

## القيم المتضمنة في المواد والبرامج المقدمة

### بقنوات الأطفال الفضائية العربية

#### إعداد

د. سعيد النادي سعد محمد عمارة

مدرس الإذاعة والتلفزيون

معهد الأسكندرية العالي للإعلام

## القيم المتضمنة في المواد والبرامج المقدمة بقنوات الأطفال الفضائية العربية

### *The implied values contained - in the Arab Kids' satellite channels*

#### ملخص الدراسة :

تحاول الدراسة رصد تكرارات القيم الواردة في قنوات الأطفال الفضائية الإسلامية؛ قناة طيور الجنة وقناة كراميش، وقناة طه. وتم جمع بياناتها من خلال أداة تحليل المضمون ومن أهم النتائج: ظهور بعض القوالب لعرض المضمون وتمثلت هذه القوالب في الأغنيات، الإعلان، الفلاشات، الكرتون، الحوار القصصي، وقالب المسابقات والأخبار، وتقدمت القيم المعرفية، الاجتماعية، الانسانية، الإسلامية، الوطنية، الشخصية وتأخرت القيم الشيعية لورودها في قناة واحدة هي قناة طه الفضائية.

#### Abstract of study

This study attempts to monitoring Tkart of values in children Islamic satellite channels and comparison between the Sunni and Shiite; fallopian toyor el gana and Karamish representatives of the channels of the year, and the Shiite channel Taha.

The data was collected through a content analysis tool and was one of the most important results: the templates contained in the content of the songs, advertising, cartoon, fairy fiction, and a template competitions and news. The values advanced cognitive, social, humanitarian, Islamic, national, personal and delayed values Shia to Oroadha in single-channel is Taha satellite channel.

## مقدمة الدراسة:

يعتبر الأطفال ركيزة مهمة من ركائز المجتمعات وجزء أساسيا في تركيبتها، ويمثلون مستقبلها، وتهتم معظم دول العالم المتقدم ببرامجها لأنهم يعتبرون الاستثمار في مجال رعاية الأطفال وتنشئتهم من أهم الاستثمارات الأساسية على وجه الاطلاق لأن طفل اليوم هو رجل الغد، ويقاس مقدار تقدم الدول وتحضرها بمدى عنايتها بأطفالها<sup>(١)</sup>.

وقد أصبح التليفزيون أحد أفراد العائلة الذي يقدم معظم القصص في أغلب الأوقات ويبدأ ارتباط الأطفال بالتليفزيون ومشاهدة برامجه منذ سن مبكرة<sup>(٢)</sup>.

وتقوم برامج الأطفال في التليفزيون بدور هاماً في تكوين شخصية الطفل وتزويده بالمعارف والأفكار والخبرات بصورة شيقة؛ حيث تقدم في مشاهد متكاملة تعتمد على الصور والرسوم المتحركة المقترنة بصوتها الدال على عمق الشاعر والأحاسيس، والملونة بألوان زاهية لجذب انتباه مشاهديها كما يعتمد على الأسلوب القصصي الشيق في إثارة اهتمامهم، ولتؤدي دوراً مهماً في تنمية معرفتهم وزيادة وعيهم وتثقيفهم وانتمائهم وامتاعهم وتوسيع آفاقهم وبلورة شخصيتهم<sup>(٣)</sup>.

وبالرغم من ظهور وسائل الإعلام الجديدة المتمثلة في الكمبيوتر وألعاب السي دي إلا أن الأطفال ما زالوا يضعون التليفزيون في موضع الوسيلة الإعلامية الأولى التي يتابعونها<sup>(٤)</sup>.

ويعد مفهوم القيمه من المفاهيم التي تستخدم في كل الأزمنة والعصور لما لها من أهمية عظمى في بناء المجتمعات وكلما سادت القيم الأخلاقية في مجتمع كلما علا تحضره وتمدينه.

وبدأت دراسة القيم الانسانية منذ زمن بعيد من قبل الفلاسفة مثل أفلاطون، أرسطو، وكونفشيوس الأمر الذي وضع العلاقة بين مناقب الشخص أو قيمه والوجبات الأخلاقية مع المجتمع من حولهم<sup>(٥)</sup>.

وبناء شخصية الطفل يحتاج إلى الاهتمام بالقيم وغرسها في نفسه حتى يصبح فرداً بناءً في المجتمع، وما أوجب أمتنا إلى قيم العمل والإيجابية واحترام الآخر والتعاون مع الجميع.

وتواتر معنى القيمه في المفهوم اللغوي على أنها الإستقامة، كما أكدت المصادر التربوية على أنها شئ له اهتمام أو نفع أو موجبات للسلوك والعمل.

كما أن العلاقة بين وسائل الإعلام والاطر الأخلاقية في المجتمع بحاجة إلى دراسة مستفيضة خصوصاً في اطار بما يعرف بالحدائثة وظهور الإعلام الجديد والذي يؤثر بدوره على قيم المجتمع في الفترات التي يشهد فيها التغيير<sup>(٦)</sup>.

إن مسألة تسلسل القيم عبر التليفزيون أمر خطير حذرت منه الجمعيات المحافظة على القيم حتى في المجتمع الأوروبي منذ عام ١٩٦٠ والذي توضحها دراسة هيئة الإذاعة البريطانية بإدارة السير Hugh Greene في أن التليفزيون يعتدي على القيم التي ينبغي المحافظة عليها داخل المنزل<sup>(٧)</sup>.

ويعرفها السيد الشحات حسن<sup>(٨)</sup> بأنها حكم يصدره الإنسان على شيء ما مهتدياً بمجموعة من المبادئ والمعايير التي ارتضاها الشرع محددًا المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك. ويتميز المنحنى القيمي بتقديم عدد كبير من الموضوعات أو الأهداف التي يطلب من الأفراد ترتيب أهمية كل منها بالنسبة للموضوعات الأخرى بحيث نحصل في النهاية على ترتيب هرمي لدرجات الأفضلية أو الأهمية لكل من هذه الموضوعات<sup>(٩)</sup>.

ويتداخل مفهومي القيمة والاتجاه وكما عبر علماء النفس والإجتماع لا ينفصلان عن بعضهما، فهما أنماط سلوكية مكتسبة أو عادات يكتسبها الفرد عن طريق احتكاكة بمؤثرات خارجية بيئية تتعلق بالمجتمع، فالقيم هي اتجاهات في صورتها العامة والاتجاهات هي قيم بموضوعات محددة<sup>(١٠)</sup>.

كما تعد الأديان والتقاليد الشائعة من أهم الروافد التي تغذي المجتمعات بالقيم والمعايير الأخلاقية التي يبغى الالتزام بها ولا يوجد تداخل أو تعارض بين القيم والمعايير الأخلاقية فهناك مجموعة مشتركة من الحقيقة الأخلاقية المقبولة من قبل الجميع<sup>(١١)</sup>.

وتتكون القيم من ثلاثة مستويات رئيسية هي:

١. المكوّن المعرفي.

٢. المكوّن الوجداني.

٣. المكوّن السلوكي.

ويرتبط بهذه المكونات والمعايير التي تتحكم بمناهج القيم وعملياتها كل من الاختيار، والتقدير، والفعل<sup>(١٢)</sup>.

وللقيم - بصورة عامة - عدة خصائص نوجزها فيما يلي<sup>(١٣)</sup>:

١. القيم لها معان مجردة، ولكن يجب أن تتلبس بالواقع والسلوك، فيجب أن يؤمن بها الإنسان بحيث تصبح موجهة لسلوكه حتى يمكن اعتبارها قيمًا، ولذلك جاء في القرآن

الكريم كثيراً قوله تعالى "الذين آمنوا وعملوا الصالحات" وفي الحديث الشريف: "الدين المعاملة".

٢. المعرفة بالقيم قبلية ولا تأتي فجأة فالإدراك العقلي لا بد من توافره مع القيم، ولا بد أن يكون مصحوباً بالانفعال الوجداني.
٣. القيم تقتضي الاختيار والانتقاء، وهذا يقتضي أن تكون لنا حرية.
٤. التدرج القيمي ليس جامداً بل متحرك متفاعل، والسلم القيمي قد يهتز سلباً أو إيجاباً.
٥. تقوم القيم بعملية توجيه للفرد وسلوكه في الحياة.
٦. للقيم مؤشرات علامات فارقة "مميزة" نفرق من خلالها بينها وبين العادات.
٧. القيم متداخلة مترابطة ومتضمنة، حيث إنها تتضمن الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية كما أنها متضمنة من حيث التطبيق، فالعدل مثلاً قيمة سياسية وقيمة أخلاقية أيضاً.
٨. وتتداخل التصنيفات المختلفة للقيم وتتقارب فمثلاً هناك ثمة علاقة بين القيم والعدالة السياسية فهناك خط متموج بين القيم الدينية والأيدولوجيات السياسية يتركز في بنية فكرية متشابهة وأداء نفس الوظائف، فكلاهما يدور في فلك العدالة والمساواة والحرية والفضيلة المدنية، الصالح العام، والسلوك الأخلاقي (١٤).

أما التصنيف التي تتبناه الدراسة فهو كالتالي:

١. قيم روحية وعقدية كحب الله والإيمان بالله والجهاد في سبيل الله.
٢. قيم خلقية كالعدل والأمانة والصدق وإكرام الضيف والعدل والتعاون.
٣. قيم عقلية تتصل بالمعرفة وطرق الوصول إليها كاستخدام التجربة والتفكير الناقد.
٤. قيم وجدانية وانفعالية كالحب والكره وضبط النفس عند الغضب.
٥. قيم اجتماعية مثل بر الوالدين والتكافل الاجتماعي والإحسان للجيران.
٦. قيم مادية تتصل بالعناصر المادية كالاقتصاد في الانفاق.
٧. قيم جمالية تتصل بالتذوق الجمالي وإدراك الاتساق في الأشياء والاعتناء بالمظهر والنظافة والنظام.

وترى مدرسة التحليل النفسي أن عملية اكتساب القيم والأخلاق تبدأ منذ مرحلة الطفولة المبكرة حيث يكتسب الطفل أناه الأعلى من خلال التوحد مع الوالدين؛ إذ يقوم الوالدان بدور ممثلي النظام، لذا إنهما يعلمان الطفل القواعد الأخلاقية والقيم التقليدية والمثل العليا للمجتمع الذي يتربى فيه الطفل ويتم ذلك عن طريق استحسان الطفل عندما يفعل ما يجب عليه أن يفعله وابداء عدم الرضى والانزعاج عندما يخطئ فيما يجب أن يفعل.

ومن هنا يتكون لدى الطفل نظام من القيم والقواعد الأخلاقية المتمثلة بالمحتويات والمرغوبات فيكون ما أسماه فرويد بـ (الأنا الأعلى) وهو ما يقابل الضمير.

بينما يرى أصحاب المدرسة السلوكية أن عملية اكتساب القيم تتم عن طريق التعزيز الإيجابي والتعزيز السلبي، فقد يؤدي التعزيز السلبي لسلوك قيمي مرغوب فيه إلى إحداث أو تقوية السلوك القيمي غير المرغوب فيه، فيغير من نظرة الأفراد نحو العالم، لذلك يرون أن العالم غير آمن وغير مشبع لحاجاتهم بسبب ما يواجهونه من صعوبات عند قيامهم بسلوك إيجابي وفق القيم التي آمنوا بها واكتسبوها.

وتنظر المدرسة المعرفية إلى أن اكتساب القيم ليس محاكاة لنموذج اجتماعي أو تكييف للسلوك الأخلاقي، بمقتضى المثيرات البيئية أو الإذعان لقواعد معينة، وإنما تؤكد أن الخلق ينشأ من محاولة الفرد تحقيق التوازن في علاقاته الاجتماعية وقدراته العقلية<sup>(١٥)</sup>.

وتتمثل أهمية الدراسة في نوعية الفئة العمرية المستهدفة من البحث موضوع الدراسة وهي فئة الأطفال وما يمثلونه من مستقبل للأوطان مما يحتم علينا بحث القيم المقدمة من خلال القنوات الفضائية الموجهة لهم، وبالرغم من كثرة الأبحاث في هذا المجال إلا أنه يظل خصباً لكثرة البث الموجه في الأونة الأخيرة وكثرة القنوات المتخصصة للأطفال.

كما جاءت هذه الدراسة في وقت تعالت فيه الأصوات من خطورة المد الشيعي على المنطقة العربية بعد بث عدة قنوات فضائية تدعو إلى هذا الفكر مما دعا إلى الوقوف على الإيجابيات والسلبيات التي توجهها هذه القنوات إلى عقول أبنائنا.

### تحديد مشكلة الدراسة :

تتمثل مشكلة الدراسة في رصد القيم الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية من خلال تحليل عينة من المحتوى الإعلامي المقدم في تلك القنوات.

### أهداف الدراسة:

يتركز الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على القيم التي تعرضها قنوات الأطفال الفضائية من خلال التعرف على أنواع القوالب الفنية التي تعرض من خلال القنوات مجتمع الدراسة وأنواع كل قالب وتكراره وتكرارات القيم في كل قالب.

### تساؤلات الدراسة:

يعتبر السؤال الرئيس في الدراسة هو: ما القيم المتضمنة في قنوات الأطفال الفضائية مجتمع الدراسة؟

وذلك من خلال التعرف على أبرز القوالب الفنية التي تعرض في القنوات عينة الدراسة.

وينبثق من التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

١. ما القوالب الفنية المستخدمة في مضمون قنوات الأطفال الفضائية العربية؟
٢. ما أنواع القيم الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية؟
٣. ما أنواع القيم المعرفية العقلية الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية؟
٤. ما أنواع القيم الاجتماعية الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية؟
٥. ما أنواع القيم الأخلاقية الإنسانية الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية؟
٦. ما أنواع القيم الإسلامية الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية؟
٧. ما أنواع القيم الوطنية الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية؟
٨. ما أنواع القيم الشخصية الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية؟
٩. ما أنواع القيم الجمالية الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية؟
١٠. ما أنواع القيم الشعبية الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية؟

### الاطر النظرية للدراسة:

يستعين الباحث في هذه الدراسة بنظرية تحليل الإطار الإعلامي Frame Analysis

Theory وتأطير وسائل الإعلام هي الطريقة التي يتم بها تقديم المعلومات لجمهورها وحددها

Entman في تعزيز جوانب معينة من الرسالة وجعلها أكثر بروزاً<sup>(١٦)</sup>.

وتقوم هذه النظرية كما وضحا حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد<sup>(١٧)</sup> على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الإعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها إلا إذا وضعت في تنظيم وسياق وأطر إعلامية هذه الاطر تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة، وتأطير الرسالة الاعلامية يوفر القدرة على قياس محتوى الرسالة ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات.

وبالرغم من أن الموضوعية هي هدف إعلامي نبيل إلا أن الإعلامي يجد نفسه في موضع المقدم للمحتوى في سياق يخدم المؤسسات التي ينتمي لها<sup>(١٨)</sup>، وعلى غرار ذلك تظهر المرجعيات والأيدولوجيات ظاهرة في سياق الرسائل المقدمة من خلال الوسائل الاتصالية المختلفة.

ولذلك يرى الباحث ضرورة عمل اطار لكل المضامين وفقاً للأهداف التي تقوم عليها الوسيلة لتصل بالجمهور إلى القيم المرجوة من المضمون وفق أهداف القائم بالاتصال التي تحقق تماسك المجتمع وازدهاره.

#### أنواع الاطر الاعلامية:

قدم العلماء مجموعة من الأنواع وهي: الاطار المحدد بقضية، الاطار العام، اطار الاستراتيجية، اطار الاهتمامات الانسانية، اطار النتائج الاقتصادية، اطار المسؤولية، اطار الصراع، اطار المبادئ الأخلاقية.

وتقوم دراستنا باطار المبادئ الأخلاقية والذي يقوم بعرض المضمون في السياق الأخلاقي والقيمي للمجتمع مخاطباً المعتقدات والمبادئ الراسخة عند المتلقي؛ فالقائم بالاتصال يرد الحدث رداً مباشراً لوعاء المجتمع الأخلاقي، وقد يستشهد بالافتباسات والأدلة الدينية مع التنوع في القوالب الفنية.

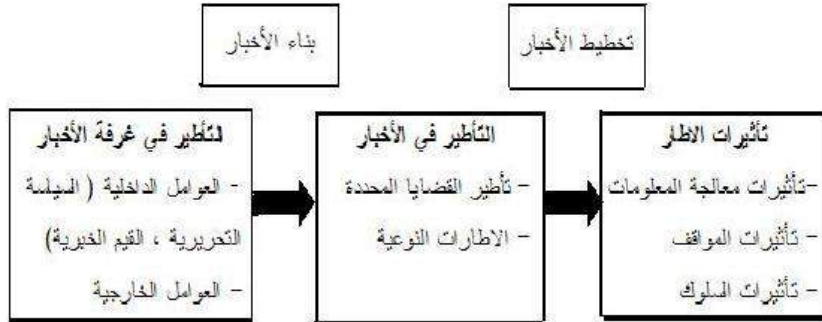
#### عناصر الإطار الإعلامي:

يعتبر Entman أن العناصر الأربعة في العملية الاتصالية هي: القائم بالاتصال Communicator، والنص Text، والمتلقي Receiver، والثقافة Culture.



## مراحل التأطير:

تمر مرحلة تأطير الرسالة الإعلامية بمراحل محددة بالشكل (١) (١٩).



شكل (١) يوضح مراحل تأطير الرسالة الإعلامية

كما قدم<sup>(٢٠)</sup> هذا الشكل ولكن قسم خطوات التأطير إلى مدخلات، معالجة، مخرجات؛ وهو شكل لم تخرج بتكوينه عن هذه العناصر سألقة الذكر.

واستفاد الباحث من نظرية حراسة البوابة وتعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من بوابته وكيف سيمر حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف.

ويؤثر على عمل حراسة البوابة عدة عوامل هي<sup>(٢١)</sup>:

معايير المجتمع وثقائده، معايير ذاتية تشمل: عوامل التنشئة الاجتماعية والتعليم، والاتجاهات، والقيم، والاندماجات، والجماعات المرجعية، معايير مهنية تشمل: سياسة الوسيلة الإعلامية، ومصادر الأخبار المتاحة، وعلاقات العمل وضغوطه، معايير الجمهور.

## الدراسات السابقة:

شغل الباحثون بالعلاقة بين مشاهدة الأطفال للتلفزيون وبين جوانبه المعرفية والاجتماعية والنمو العاطفي منذ وقت طويل لذا قام الباحث بالإطلاع على بعض من الدراسات السابقة التي تبحث علاقة الطفل بالتلفزيون وبرامجه المختلفة، وكان الهدف من ذلك الوقوف على ما توصلت إليه في هذا الجانب والإستفادة من نتائجها في عمل الدراسة الحالية وكذا رؤية ما أغفلت تلك الدراسات للتأكيد عليها وسوف أقوم بعرض بعضها كالتالي:

قامت دراسة فوزية آل علي (١٩٨٨)<sup>(٢٢)</sup> بدراسة برامج الأطفال في تليفزيون الإمارات العربية المتحدة، استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني، وتركزت أهم النتائج في التالي: يشاهد أفراد العينة ١٤ برنامجا مختلفا في التليفزيون، تأتي برامج الأطفال في المقدمة بنسبة ١٠٠٪، نسبة ٥٣.٣٪ من القائمين بالاتصال غير مؤهلين سواء من حيث التعليم الجامعي أو التخصص أو حتى الحصول على دورات تدريبية، وأشار ٩٣.٣٪ من العاملين ببرامج الأطفال أن هناك تخطيطا لبرامج الأطفال ووردت الرسوم المتحركة في المرتبة الأولى كطريقة مفضلة للتقديم تلاها الأطفال فالممثلين ثم العرائس.

واختلف فهد الطياش، عصام نصر، حمزة بيت المال (١٩٩٢)<sup>(٢٣)</sup>، حيث قاموا بدراسة أشكال العنف في أفلام الكرتون (الرسوم المتحركة)، دراسة تحليلية لمضمون أفلام الكرتون في تليفزيون المملكة العربية السعودية، أوضحت الدراسة عددا من النتائج الهامة كان أهمها التالي: تعتمد أفلام الكرتون على استخدام العنف والأمور غير الواقعية حيث بلغت نسبتها ٩١.٢٪ من عينة البحث، ٤٠٪ من المشاهد احتوت على أحداث عنف، في مقابل ٦٠٪ لم تحتوي على أفعال عنف، واستخدام العنف كان دافعه الانتقام بنسبة ٣٧٪.

واتفقت دراسة ممدوح المشمشي (١٩٩٣)<sup>(٢٤)</sup> مع السابقة في التعرض للتليفزيون السعودي ولكن تناول برامج الأطفال في إطار دراسة نظرية تطبيقية، استخدمت الدراسة منهج المسح مستعينة بأسلوب تحليل مضمون برامج الأطفال للحصول على النتائج التالية: شغلت برامج الأطفال في التليفزيون السعودي ١٥٪ من إجمالي ساعات الإرسال، واشتملت على برامج محلية بلغت نسبتها ٧٣.٧٪ من إجمالي برامج العينة مستخدمة اللغة العربية المبسطة، هناك قصور كبيرة في شكل ومضمون برامج الأطفال، وتعتمد البرامج على الشكل التقليدي المباشر في التقديم بنسبة ٤٣.٣٪، جاءت الموضوعات الترويحية في المقدمة بنسبة بلغت ٣١.١٪، ثم الموضوعات التعليمية بنسبة ١٦.١٪، تلاهما الموضوعات الاجتماعية بنسبة ٩.٣٪ ثم الدينية والعلمية والفنون.

كما قام محمد معوض (١٩٩٤)<sup>(٢٥)</sup> بدراسة برامج الرسوم المتحركة الموجهة للأطفال عبر القنوات التليفزيونية الفضائية لدول الخليج العربي الواقع والمستقبل، أسفرت الدراسة عن عدة نتائج كان أهمها: عدم وجود تقييم حقيقي للأهداف أو المضامين المقدمة أو حتى مردودها الفعلي

لدى الطفل، تفتقد المضامين الموجهة للأطفال إلى التخطيط التربوي السليم، وترجع أسباب الإكثار من استخدام القنوات الخليجية لبرامج الرسوم المتحركة رخص أسعارها، واستخدامها لسد الفراغ وشغل ساعات الإرسال الموجهة للأطفال.

وناقش أيضاً محمد معوض، (١٩٩٥)<sup>(٢٦)</sup>، المشكلات الإعلامية في برامج التلفزيون الخليجي الموجهة لأطفال ما قبل المدرسة وكيف نواجهها، توصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها: اعتماد المحطات الخليجية بشكل واسع على برامج الأطفال المستوردة والتي تحتوي على رسائل سلبية مشتملة على المخدرات والكحوليات وتصوير الجنس، بالإضافة إلى العنف بكافة أشكاله وصوره والعدوان والخداع والمغالطات التربوية والخرافات والأفكار التي تتسم بالزيف والتحريف كما لا تتضمن نسقاً قيمياً متناسقاً، وأطفال الخليج يقلدون المشاهد العنيفة،، غياب دور الأسرة أثناء متابعة هذه البرامج لما لها من أهمية في توجيه الأطفال والمناقشة لتعزيز المفاهيم الايجابية وتصحيح الخطأ، قلة الوعي الاجتماعي في المجتمع الخليجي بمشكلات ثقافة الطفل.

كما تناولت دراسة أمل صلاح الدين السيد (٢٠٠٣)<sup>(٢٧)</sup> القيم التربوية المتضمنة في كارتون الأطفال بكار ومدى تقبل الأطفال لشخصيته، استخدمت الدراسة استمارة تحليل المحتوى لعدد من الحلقات الكارتونية بكار، واستمارة تقبل الأطفال للشخصية الكارتونية وكانت من أهم النتائج ما يلي: يحتوي كارتون بكار على العديد من القيم التربوية وهي بترتيب تكرار ظهورها في الحلقات: - (القيم الدينية - القيم الاجتماعية - القيم المعرفية - قيم تكامل الشخصية - القيم الترويحية - القيم الثقافية - القيم الجمالية - القيم الإنسانية - القيم الوطنية - القيم الاقتصادية - القيم العملية - القيم الرياضية - القيم القومية)، يحوي الكارتون في معظمه قيما عربية إسلامية وإن ظهرت بعض القيم الجديدة كالعولة واستخدام التكنولوجيا.

أما عامر سعيد سعد غواص (٢٠٠٧)<sup>(٢٨)</sup> فقد بحث استخدامات الطفل العماني لبرامج الأطفال التلفزيونية، استخدمت الدراسة أسلوب المسح لعينة تحليلية، وأخري مسحية طبقت على عينة من الأطفال العمانيين (٩: ١٢) وكانت النتائج كالتالي:

جاء قالب الرسوم المتحركة المدبلجة العربية أولى الأشكال الفنية السائدة في البرامج المقدمة يليها الرسوم المتحركة العربية، كانت عامية المثقفين هي أكثر المستويات اللغوية المستخدمة

في برامج الأطفال التي خضعت للدراسة، جاء الهدف الخاص بالتنشئة الاجتماعية في مقدمة الأهداف التي تركز عليها برامج الأطفال عينة الدراسة يليه التثقيف ثم الترفية، واحتل المضمون العلمي أولى المضامين الواردة في البرامج عينة الدراسة، يليه المضمون الاجتماعي، ثم المضمون التاريخي، وجاءت القيم الاجتماعية في مقدمة القيم الواردة في البرامج عينة الدراسة، يليها القيم العلمية، ثم القيم العصرية والحضارية.

وأظهرت دراسة يوسف الفيلاكاوي (٢٠٠٨)<sup>(٢٩)</sup>، سلوكيات الأطفال عند مشاهدة التلفاز، استخدمت عينات عشوائية نظامية من الآباء وأطفالهم بلغ عددها ٥٠٠ أب وأم و٥٠٠ طفل تتراوح أعمارهم ما بين العاشرة والسادسة عشرة، وأظهرت نتائج البحث أن تضارباً في الآراء واختلافات بين أولياء الأمور وأطفالهم فيما يتعلق بكيفية استخدام الأطفال للتلفزيون، إذ يملك أولياء الأمور أفكاراً مختلفة حول سلوكيات أبنائهم عند مشاهدتهم التلفاز، وقد ثبت بالدليل أن الأطفال يسيطرون على التلفاز أكثر من أولياء أمورهم، وأنهم يشاهدون التلفزيون بشكل كبير، كما أن هناك اختلافاً كبيراً بكيفية مشاهدة التلفاز بين الأطفال الذكور والأطفال الإناث، كما توصلت الدراسة إلى أنه كلما زاد عمر الأطفال، قل إقبالهم على تشغيل جهاز التلفزيون.

أما أحمد محمد صغير العنزي (٢٠١٠)<sup>(٣٠)</sup>، فقد قام بدراسة برامج الأطفال في القنوات الفضائية العربية ودورها في تشكيل المعلومات لدى الطفل الكويتي، أجريت دراسة تحليلية لبرامج الأطفال (تلفزيون الأطفال، أستوديو الأطفال، الدرب) المذاعة على القنوات العربية: الفضائية الكويتية، قناة الرأي، وقناة الجزيرة للأطفال، وأخرى ميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة، وكانت أهم النتائج أن كل أفراد العينة يشاهدون برامج الأطفال، كانت دوافع المشاهدة كالتالي: التسلية، التعرض لأشياء أحبها، شغل وقت الفراغ، التعرف على المعلومات، معرفة أخبار العالم، الاندماج مع الشخصيات، تعلم مهارات جديدة، تحسين المستوى في اللغة الإنجليزية، وأخيراً دافع معرفة موضوعات تصلح للنقاش.

وبحثت منة الله محمد معوض (٢٠١٠)<sup>(٣١)</sup>، دور برامج الأطفال التي تعرضها قناة نيكونودين في تشكيل الجانب المعرفي الاجتماعي لأطفال ما قبل المدرسة، كانت أهم النتائج ما يلي: ورود القيم

العلمية ثم الأخلاقية فالاجتماعية والجمالية وتقدمت قيم التعاون والنظام ومساعدة الآخرين وتأخرت قيم الحب وعمل الخير والشجاعة، وتفوقت القيم الإيجابية على السلبية. التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة تبين للباحث التالي:

١. يقبل معظم الأطفال على مشاهدة التليفزيون ولاسيما برامج الأطفال.
٢. يفضل الأطفال الكارتون على القوالب الأخرى.
٣. تسهم برامج الأطفال في اكساب الأطفال العديد من القيم.
٤. أهمية موضوع الدراسة المتمثل في دراسة القيم المقدمة في قنوات الأطفال محل الدراسة.
٥. تم الاستفادة منها في تحديد الاطار النظري للدراسة والمتمثل في نظرتي الاطار الإعلامي وحارس البوابة الإعلامية.

#### مصطلحات الدراسة:

القيم:

أشياء ذات قيمة يكتسبها الفرد من خلال تعايشه وسط المجتمع ويتأثر بها ويحاكيها، وغالباً ما تدفع إليها وتحض عليها وسائل التربية في المجتمع.

أنواع القيم:

هناك تصنيفات عديدة للقيم، فيقسمها البعض إلى القيمة النظرية والسياسية والاقتصادية والجمالية والاجتماعية والدينية، كما قسمت إلى قيم عليا وقيم حضارية وقيم خلقية، كما نظر إليها آخرون على أنها قيم أخلاقية والقيم الجمالية والقيم العقلية والقيم الدينية.

وبعد إطلاع الباحث على العديد من التصنيفات السابقة واستناداً إلى تعريف القيمة

استقر على وضع هذا التصنيف والذي يتناسب مع الدراسة الحالية وهي كالتالي:

١. قيم روحية وعقدية، مثل: حب الله والإيمان بالله والجهاد في سبيل الله.
٢. قيم وجدانية وانفعالية، مثل: الحب والكره وضبط النفس عند الغضب.
٣. قيم مادية تتصل بالعناصر المادية، مثل: الاعتناء بالجسم والاقتصاد في الانفاق.

٤. القيم الأخلاقية الإنسانية، مثل: الصدق والأمانة والنزاهة والمساواة والعدالة والتسامح والحرية والحفاظة على البيئة...
٥. القيم الاجتماعية، مثل: التعاون والمساعدة والتعاطف والاحترام وتحمل المسؤولية...
٦. القيم المعرفية أو العقلية، مثل: الفضول والعقلانية والدقة الموضوعية...
٧. القيم الوطنية، مثل: المواطنة الصالحة والتضحية في سبيل الوطن...
٨. القيم الشخصية، مثل: الصبر والثقة بالنفس والشجاعة...
٩. القيم الجمالية، مثل: الميل إلى الفن والإبداع والتناسق..
١٠. القيم الشيعية، مثل: السجود على فخار، التمسح بالأضربة، اللطم، تخصيص سيدنا علي في معرض الحديث عن أهل البيت، تشبيه سيدنا علي بالرسول، تعظيم الأولياء، تعظيم شهر شعبان....

#### نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى النوع الوصفي؛ حيث تقوم برصد القيم المتضمنة في القنوات الفضائية العربية الموجهة للأطفال، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بهدف وصف ودراسة القيم المتضمنة في المضمون المعروض في القنوات الفضائية العربية الموجهة للأطفال.

#### مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في القنوات المتخصصة الموجهة للأطفال، وقد قام الباحث باختيار ثلاث قنوات منها كالتالي: قناة طيور الجنة، قناة كراميش، قناة طه في فترة شهر أكتوبر عام ٢٠١٤.

ممثلين للقنوات الفضائية الإسلامية الموجهة للأطفال في العالم العربي منها طيور الجنة وكراميش ممثلين لقنوات السنة، وقناتي طه ممثلة للقنوات الشيعية الموجهة للأطفال ويرجع اختيار الباحث للقنوات السابقة للأسباب التالية:

من خلال المقابلات الشخصية للأطفال وأمهاتهم تبين أن هذه القنوات الأكثر مشاهدة من قبل الأطفال.

١. كما أنها قنوات عامة تقدم معظم القوالب الفنية التي قد تصلح للأطفال سواء كانت أغنيات أو فلاشات أو برامج مسابقات ويقدم بعضها الكرتون منفرداً أو مصحوباً بالغناء.
  ٢. واختار الباحث القنوات الشيعية لتناول أقلام كثيرة من المدونيين عن خطرهما على أطفالنا وانتهاكها للثوابت الإسلامية السنوية، ففي مقابلة لأحد أولياء أمور صرح لي بأن فوجئ بأن ابنته الصغيرة تقوم بعمل لطيمات الشيعة.
- وبالبحث تبين أن القنوات سألقة الذكر تبث على مدار اليوم وبناءً على ذلك كان لابد لعينة الدراسة أن تحوي يوماً على الأقل من كل قناة وبناءً على ذلك تم تقسيم هذا اليوم لفترات لتصبح عينة الدراسة ٧٢ ساعة بث ٢٤ ساعة لكل قناة ممثلة اليوم بأكمله وزعت كالتالي:

#### جدول ( ١ ) ويوضح توزيع العينة

عينة الدراسة							
اليوم	التاريخ	القناة	الوقت	اليوم	التاريخ	القناة	الوقت
السبت	٤ أكتوبر ٢٠١٤	طيور الجنة	٦ ص : ٩ ص	الخميس	١٦ أكتوبر ٢٠١٤	طيور	٦ م : ٩ م
الاحد	٥ أكتوبر ٢٠١٤	كراميش	٦ ص : ٩ ص	الجمعة	١٧ أكتوبر ٢٠١٤	كراميش	٦ م : ٩ م
الاثنين	٦ أكتوبر ٢٠١٤	طة	٦ ص : ٩ ص	السبت	١٨ أكتوبر ٢٠١٤	طة	٦ م : ٩ م
الثلاثاء	٧ أكتوبر ٢٠١٤	طيور الجنة	٩ ص : ١٢ ظ	الاحد	١٩ أكتوبر ٢٠١٤	طيور	٩ م : ١٢ ص
الأربعاء	٨ أكتوبر ٢٠١٤	كراميش	٩ ص : ١٢ ظ	الاثنين	٢٠ أكتوبر ٢٠١٤	كراميش	٩ م : ١٢ ص
الخميس	٩ أكتوبر ٢٠١٤	طة	٩ ص : ١٢ ظ	الثلاثاء	٢١ أكتوبر ٢٠١٤	طة	٩ م : ١٢ ص
الجمعة	١٠ أكتوبر ٢٠١٤	طيور الجنة	١٢ ظ : ٣ ظ	الأربعاء	٢٢ أكتوبر ٢٠١٤	طيور	١٢ ص : ٣ ص
السبت	١١ أكتوبر ٢٠١٤	كراميش	١٢ ظ : ٣ ظ	الخميس	٢٣ أكتوبر ٢٠١٤	كراميش	١٢ ص : ٣ ص
الاحد	١٢ أكتوبر ٢٠١٤	طة	١٢ ظ : ٣ ظ	الجمعة	٢٤ أكتوبر ٢٠١٤	طة	١٢ ص : ٣ ص
الاثنين	١٣ أكتوبر ٢٠١٤	طيور الجنة	٣ ظ : ٦ م	السبت	٢٥ أكتوبر ٢٠١٤	طيور	٢ ص : ٦ ص
الثلاثاء	١٤ أكتوبر ٢٠١٤	كراميش	٣ ظ : ٦ م	الاحد	٢٦ أكتوبر ٢٠١٤	كراميش	٢ ص : ٦ ص
الأربعاء	١٥ أكتوبر ٢٠١٤	طة	٣ ظ : ٦ م	الاثنين	٢٧ أكتوبر ٢٠١٤	طة	٢ ص : ٦ ص

#### أداة جمع البيانات:

استخدم الباحث في الدراسة استمارة تحليل مضمون لعينة من المواد البرامج المعروضة على قنوات الأطفال الفضائية العربية من إعداد.

## إجراءات تصميم استمارة تحليل المضمون :

### ١ - الإجراءات المتبعة في تصميم استمارة تحليل المضمون

- قام الباحث بمشاهدة عشوائية للبرامج والمواد عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وذلك بهدف التعرف على الشكل العام والتعرف على القيم الموجودة في هذه القنوات مما ساعد على تصميم استمارة تحليل المضمون الخاصة بالدراسة الحالية وتحديد أسلوب اختيار العينة وحجمها المناسب.
- ثم بعد ذلك تحديد وحدات وفئات التحليل، ووضع تصميم مبدئي لاستمارة تحليل المضمون.
- قام الباحث بتطبيق استمارة تحليل المضمون على عينة من المواد والبرامج عينة الدراسة.
- عرض الاستمارة على عدد من المحكمين<sup>(\*)</sup> لتحكيم الاستمارة.
- تم تعديل الاستمارة وفقاً لآراء المحكمين، بحيث أصبحت الاستمارة في شكلها النهائي التي طبقت به.

### ٢ - الأداة في جمع البيانات :

- قام الباحث بجمع البيانات ( بملء استمارات تحليل المضمون ) من البرامج والمواد عينة الدراسة.
- يلي ذلك تفرغ البيانات وتبويبها وتحليلها، حيث قام الباحث بإعداد جداول تكرارية (صماء) أولية لتفريغ استمارات التحليل يدوياً، ثم تحليلها وتفسيرها واستخراج النسب المئوية الخاصة بكل فئة من فئات التحليل.

(\*) أسماء السادة المحكمين مرتبة ترتيباً هجائياً:

- أ.م.د/ أحمد زارع : أستاذ الصحافة والنشر المساعد، ووكيل كلية الإعلام ، جامعة الأزهر.
- أ.د / اعتماد خلف معبد : أستاذ ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال الأسبق - جامعة عين شمس.
- أ.م.د/ سلام أحمد عبدة: أستاذ الإعلام التربوي المساعد ، كلية التربية النوعية ، جامعة عين شمس.
- أ.د/ عربي عبد العزيز الطوخي: أستاذ الإعلام وعميد معهد الأسكندرية العالي للإعلام.
- أ.م.د/ لمياء البحيري: أستاذ ورئيس قسم الإعلام التربوي ، كلية التربية النوعية ، جامعة عين شمس.
- أ.د/ محمد معوض إبراهيم : أستاذ الإعلام وعميد معهد الجزيرة العالي للإعلام بالمقطم.
- أ.د / محمود حسن اسماعيل : أستاذ ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال - جامعة عين شمس.



### ٣ - تحديد وحدات التحليل

ويستخدم الباحث الوحدات التالية في تحليل مضمون البرامج الحوارية عينة الدراسة :

أ - وحدة الموضوع :

وتتمثل في القيم المتضمنة في المواد والبرامج المقدمة في قنوات الاطفال الفضائية العربية.

ب - الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية : -

وهي وحدات القوالب الفنية التي تستخدم في البرامج، مثل : (الحواري، الإعلان،

الكارتون، المسابقات، الأغنية الأخبار، الفلاشات، وغيرها) وتستخدم المفردة كوحدة للتحليل.

٤ - تحديد فئات التحليل :

وقسم المضمون إلى نوعين رئيسيين من الفئات يندرج تحت كل منها مجموعة أخرى من

الفئات الفرعية على النحو التالي :

أ. فئات المضمون ( ماذا قيل ؟ )

وتنقسم هذه الفئة إلى عدة فئات فرعية هي :

فئة أنواع القيم الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية :

توضح أنواع القيم والمتمثلة في القيم : (المعرفية العقلية، الاجتماعية، الأخلاقية

الإنسانية، الإسلامية، الوطنية، الشخصية، الجمالية، الشيعية).

فئة أنواع القيم المعرفية العقلية الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية :

توضح أنواع القيم المعرفية العقلية والمتمثلة في القيم : (الدقة، العقلانية والتفكير،

الفضول والمعرفة، الهجاء، العدد، الموضوعية، النجاح والتفوق، حب المدرسة والمثابرة).

فئة أنواع القيم الاجتماعية الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية :

توضح أنواع القيم الاجتماعية والمتمثلة في القيم : (الإحسان إلى الجار واکرام الضيف، بر

الوالدين حب الأسرة، التكافل الاجتماعي، تحمل المسؤولية، الاحترام، التعاطف، المساعدة،

التعاون، الاحسان إلى الفقير، التكامل، الأمومة، زيارة المريض، الوفاء).

فئة أنواع القيم الأخلاقية الإنسانية الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية :

توضح أنواع القيم الأخلاقية الإنسانية والمتمثلة في القيم: (المحافظة على البيئة، الحرية، التسامح، العدالة، المساواة والتواضع، النزاهة وعزة النفس، الأمانة والنصيحة، الصدق، الرحمة، البسمة والترويح عن النفس).

#### فئة أنواع القيم الإسلامية الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية:

توضح أنواع القيم الإسلامية والمتمثلة في القيم: (الحجاب، الوحدة الإسلامية، حب الحلال، حب الرسول، حب القرآن، القدوة، حب العبادة، الإيجابية، الدعاء والاخلاص، حفظ اللسان).

#### فئة أنواع القيم الوطنية الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية:

توضح أنواع القيم الوطنية والمتمثلة في القيم: (حب المقدسات الإسلامية، حب الوطن والتضحية، المواطنة الصالحة).

#### فئة أنواع القيم الشخصية الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية:

توضح أنواع القيم الشخصية والمتمثلة في القيم: (الشجاعة، الثقة بالنفس، الصبر، النشاط والعمل، الاهتمام بالصحة، عدم الأنايية).

#### فئة أنواع القيم الجمالية الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية:

توضح أنواع القيم الجمالية والمتمثلة في القيم: (النظافة، الاعتناء بالمنظر، التناسق، الإبداع، الميل إلى الفن، النظام).

#### فئة أنواع القيم الشيعية الواردة في قنوات الأطفال الفضائية العربية:

توضح أنواع القيم الشيعية الشكلية والمتمثلة في القيم: (السجود على فخار، التمسح بالأضحية، اللطم، صور الأضحية)، وأنواع القيم الشيعية اللفظية والمتمثلة في القيم: (تخصيص سيدنا علي في معرض الحديث عن أهل البيت، تشبیه سيدنا علي بالرسول، اعطاء سيدنا علي بعض صفات الله، النواح، زيارة الضريح، تعظيم الأولياء، تعظيم شهر شعبان، تعظيم أهل البيت).

ب- فئات الشكل ( كيف قيل ؟ )

وقد اقتصرنا على فئة القالب الفني المستخدم؛ ويقصد بها الطريقة التي يتم تقديم البرامج بها، أو الأسلوب المستخدم في عرض البرنامج، وتنقسم إلى الآتي: (الحواري، الإعلان، الكارتون، المسابقات، الأغنية الأخبار، الفلاشات).

**اختبار الصدق والثبات :****اختبار الصدق :**

وقد قام الباحث بقياس الصدق الظاهري، وقام بتصميم استمارة تحليل المضمون وحدد فئات التحليل ووحداته المختلفة، وقدم تعريفاً لكل منها بدقة، ثم عرض الباحث استمارة التحليل الخاصة بالدراسة الحالية على مجموعة من المحكمين للحكم على صلاحية استمارة التحليل للتطبيق والتأكد من أنها تقيس ما وضعت لقياسه :

وكان الهدف من عرض استمارة تحليل المضمون على السادة المحكمين ما يلي :

- مراجعة المادة العلمية الواردة في استمارة التحليل ومدى ارتباطها بأهداف الدراسة.
  - دراسة الشكل العام لتكوين استمارة تحليل المضمون.
  - مراجعة الجداول وذلك للوقوف على مدى كفاءة الفئات في تحقيق أهداف الدراسة.
  - مراجعة رؤوس الموضوعات والفئات المدرجة تحتها ومدى اتصالها بالدراسة.
  - مراجعة صياغة الفئات والتأكد من مدى وضوحها وشمولها ودقتها.
  - مراجعة الفئات الفرعية والتأكد من مناسبتها واستكمال الناقص فيها.
- وقد تم حساب صدق استمارة تحليل المضمون من خلال نسب اتفاق المحكمين على كل جدول وفئاته باستخدام المعادلة التالية :

عدد المحكمين لصلاحية الجدول

العدد الكلي للمحكمين

١٠٠×

= نسبة اتفاق المحكمين على الجدول

وبهذا فقد استبعدت الفئات التي حصلت على نسبة أقل من ٨٠٪ في كل جدول من الاستمارة واستبدلت بفئات أخرى وفقاً لمقترحات المحكمين.

وقد بلغت نسبة الاتفاق بين المحكمين (٨٩٪) وتم إجراء التعديلات التي أشار إليها السادة المحكمون وأظهرتها آراؤهم وأصبحت الاستمارة جاهزة في صورتها النهائية التي على أساسها تم التحليل.

**اختبار الثبات:**

وقد لجأ الباحث لاختبار الثبات وذلك للتأكد من وجود درجة عالية من الاتساق عن طريق أسلوبين :

- الاتساق بين المحللين القائمين بالتحليل بمعنى ضرورة توصل كل منهم إلى النتائج نفسها عند تطبيق نفس فئات التحليل ووحداته على المضمون نفسه.
- الاتساق الزمني بمعنى ضرورة توصل كل منهم إلى النتائج نفسها عند تطبيق فئات التحليل ووحداته على المضمون نفسه إذا أجرى التحليل على فترات متباعدة.

وكلما حقق تحليل المضمون درجة عالية من الاتساق على هذين الأسلوبين ارتفعت قيمته بوصفه أداة علمية، يعني أنه لا بد من الوصول إلى نفس النتائج عن نفس الظواهر موضع التحليل في حالة إعادة التحليل مرة أخرى، ولحساب ثبات التحليل قام الباحث بتحليل (١٠%) من المادة الإعلامية موضع التحليل، أي ما يوازي (ساعتان ونصف) بنفس الوحدات والفئات بعد توضيحها وتعريفها بالهدف من الدراسة، وبلغت نسبة الاتفاق ٩١.٢% وهي نسبة تدل على ثبات الوحدات والفئات المستخدمة في استمارة تحليل المضمون، بما يعني صلاحية استمارة تحليل المضمون للتحليل ووصولها إلى الشكل النهائي.

**الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:**

قام الباحث بإجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة بالطريقة اليدوية وقد تم استخدام الجداول البسيطة والأشكال البيانية المدعمن بالتكرارات البسيطة والنسب المئوية.

**نتائج الدراسة:**

تتناول السطور التالية نتيجة تحليل مضمون القنوات عينة الدراسة والتي تتضمن القوالب الفنية واللغة المستخدمة ومضمون وزمن الفيديو كليب المصاحب للأغاني الواردة وأنواع الإعلانات وأنواع برامج المسابقات وأنواع الفلاشات الواردة، كما حرصت الدراسة على بيان تكرارات القيم في مضمون القنوات والتي قسمت إلى القيم (المعرفية، الاجتماعية، الإنسانية، الإسلامية، الوطنية، الشخصية، الجمالية، الشعبية)، وقد أسفر التحليل الإحصائي عن التالي:

## ١ - القوالب الفنية المستخدمة في مضمون القنوات عينه الدراسة :

جدول (٢) ويوضح القوالب الفنية المستخدمة في مضمون القنوات عينه الدراسة

القوالب المستخدمة	الحواري		الإعلان		الFLASHات		الكرتون		المسابقات		الأغنية		الأخبار		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
طيور الجنة	-	-	٣٢٩	٥٢.١	٩١	٣٦.٨	-	-	-	-	٣٦٢	٤١	٤	١٠٠	٧٩٧	٤٣.٣
كراميش	١٥	١٠٠	٢٩٩	٤٦.٩	٦١	٢٤.٧	-	-	٥	١٠٠	٢٢١	٣٦.٢	-	-	٧٠١	٣٨
قناة طه	-	-	-	-	٩٥	٣٨.٥	٤٨	١٠٠	-	-	٢٠١	٢٢.٧	-	-	٣٤٤	١٨.٧
الإجمالي	١٥	١٠٠	٦٢٨	١٠٠	٢٤٧	١٠٠	٤٨	١٠٠	٥	١٠٠	٨٨٥	١٠٠	٤	١٠٠	١٨٤٢	١٠٠

يتضح من خلال الجدول السابق أن إجمالي تكرارات القوالب الفنية ١٨٤٢ منها ٤٣.٣٪ تكررت في قناة طيور الجنة و ٣٨٪ لقناة كراميش و ١٨.٧٪ لقناة طه الفضائية. ويعود هذا لنوعية البرامج في كل قناة فهناك من البرامج التي تستغرق وقت أطول كالبرامج الحوارية والكرتون على عكس الأغاني التي تستهلك وقت أقل.

كما سجلت النتائج تكرار البرامج الحوارية القصصية ١٥ مرة و برامج المسابقات ٥ مرات كلها كانت في قناة كراميش، و برامج الكرتون ٤٨ تكرار في قناة طه، أما برامج الأخبار فتكررت ٤ مرات في قناة طيور الجنة والتي أخذت اسم نشرة أخبار الدار، وتوزعت الإعلانات بين قناتي طيور الجنة ٥٣.١٪ وقناة كراميش ٤٦.٩٪، وتقاسم القنوات الأغاني وكان نصيب طيور الجنة ٤١٪ و ٣٦.٣٪ لقناة كراميش و ٢٢.٧٪ لقناة طه الفضائية.

واختلفت هذه الدراسة مع داسة كل من محمد معوض (١٩٩٤) ودراسة عامر سعيد سعد غواص (٢٠٠٧) التي أثبتت أن قالب الرسوم المتحركة أولى الأشكال الفنية السائدة في البرامج المقدمة في القنوات عينه الدراسة.

وهذا يعكس تعدد القوالب الفنية المستخدمة في القنوات عينه الدراسة والذي يوضح اهتمام القنوات محل الدراسة بمعظم القوالب لعرض القيم للأطفال دون الاقتصاد على قالب واحد قد يكون لا يعجب الأطفال وبالتالي لا يمكن الاستفادة منه في عرض القيم.

## ٢ - أنواع القيم الواردة في القنوات عينة الدراسة :

جدول (٣) ويوضح أنواع القيم الواردة في القنوات عينة الدراسة

القنوات المستخدمة	المعرفية		الاجتماعية		الانسانية		الإسلامية		الوطنية		الشخصية		الجمالية		الشمسية		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
طيور الجنة	٣٢٤	٢٥.٨	٦١٥	٤٥.٧	٢٥٨	٥٧.٣	٥٩٤	٣٦.٨	٢٤٧	٥٣.٩	٣٦١	٢٨	٢١٥	٤٦.٩	-	-	٢٧١٩	٣٨.٣
كراميش	٢٢١	١٧.١	٤٥٦	٣٠.٢	١٤٨	٣٢.٩	٤٢٧	٢٦.٤	١٩٦	٤٢.٨	٢٥٥	٢٦.٣	١٨٦	٢٨.١	-	-	١٨٣٤	٢٥.٩
قناة طه	٧٢٩	٥٧.١	٣٢٥	٢٤.١	٤٤	٩.٨	٥٩٥	٣٦.٨	١٥	٣.٣	٣٢٩	٢٥.٧	١٦٥	٢٥	٣٢١	١٥٥	٢٥٤٣	٣٥.٨
الإجمالي	١٢٩٤	١٥٠	١٢٤٦	١٥٠	٤٥٥	١٥٠	١٦١٦	١٥٠	٤٥٨	١٥٠	٩٥٥	١٥٠	٦٦١	١٥٠	٣٢١	١٥٠	٧٠٩٦	١٥٠

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق تكرار القيم المعرفية ١٢٩٤ منهم ٥٧.١% في قناة طه الفضائية، ٢٥.٨% في قناة طيور الجنة، و ١٧.١% في قناة كراميش، وتكررت القيم الاجتماعية ١٢٤٦ توزعت إلى ٤٥.٧% في قناة طيور الجنة، ٣٠.٣% في قناة كراميش، و ٢٤.١% في قناة طه الفضائية، بينما تكررت القيم الانسانية ٤٥٥ كان نصيب قناة طيور الجنة منها ٥٧.٣%، ٣٢.٩% لقناة كراميش، و ٩.٨% لقناة طه الفضائية، وتوزعت ١٦١٦ تكرار للقيم الإسلامية بين القنوات عينة الدراسة: ٣٦.٨% لكلاً من قناتي طه الفضائية وطيور الجنة، ٢٦.٤% لقناة كراميش، كما كانت تكرارات القيم الوطنية ٤٥٨ منهم ٥٣.٩% لقناة طيور الجنة، ٤٢.٨% لقناة كراميش، و ٣.٣% لقناة طه الفضائية، أما القيم الشخصية فتكررت ٩٥٥ منهم ٢٨% لقناة طيور الجنة، ٢٥.٧% لقناة طه الفضائية، و ٢٦.٣% لقناة كراميش، وتوزعت القيم الجمالية ٦٦١ منهم ٤٦.٩% لقناة طيور الجنة، ٢٨.١% لقناة كراميش، و ٢٥% لقناة طه الفضائية، وتكون تكرارها في النهاية ٦٦١ تكرار، بينما تركزت القيم الشعبية في قناة طه الفضائية مسجلاً ٣٢١ تكرار.

واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة أمل صلاح الدين السيد (٢٠٠٣) في القيم واختلفت في الترتيب فجاءت كالتالي (القيم الدينية - القيم الاجتماعية - القيم المعرفية - قيم تكامل الشخصية - القيم الترويحية - القيم الثقافية - القيم الجمالية - القيم الإنسانية - القيم الوطنية - القيم الاقتصادية - القيم العملية - القيم الرياضية - القيم القومية)، واتفقت أيضاً مع منة الله محمد معوض (٢٠١٥) في نوعية القيم المقدمة واختلفت في الترتيب حيث جاءت القيم العملية في الترتيب الأول ثم الأخلاقية فالاجتماعية والجمالية

وربما يعود تقدم القيم المعرفية إلى طبيعة الفئة العمرية التي تستهدفها قنوات الأطفال عينة الدراسة من أطفال المدرسة الابتدائية والتي ترتبط بقيم حب المدرسة وحب التعليم والتفكير.....

- أنواع القيم المعرفية العقلية الواردة في القنوات عينة الدراسة حسب القالب؛

جدول ( ٤ ) ويوضح أنواع القيم المعرفية العقلية الواردة في القنوات عينة الدراسة حسب القالب

الإجمالي	حب المدرسة والثابرة		النجاح والتفوق		الموضوعية		العدد		الجهاء		الفضول والمعرفة		العقلانية والتفكير		الدقة		القيم المعرفية العقلية المستخدمة	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٢٢.٢	٢٤٥	٦٨.٩	٢١	٥٨.٢	٢١	-	-	٥٠	١١	١٥.٤	٦	٢٩	١٦٧	٦٤.٢	٩	-	-	ظهور الجنة
٢٤.٨	١٨٢	٢٠	٩	-	-	١٠٠	٤	٢٧.٢	٦	٢٥.٩	١٤	٢٥.٩	١٤٩	-	-	-	-	كرايمش
٤١.٩	٣٠٨	١١.١	٥	٤١.٧	١٥	-	-	٢٢.٧	٥	٤٨.٧	١٩	٤٥.١	٢٥٩	٣٥.٧	٥	-	-	قناة طه
١٠٠	٧٢٥	١٠٠	٤٥	١٠٠	٣٦	١٠٠	٤	١٠٠	٢٢	١٠٠	٣٩	١٠٠	٥٧٥	١٠٠	١٤	-	-	الإجمالي
١٠٠	٣٢٥	١٠٠	٥	١٠٠	١٤	-	-	١٠٠	٤٨	-	-	١٠٠	٢٣٠	١٠٠	١٩	١٠٠	٩	طه
٢٠.٧	٢٤	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٢٦.٨	٢٤	-	-	-	-	ظهور الجنة
١٤.٧	٢٤	١٠٠	٩	-	-	-	-	-	-	-	-	١١.٨	١٥	-	-	-	-	كرايمش
٦٤.٦	١٠٦	-	-	١٠٠	١٤	-	-	١٠٠	٩	١٠٠	٥	٦١.٤	٧٨	-	-	-	-	طه
١٠٠	١٦٤	١٠٠	٩	١٠٠	١٤	-	-	١٠٠	٩	١٠٠	٥	١٠٠	١٢٧	-	-	-	-	الإجمالي
٧٨.٦	٥٥	٥٤.٥	١٢	-	-	-	-	-	-	-	-	٨٩.٦	٤٢	-	-	-	-	ظهور الجنة
٧١.٤	١٥١	٤٥.٥	١٠	-	-	-	-	-	-	-	-	١٠.٤	٥	-	-	-	-	كرايمش
١٠٠	٧٠	١٠٠	٢٢	-	-	-	-	-	-	-	-	١٠٠	٤٨	-	-	-	-	الإجمالي
٢٥.٨	٣٢٤	٥٢.١	٤٢	٢٢.٨	٢١	-	-	١٢.٩	١١	١٢.٦	٦	٢٤.٩	٢٤٤	٢٧.٢	٩	-	-	ظهور الجنة
١٧.١	٢٢١	٢٤.٦	٢٨	-	-	١٠٠	٤	٧.٦	٦	٣١.٨	١٤	١٧.٢	١٦٩	-	-	-	-	كرايمش
٥٧.١	٧٢٩	١٢.٢	١٠	٦٧.٢	٤٢	-	-	٧٨.٥	٦٢	٥٤.٦	٢٤	٥٧.٩	٥٦	٧٢.٧	٢٤	١٠٠	٩	طه
١٠٠	١٢٩٤	١٠٠	٨١	١٠٠	٦٤	١٠٠	٤	١٠٠	٧٩	١٠٠	٤٤	١٠٠	٩٨٠	١٠٠	٣٢	١٠٠	٩	الإجمالي

يلاحظ من خلال بيانات الجدول السابق أن تكرارات القيم المعرفية العقلية قد بلغت ١٢٩٤ توزعت بين القيم الفرعية وقد شهدت هذه الفئة من القيم كغيرها وجود قيم تكررت في قناة واحدة مثل قيمة الدقة والتي وردت ٩ تكرارات في قناة طه الفضائية وقيمة الموضوعية والتي وردت ٤ تكرارات في قناة كراميش، وربما تأخرت تلك القيم لأن الطفل يحتاج إليها في مرحلة متقدمة عن الفئة المستهدفة.

في حين انقسمت قيم أخرى بين قناتين فقط من القنوات عينة الدراسة مثل قيمة النجاح والتفوق وكانت تكراراتها ٦٤ توزعوا بين قناتي طيور الجنة وطه الفضائية بنسبة ٣٢.٨٪ للأولى و ٦٧.٢٪ للثانية، قيمة العقلانية والتفكير والتي تكررت ٣٣؛ ٧٢.٧٪ منهم في قناة طه الفضائية، ٢٧.٣٪ في قناة طيور الجنة. وكان نصيب قناة طه الفضائية ٧٢.٧٪ و ٢٧.٣٪ في قناة طيور الجنة من ٣٣ هم تكرارات قيمة العقلانية والتفكير.

أما باقي القيم فتوزعت على القنوات الثلاث عينة الدراسة كالتالي: قيمة الفضول والمعرفة كان عدد تكرارها ٩٨٠ تنوع عرضها ما بين ٥٧.٩٪ في قناة طه الفضائية، ٢٤.٩٪ في قناة طيور الجنة الفضائية، و ١٧.٢٪ في قناة كراميش، كما وردت قيمة حب المدرسة والمتابعة في طلب العلم ٨١ تكرار ٥٣.١٪ في قناة طيور الجنة، ٢٤.٦٪ في قناة كراميش، و ١٢.٣٪ في قناة طه الفضائية، ثم قيمة العد التي وردت ٧٩ عرضوا على القنوات عينة الدراسة بنسب ٧٨.٥٪ في قناة طه الفضائية، ١٣.٩٪ في قناة طيور الجنة، و ٧.٦٪ في قناة كراميش، أما قيمة الهجاء فقد تكررت ٤٤ مرة تنوع عرضها ما بين ٥٤.٦٪ في قناة طه الفضائية، ٣١.٨٪ في قناة كراميش، و ١٣.٦٪ في قناة طيور الجنة.

ويعود تكرارات هذه القيم الثلاث إلى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات محل

الدراسة بأهمية الفئة المستهدفة وهي طلاب المدارس الابتدائية.



## ٤ - أنواع القيم الاجتماعية الواردة في القنوات عينة الدراسة حسب القالب

## جدول ( ٥ ) ويوضح أنواع القيم الاجتماعية الواردة في القنوات عينة الدراسة حسب القالب

المساعدة	التعاطف		الاحترام		تعمل المسئولية		التكافل الاجتماعي		بر الوالدين حب الأسرة		الإحسان إلى الجار واکرام الضيف		القيم الاجتماعية	القوالب المستخدمة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٤٤	٣٧	٨٢.٧	٤٣	٧٧.١	١١١	٢٢.٦	٢٥	٥٠	٩	٢٧.٤	٦٧	٨٥.٧	٢٤	طيور الجنة
٢٤.٥	٢٩	٧.٧	٤	١٦.٧	٢٤	٥٨.٥	٦٢	٢٢.٢	٤	٥٨.٧	١٤٤	١٤.٢	٤	كراميش
٢١.٥	١٨	٩.٦	٥	٦.٢	٩	١٧.٩	١٩	٢٧.٨	٥	١٣.٩	٢٤	-	-	قناة طه
١٠٠	٨٤	١٠٠	٥٢	١٠٠	١٤٤	١٠٠	١٠٦	١٠٠	١٨	١٠٠	٢٤٥	١٠٠	٢٨	الاجمالي
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	طيور الجنة
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	كراميش
١٠٠	٥٣	-	٤	١٠٠	١٩	١٠٠	١٨	١٠٠	٩	-	-	-	-	قناة طه
١٠٠	٥٣	١٠٠	٤	١٠٠	١٩	١٠٠	١٨	١٠٠	٩	-	-	-	-	الاجمالي
١٠٠	١	-	-	١٠٠	١	-	-	-	-	-	-	-	-	طيور الجنة
-	-	-	-	-	-	-	٥	-	-	٦٢.٥	١٠	-	-	طيور الجنة
-	-	-	-	-	-	-	-	١٠٠	٨	٣٧.٥	٦	-	-	كراميش
-	-	-	-	-	-	١٠٠	٥	١٠٠	٨	١٠٠	١٦	-	-	الاجمالي
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	١٠٠	١٦	-	-	كراميش
-	-	-	-	-	-	١٠٠	٨	-	-	١٠٠	٧	-	-	طيور الجنة
٢٧.٥	٢٨	٧٦.٨	٤٣	٦٨.٣	١١٢	٢٧.٧	٢٨	٢٥.٧	٩	٢٩.٦	٨٤	٨٥.٧	٢٤	طيور الجنة
٢١	٢٩	٧.١	٤	١٤.٦	٢٤	٤٥.٢	٦٢	٢٤.٢	١٢	٥٨.٥	١٦٦	١٤.٢	٤	كراميش
٥١.٥	٧١	١٦.١	٩	١٧.١	٢٨	٢٧	٢٧	٤٠	١٤	١١.٩	٢٤	-	-	قناة طه
١٠٠	١٢٨	١٠٠	٥٦	١٠٠	١٦٤	١٠٠	١٣٧	١٠٠	٣٥	١٠٠	٢٨٤	١٠٠	٢٨	الاجمالي

تابع جدول (٥) ويوضح أنواع القيم الاجتماعية الواردة في القنوات عينة الدراسة حسب القالب

القيم الاجتماعية	التعاون		الاحسان إلى		التكامل		الامومة		زيارة المريض		الوفاء		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
الأفنيات	طيور الجنة	٧٣	٤٩	٤	١٠٠	-	-	٤٣	٤١	١٠	٤٣	٨٢.٧	٤٨٩	٤٧.٧
	كراميش	٢٨	٢٥.٥	-	-	-	-	٥٥.٢	٥٨	-	٩	١٧.٣	٣٧٦	٣٦.٦
	قناة طه	٢٨	٢٥.٥	-	-	٢٩	٤	٢.٨	٤	-	-	-	١٦١	١٥.٧
	الاجمالي	١٤٩	١٠٠	٤	١٠٠	٢٩	١٠٥	١٠٠	١٠٥	١٠	٥٢	١٠٠	١٠٢٦	١٠٠
الكرتون	طيور الجنة	١١	١٩	-	-	-	-	-	-	-	-	-	١١	٦.٣
	كراميش	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	قناة طه	٤٧	٨١	٤	١٠٠	١٠	١٠٠	-	-	-	-	-	١٦٤	٩٣.٧
	الاجمالي	٥٨	١٠٠	٤	١٠٠	١٠	١٠٠	-	-	-	-	-	١٧٥	١٠٠
الغلافات	طيور الجنة	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٢	١٠٠
	الاجمالي	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٢	١٠٠
الإعلان	طيور الجنة	٢٠	١٠٠	-	-	-	-	١٨	١٠٠	٧	١٠٠	٢١	٨١	٨٥.٣
	كراميش	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	١٤	١٤.٧
	الاجمالي	٢٠	١٠٠	-	-	-	-	١٨	١٠٠	٧	١٠٠	٢١	٩٥	١٠٠
العوارى	كراميش	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	١٦	١٠٠
الأخبار	طيور الجنة	-	-	-	-	-	-	١٧	-	-	-	-	٣٢	١٠٠
	الاجمالي	-	-	-	-	-	-	١٧	-	-	-	-	٣٢	١٠٠
الإجمالي	طيور الجنة	١٠٤	٤٥.٨	٤	٥٠	-	-	٧٨	٥٥.٧	١٧	١٠٠	٦٤	٦١٥	٤٥.٧
	كراميش	٢٨	١٦.٨	-	-	-	-	٥٨	٤١.٤	-	-	٩	٤٠٦	٣٠.٢
	قناة طه	٨٥	٣٧.٤	٤	٥٠	٣٩	٤	٢.٩	٤	-	-	-	٣٢٥	٢٤.١
	الاجمالي	٢٢٧	١٠٠	٨	١٠٠	٣٩	١٤٠	١٠٠	١٤٠	١٧	١٠٠	١٧	١٣٤٦	١٠٠

يلاحظ من خلال بيانات الجدول السابق تكرارات القيم الإجتماعية ١٣٥٤ توزعت بين القيم الفرعية الاجتماعية المختلفة؛ وردت قيمة بر الوالدين وحب الأسرة ٢٨٤ تكرار ٥٨.٥% في قناة كراميش، ٢٩.٦% في قناة طيور الجنة، و١١.٩% في قناة طه الفضائية، قيمة التعاون ٢٢٧ تكرار ٤٥.٨% في قناة طيور الجنة، ٣٧.٤% في قناة طه الفضائية، ١٦.٨% في قناة كراميش، قيمة الاحترام ١٦٤ تكرار ٦٨.٣% في قناة طيور الجنة، ١٧.١% في قناة طه الفضائية، و١٤.٦% في قناة كراميش، قيمة الأمومة ١٤٠ تكرار ٥٥.٧% في قناة طيور الجنة، ٤١.٤% في قناة كراميش، و٢.٩% في قناة طه الفضائية، قيمة المساعدة ١٣٨ تكرار ٥١.٥% في قناة طه الفضائية، ٢٧.٥% في قناة طيور الجنة، و٢١% في قناة كراميش، وقيمة تحمل المسؤولية ١٣٧ تكرار ٤٥.٣% في قناة كراميش، ٢٧.٧% في قناة طيور الجنة، و٢٧% في قناة طه الفضائية، قيمة التعاطف ٥٦ تكرار ٧٦.٨% في قناة طيور الجنة، ١٦.١% في قناة طه الفضائية، و٧.١% في قناة كراميش، قيمة التكامل ٣٩ تكرار في قناة طه الفضائية فقط ٢٩ في قالب الأغنيات و١٠ في قالب الكرتون، قيمة التكافل الاجتماعي ٣٥ تكرار ٤٠% في قناة طه الفضائية، ٣٤.٣% في قناة كراميش، و٢٥.٧% في قناة طيور الجنة، قيمة الاحسان إلى الجار ٢٨ تكرار ٨٥.٧% في قناة طيور الجنة، ١٤.٣% في قناة كراميش، قيمة الوفاء ١٧ تكرار ٨٧.٧% في قناة طيور الجنة، و١٢.٣% في قناة كراميش، قيمة زيارة المريض ١٧ تكرار في قناة طيور الجنة ١٠ في قالب الأغنيات و٧ في قالب الإعلان، قيمة الإحسان إلى الفقير ٨ تكرارات ٤ في قناة طيور الجنة في قالب الغناء، و٤ في قناة طه الفضائية في قالب الإعلان.

وردت قيم في قناة واحد وقالب واحد مثل القيم: الاحترام، والمساعدة تكررتا مرة واحدة لكل منهما في قالب الفلاشات في قناة طيور الجنة، في حين تكررت قيمة بر الوالدين وحب الأسرة في قناة كراميش في قالب الحوار القصصي، وتكررت القيم بر الوالدين وحب الأسرة ٧ تكرارات، تحمل المسؤولية ٨ تكرارات، والأمومة ١٧ تكرار في قالب الأخبار على قناة طيور الجنة.

كما جاءت القيم: بر الوالدين كما جاءت القيم: الوفاء ٢١ تكرار، التعاون ٢٠ تكرار، الأمومة ١٨ تكرار، وتحمل المسؤولية ٥ تكرارات في قناة طيور الجنة، وتكررت قيمة التكافل الاجتماعي ٨ تكرارات على قناة طه الفضائية، في حين وردت بر الوالدين وحب الأسرة ١٦ تكرار ٦٢.٥% في قناة طيور الجنة، و٣٧.٥% في قناة كراميش في قالب الإعلان.

تكررت هذه الفئة من القيم في قالب الكرتون في قناة طيور الجنة ١١ تكرار لقيمة التعاون، في حين شهدت قناة طه الفضائية تكرارات القيم: المساعدة ٥٣ تكرارات، الاحترام ١٩ تكرار، تحمل المسؤولية ١٨ تكرار، التكافل الاجتماعي ٩ تكرارات، وقيمة التعاطف ٤ تكرارات.

وشهد قالب الأغنيات ١٠٢٦ تكرارات كان توزيعها بين القيم: بر الوالدين وحب الأسرة ٢٤٥ تكرار ٥٨.٧٪ في قناة كراميش، ٢٧.٤٪ في قناة طيور الجنة، ١٣.٩٪ في قناة طه الفضائية، التعاون ١٤٩ تكرار ٤٩٪ في قناة طيور الجنة، ٢٥.٥٪ لكل من قناتي كراميش وطه الفضائية، الاحترام ١٤٤ تكرار ٧٧.١٪ في قناة طيور الجنة، ١٦.٧٪ في قناة كراميش، و٦.٢٪ في قناة طه الفضائية، تحمل المسؤولية ١٠٦ تكرار ٥٨.٥٪ في قناة كراميش، ٢٣.٦٪ في قناة طيور الجنة، ١٧.٩٪ في قناة طه الفضائية، الأمومة ١٠٥ تكرار ٥٥.٢٪ في قناة كراميش، ٤١٪ في قناة طيور الجنة، و٣.٨٪ في قناة طه الفضائية، المساعدة ٨٤ تكرار ٤٤٪ في قناة طيور الجنة، ٣٤.٥٪ في قناة كراميش، و٢١.٥٪ في قناة طه الفضائية، وتشابهت قيمتي التعاطف، والوفاء في جملة التكرارات في هذا القالب حيث بلغت ٥٢ تكرار لكل قيمة؛ توزعت الأولى ٨٢.٧٪ في قناة طيور الجنة، ٩.٦٪ في قناة طه الفضائية، و٧.٧٪ في قناة كراميش، بينما حظيت قناة طيور الجنة بنسبة ٨٢.٧٪، و١٧.٣٪ في قناة كراميش للقيمة الثانية، قيمة الإحسان إلى الجار وإكرام الضيف ٢٨ تكرار ٨٥.٧٪ في قناة طيور الجنة، و١٤.٣٪ في قناة كراميش، أما قيمة التكافل الاجتماعي فقد توزعت ٥٠٪ في قناة طيور الجنة، ٢٧.٨٪ في قناة طه الفضائية، و٢٢.٢٪ في قناة كراميش.

وتعكس النتائج السابقة اهتمام القنوات محل الدراسة بتنوع استخدام القوالب المختلفة

والتي تساعد على بث القيم واقتناع الفئة المستهدفة بها.

## - أنواع القيم الأخلاقية والإنسانية الواردة في القنوات عينة الدراسة حسب القالب:

جدول ( ٦ ) يوضح أنواع القيم الأخلاقية والإنسانية الواردة في القنوات عينة الدراسة حسب القالب

الإجمالي	النسبة والتوزيع		الرجوع		الصدق		الأمانة والتسوية		النفس الزاخرة ومرة		المساواة والتواضع		العدالة		التسامح		العزلة		المحافظة على البيئة		القيم الأخلاقية والإنسانية	القنوات المستخدمة			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك					
٦٦.٦	١٩١	٧٥.٤	٤٢	٥٤.٨	٢٢	٣١.٨	٧	١٠٠	٢٩	-	-	-	-	٥٦.٧	١٧	٨٩.٨	٥٢	٢٥	٢	١٠٠	١٦	ظهور البيئة	الأقليات		
١٨.١	٥٢	٢٤.٦	١٤	-	-	٤٥.٥	١٠	-	-	-	-	٦٠	٩	٢٦.٧	٨	١٠.٢	٦	٤١.٧	٥	-	-	كرايمش			
١٥.٢	٤٤	-	-	٤٥.٢	١٩	٢٢.٧	٥	-	-	١٠٠	٥	٤٠	٦	١٦.٦	٥	-	-	٣٢.٢	٤	-	-	قناة طه			
١٠٠	٢٨٧	١٠٠	٥٧	١٠٠	٤٢	١٠٠	٢٢	١٠٠	٢٩	١٠٠	٥	١٠٠	١٥	١٠٠	٣٠	١٠٠	٥٩	١٠٠	١٢	١٠٠	١٦	الإجمالي			
١٠٠	٧٧	-	-	١٠٠	٢٤	١٠٠	٤	-	-	-	-	-	-	١٠٠	٤٩	-	-	-	-	-	-	-	كرايمش	الكرتون	
٨١.٨	١٨	-	-	-	-	١٠٠	١٨	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ظهور البيئة	العلاقات	
١٨.٢	٤	١٠٠	٤	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	كرايمش		
١٠٠	٢٢	١٠٠	٤	-	-	١٠٠	١٨	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	الإجمالي		
١٠٠	٤٥	١٠٠	٢٢	١٠٠	٥	١٠٠	١٧	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ظهور البيئة	الإعلان	
١٠٠	٤	-	-	-	-	-	-	١٠٠	٤	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ظهور البيئة	الإخباري
١٠٠	١٥	-	-	-	-	-	-	١٠٠	١٥	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	كرايمش	العنبري
٥٧.٢	٢٥٨	٧٨.٦	٦٦	٢٩.٤	٢٨	٦٨.٩	٤٢	٦٨.٨	٢٢	-	-	-	-	٢١.٥	١٧	٨٩.٨	٥٢	٢٥	٢	١٠٠	١٦	ظهور البيئة	الاجمالي		
٣٢.٩	١٤٨	٢١.٤	١٨	٣٢.٨	٢٤	٢٢	١٤	٣١.٢	١٥	-	-	٦٠	٩	٧٢.٢	٥٧	١٠.٢	٦	٤١.٧	٥	-	-	كرايمش			
٩.٨	٤٤	-	-	٢٦.٨	١٩	٨.١	٥	-	-	١٠٠	٥	٤٠	٦	٦.٢	٥	-	-	٣٢.٢	٤	-	-	قناة طه			
١٠٠	٤٥٠	١٠٠	٨٤	١٠٠	٧١	١٠٠	٦١	١٠٠	٤٨	١٠٠	٥	١٠٠	١٥	١٠٠	٧٩	١٠٠	٥٩	١٠٠	١٢	١٠٠	١٦	الإجمالي			

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق تكرارات فئة القيم الأخلاقية الإنسانية ٤٥٠ قيمة تنوعت بين قيم تكررت في قناة واحدة مثل المحافظة على البيئة ١٦ تكرار في قناة طيور الجنة في قالب الأغنيات، وقيمة النزاهة وعزة النفس والتي ٥ تكرارات في قناة طه الفضائية في قالب الأغنيات، كما وردت بعض القيم في قناتين مثل قيمة التسامح ٥٩ تكرار ٨٩.٨٪ في قناة طيور الجنة، ١٠.٢٪ في قناة كراميش في قالب الأغنيات، البسمة والترويح عن النفس ٨٤ تكرار ٧٨.٦٪ في قناة طيور الجنة، و٢١.٤٪ في قناة كراميش، المساواة والتواضع ١٥ تكرار ٦٠٪ في قناة كراميش، و٤٠٪ في قناة طه الفضائية في قالب الأغنيات، الأمانة والنصيحة ٤٨ تكرار ٦٨.٨٪ في قناة طيور الجنة، و٢١.٢٪ في قناة كراميش، في حين تنوعت باقي القيم في القنوات الثلاث عينة الدراسة قيمة العدالة ٧٩ تكرار ٧٢.٢٪ في قناة كراميش، ٢١.٥٪ في قناة طيور الجنة، و٦.٣٪ في قناة طه الفضائية، قيمة الرحمة ٧١ تكرار ٣٩.٤٪ في قناة طيور الجنة، ٣٣.٨٪ في قناة كراميش، و٢٦.٨٪ في قناة طه الفضائية، الصدق ٦١ تكرار ٦٨.٩٪ في قناة طيور الجنة، ٢٣٪ في قناة كراميش، و٨.١٪ في قناة طه الفضائية، وقيمة الحرية ١٢ تكرار ٤١.٧٪ في قناة كراميش، ٣٣.٣٪ في قناة طه الفضائية، و٢٥٪ في قناة طيور الجنة.

ولوحظ تكرار هذه الفئة من القيم في قوالب الكرتون، الإعلان، الأخبار، والحواري القصصي في قناة واحدة فقط من القنوات عينة الدراسة: فقد تكررت قيمة الأمانة والنصيحة ٤ تكرارات في قالب الأخبار في قناة طيور الجنة، و١٥ تكرار في قالب الحوار القصصي في قناة كراميش، كما شهد قالب الكرتون تكرار قيمة العدالة ٤٩، ٢٤ لقيمة الرحمة، و٤ تكرارات لقيمة الصدق، في حين تكررت القيم البسمة والترويح عن النفس ٢٣ تكرار، الصدق ١٧ تكرار، والرحمة ٥ تكرارات في قالب الإعلان في قناة طيور الجنة.

ووردت هذه الفئة من القيم في قالب الفلاشات على صورة قيمة الصدق ١٨ تكرار في قناة طيور الجنة، وقيمة البسمة والترويح عن النفس ٤ تكرارات في قناة كراميش.

وشهد قالب الأغنيات ٢٨٧ تكرار من هذه الفئة من القيم وردت البسمة والترويح عن النفس ٥٧ تكرار ٧٥.٤٪ في قناة طيور الجنة، و٢٤.٦٪ في قناة كراميش، قيمة الرحمة ٤٢ تكرار ٥٤.٨٪ في قناة طيور الجنة، و٤٥.٢٪ في قناة طه الفضائية، قيمة العدالة ٣٠ تكرار ٥٦.٧٪ في قناة طيور الجنة، و٢٦.٧٪ في قناة كراميش، و١٦.٦٪ في قناة طه الفضائية، قيمة الأمانة

والأمانة ٢٩ تكرار في قناة طيور الجنة، قيمة الصدق ٢٢ تكرار ٤٥.٥% في قناة كراميش، ٣١.٨% في قناة طيور الجنة، و٢٢.٧% في قناة طه الفضائية، وقيمة الحرية ١٢ تكرار ٤١.٧% في قناة كراميش، ٣.٣٣% في قناة طه الفضائية، و٢٥% في قناة طيور الجنة الفضائية في قالب الأغنيات. وتعتبر هذه القيم الأخلاقية الإنسانية من الأهمية بمكان واهتمام القنوات محل الدراسة بها يعكس اهتمامها بغرس تلك القيم لدى الأطفال المستهدفين.

## ٦ - أنواع القيم الإسلامية الواردة في القنوات عينة الدراسة حسب القالب:

جدول (٧) يوضح أنواع القيم الإسلامية الواردة في القنوات عينة الدراسة حسب القالب

القالب	القيم الإسلامية	الصحاح		الوحدة الإسلامية		حب العائل		حب الرسول		حب القرآن		القدوة		حب الصلاة		الاجتهادية		الدعام والإعلان		حفظ المسان		الإجمالي	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
الأقليات	طهور الجنة	٢٨	١٦.٥	٤٧	٥٨.٧	٤٢	٨٩.٦	٢٩	٣٦.١	٤٢	٥١.٨	١٩	٢١.١	٢٢	٢٤.٩	٢٩	٧٨	١٤٢	٥١.٧	٨	٥٧.١	٤٢١	٤٢.٧
	كرايمش	٥٨	٢٥.٢	٢٩	٣٦.٢	٥	١٠.٤	١٥	١٧.٥	٢٠	٢٤.٧	١٤	١٦.١	١٩	٢٨.٨	٦	١٢	٨٧	٢١.٧	-	-	٢٥٢	٢٤.٨
	قتلا طه	١٢٤	٥٨.٢	٤	٥	-	-	٦٧	٦٠.٤	١٩	٢٢.٥	٢٨	٤٥.٩	٢٤	٣٦.٢	٥	١٠	٤٩	١٧.٦	٦	٤٢.٩	٢٢٦	٢٢.٩
	الإجمالي	٢٢٠	١٠٠	٨٠	١٠٠	٤٨	١٠٠	١١١	١٠٠	٨١	١٠٠	٦١	١٠٠	٦٦	١٠٠	٥٠	١٠٠	٢٢٩	١٠٠	١٤	١٠٠	١٠٢٠	١٠٠
الطلقات	طهور الجنة	-	-	٩	١٠٠	٨	١٠٠	٢٠	١٠٠	٢٠.٦	-	-	٤	-	-	٧	٥٢.٨	١٤	١٤.٤	-	-	٦٢	٢٠.٧
	كرايمش	٩	٢٢.١	-	-	-	-	-	-	١٥	٢٤.١	-	-	-	-	-	-	١٠	١٠.٢	-	-	٢٤	١١.١
	قتلا طه	١٩	٦٧.٩	-	-	-	-	٢٧	٧٩.٤	٢٩	٦٥.٩	-	-	٧	١٠٠	٦	٤٦.٢	٢٢	٧٥.٢	-	-	٢١١	٦٨.٧
	الإجمالي	٢٨	١٠٠	٩	١٠٠	٨	١٠٠	٩٧	١٠٠	٢٠.٦	١٠٠	٤	١٠٠	٧	١٠٠	١٢	١٠٠	٩٧	١٠٠	-	-	٢٠٧	١٠٠
الإعلان	طهور الجنة	-	-	٢٩	٢٥.١	٦	١٠٠	٢٠	١٠٠	٥	٥٠	٣	١٠٠	١٠	١٠٠	٨	١٠٠	٩	١٠٠	-	-	١٠٠	٥٤.٩
	كرايمش	٥	١٠٠	٢٢	٦٤.٩	-	-	-	-	٥	٥٠	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٨٢	٤٥.١
	الإجمالي	٥	١٠٠	١١١	١٠٠	٦	١٠٠	٢٠	١٠٠	٥	١٠٠	٣	١٠٠	١٠	١٠٠	٨	١٠٠	٩	١٠٠	-	-	١٨٢	١٠٠
العوارى	كرايمش	١٤	١٠٠	-	-	-	-	١٥	١٠٠	-	-	-	-	١٦	١٠٠	-	-	-	-	-	-	٥٨	١٠٠
الأعهار	طهور الجنة	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	١	١٠٠	-	-	-	-	١	١٠٠
الإجمالي	طهور الجنة	٢٨	١٢.٨	٩٥	٤٧.٥	٥٧	٢٤	٦٩	٢٠.٢	٤٧	٢٤.٨	٢٦	٢٢.١	٢٢	٢٢.٢	٥٥	٧٦.٤	١١٦	٢٨.٢	٨	٥٧.١	٥٤٤	٣٦.٨
	كرايمش	٨٦	٢١	١٠١	٥٠.٥	٢٠	٢٦	١٥	٦.٦	٤٠	٢٩.٦	٢٧	٢٢.٢	٢٥	٢٥.٤	٦	٨.٢	٩٧	٢٢.٤	-	-	٤٧٧	٢٦.٤
	قتلا طه	١٥٢	٥٥.٢	٤	٢	-	-	١٤٤	٦٢.١	٤٨	٢٥.٦	٢٨	٢٤.٦	٢١	٢١.٢	١١	١٥.٢	١٧٠	٢٩.٢	٦	٤٢.٩	٥٥٥	٣٦.٨
	الإجمالي	٢٧٧	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٧٧	١٠٠	٢٢٨	١٠٠	١٢٥	١٠٠	٨١	١٠٠	٩٩	١٠٠	٧٢	١٠٠	٤٢٢	١٠٠	١٤	١٠٠	١٦١٦	١٠٠



تشير بيانات الجدول السابق إلى تكرار هذه الفئة والتي بلغت ١٦١٦ توزعت بين الفئات الفرعية كالتالي: قيمة الدعاء والإخلاص والتوكل ٤٣٣ تكرار ٣٩.٣% في قناة طه الفضائية، ٣٨.٣% في قناة طيور الجنة، ٢٢.٤% في قناة كراميش، قيمة الحجاب ٢٧٧ تكرار ٥٥.٢% في قناة طه الفضائية، ٣٠% في قناة كراميش، و ١٣.٨% في قناة طيور الجنة، قيمة حب الرسول والأنبياء ٢٢٨ تكرار ٦٣.١% في قناة طه الفضائية، ٣٠.٣% في قناة طيور الجنة، و ٦.٦% في قناة كراميش، قيمة الوحدة الإسلامية ٢٠٠ تكرار ٥٠.٥% في قناة كراميش، ٤٧.٥% في قناة طيور الجنة، ٢% في قناة طه الفضائية، قيمة حب القرآن ١٣٥ تكرار ٣٥.٦% في قناة طه الفضائية، ٣٤.٨% في قناة طيور الجنة، و ٢٩.٦% في قناة كراميش، قيمة القدوة ٨١ تكرار ٣٤.٦% في قناة طه الفضائية، ٣٣.٣% في قناة كراميش، و ٢٢.١% في قناة طيور الجنة، قيمة حب العبادة ٩٩ تكرار ٣٥.٤% في قناة كراميش، ٣٣.٣% في قناة طيور الجنة، و ٣١.٣% في قناة طه الفضائية، قيمة الايجابية ٧٢ تكرار ٧٦.٤% في قناة طيور الجنة، ١٥.٣% في قناة طه الفضائية، و ٨.٣% في قناة كراميش، قيمة حب الحلال وكره الحرام ٧٧ تكرار ٧٤% في قناة طيور الجنة، و ٢٠% في قناة كراميش، قيمة حفظ اللسان ١٤ تكرار ٥٧.١% في قناة طيور الجنة، و ٤٢.٩% في قناة طه الفضائية.

وردت هذه الفئة من القيم في قالب الكرتون ٤٨ تكرار كانت كلها قيمة الدعاء والإخلاص والتوكل في قناة طه الفضائية، كما تكررت قيمة الايجابية مرة واحدة في قالب الأخبار وكان من نصيب قناة طيور الجنة وكانت في برنامج أخبار الدار، بينما وردت القيم: قيمة حب العبادة (الصلاة والصوم) ١٦ تكرار، حب الحلال وكره الحرام ١٥ تكرار الحجاب ١٤ تكرار، وقيمة القدوة ١٣ تكرار في القالب الحوارى القصصي الواردة في قناة كراميش.

أما قالب الأغنيات فقد توزعت فيه القيم كالتالي: قيمة الدعاء والإخلاص والتوكل ٢٧٩ تكرار ٥١.٢% في قناة طيور الجنة، ٣١.٢% في قناة كراميش، و ١٧.٦% في قناة طه الفضائية، قيمة الحجاب ٢٣٠ تكرار ٥٨.٣% في قناة طه الفضائية، ٢٥.٢% في قناة كراميش، و ١٦.٥% في قناة طيور الجنة، قيمة حب الرسول والأنبياء ١١١ تكرار ٦٠.٤% في قناة طه الفضائية، ٢٦.١% في قناة طيور الجنة، و ١٣.٥% في قناة كراميش، قيمة حب القرآن ٨١ تكرار ٥١.٨% في قناة طيور الجنة، ٢٤.٧% في قناة كراميش، و ٢٣.٥% في قناة طه الفضائية، قيمة الوحدة الإسلامية ٨٠ تكرار

٥٨.٧% في قناة طيور الجنة، ٣٦.٣% في قناة كراميش، و٥% في قناة طه الفضائية، قيمة حب العبادة ٦٦ تكرار ٣٦.٣% في قناة طه الفضائية، ٣٤.٩% في قناة طيور الجنة، و٢٨.٨% في قناة كراميش، قيمة القدوة ٦١ تكرار ٤٥.٩% في قناة طه الفضائية، ٣١.١% في قناة طيور الجنة، و٢٣% في قناة كراميش، قيمة الايجابية ٥٠ تكرار ٧٨% في قناة طيور الجنة، ١٢% في قناة كراميش، ١٠% في قناة طه الفضائية، قيمة حب الحلال وكره الحرام ٤٨ تكرار ٨٩.٦% في قناة طيور الجنة، و١٠.٤% في قناة كراميش، قيمة حفظ اللسان ١٤ تكرار ٥٧.١% في قناة طيور الجنة، ٤٢.٩% في قناة طه الفضائية.

من الملاحظ في قالب الفلاشات أن تكرر هذه الفئة من القيم ٣٠٧ قيمة وتنوعت القيم الفرعية كالتالي: شهدت هذا القالب تكرر قيمتنا حب الرسول والأنبياء، والدعاء والاخلاص والتوكل ٩٧ تكرار لكل منهما انقسمت الأولى ٧٩.٤% في قناة طه الفضائية، و٢٠.٦% في قناة طيور الجنة، بينما توزعت الثانية بين القنوات؛ ٧٥.٣% في قناة طه الفضائية، ١٤.٤% في قناة طيور الجنة، و١٠.٣% في قناة كراميش، وتكررت قيمة حب القرآن ٤٤ قيمة انقسمت بين ٦٥.٩% في قناة طه الفضائية، و٣٤.١% في قناة كراميش، وانقسمت ٢٨ تكرار الخاصة بقيمة الحجاب بين ٦٧.٩% في قناة طه الفضائية، و٣٢.١% في قناة كراميش، في حين شهدت بعض القيم تكرارها في قناة واحدة مثل: قيمة الإيجابية ١٣ تكرار في قناة طه الفضائية، الوحدة الإسلامية ٩ تكرارات في قناة طيور الجنة، حب الحلال وكره الحرام ٨ تكرارات في قناة طيور الجنة، حب العبادة ٧ تكرارات في قناة طه الفضائية، و٤ في قناة طيور الجنة هي جملة تكرارات قيمة القدوة.

تكررت هذه الفئة من القيم في قالب الإعلان في قناتين طيور الجنة وكراميش وملت قناة طه الفضائية كما شهد هذا القالب تكرار هذا القيم في قناة واحدة؛ ففي حين تكررت قيمة الحجاب ٥ مرات في قناة طه الفضائية، كانت تكرارات القيم حب الرسول والأنبياء ٢٠ تكرار، حب العبادة (الصلاة والصوم) ١٠ تكرارات، الدعاء والاخلاص والتوكل ٩ تكرارات، الايجابية ٨ تكرارات، حب الحلال وكره الحرام ٦ تكرارات، و٣ تكرارات لقيمة القدوة في قناة طيور الجنة الفضائية، وانقسمت قيمة حب القرآن ما بين ٥٠% في قناة طيور الجنة، و٥٠% في قناة كراميش، وتوزعت قيمة الوحدة الإسلامية ٦٤.٩% في قناة كراميش، و٤٥.١% في قناة طيور الجنة.

واهتمام القنوات محل الدراسة بهذه القيم يعكس الاتجاه الإسلامي للقنوات، لا سيما أنها موجهة للجمهور العربي الذي يدين معظمة بالاسلام وينتشر فيه القيم الإسلامية المحافظة.

#### ٧ - أنواع القيم الوطنية الواردة في القنوات عينة الدراسة حسب القالب:

الإجمالي		المواطنة الصالحة		حب الوطن والتضحية		حب المقدسات الإسلامية		القيم الوطنية	
								القالب المستخدمة	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٦١.٨	١٨٦	٧٤.٨	١٠١	٤٣.٩	٥٧	٧٧.٨	٢٨	طيور الجنة	الأغنيات
٣٣.٢	١٠٠	٢٥.٢	٣٤	٤٤.٦	٥٨	٢٢.٢	٨	كراميش	
٥	١٥	-	-	١١.٥	١٥	-	-	قناة طه	
١٠٠	٣٠١	١٠٠	١٣٥	١٠٠	١٣٠	١٠٠	٣٦	الإجمالي	
٢٨.٩	٦١	١٠٠	١٢	٥١	٢٥	٢٤.٢	٢٢	طيور الجنة	الإعلان
٦١.١	٩٦	-	-	٤٩	٢٤	٧٥.٨	٧٢	كراميش	
-	-	-	-	-	-	-	-	قناة طه	
١٠٠	١٥٧	١٠٠	١٣	١٠٠	٤٩	١٠٠	٩٥	الإجمالي	
٥٣.٩	٢٤٧	٧٧	١١٤	٤٥.٨	٨٢	٣٨.٩	٥١	طيور الجنة	الاجمالي
٤٢.٨	١٩٦	٢٣	٣٤	٤٥.٨	٨٢	٦١.١	٨٠	كراميش	
٢.٣	١٥	-	-	٨.٤	١٥	-	-	قناة طه	
١٠٠	٤٥٨	١٠٠	١٤٨	١٠٠	١٧٩	١٠٠	١٣١	الإجمالي	

يلاحظ من خلال بيانات الجدول السابق أن تكرارات القيم الوطنية ٤٥٨؛ ٥٣.٩٪ منهم في قناة طيور الجنة، ٤٢.٨٪ في قناة كراميش، ٣.٣٪ في قناة طه الفضائية، وتوزعت هذه التكرارات بين أنواع القيم فقد كان نصيب حب المقدسات الإسلامية ١٣١ تكرار بين قناتي كراميش ٦١.١٪، وطيور الجنة ٣٨.٩٪، حب الوطن والتضحية في سبيلة ٤٥.٨٪ في كلاً من قناتي طيور الجنة وكراميش، بالإضافة إلى ٨.٤٪ في قناة طه الفضائية، أما قيمة المواطنة الصالحة فقد توزعت بين قناتي طيور الجنة وكراميش بنسبتي ٧٧٪ للأولى و٢٣٪ للثانية في خلت قناة طه الفضائية من هذه القيمة. وقد توزعت القيم السابقة بين قالب الغناء والإعلان كالتالي:

في ما يخص قالب الغناء تنوعت فيه القيم: فقد تكررت قيمة حب المقدسات الإسلامية ٣٦ توزعت ٧٧.٨٪ في قناة طيور الجنة، ٢٢.٢٪ في قناة كراميش، ووردت قيمة حب الوطن والتضحية في سبيلة ١٣٠ تكرار في القنوات عينة الدراسة: ٤٤.٦٪ لقناة كراميش، ٤٣.٩٪ في قناة

طيور الجنة، ١١.٥٪ في قناة طه الفضائية، كما كان نصيب قيمة المواطنة الصالحة ١٣٥ تكرار بين قناتي طيور الجنة ٧٤.٨٪ وكراميش ٢٥.٢٪.

أما قالب الإعلان فقد شهد خلو قناة طه الفضائية من إعلانات تحتوي على قيم وطنية، كما شهدت قيمة المواطنة الصالحة تفرد قناة طيور الجنة بواقع ١٣ تكرار، في حين توزعت التكرارات على القناتين الأخرين بقيمة حب المقدسات الإسلامية تكررت ٩٥ بين ٧٥.٨٪ في قناة كراميش، و ٢٤.٢٪ في قناة طيور الجنة، وكانت نسب قيمة حب الوطن والتضحية في سبيله ٥١٪ في قناة طيور الجنة، و ٤٩٪ في قناة كراميش من إجمالي ٤٩ هم تكرارات هذه القيمة في قالب الإعلان. وتعكس النتائج السابقة مدى اهتمام القنوات محل الدراسة بالقيم الوطنية والذي تحتل أهمية كبرى في تنشئة الأبطال حتى يكونوا مواطنين صالحين في المستقبل.

## ٨ - أنواع القيم الشخصية الواردة في القنوات عينة الدراسة حسب القالب:

جدول (٩) ويوضح أنواع القيم الشخصية الواردة في القنوات عينة الدراسة حسب القالب

الإجمالي		عدم الأناية		الاهتمام بالصحة		النشاط والعمل		الصبر		الثقة بالنفس		الشجاعة		القيم الشخصية المستخدمة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٠.٨	٢٥٤	١٠٠	٩	٢٢.٧	٣٢	٢٩.٩	٧٧	٥٢.٥	٥٣	٤٧.٨	٤٣	٤٢.٩	٣٩	طيور الجنة
٣٢.٧	٢١٠	-	-	٥٨.٢	٨١	٢٤.٩	٤٨	١٣.٩	١٤	٢٦.٧	٢٤	٤٧.٢	٤٣	الاعتيات
٢٥.٥	١٥٩	-	-	١٨	٢٥	٣٥.٢	٦٨	٣٢.٦	٣٤	٢٥.٥	٢٢	٩.٩	٩	قناة طه
١٠٠	٦٢٢	١٠٠	٩	١٠٠	١٣٩	١٠٠	١٩٢	١٠٠	١٠١	١٠٠	٩٠	١٠٠	٩١	الإجمالي
١٠٠	١٨٠	-	-	١٠٠	٨	١٠٠	٣٤	١٠٠	٣٣	١٠٠	٥٢	١٠٠	٥٢	الكرتون
١٠٠	٣٦	-	-	١٠٠	١٠	-	-	١٠٠	٧	١٠٠	١١	١٠٠	٨	الفلشات
٥٥.١	٤٩	-	-	٨٥	٣٤	١٠٠	١٥	-	-	-	-	-	-	طيور الجنة
٤٤.٩	٤٠	-	-	١٥	٦	-	-	-	-	١٠٠	٥	١٠٠	٢٩	الإعلان
١٠٠	٨٩	-	-	١٠٠	٤٠	١٠٠	١٥	-	-	١٠٠	٥	١٠٠	٢٩	كراميش
١٠٠	١٦	-	-	١٠٠	٤	-	-	١٠٠	٣	١٠٠	٥	١٠٠	٤	الإجمالي
١٠٠	٦	-	-	-	-	-	-	-	-	١٠٠	٦	-	-	طيور الجنة
٢٨	٣٦١	١٠٠	٩	٤٠.٣	٨١	٢٨	٩٢	٤٢.٨	٦٣	٢٨.٥	٦٥	٢٧.٦	٥١	الاعتيات
٢٦.٣	٢٥٠	-	-	٤٢.٣	٨٧	١٩.٨	٤٨	٩.٧	١٤	١٧.١	٢٩	٢٨.٩	٧٢	كراميش
٣٥.٧	٣٣٩	-	-	١٦.٤	٣٢	٤٢.٢	١٠٢	٤٦.٥	٦٧	٤٤.٤	٧٥	٣٣.٥	٦٢	قناة طه
١٠٠	٩٥٠	١٠٠	٩	١٠٠	٢٠١	١٠٠	٢٤٢	١٠٠	١٤٤	١٠٠	١٦٩	١٠٠	١٨٥	الإجمالي

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق أن تكرارات القيم الشخصية في قنوات الأطفال

الفضائية عينة الدراسة ٩٥٠ تكرار توزعت بين القنوات: ٣٨٪ في قناة طيور الجنة، ٣٥.٧٪ في

قناة طه الفضائية، و ٢٦.٣٪ في قناة كراميش؛ وتنوعت هذه التكرارات في نسب القيم التفصيلية

موضوع الدراسة وكانت كالتالي:

في الوقت التي لم ترد قيمة عدم الأناية إلا ٩ تكرارات في قناة واحدة من القنوات عينة

الدراسة وهي قناة طيور الجنة وردت قيمة النشاط والعمل واستثمار وقت الفراغ ٢٤٢ تكرار ٤٢.٢٪

منهم في قناة طه الفضائية، ٣٨٪ في قناة طيور الجنة، ١٩.٨٪ في قناة كراميش، ووردت قيمة

الاهتمام بالصحة وحب الرياضة ٢٠١ تكرار بواقع ٤٣.٣٪ في قناة كراميش، ٤٠.٣٪ في قناة طيور

الجنة، و ١٦.٤٪ في قناة طه الفضائية، كما تكررت قيمة الشجاعة وحب المخاطرة ١٨٥ مرة ما بين

٣٨.٩% في قناة كراميش، ٣٣.٥% في قناة طه الفضائية، و٢٧.٦% في قناة طيور الجنة، في حين تكررت قيمة الثقة بالنفس ١٦٩ مرة كانت نسبتهم ٤٤.٤% في قناة طه الفضائية، ٣٨.٥% في قناة طيور الجنة، و١٧.١% في قناة كراميش، وأخيراً جاءت قيمة الصبر بواقع ١٤٤ تكرار توزعت نسبتهم ٤٦.٥% في قناة طه الفضائية، ٤٣.٨% في قناة طيور الجنة، و٩.٧% في قناة كراميش، وأخيراً جاءت قيمة الصبر بواقع ١٤٤ تكرار.

تسجل الدراسة تكرارات هذه الفئة من القيم في قوالب معينة في قناة واحدة فقط مثل قالب الكرتون؛ تكرر في قناة طه الفضائية فقط؛ ٥٣ تكرار لقيمة الشجاعة وحب المخاطرة، ٥٢ تكرار لقيمة الثقة بالنفس، ٣٤ تكرار لقيمة النشاط واستثمار وقت الفراغ، ٣٣ تكرار لقيمة الصبر، و٨ تكرارات لقيمة الاهتمام بالصحة وحب الرياضة.

كما تكررت هذه الفئة من القيم في قناة طيور الجنة في القوالب: الفلاشات، القالب الحواري القصصي و قالب الأخبار في ما يعرف بنشرة أخبار الدار والتي وردت فيها قيمة الثقة بالنفس ٣ تكرارات، ووردت القيم الثقة بالنفس ١١ تكرار، الاهتمام بالصحة وحب الرياضة ١٠ تكرارات، الشجاعة وحب المخاطرة ٨ تكرارات، وقيمة الصبر ٧ تكرارات في قالب الفلاشات، في حين وردت القيم السابقة في قالب الحوار القصصي كالتالي: قيمة الثقة بالنفس ٥ تكرارات، الاهتمام بالصحة وحب الرياضة والشجاعة وحب المخاطرة ٤ تكرارات لكلاً منهما، وقيمة الصبر ٣ تكرارات.

وفي ما يخص قالب الأغنيات فقد وردت فيه القيم كالتالي: في حين تكررت قيمة النشاط والعمل واستغلال وقت الفراغ ١٩٣ توزعت ٣٩.٩% في قناة طيور الجنة، ٣٥.٢% في قناة طه الفضائية، ٢٤.٩% في قناة كراميش، فقد وردت قيمة الاهتمام بالصحة وحب الرياضة ١٣٩ تكرار تنوعت نسبتهم ٥٨.٣% في قناة كراميش، ٢٣.٧% في قناة طيور الجنة، و١٨% في قناة طه الفضائية، ووردت قيمة الشجاعة وحب المخاطرة ٩١ تكرار بنسب ٤٧.٢% في قناة كراميش، ٤٢.٩% في قناة طيور الجنة، و٩.٩% في قناة طه الفضائية، كما تكررت قيمة الثقة بالنفس ٩٠ - ٤٧.٨% منهم في قناة طيور الجنة، ٢٦.٧% في قناة كراميش، و٢٥.٥% في قناة طه الفضائية، وتكررت قيمة الصبر ١٠١ مرة بنسب ٥٢.٥% في قناة طيور الجنة، ٣٣.٦% في قناة طه الفضائية، و١٣.٩% في قناة كراميش.

وقد تنوعت القيم الشخصية موضوع الدراسة في قالب الإعلان ففي الوقت الذي لم يرد فيه قيمتا الشجاعة وحب المخاطرة والثقة بالنفس إلا في قناة كراميش فقط، وقيمة النشاط والعمل واستثمار وقت الفراغ في قناة طيور الجنة فقط، انقسمت نسب قيمة الاهتمام بالصحة وحب الرياضة بين ٨٥٪ في طيور الجنة، و١٥٪ في كراميش. ولا بد من اهتمام القنوات المختلفة بهذا النوع من القيم لأنها قيم عامة تتوافر في الثقافات المختلفة.

#### ٩ - أنواع القيم الجمالية الواردة في القنوات عينة الدراسة حسب القالب:

جدول (١٠) ويوضح أنواع القيم الجمالية الواردة في القنوات عينة الدراسة حسب القالب

القيم الجمالية القوالب المستخدمة		النظافة		الاعتناء بالظهر		التناسق		الإبداع		الميل إلى الفن		النظام		الإجمالي	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
الأغنيات	طيور الجنة	٩٦	٥٥.٨	٢٣	١٠٠	٣	٩.١	٤	١٠.٨	١٩	٤٧.٥	١١١	٥٨.٤	٢٥٦	٥١.٧
	كراميش	٧٣	٤٢.٤	-	-	١٩	٥٧.٦	٢٤	٦٤.٩	١٣	٣٢.٥	٥٢	٢٧.٤	١٨١	٣٦.٦
	قناة طه	٣	١.٨	-	-	١١	٣٣.٣	٩	٢٤.٣	٨	٢٠	٢٧	١٤.٢	٥٨	١١.٧
	الإجمالي	١٧٢	١٠٠	٢٣	١٠٠	٣٣	١٠٠	٣٧	١٠٠	٤٠	١٠٠	١٩٠	١٠٠	٤٩٥	١٠٠
الFLASHات	طيور الجنة	١٠	٦٧.٧	-	-	-	-	٩	٦٧.٧	١٠	٣٧	-	-	٢٩	٤٢
	كراميش	٥	٣٣.٣	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٥	٧.٣
	قناة طه	-	-	-	-	-	-	١٨	٣٣.٣	١٧	٦٣	-	-	٣٥	٥٠.٧
	الإجمالي	١٥	١٠٠	-	-	-	-	٢٧	١٠٠	٢٧	١٠٠	-	-	٦٩	١٠٠
الكرتون	قناة طه	-	-	-	-	-	-	٥١	١٠٠	١٣	١٠٠	٨	١٠٠	٧٢	١٠٠
الإعلان	طيور الجنة	١١	١٠٠	-	-	-	-	-	-	٩	١٠٠	٥	١٠٠	٢٥	١٠٠
الإجمالي	طيور الجنة	١١٧	٥٩.١	٢٣	١٠٠	٣	٩.١	١٣	١١.٣	٣٨	٤٢.٧	١١٦	٥٧.١	٣١٠	٤٦.٩
	كراميش	٧٨	٣٩.٤	-	-	١٩	٥٧.٦	٢٤	٢٠.٩	١٣	١٤.٦	٥٢	٢٥.٦	١٨٦	٢٨.١
	قناة طه	٣	١.٥	-	-	١١	٣٣.٣	٧٨	٦٧.٨	٢٨	٤٢.٧	٣٥	١٧.٣	١٦٥	٢٥
	الإجمالي	١٩٨	١٠٠	٢٣	١٠٠	٣٣	١٠٠	١١٥	١٠٠	٨٩	١٠٠	٢٠٣	١٠٠	٦٦١	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق والخاصة بالقيم الجمالية موضوع الدراسة إلى التالي:  
 قيمة النظام تكررت ٢٠٣، ٥٧.١% منهم في قناة طيور الجنة، ٢٥.٦% في قناة كراميش، و ١٧.٣% في قناة طه الفضائية، وقيمة النظافة تكررت ١٩٨ توزعت ٥٩.١% في قناة طيور الجنة، ٣٩.٤% في قناة كراميش، و ١.٥% في قناة طه الفضائية، أما قيمة الإبداع فكانت نسبتها ٦٧.٨% في قناة طه الفضائية، ٢٠.٩% في قناة كراميش، و ١١.٣% في قناة طيور الجنة من ١١٥ هم جملة التكرارات الخاصة بهذه القيمة، في حين تكررت قيمة الميل إلى الفن والجمال ٣٣ كانت نسبتهم ٤٢.٧% في كلاً من قناة طيور الجنة وقناة طه الفضائية، و ٢٨% في قناة كراميش، كما كانت النسب ٥٧.٦% في قناة كراميش، ٣٣.٣% في قناة طه الفضائية، و ٩.١% في قناة طيور الجنة؛ من ١١ هم جملة تكرارات قيمة التناقض، كما حصلت قيمة الاعتناء بالمظهر على ٢٣ تكرارات في قناة طيور الجنة.

كما تشير بيانات الجدول السابق إلى تكرارات هذه الفئة من القيم من خلال قالب الكرتون والإعلان تمت في قناة وحيدة لكل قالب؛ فقد تم تكرار قيمة الإبداع ٥١ مرة، و ١٣ تكرار لقيمة الميل إلى الفن والجمال، و ٨ تكرارات لقيمة النظام في قالب الكرتون في قناة طه الفضائية، في حين كانت التكرارات ١١ لقيمة النظافة، ٩ لقيمة الفن، ٥ لقيمة النظام؛ في قالب الإعلان الوارد في قناة طيور الجنة الفضائية.

كانت تكرارات القيم الجمالية موضوع الدراسة في قالب الأغنيات ٤٩٥ مرة تنوعت بين القيم المختلفة كالتالي: قيمة النظافة ١٧٢ تكرار ٥٥.٨% منهم في قناة طيور الجنة، ٤٢.٤% في قناة كراميش، و ١.٨% في قناة طه الفضائية، النظام ١٩٠ تكرار ٥٨.٤% منهم في قناة الطيور الجنة، ٢٧.٤% في قناة كراميش، و ١٤.٢% في قناة طه الفضائية، قيمة قيمة الميل إلى الفن والجمال ٤٠ تكرار كانت نسبتهم ٤٧.٥% في قناة طيور الجنة، ٣٢.٥% في قناة كراميش، و ٢٠% في قناة طه الفضائية، قيمة الإبداع ٣٧ تكرار نسبتهم ٦٤.٩% في قناة كراميش، ٢٤.٣% في قناة طه الفضائية، و ١٠.٨% في قناة طيور الجنة، قيمة التناقض توزعت ٥٧.٦% في قناة كراميش، ٣٣.٣% في قناة طه الفضائية، و ٩.١% في قناة طيور الجنة، في حين تكررت قيمة الاعتناء بالمظهر ٢٣ كلهم في قناة طيور الجنة.

انحصرت القيم الجمالية موضوع الدراسة الواردة في قالب الفلاشات في ثلاثة قيم باجمالي ٦٩ تكرارات: قيمة الميل إلى الفن والجمال ٢٧ تكرار ٦٣% في قناة طه الفضائية، و ٣٧%



في طيور الجنة، قيمة الإبداع ٢٧ تكرر ٦٧.٧% في قناة طيور الجنة، و ٣٣.٣% في قناة طه الفضائية، قيمة النظافة ١٥ تكرر ٦٧.٧% في قناة طيور الجنة، و ٣٣.٣% في قناة كراميش.

#### ١٠ - القيم الشيعية الواردة في القنوات عينة الدراسة:

ويحاول الباحث من خلال هذا العنصر التعرف على اليم الشيعية الواردة في القنوات عينة الدراسة وقد قسمها الباحث إلى قيم شكلية وقيم لفظية كما يلي:

#### أ - القيم الشيعية الشكلية الواردة في القنوات عينة الدراسة:

جدول (١١) ويوضح القيم الشيعية الشكلية الواردة في القنوات عينة الدراسة

القيم الشيعية الشكلية المستخدمة		السجود على فخار		التمسح بالأضحية		الطم		صور الأضحية		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٤	٨.٩	٦	١٣.٣	١٢	٢٦.٦	٢٣	٥١.٢	٤٥	١٠٠		

يلاحظ من خلال الجدول السابق ورود القيم الشيعية الشكلية ٤٥ تكرر كلها في قالب

الغناء توزعت بين القيم كالتالي: ٥١.٢% لصور الأضحية، ٢٦.٦% لقيمة الطم، ١٣.٣% للتمسح بالأضحية، و ٨.٩% للسجود على الفخار.

#### ب - القيم الشيعية اللفظية الواردة في القنوات عينة الدراسة:

جدول (١٢) ويوضح القيم الشيعية اللفظية الواردة في القنوات عينة الدراسة

القيم الشيعية اللفظية المستخدمة في قناة طه		تفصيص سيدنا على في معرض الحديث عن أهل البيت		تشبية سيدنا على بالرسول		اعطاء سيدنا على بعض صفات الله		النواح		زيارة الضريح		تعظيم الأولياء		تعظيم شهر شعبان		تعظيم أهل البيت		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٢٠	٨٧	٥	٥٠	٣	١٠٠	١٥	١٠٠	٧	١٠٠	٢٧	١٠٠	٨٢	٥٧.٧	٣٧	٧١.٢	١٣	٥٤.٢	١٨٢	٦٥.٩
٣	١٢	٥	٥٠	-	-	-	-	-	-	-	-	٦٠	٤٢.٣	١٥	٢٨.٨	١١	٤٥.٨	٩٤	٣٤.١
٢٣	١٠٠	١٠	١٠٠	٣	١٠٠	١٥	١٠٠	٧	١٠٠	٢٧	١٠٠	١٤٢	١٠٠	٥٢	١٠٠	٢٤	١٠٠	٢٧٦	١٠٠

يلاحظ من خلال الإطلاع على بيانات الجدول السابق أن القيم المذكورة توزعت بين قالبى الأغنيات والفلاشات فقط وقد توزعت كالتالى :

وردت قيمة تخصيص سيدنا على في معرض الحديث عن أهل البيت ٢٣ تكرار ٨٧% في الأغنيات، و١٣% في الفلاشات، وسجلت قيمة تشببية سيدنا على بالرسول ١٠ تكرارات تقسمت بين القالبين بنسبة ٥٠% لكلاً منهما، كما توزع ١٤٢ تكرار لقيمة تعظيم الأولياء إلى ٥٧.٧% في الأغنيات، و٤٢.٣% في الفلاشات، أما قيمة تعظيم شهر شعبان وردت ٥٢ تكرار بنسبة ٧١.٢% في الأغنيات، و٢٨.٨% في الفلاشات، وكان نصيب قالب الأغنيات ٥٤.٢% وقالب الفلاشات ٤٥.٨% من جملة ٢٤ هم تكرارات قيمة تعظيم أهل البيت.

بينما وردت الصفات اعطاء سيدنا على بعض صفات الله، النواح، طلب زيارة الضريح؛ في قالب الغناء فقط.

ويلاحظ تكرار القيم الشيعية في قناة طه الفضائية فقط بما يدل على اتجاهها نحو المذهب الشيعي.

وتعكس النتائج مدى اهتمام القائمين على الفكر الشيعي بالاتصال بأكبر شريحة ممكنة من جمهورنا في الوطن العربي وتركيزهم على فئة الأطفال حتى ينشئوا على تلك القيم، مما يلقي بالأسئولية الكبيرة على رجال التربية والثقافة والاعلام للتصدي لهذه الهجمة التي قد تؤثر على القيم الإسلامية الصحيحة والاستعانة بالمؤسسات الإسلامية مثل الأزهر الشريف ليبين المحظورات في ما يبث وما ينبغى فعله لمواجهة هذا من الناحية الشرعية.

**خاتمة الدراسة:**

من واقع نتائج الدراسة يتضح ما يلي:

١. أن أغلب القوالب الفنية المستخدمة كانت الأغنيات بنسبة ٤٧٪، وقالب الإعلان ٣٥٪، وقالب الفلاشات ١٣٪، كما تكررت قوالب الكرتون، الحوار القصصي، والأخبار بنسبة ٣.٥٪ لهم مجتمعين.

٢. كما تكررت المستويات اللغوية بنسب ٤٢٪ للهجات العربية، ٢٧٪ للفصحى المبسطة، ١٤٪ لفصحى المثقفين بنسبة، ١١٪ لفصحى التراث، وتأخر مستوى اللغة الإنجليزية ليكون نسبة ٦٪.

٣. وكان من الملاحظ تكرار الأغاني ذات مضموني فيديو كليب منقولة من مؤتمرات أو فنانيين فقط، وفنانين مع تأدية حكايات في كل القنوات عينة الدراسة وبنسب كبيرة، وتأخر المضمون الكرتوني المتابع بكرتون حيوان، أو كرتون متنوع (إنسان وحيوان معا) وخلق قناة طيور الجنة من هذان المضمونان.

٤. كما تنوع ورود القيم على القنوات عينة الدراسة وكانت ترتيباتها كالتالي:

- قناة طيور الجنة؛ احتلت القيم الاجتماعية المرتبة الأولى، تلتها القيم الإسلامية، القيم الشخصية، القيم المعرفية، القيم الجمالية، القيم القم الإنسانية، ثم القيم الوطنية.
- قناة كراميش؛ احتلت القيم الإسلامية المرتبة الأولى، تلتها القيم الاجتماعية، القيم الشخصية، القيم المعرفية، فالقيم الوطنية، القيم الجمالية، ثم القيم الإنسانية.
- في حين خلا مضمون القنوات السابقتين من القيم الشيعية.
- قناة طه الفضائية؛ احتلت القيم المعرفية قمة الهرم في تكرارات القيم، تبعثها القيم الإسلامية، القيم الشخصية، القيم الاجتماعية، القيم الشيعية، القيم الإنسانية، ثم القيم الوطنية.

ولكن يلاحظ تكرار القيم الشيعية ٦٦١ من ٧٠٩٦ هم إجمالي تكرارات القيم في قناة طه

وانقسمت إلى قيم شكلية وقيم لفظية وكانت تكرارتهما كالتالي:

- ورود القيم الشيعية الشكلية ٤٥ تكرار كلها في قالب الغناء توزعت بين القيم: ٥١.٢٪ لصور الأضرحة، ٢٦.٦٪ لقيمة اللطم، ١٣.٣٪ للتمسح بالأضرحة، ٨.٩٪ لسجود على الفخار.

- أما القيم الشيعية اللفظية توزعت بين قالبى الأغنيات والFLASHات فقط كالتالى :
- وردت قيمة تخصيص سيدنا على فى معرض الحديث عن أهل البيت ٢٣ تكرار ٨٧% فى الأغنيات، و١٣% فى الFLASHات، وسجلت قيمة تشببية سيدنا على بالرسول ١٠ تكرارات تقسمت بين القالبين، وتوزع ١٤٢ تكرار لقيمة تعظيم الأولياء إلى ٥٧.٧% فى الأغنيات، و٤٢.٣% فى الFLASHات، أما قيمة تعظيم شهر شعبان وردت ٥٢ تكرار بنسبة ٧١.٢% فى الأغنيات، و٢٨.٨% فى الFLASHات، وكان نصيب قالب الأغنيات ٥٤.٢% وقالب الFLASHات ٤٥.٨% من جملة ٢٤ هم تكرارات قيمة تعظيم أهل البيت.
- بينما وردت القيم اعطاء سيدنا على بعض صفات الله، النواح، طلب زيارة الضريح؛ فى قالب الغناء فقط.

### مناقشة النتائج:

من خلال الدراسة عرض القوالب الفنية المستخدمة فى قنوات الاطفال الفضائية العربية فى إطار السياق الأخلاقى والقيمي للمجتمع، حيث خاطب المعتقدات والمبادئ الراسخة عند الأطفال، وأيضاً القائم بالاتصال كان يرد الحدث رداً مباشراً لوعاء المجتمع الأخلاقى، حيث أنه قد استشهد بالاقْتباسات والأدلة الدينية التى تدعم سوقه للوقائع أو بالمصادر والجماعات المرجعية التى تؤكد هذا الاطار ظهر ذلك جلياً فى القيم الاسلامية التى أظهرتها نتائج الدراسة كما اشرنا إليها سابقاً وكانت هذه الاقتباسات عبارة عن آيات قرآنية وأحاديث شريفة من السنة النبوية العطرة، بالإضافة إلى بعض الاستشهادات فى القيم الوطنية كالحث على المحافظة على الوطن والانشيد المحمسة والمشجعة على ذلك، هذا كله فى ضوء الاطار الأخلاقى للمجتمع.

هذا بالإضافة أن المجتمع الشيعي المتمثل فى دراستنا هنا بقناة طه مارس نفس الدور بناء على العقيدة والفكر الخاصة به ليحافظ على إطار مجتمعة الأخلاقى وينشر فكