ابراز أهمية ومكانة صحافة الأطفال و إلى تسليط الضوء على مساهمة صحافة الطفل في التنشئة الاجتماعية ودورها في تربيته وغرس المبادئ والقيم الثقافية فيه ومساعدته على التعلم ورفع مستواه على جميع الأصعدة من وجهة نظر المربيات، وخلصت الدراسة إلى أن صحافة الأطفال عبر القنوات التلفزيونية والإلكترونية أداة فعالة في التعليم والتثقيف و نقل المعرفة للطفل و ذلك يظهر في سلوكهم.
5. دراسة (قادم، 2022) بعنوان: (القيم الأخلاقية في وسائل الإعلام و تأثيرها على شخصية الطفل وسلوكه - الرسوم المتحركة نموذجا) دراسة تحليلية هدفت إلى توضيح تأثير برامج الرسوم المتحركة على سلوك

الطفل وتنشئته الاجتماعية، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت في نتائجها إلى أن العديد من المسلسلات الكرتونية طغى فيها الجانب السلبي والذي تمثل في ترسيخ العنف على الجانب الإيجابي المتمثل في تنمية خيال الطفل، وعدم وجود معلومات تثقيفية تضاف إلى معارف الطفل، بل توجد قيم مخالفة لتعاليم ديننا، وقيم أخرى خيالية تشغل الطفل عن واقعه.

6. دراسة (نبيل، ب ت) بعنوان: (الدور التربوي لوسائل الإعلام في بناء وترسيخ القيم المجتمعية) دراسة ميدانية باستخدام المنهج الوصفي والمسحي، هدفت إلى قياس تأثير وسائل الإعلام في بناء وغرس وترسيخ القيم لدى الشباب الإماراتي، وإلى محاولة تذليل ما قد يؤثر سلباً على دورها في تشكيل منظومة القيم الإيجابية وكانت أبرز نتائجها أن التلفزيون هو أكثر وسائل الإعلام تأثيراً وفاعلية في بناء الشخصية الإماراتية وتقديم القيم التربوية والمجتمعية، تليه الإذاعة ثم الانترنت.

التعقيب على الدراسات السابقة:

عبرت الدراسات السابقة على الفكرة الرئيسة وراء اختيار موضوع هذا البحث وهي التربية الإعلامية وضرورة الإيمان بها من أجل جيل جديد يؤمن بتعاليم الدين والأخلاق والقيم الحميدة، بينما تباينت الطرق التي استخدمتها في مواقفها من هذه الفكرة:

يتفق هذا البحث مع الدراسة الأولى في أنها قالت بأن وسائل الإعلام تلعب الدور الأهم في نشر وتعزيز القيم، إلا أنها أشارت إلى هذا الدور من خلال تحليل الخطاب الصحفي الوارد في مجلتي الدراسة فقط دون معرفة رأي المتلقي أو ولي أمر المتلقي في ذلك، عندما ذكرت أن مجلتي الدراسة كانتا حريصة على تعزيز القيم وتدعيمها، ولكنها لم تعكس مدى تحقق ذلك في سلوك الأطفال متبعي المجلات المدروسة.

. الدراسة الثانية حرصت على اعتبار البيئة الرقمية وضرورة تعزيز القيم فيها، متناسياً أن تعزيز القيم ونشرها وتدعيمها مطلب وهدف منشود في كل الأزمان ورغم ذلك، بل بالعكس علينا الاعتزاز والاحتفاظ بقيمتنا

الأصيلة خاصة في خضم هذا العصر المتسارع المليء بالملهيات والمذاهبات للتفكير السليم، وفي اتجاه آخر ذكر الباحث أن تأثير وسائل الإعلام في القيم تتداخل معه عوامل أخرى مثل تكوين الشخصية وبيئته الاجتماعية وتشكيله الثقافي وهذه إضافة لا يمكن أن نغفلها.

. أما الدراسة الثالثة التي طبقت على مربيات الأطفال لمعرفة دور الصحافة في التنشئة الاجتماعية عن طريقهن، فهذا يعد غير منطقي البتة، فالوارد جداً أن يكون دين ومرجعية وانتماء المربية غير دين ومرجعية وانتماء الأسرة والطفل، وما يعد في المجتمع الإسلامي (الجزائري) قيمة أخلاقية قد لا يكون لدى المربية كذلك، خاصة وأن الدراسة لم تورد أي تفاصيل عن المربيات.

في الدراسة الرابعة حدد نوع المحتوى المقدم للطفل والمراد قياس أثره على بناء شخصية الطفل، وتمثل في الرسوم المتحركة كنموذج تم تحليله، ولكن لم يحدد الباحث صنف الرسوم هل هي صنع محلي أم مستورد وفي ذلك مؤشرات قد تتضاد خاصة وأن نتائج هذه الدراسة جاءت بطغيان الجانب السلبي أكثر بكثير عن الإيجابي المتوقع وبالتالي لا يمكن تعميم النتيجة هنا على كل الرسوم.

. خامس الدراسات السابقة كانت على عينة من الشباب وليس الأطفال، وفي ذلك تأكيد أكبر على قدرة وسائل الإعلام على التأثير في مستوى ترسيخ القيم التربوية لدى شريحة أقل ما توصف بأنها مدركة إلى ما يعرض عبر وسائل الإعلام ولها سلطة القرار في إدارة عجلة التلقي والتعرض لهذه الوسائل.

نظرية البحث:

تصنف نظرية الغرس الثقافي ضمن نظريات الآثار المعتدلة لوسائل الإعلام وهي تتميز بالتوازن والاعتدال بحيث لا تضخم في قوة تأثير وسائل الإعلام ولا تقلل من هذه القوة، ولكنها تقوم على العلاقة بين اتجاهات و آراء الأفراد (الجمهور المتلقي) من ناحية وعادات المشاهدة لديهم من ناحية أخرى (المزاهرة، 2012) بمعنى أن التعرض المتكرر لوسائل الإعلام يؤثر في ثقافة المتلقي ولكن ذلك مربوط بمقدار التعرض، فكيف عندما يرتبط التعرض بمرحلة عمرية مبكرة - يكون المتلقي هو الطفل - وإذا كان واضح هذه النظرية جورج جرينبر ارتكز

على دراسة تأثير مشاهدة التلفزيون على الجمهور العام وكان ذلك في السبعينيات عام 1968 فإن هذا البحث يدرس نماذج من وسائل الإعلام الموجه للطفل (تلفزيون أو منصات رقمية مثل اليوتيوب أو مجلات أو راديو أو ...) والدور الذي تقوم به لغرس القيم الأخلاقية السامية والحميدة وتعزيزها فيه.

إن إدراك الطفل يتأثر بما يستقبله من رسائل إعلامية ممكن تكون في شكل أغنية أو قصة أو سلسلة كرتونية أو حتى لعبة عبر الأقراص المدمجة، ولكن كيف سيكون اتجاه التأثير إيجابي أم سلبي؟

عينة الدراسة التحليلية وخصائصها:

1. عينة من كرتون قناة سبستون: حلقات من سلسلة أمريكية باسم "أحلام تيمي" كوميديا وخيال أنتجت قناة نيكلودين مدبلجة للعربية، تقدم للفئة العمرية من 6 - 12 سنة، مدة حلقاته 23 دقيقة.
2. حلقات من سلسلة إيطالية 44 قطة كوميديا تقدم للفئة العمرية من 4-10 سنوات، مدة حلقاته 11 دقيقة ومدبلجة للعربية.
3. عينة من كرتون قناة ماجد: حلقات من سلسلة أمونة المزيونة كرتون إماراتي، يعرض على عدد من القنوات العربية تقدم للفئة العمرية من 3-10 سنوات، مدة الحلقة من 10-15 دقيقة.
4. حلقات من سلسلة قورميتي النسخة الأصلية (إيطالية - فرنسية) يعرض على عدة قنوات عربية وعالمية، مدة الحلقة من 20-25 دقيقة.

خصائص عينة الدراسة الميدانية بالأداتين الاستبيان والمقابلة فكانت كالتالي:

أولاً عينة الاستبيان: ن = 49

المتغير	تقسيماته	التكرار / ك	النسبة %
النوع	ذكر	6	12.2
	أنثى	43	87.7
الدور والمكانة	أب	6	12.2
	أم	40	81.6
	ولي امر من الأقارب	3	6.1
الوضع الاجتماعي	متزوج	49	100
	مطلق	0	
	أرمل	0	
	أعزب	0	
الوضع الاقتصادي	ضعيف	1	0.0
	متوسط	34	69.3
	جيد	14	28.5
المستوى العلمي	ثانوي	11	22.4
	جامعي	20	40.8
	أعلى من الجامعي	3	6.1

ملحوظة: بقي خمسة عشر من المبحوثين لم يختاروا أي من خيارات المستوى العلمي، وربما يعود ذلك إلى عدم توافقها مع مستوياتهم العلمية.

ثانياً: عينة المقابلة

استخدمت الباحثة المقابلة مقصودة من حيث تحديد النوع أو الجنس وبلغ عدد العينة (15) مفردة، سبعة منهم ذكور وثمانية إناث، تراوحت أعمارهم بين منتصف الثلاثينات والخمسينات، وفي خانة أولياء الأمور كانوا ستة آباء وسبعة أمهات وأثنان من الأقارب، وعن الوضع الاجتماعي كان (13) منهم متزوجين وأثنان عزاب، والغريب أن كل عينة المقابلة اتفقوا على أن وضعهم الاقتصادي متوسط، في حين اختلفت المستويات العلمية بين ثانوي أو ما يعادله وجامعي وأعلى من الجامعي.

وفيما سبق أوضحت الباحثة رغبتها في استخدام أداتي الاستبيان والمقابلة، وكان ذلك قصداً لتقرن منهجي الأسلوب الكمي والأسلوب الكيفي مع بعض لتقديم استقراء أوسع حول الموضوع، ولقد لمست بعد تحليل نتائج الاستخدام للأداتين تفسيرات مختلفة من بينها معرفة أولياء بعض الأمور لزوايا جديدة كعوامل تأثر في بناء وتدعيم القيم الأخلاقية جاءت من خلال المقابلة كأداة يرتاح إليها المبحوث أكثر على حد تعبيرهم، وسيرد شرح ذلك عند مناقشة النتائج.

الخلفية النظرية للبحث:

تشكل موضوع هذا البحث خلف الاهتمام بالتربية الإعلامية ودورها في تحقيق أهداف مجتمعية تربية، ولخلق مجتمع خالي من الأزمات والمشاكل العميقة والأمراض الاجتماعية علينا تدعيم فرص التربية الإعلامية وتحقيقها، من خلال بناء استراتيجيات المحتوى الإعلامي الهادف الموجه للبنية المجتمع وهي الطفل، ليعمل هذا المحتوى في خط متوازي مع الأسرة والمدرسة كأعمق مؤثرين في وجدان وسلوك الفرد (الطفل).

مفهوم التربية الإعلامية:

يبدأ مفهوم التربية الإعلامية من توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والسياسة الإعلامية للدولة، وينبغي أن يصل تأثيرها في كافة المجتمع، ولقد تطور هذا المفهوم بتطور دورة الحياة، وتعرف التربية الإعلامية على أنها هي مهارة الحصول على المعلومات وتوصيلها بكفاءة عالية، وهي أيضاً مجمل المهارات اللازمة التي يحتاجها الطالب والمواطن للتعامل و التعاطي مع سيل المعلومات وفرزها وتحليلها والقدرة على الانتقاء، ومقابلة التحديات المعلوماتية والتكنولوجية، وأول أهدافها تزويد المتلقي بالقيم والمثل العليا، وتنمية الاتجاهات السلوكية البناءة، والنهوض بالمستوى التربوي والفكري والحضاري والوجداني وهذا هو موضوع البحث ومشكلته (عبادة، 2018)

تعزيز القيم الأخلاقية في المجتمع:

تعد عملية تدعيم وتعزيز القيم الأخلاقية داخل المجتمع أحد وظائف مصادر التنشئة الاجتماعية (الأسرة - المدرسة - المسجد) ووسائل الإعلام مصدر منافس لهذه المصادر ولكن ليس في تدعيم القيم وتعزيزها فقط بل وفي تحطيمها، والقيم الأخلاقية مرتبطة بالمعتقد الديني الذي يستوعبها في كل الأزمان والأماكن، وتصنف قيم وطنية وقيم سياسية وقيم اجتماعية وقيم جمالية. (العرج، 2006-2007)

عرفت القيم الأخلاقية بأنها تلك القيم التي تفرضها معايير الخطأ و الصواب داخل المجتمع، كما هي معايير أفعالنا واتجاهات قلوبنا وعقولنا التي تصوغ كينونتنا وكيف نعيش، وكيف نعامل الآخرين على نحو أفضل،

فالأخلاق الحسنة هي الأعمال التي تحقق الاتفاق بين الجميع وتصور القوانين الموجهة لهذه الأعمال، و من القيم الأخلاقية احترام الكبير والوالدين وطاعتهم والصدق والعدل وعدم الحقد على الآخرين والتسامح و الحياء والأدب وحسن المعاملة مع الجميع، وترتبط القيم بجوانب متعددة منها فلسفية أخلاقية وسيكولوجية و اجتماعية و اقتصادية، وبمفاهيم أخرى كالاتجاهات والمعتقدات والدوافع والرغبات. (رتيمي، 2020)

كما تلعب وسائل الإعلام دوراً واضحاً في تغيير الاتجاهات وتعديلها وإشباع الرغبات، وتعزيز القيم الأخلاقية وتدعيمها من خلال أداء وظائفها المتمثلة في نقل المعلومات والأفكار، وتشكيل وجهات النظر، وتدعيم السلوك حول قضية أو حدث أو ظاهرة أو قيمة أخلاقية، وهذا من صميم العمل الإعلامي، الذي يجعل لهذه الوسائل أثر بالغ إيجابياً كان أم سلبياً.

دور الإعلام في تعزيز القيم الأخلاقية:

يعمل الإعلام من خلال وسائله المختلفة على تقديم المعلومة إلى المتلقي، إلى الفرد من خلال المجتمع، هذا متفق عليه، بل سخرت التقنية الجديدة تطبيقات متعددة لأجل ذلك، ولكن ما هو نوع المعلومة المقدمة ولاي وظيفة: الإعلام أم التعليم أم تشكيل لرأي عام أم تثقيف وترفيه أو ترويج لفكرة؟ فوظيفة تعزيز القيم الأخلاقية تشملها كل هذه الوظائف في تقديم آخر ولههدف مختلف.

كما يتولى الإعلام وظيفة سيكولوجية تتمثل في المساهمة الفعالة في توفير الاستقرار والأمن وبث قيم التوافق الاجتماعي بين أفراد المجتمع وذلك عن طريق تعديل وتدعيم الاتجاهات أو تغييرها لدى أفراد المجتمع، حيث تقوم الأسرة والمسجد والمدرسة الجامعة وكافة الجهات العامة بوظيفة الضبط الاجتماعي، بالإضافة إلى إن الإعلام يجعل من التأثير في المجتمع ومحاربة الأمراض الاجتماعية فيه محكاً أساسياً ومهماً من منطلق تأثيره في وسائل الضبط تلك وتحقيق التجانس في المجتمع، وتبعاً لذلك يضع الإعلام المعايير الثقافية الضابطة لأي انحلال أو تخلي عن القيم الأخلاقية ولو بمؤشر بسيط يعزز هذا التجانس (جبارة، 1984)

و ذهبت إحدى الدراسات إلى أن السبب في تردي الأخلاق والذوق العام هو غياب أهل الفكر والثقافة في المحتوى الإعلامي بمحطات التلفزيون، ما جعل الناس تلجأ لوسائل التواصل الاجتماعي لسهولة أساليبها في العرض وجذب القارئ، فالمواضيع التي تعرض واحدة ولكن الطرق مختلفة، و إنه لا بد من تطوير وسائل الإعلام التقليدية كالإذاعة والتلفزيون وتزويدها بالأساليب والمحتوى التي يجذب الجيل الجديد، وتقديم مسلسلات قصيرة تعرض قضية وحلها، فالجيل الجديد لا يبحث عن المسلسلات والكتابات الكبيرة بل يحتاج إلى الوسائل السريعة، وتشير ذات الدراسة إلى أن تدعيم القيم والأخلاق والسلوكيات يحتاج إلى فترة طويلة لأن ما شهدناه في السنوات الماضية من انفلات أخلاقي بالمجتمع، نحتاج إلى التطوير وتقديم المحتويات المفيدة مع تواجد أهل الخبرة والمثقفين وتقديم النماذج الإيجابية و أيضاً أنه يجب على الإعلام أن لا يسعى لانتهاك الوضع الأخلاقي لتحقيق الربح، وأن يمتنع عن استخدام النماذج السلبية، والإتيان بما يعزز الانحرافات الأخلاقية، بل و عليه أن يجتهد في تكريس النماذج الإيجابية من خلال طرح القصص الإيجابية والأوليات الحقيقية وليست المزيفة للوصول للنزعة المالية، كما أنه لا بد من إدراك آليات التلقي الراهنة وتطوير المستوى الإعلامي لمخاطبة المجتمع من خلال آليات التلقي المعاصرة. (فكري، 2021)

وفي ظل تنوع وسائل الإعلام في البيئة الاتصالية الجديدة، أصبح تأثير بعضها على بعض وعلى المجتمع مضاعف، وأمسى لكل منها قدرة على الإقناع تزيد وتقل عن غيرها حسب خصائص الوسيلة والجمهور، ولا سيما إذا كان الجمهور في مرحلة الطفولة حيث تسيطر وسائل الإعلام في مجملها على اهتمام الطفل فيبدأ من عمر السنتين في مشاهدة الشاشة لتلفزيون أو هاتف أو كمبيوتر أو ...وفي الخامسة يكون الكل تقريباً يشاهد فعلاً التلفزيون و تطبيقات الانترنت من خلال الأجهزة الذكية وأحياناً يقرأ المجلات المتخصصة المصورة -غير أن استعماله للراديو يكون محدوداً- ومن الطبيعي أن تكون هذه الوسائل هي وسيلة الطفل بعد أسرته إلى تعلم المعايير السلوكية ليشعر بالتوافق الاجتماعي مع المحيطين به، وحثه على القيم التي تشعره بحب وقبول الآخرين له. (إمام، 2006)

تعزيز القيم لدى الطفل:

يربى الطفل وتشكل شخصيته منذ الصغر ليصبح فرداً مؤثراً وفاعلاً في بناء المجتمع، ويتمثل التشكيل في تدعيم حبه وموافقته للقيم الأخلاقية والسلوك الحميد وما أمر به دين الإسلام حتى يقوى بناء المجتمعات العربية وتصح القاعدة والأساس ويشد الأصل القيمي وتكون النتائج مرضية، حيث تساهم وسائل الإعلام مع الأسرة في هذا التشكيل من خلال التنشئة الاجتماعية، لقدرتها على الترفيه والتثقيف والتأثير على عقلية الطفل ووجدانه في وقت واحد، خاصة وأن وسائل الإعلام تعتبر أداة هامة للتعليم المباشر إذ تنقل إلى الفرد المعلومات والمعارف والأخبار المحلية المختلفة، وتقدم له الكثير من عادات وتقاليده الجماعات والمجتمعات المختلفة، حيث يرى بعض الباحثين أن وسائل الإعلام تستطيع خلق آراء عن الموضوعات وتكوين الصور الذهنية عند الأطفال، وستظل وسائل الإعلام الجماهيرية تلعب دوراً رئيسياً في إمداد الأطفال بصفة خاصة، والأفراد والشعوب بصفة عامة بالمعلومات والرسائل التي تتكون منها الصور المنطبعة ويعمل على إشباع الاحتياجات الإنسانية لمرحلة الطفولة ومن أهم هذه الاحتياجات التي تسعى وسائل الإعلام إلى إثرائها حاجات النمو العقلي وتساهم وسائل الإعلام مساهمة فعالة في تثقيف الطفل يرغب الأطفال في أن يكونوا مثل الشخصيات الناجحة التي يرونها في الخيال، ويميلون إلى تقليدها سواء أكانت خيرة أم شريرة. (يمينة، 2008)

و الطفل من خلال خياله يتفاعل مع ما (يسمع ويشاهد و يقرأ) أحياناً إلى درجة التقليد بترديد الكلمات أو تجسيد الأفعال، وذلك يعد من صور التفاعل الإيجابي، خاصة الطفل في المراحل التكوينية الأولى من حياته يعيش مرحلة الاكتشاف التي قد تتحول إلى مرحلة تجربة وتعبير عن الذات بوسائله المتاحة وبحسب تطور إدراكه ووعيه بنفسه والعالم من حوله، و لأن الغرائز والقدرات الفسيولوجية لم تكتمل عنده بعد، فمن الطبيعي أن يستعمل من وسائل الفهم والتعبير ما هو متاح له وليس ما هو في وضع الاكتمال (أمين، 2011) ولذلك يجب التركيز والاهتمام بالمحتوى الموجه إليه، وفي سياق النظريات الإعلامية التي يرتبط بها موضوع تعزيز القيم لدى

الأطفال، تتحقق عملية تعزيز وتدعيم القيم في إطار نظرية الغرس الثقافي وفرضياتها القائمة على قدرة وسائل الإعلام على الغرس الثقافي في أذهان أفراد المجتمع سواء و لاسيما في المرحلة العمرية الأولى الأكثر تأثراً، وذلك من واقع قوة تأثير الإعلام عليها، أما فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباع فتقضي بحقيقة تعرض الأطفال لوسائل الإعلام لحبهم التسلية المتمثلة في القصص الكرتونية والأغاني و الأناشيد وغيرها من البرامج، ونحن ندرك أن الطفل يتعرض للمحتوى دون تخطيط مسبق منه وحتى انه لا يستطيع شرح سبب واضح لذلك و أنه يتعرض ليحقق إشباع الترفيه والتعلم، و فرضية تحديد الأجندة القائلة بأنه لا يمكن لوسائل الإعلام أن تغير ما يفكر فيه الناس بسهولة وخاصة فيما يتعلق بالقضايا المهمة والقيم الأخلاقية، ولكن تستطيع أن تؤثر فيما يفكر فيه الناس في أي من القضايا المطروحة للنقاش (بومعيزه، 2005-2006) وهو يتمحور فيما تحدده وسائل الإعلام من قيم أخلاقية وثقافية يجب غرسها وتدعيمها وتعزيزها .

عرض ومناقشة نتائج الدراسة

أولاً: عرض نتائج الدراسة التحليلية

أظهر التحليل العام للمسلسل الكرتوني "أحلام تيمي" الكوميدي الخيالي أن تيمي قدم صورة الطفل الوحيد بالمنزل دون أشقاء ووالداه دائماً بالخارج لذلك اوجدوا له جليسة لترعاه، ولكنها كانت أحد رموز الشر في المسلسل وقد ظهر له مساعدان يحققان أمنيه، حيث أوضحت عملية تحليل محتوى المسلسل مجموعة النتائج التالية:

1. يظهر من المتابعة العامة للمسلسل أن نسبة الترفيه فيه أعلى من التعليم والتثقيف.
2. يعزز المسلسل الخيال كثيراً ويتمثل ذلك في التنفيذ بدون تخطيط وتفكير فيعد ذلك مخالف للواقع، ولكنه بذلك يدعو إلى التفكير والتخطيط والصبر أيضاً.
3. يقدم المسلسل أساليب مقاومة الشر المتمثلة في مكافحة التمر على الآخر كواجب إنساني.
4. يدعو المسلسل إلى عدم الإفراط في الأماني، كما توجد به قيم أخلاقية مرغوبة مثل احترام الكبير والمحافظة على الصداقة والتعاون من أجل الخير.

أظهر التحليل العام للمسلسل الكرتوني (44 قطة) حب الإنسان للحيوان الأليف ورعايته والرفق به وفي ذلك إتباع لما أمر به رسولنا الكريم، وتمثل ذلك في حب الجدة لقططها، حيث افرزت عملية التحليل مجموعة النتائج:

1. بين سيناريو المسلسل قيم أخلاقية أكبر في شكل التعاون والتعاطف مع الآخرين ومساعدتهم.
2. كرس المسلسل دور المغامرة في حل المشكلات، ودعا إلى العمل الجماعي والدفاع عن الصداقة.

أظهر التحليل العام للمسلسل الكرتوني "أمونه المزيونة" أسس بناء الأسرة العربية والتعامل مع تفاصيل الحياة اليومية في المنزل وبين المدرسة والمنزل، وتوضيح لدور الأسرة في حياة الفرد. وقد أدت عملية تحليل البيانات إلى تقديم مجموعة النتائج التالية:

1. استعرض المسلسل حياة الطفل العربي في كنف أسرة تدعمه وتحميه وتدافع عنه وهي صورة خاصة بالثقافة العربية، وقلما يوجد لها نظير في الثقافات الأخرى.

2. قدم المسلسل قيماً أخلاقية وإنسانية مرغوبة مثل احترام الوالدين وطاعتهم، واحترام الكبار والاستماع إليهم، إلى جانب حب النظافة والتنافس بين الزملاء لتحقيق النجاح والإصرار على الوصول إلى الهدف.

3. قدم المسلسل أساليباً علمية تساعد الطفل في مناقشة تطورات البيئة المجتمعية وأثر دخول التكنولوجيا في حياة الإنسان وسيطرتها عليه بطريقة تضره قبل أن تنفعه.

4. تناول المسلسل التفاصيل اليومية التي تعترض الأسرة بشيء من السطحية فلم يتعمق في تبين الظروف والمسببات لكي يظهر ذلك بأكثر واقعية.

5. يعبر المسلسل عن موقفه من تعاليم الدين إذ يظهر حجاب المرأة بشكل مخالف متمثل في غطاء رأس أم أمونه الذي يبدو في منتصف رأسها وشعرها خارج الحجاب، وفي ذلك تناول على فرض أوجبه الدين الإسلامي حفاظاً وكرامة المرأة،

أظهر التحليل العام للمسلسل الكرتوني "قورمتي" بدءاً من أغنية المقدمة أو الشارة (العالم في خطر داهم) عدم الأمان في الحاضر والتخوف من المستقبل وفي ذلك دعوة إلى القنوط من رحمة الخالق ونكران فضله على البشرية. وقد أدت عملية تحليل البيانات إلى تقديم مجموعة النتائج التالية:

1. يشجع المسلسل الطفل على تبني أساليب العنف والبقاء على التأهب الدائم إلى القتال وقفل باب الصفح والحوار والنقاش مع الطرف الآخر.

2. يعد سيناريو هذا المسلسل نسخة مكررة لمسلسلات سابقة تكرر قصص الصراع والعنف حباً في البقاء والقضاء على الآخر، وحتى عندما قدم فريق الصراع على أن كل واحد فيهم يمثل (الخير والشر) إلا

أنه تم تقديم الأختيار على هيئة غير بشرية وتمثل ذلك في شكل الأذن التي أخذت شكل مثلث لأعلى وكأنها لمخلوقات أخرى، كما قدم الشخصيات الشريرة في أشكال غير مكتملة.

3. لم يضيف المسلسل أي أفكار جديدة للطفل، وكأنه وضع فقط لسد الفراغ البرمجي في الخارطة الزمنية لأي قناة يعرض عليها.

ثانياً: عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية:

الجدول (2) يرصد متابعة ولي الأمر لطفله أثناء التعرض لوسائل الإعلام

هل تتابع تعرض طفلك للمحتوى المقدم عبر وسائل الإعلام	ك	%
نعم	23	46.9
لا	12	24.4
أحيانا	14	28.5
المجموع	49	%100

مثلت نسبة من قالوا أنهم يتابعون أطفالهم أثناء التعرض للمحتوى نصف عينة الاستبيان تقريباً، وهذا يناقض اعتقاداً سائداً يقول بالمطلق إن الأسر لا تتابع أطفالها عند التعرض لوسائل الإعلام، ونسبة من قالوا أحيانا يتابعون لم تتعد كثيراً عن نسبة من لا يتابعون أطفالهم أبداً وفي هذا إشارة إلى ضرورة أن يكون المبحوث يتابع لكي يستطيع الإجابة بواقعية على أهم الأسئلة في الاستبيان.

الجدول (3) يرصد مدى المتابعة للطفل عند تعرضه للمحتوى

ما مدى متابعتك للطفل عند تعرضه للمحتوى	ك	%
دائماً	28	57.1
أحياناً	19	38.7
أبداً	2	4.0
المجموع	49	%100

يوضح الجدول هنا الفرق بين المتابعة ومدى المتابعة هل هي دائماً حتى يدرك ولي الأمر الواقع تماماً والتي جاءت بنسبة 57.1% وتكون إجابته وافية حقيقية، أما المتابعة أحياناً التي كانت نسبتها 38% ترى الباحثة أنها معقولة جداً معبرة عن الواقع المعاش لأولياء الأمور، ونسبة 4.0 % - ضعيفة جداً مقابل ما سبق - والتي عنت أن أغلب أولياء الأمور تقريباً يتابعون أطفالهم عند التعرض للمحتوى تفهماً منهم لدور الإعلام في تشكيل الأفكار والقيم والسلوك لدى الطفل.

الجدول (4) يرصد نوع وسيلة المحتوى المفضل لدى الطفل

ما نوع الوسيلة المفضلة لدى الطفل	ك	%
مقروءة	1	2.0
مرئية	27	55.1
مسموعة	1	2.0
كل ما سبق	20	40.8
المجموع	49	%100

يوضح الجدول تفضيلات الأطفال لوسائل معينة، وكان أضعف التفضيل بنسبة 2.0% للوسائل المقروءة والمسموعة سواء، بينما للوسائل المرئية 55.1% في تناقض كبير، ويرجع ذلك في رأي الباحثة إلى خصائصها التي تعد عناصر جذب كلاً على حدا و تتمثل في الصورة بأنواعها والصوت و المؤثرات والألوان وأسلوب السرد وكل ذلك يسهم في تقدم المعلومة بسهولة إلى الطفل لإشباع وتحقيق حاجته و رغباته، وفي الوقت الذي أتت فيه نسبة خيار (كل ما سبق) عالية أيضا بلغت 40.8% فهي نتيجة تتسحب على الأكبر سناً في المبحوثين الأقدر على استخدام المحتوى من خلال التلفزيون والكمبيوتر والهاتف الذكي.

ولمزيد من التفصيل أضيف سؤالاً عن اسم المصدر ناقل المحتوى، فكانت الإجابة متنوعة في الأسماء ومتعددة في النوع: حيث فضل بعض المبحوثين الكتاب ومجلات الأطفال والتلفزيون، كما ذكروا قنوات أخرى لم تدخل في التحليل مثل قناة كراميش وقناة international geography وقناة mbc3 وقناة Kids الجزائرية، بينما اختار بعضهم تطبيقات شبكة الانترنت كمصدر ناقل للمحتوى مثل اليوتيوب ووسائل التواصل الاجتماعي من خلال جهاز الكمبيوتر و I pad، والهواتف الذكية، والأجهزة الإلكترونية مثل البلايستيشن. ومن جهة أخرى اعتبر بعض المبحوثين أفلام ديزني وقصص الأطفال الكرتونية والرسوم المتحركة والألعاب الإلكترونية وأغاني الأطفال والأنشيد والألعاب التفاعلية هي مصادر نقل المحتوى بالنسبة لهم.

الجدول (5) يرصد تقدير المدة الزمنية التي يتعرض فيها الطفل للمحتوى

ما هو تقديرك للمدة الزمنية التي يتعرض فيها الطفل للمحتوى	ك	%
جزء من اليوم	31	63.2
نصف اليوم	15	30.6
كل اليوم	3	6.1
المجموع	49	%100

حسبت البيانات التي تحصلت عليها الباحثة بنسبة 63.2% من المبحوثين قالوا بأن الأطفال يقضون فقط جزء من يومهم في التعرض لوسائل الإعلام، وربما يعود ذلك لأجراء الدراسة الميدانية أثناء السنة الدراسية مع وجود اهتمامات أخرى لديهم مثل المشاركة في أنشطة مختلفة، ورأت مجموعة أخرى نسبتها 30.6% ان مدة التعرض للمحتوى (نصف اليوم) مشيرة إلى فئة لا تمارس أي نشاط آخر بعد الرجوع من المدرسة غير التعرض للتلفزيون، أما الأطفال الأقل من عمر الدراسة الذين وصلت نسبة تعرضهم على مدى اليوم 6.1% كانوا أكثرهم فرصة للتعرض.

الجدول (6) يبين نوع المحتوى الذي يتعرض له الطفل

ما نوع المحتوى الذي يتعرض له الطفل	ك	%
ترفيهي	27	55.1
تعليمي	6	12.2
إرشادي	3	6.1
تنقيفي	9	18.3
آخر	4	8.1
المجموع	49	%100

يبين الجدول السابق أكثر أنواع المحتوى متابعة وهو المحتوى الترفيهي وهذا طبيعي لأطفال في هذه المرحلة العمرية وكانت النسبة المعبرة عن ذلك 55.1%، ثم يأتي المحتوى التنقيفي في المرتبة الثانية بنسبة 18.3% ثم التعليمي و أخيراً الإرشادي على التوالي، وتشير الخانة الأخيرة (آخر) عن نسبة بلغت 8.1% بإشارة إلى أنواع أخرى غير مذكورة في الخيارات قد يكون المقصود محتوى مختلط بين الأنواع المذكورة، ويجدر بالباحثة الإشارة هنا إلى أن بعض المبحوثين كانت خياراتهم متعددة مثل اختيار (الترفيهي والتعليمي معاً أو الترفيهي والتنقيفي وهكذا) مما جعل هذه الخيارات تخرج عن حساب النسبة نظراً لذلك.

الجدول (7) يرصد تقديم المحتوى للقيم الأخلاقية من عدمه

هل يقدم المحتوى قيم أخلاقية	ك	%
نعم	17	34.6
لا	3	6.1
أحياناً	29	59.1
المجموع	49	%100

تعد بيانات هذا الجدول الفصيل في موضوع البحث الرئيس، حيث أتت نسبة جيدة نوعاً ما 34.6% لمن قالوا ان المحتوى يقدم قيماً أخلاقية، ونسبة بسيطة جداً بلغت 6.1% لمن نفوا تقديم المحتوى للقيم، ونسبة عالية بلغت 59.1% ممن اختاروا (أحياناً) كأنهم بذلك لا يعترفون بدور هذا المحتوى في تقديم وتدعيم القيم الأخلاقية أو أنهم غير متابعين بدقة للمحتوى، لذلك جاءت إجاباتهم بشكل عام.

الجدول (8) يبين مدى تأثير المحتوى على سلوك طفلك

ما مدى تأثير المحتوى على سلوك طفلك	ك	%
عالي	9	18.3
متوسط	33	67.3
ضعيف	7	14.2
المجموع	49	%100

أجاب ما نسبتهم 18.3% بأن تأثير المحتوى على سلوك الطفل عالي، وهي نسبة غير متوقعة بناء على استقراء الواقع الذي يعيشه الطفل في ظل تعرضه لوسائل الإعلام، بينما النسبة الأكبر هنا 67.3% أكد فيها المبحوثين أن للمحتوى تأثير متوسط ليس بالكبير على سلوك أطفالهم وهذا يتطابق تماماً مع النتيجة السابقة حول الاعتراف بتقديم محتوى الأطفال للقيم من حيث ارتفاع النسبة، بما يعني واقعية النتيجة مادام تقديم القيم وتدعيمها ليس أحياناً، أما 14.2% فكانت نسبة الذين قالوا بضعف التأثير و ترجح الباحثة أن يكون سبب عدم التأثير بالمحتوى هو سوء توصيل الرسالة الإعلامية المقدمة للقيم الأخلاقية، أو سوء تمثيل المعلومات الخاصة بالقيم الأخلاقية

الجدول (9) يرصد أساليب تقليد طفلك للسلوكيات عبر المحتوى

هل يقلد طفلك ما يتعرض له من سلوكيات	ك	%
دائماً	6	12.2
أحياناً	36	73.4
لا يقلد	7	14.2
المجموع	49	%100

تدعم بيانات هذا الجدول ما جاء من نتائج في الجدولين (8- 9) حيث اوضحت النسب الإحصائية أن الطفل لا يقلد دائماً السلوكيات التي تُصدر إليه عبر المحتوى ولذلك كانت النسبة منخفضة (12.2%) وأنه لا يقلد أبداً السلوك بنسبة 14.2%، في حين تقليده لذلك يظهر بعض الأحيان بنسبة 73.4% ولا يظهر أحياناً أخرى، بمعنى آخر أن الطفل يتأثر فعلاً بما يقدم له وهذا يفسر ضرورة الاهتمام بمحتوى الطفل خاصة في جانب غرس القيم الأخلاقية المجتمعية.

الجدول (10) يوضح مستوى معرفة حقيقة تقديم المحتوى لبعض القيم الأخلاقية

هل يقدم المحتوى الموجه إلى الطفل هذه القيم أو بعضها	ك	%
نعم	28	57.1
لا	4	8.1
أحياناً	17	34.6
المجموع	49	%100

يبين الجدول مستوى تقديم القيم الأخلاقية للأطفال عبر وسائل الإعلام، حيث أجاب ما نسبتهم (57.1%) يمثلون قرابة نصف العينة بأن وسائل الإعلام التي يتعرض لها الطفل تقدم له مجموعة من القيم التربوية والأخلاقية عبر محتواها، وهذا في نظر الباحثة مستوى جيد ومنصف، وفي المقابل أجاب ما نسبتهم (8.1%) بأن المحتوى لم يقدم هذه القيم بشكل مناسب في المحتوى المقدم للطفل، بينما أوضح ما نسبتهم (34.6%) بأن وسائل الإعلام تقدم القيم التربوية بنسبة لا بأس بها حيث أن هذه القيم تقدم للطفل أحياناً وليس بشكل دائم.

الجدول (11) يبين مدى موافقة المبحوثين على فكرة استخدام بعض المحتوى لغايات خبيثة تضر بالطفل

هل يمثل بعض المحتوى الموجه إلى الطفل الضرر له	ك	%
أوافق	29	59.1
محايد	14	28.5
لا أوافق	6	12.2
المجموع	49	%100

وافقت نسبة كبيرة من المبحوثين (59.1%) على فكرة احتمال أن يمثل بعض المحتوى الموجه إلى الطفل ضرراً عليه وهو ما يفسر بواقعية حجم المشكلة إذا لم يقف القائمين على الإعلام والمهتمين بالقضية لمعالجتها جذرياً، و يفسر أيضاً وعي الناس بأهمية إيجاد إعلام خاص بالطفل يقوم على دراسة وافية و استراتيجية حول عمق الإنتاج وتحقيقه أهداف سامية أخلاقية، و جاءت نسبة (28.5%) للذين يقفون موقف الحياد من الفكرة وهذه منطقة ضبابية لا نستطيع الركون إليها عند تقرير أو تفسير النتيجة، أما من أبدوا عدم الموافقة على هذه الفكرة كانت نسبتهم (12.2%) و قد يرجع ذلك لبساطة تفكيرهم و تفسيرهم حيال هذه القضايا.

الجدول (12) يوضح مدى التوافق مع تأثير المحتوى الجيد في بناء شخصية الطفل وفي نجاح المجتمع

المحتوى الجيد يؤثر في بناء شخصية الطفل ثم في نجاح المجتمع	ك	%
أوافق	43	87.7
محايد	6	12.2
لا أوافق	0	0
المجموع	49	%100

أوضحت نتائج تحليل الجدول قوة ردة فعل مبحثين حول هذا التساؤل ووضوحها مقارنة بردة فعلهم عن التساؤلات السابقة، وربما يعود السبب إلى الربط بين بناء شخصية الطفل و نجاح المجتمع، بمعنى تعظيم النتيجة بعد تأثر الطفل بالمحتوى الجيد المقدم إليه، فظهرت نسبة أعلى قدرت ب(87.7%) للذين وافقوا على أن المحتوى الجيد سيؤثر في بناء شخصية الطفل وبالتالي ستؤثر هذه الشخصية في دورة حياة المجتمع الذي سيتقدم ويزدهر نتيجة ذلك، فالطفل السوي اليوم هو رجل المستقبل و عماد المجتمع، اما من حaidوا هذه العلاقة يمثلون نسبة (12.2%) و لا تعليق على ذلك سوى أنهم لا يعون أثر وسائل الإعلام وقدرتها على الغرس الثقافي و التغيير الاجتماعي و ترتيب الأولويات ووضع الأجندة، في حين خرجت النسبة صفرية لخانة (لا أوافق) كتضمنين صريح لذلك الأثر وحقيقة تأثير المحتوى الجيد في بناء شخصية الطفل السوي المنتج لينهض بالمجتمع .

ثالثاً: عرض ومناقشة نتائج بطاقة المقابلة

قصدت الباحثة من فصل نتائج الاستبيان عن نتائج المقابلة الشخصية، لتجربة الأسلوب الكيفي في تحليل النتائج بهدف استقراء الحال واكتشاف مستقبل الموضوع قيد الدراسة، حيث أسفرت عملية تحليل بطاقة المقابلة عن رصد النتائج التالية:

1. يتابع أولياء الأمور تعرض أطفالهم للمحتوى المقدم إليهم عبر وسائل الإعلام وعبر تطبيقات الأجهزة الذكية المربوطة بالإنترنت، إن لم يكن دائماً فعلى الأقل أحياناً ولكن هذه المتابعة بشكل عام متقطع بدون تعمق، وقد تنعدم أحياناً أخرى، وعلل بعض أولياء الأمور ذلك بانشغالهم وتركيزهم في أمور حياتية أخرى.
2. كل الأطفال بدون استثناء يفضلون المحتوى المرئي سواء عبر التلفزيون أو عبر تطبيقات الإنترنت، في حين البعض القليل فضل أنواع أخرى بمرافقة التلفزيون، وفي ذلك ترى الباحثة أن عدم تفضيل المحتوى المقدم عبر الوسائل المقروءة أو المسموعة لندرة إنتاجها وانعدامه وعدم إتاحتها للطفل ليس إلا.
3. يتعرض الأطفال لمصادر مختلفة تنقل المحتوى مثل القنوات المتخصصة (mpc3 - سبيستون - نيكلوديا - CN - ماجد - توم وجيري) وأشكال فنون متعددة مثل قصص الرسوم المتحركة سبونج بوب والأغاني والأناشيد والمسلسلات العربية والمذبلة مثل " رومو وديانا " شفا" إلى جانب قنوات اليوتيوب والمقاطع الفكاهية والمهارات فيها.
4. بما أن الأطفال محل الدراسة في مرحلة عمرية مبكرة، فجلهم يتعرضون للمحتوى جزء من اليوم إلى نصف اليوم باعتبارهم إما يقضون وقتاً في الدراسة أو يلعبون مع أشقائهم وأقرانهم.
5. عند السؤال عن نوع المحتوى تسابق الكل في الإجابة باختيار (الترفيهي) وبعض يسير اختار إلى جانب الترفيهي الإرشادي والتعليمي والتثقيفي.
6. يقدم بعض المحتوى قيماً أخلاقية ويراه بعض أولياء الأمور معكوساً في أخلاقهم وأدبهم، والبعض الآخر لا يساهم حتى تقديم القيم إلا بنسبة ضئيلة جداً (1%)، ونظراً لأن بعض المبحوثين قالوا منذ البداية أنهم لا

يتابعون تعرض أطفالهم للمحتوى او على الأقل بشكل جيد، فذلك قد يكون سبب كافي لعدم معرفتهم بتقديم القيم الأخلاقية من خلال المحتوى من عدمه.

7. يؤثر المحتوى على سلوك الطفل من درجة متوسطة إلى عالية غالباً ويتمثل ذلك في تحول الطفل الذي يداوم على مشاهدة العنف إلى عصبي المزاج، وفي تكرار طلباتهم وارتفاع سقف الطلبات ليتناسب مع مستوى الحياة في القصص والمسلسلات، وتنفيذ بعض الهبات والترندات العالمية، خاصة المنتشرة عبر اليوتيوب والتك توك، وغريزة المحاكاة موجودة في الطفل بالذات في الجانب المهاري.

8. يقلد الأطفال محل الدراسة بعض السلوكيات التي تمرر إليهم خلال غرس بعض القيم، مثل قيمة الأمانة وسلوك إرجاع الطفل الشيء الضائع إلى صاحبه، والتحدث باللغة العربية الفصحى وتقليد الشخصيات وبإتقان، وتقليد طريقة الأكل بهمجية كما في قنوات اليوتيوب وبرامج صراع الأكل، وقناة طيور الجنة والدور الذي تؤديه في اكساب وتعليم الطفل القيم الإسلامية، وتحفيز الطفل بعض الأناشيد ذات الكلمات الهادفة.

9. يدعم بعض المبحوثين فكرة تقدم المحتوى الأخلاقي والتربوي عبر التلفزيون بعض القيم الأخلاقية مثل الأمانة واحترام الكبير والتعاون كمساعدة الضير على قطع الطريق، و مساعدة الأم في أعمال المنزل، ونهاية الكذاب وذنوب الكذب، عكس المحتوى المقدم عبر التطبيقات التي تبحث عن تحقيق المشاهدات فقط، و اختلف معهم بقية المبحوثين حيث نفوا ذلك من وجهة نظرهم قائلين بأن تشكيل القيم وتدعيمها كان في زمن سابق منذ سنوات طويلة عندما كانت الرسوم المتحركة توجه رسائل إيجابية محددة وواضحة مثل رسوم (عهد الأصدقاء - لحن الحياة - مغامرات زينة وغيرها).

10. اتفق المبحوثين بشدة حول بث (بعض المحتوى الموجه للطفل) رسائل مؤدجلة وغايات خبيثة تهدر وقت النشء فيما لا ينفعهم، ويضرهم أخلاقياً و نفسياً و اجتماعياً على جميع الصعد، عدا أحدهم الذي فسر عدم اتفاقه تماماً مع الفكرة قائلاً " لا نستطيع التعميم فبعض مسلسلات الأطفال جيدة وبمضمون لا يخلو من تدعيم القيم الإيجابية" ويبدو في الموقفين الاتفاق فالرأي الأول قال بعض المحتوى يبث رسائل مؤدجلة و

خبیثة، والرأی الثانی قال بعض المسلسلات لا تخلو من القیم الأخلاقیة، ما یؤكد أنه فعلاً یوجد بعض المحتوی الذی یوظف لمحاربة القیم الأخلاقیة فی الطفل، كما أكد المبحوثین من واقع متابعتهم بعض القنوات الّتی تبث مضامین تضرب بتعالیم الدین والخلق الحسن مثل قناتی نیکلودیا و CN، والّتی تم حذفها من علی جهاز الاستقبال (الدیجتال) بل و وصفوا ذلك بأنه حرب علی النشء، ویقصد به إهدار وقتهم فیما لا ینفیدهم

- دعم المبحوثین جملةً العبارة القائلة بأن المحتوی الجید یؤثر فی بناء شخصیة الطفل ثم یؤثر هذا الطفل السوی فی نجاح المجتمع، بالموافقة الكاملة وعلقوا علی ذلك بأن إعلام الطفل نقطة أساسیة فی بناءه، والطفل المبنی علی أسس تربویة مجتمعیة، هو الطفل السلیم الذی یرتفع المجتمع، و ان دور الإعلام لا یقل عن دور الأسرة والمدرسة فی تشکیل شخصیة الطفل، و أن أخطر ما یسوق له الإعلام المؤدلج علی سبیل المثال لا الحصر فكرة المثلیة والترویج لها فی برامج و أغانی الأطفال وسخروا لها شخصیات معروفة فی رسوم الأطفال، كذلك تسلیط الضوء وبتركیز علی الشخیصات الهلامیة والسلبیة لترویج أسلوب عدم اللامبالاة حیاة التفاصيل الحیاتیة، لشغل الطفل عن تکوین ذاته وفق ما یرتفع فعله وما یصح من سلوك یناسب عقیدته و دینه ومجتمعه.

النتائج العامة للدراسة:

1. أن مضامين الرسوم الكرتونية عينة الدراسة تعرض قيماً أخلاقية متنوعة بتنوع المسلسلات، بمعنى أنها لا تسعى لأن تحمل القيم الأخلاقية التي يجب أن يتشبع بها الطفل العربي المسلم، بقدر ما تتعاطى مع ذلك كيفما يتوفر وليس كما يجب، وإن تناول القيم الأخلاقية في إعلام الطفل لم يعد هدف أو غاية، ويظهر التباين في عرض القيم كبيراً.
2. أغلب برامج الإعلام الموجه إلى الطفل عبر القنوات العربية هو صناعة غربية بثقافة غربية لا تتصل بالطفل المسلم العربي.
3. أن اهتمام أولياء أمور الأطفال بمتابعة ما يتعرض له أطفالهم في هذه المرحلة يدل على وعيهم بحساسية الموضوع، وإن كان ذلك يتفاوت بينهم من دائماً إلى أحياناً، وإن هذا الوعي لم يكن بنفس الدرجة سابقاً، وترجع الباحثة ذلك إلى اختلاف شكل المحتوى الموجه إلى الطفل عنه قديماً، حيث كانت وجبة الطفل ذات فائدة تحوي القيم الأخلاقية والعلمية و أفضل بكثير من الآن حيث زمن غلبة البحث عن الربح أكثر من الجودة، ولكن هذا الاهتمام يتراجع أمام تهافت الأطفال وعنادهم للاطلاع على الأجهزة الذكية والتعرض إلى تطبيقات الانترنت.
4. أن الطفل يفضل المحتوى المرئي الترفيهي ويتأثر بالمحتوى الموجه إليه سلباً وإيجاباً، وأصبح التلفزيون يوازي تطبيقات الانترنت عبر الأجهزة الذكية (الكمبيوتر والهاتف) وأحياناً كثيرة تتفوق التطبيقات على التلفزيون في مستوى التفضيل.
5. إن الطفل يقلد ما يقدم إليه في المحتوى غالباً سواء أكان فعل أو قول، وإن كان المحتوى لا يقدم قيماً أخلاقية إلا بنسب قليلة، خاصة أن أكثر المحتوى مستورد يعبر عن ثقافة غير ثقافتنا وعن هوية غير هويتنا.
6. إيمان أولياء الأمور بدور وسائل الإعلام والاتصال في تدعيم وتعزيز القيم الأخلاقية لدى الطفل وتأثر الطفل بها وتأثير الطفل في صحة بناء المجتمع.
7. تفسر نتائج البحث ما قدمته نظرية الغرس الثقافي من خلال تفاعل الطفل وتعاطيه مع المفاهيم والقيم وحتى تقليده لها، وخاصة القيم التي يتكرر عرضها له في رسائل مختلفة الإطار والشكل.

توصيات البحث:

1. مطالبة صناع القرار والمسؤولين في وزارة الإعلام بوقفة جادة للنظر فيما يقدم من خلال القنوات المحلية والفضائية إلى هذه المرحلة العمرية، والتنسيق بينهم وبين النخبة الأكاديمية والمهوبة في إعداد وإنتاج محتوى وسائل إعلام الطفل.
2. إعداد المضامين الإعلامية المناسبة للطفل وتفضيلاته ليمرر من خلالها القيم الأخلاقية بأسلوب موضوعي.
3. مقاومة الإنتاج المستورد الذي يهدد قيمنا عن طريق توفير ما يعوض الطفل عنه.

مصادر البحث ومراجعته

- أحمد شحاته. (2021). دور مجلات الاطفال في بناء شخصية الطفل المصري. مجلة البحوث الاعلامية، ص: 284.
- محمد خليل الرفاعي. (2011). دور الاعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسر العربية. مجلة جامعة دمشق، ص: 687.
- عمار خلايفية. (2021). دور صحافة الاطفال في التنشئة الاجتماعية من وجهة نظر المربيات. مجلة الاعلام والفنون، ص: 265.
- جميلة قادم. (2022). القيم الأخلاقية في وسائل الاعلام وتأثيرها على شخصية الطفل وسلوكه. مجلة أبعاد، ص: 11.
- أمل محمد نبيل. (ب ت). الدور التربوي لوسائل الاعلام في بناء وترسيخ القيم المجتمعية. مجلة جرش للبحوث والدراسات.
- منال هلال المزاهرة. (2012). نظريات الاتصال. عمان: دار المسيرة.
- محمد خليل الرفاعي. (2011). دور الاعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسر العربية. مجلة جامعة دمشق، صفحة 687.
- محمد كشيش. (2021). مفهوم الدور. تم الاسترداد من mail.almerja.net.
- يعلي محمد السعيد- نور الهدى عبادة. (2018). التربية الاعلامية - قراءة في المفهوم والأهداف والوسائل. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي.
- سمير العرج. (2006-2007). دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري.
- لطيفة طبال - أسماء رتيمي. (2020). الدلالة السوسولوجية للقيم.
- عطية جبارة. (1984). علم الاجتماع الاعلامي. بدون ذكر بلد النشر: عالم الكتب.
- إيمان فكري. (2021). دور الاعلام في بناء منظومة الاخلاق. تم الاسترداد من بوابة الاهرام.
- منى الحديدي/ سلوى إمام. (2006). الاعلام والمجتمع. القاهرة.



مختار يمينه. (2008). أثر الاحداث السياسية المشاهدة على التلفزيون على التنشئة السياسية للطفل.
الجزائر.

أحمد أمين. (2011). كتاب الاخلاق. المملكة المتحدة: مؤسسة هنداوي.

السعيد بو معيزه. (2006-2005). أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب.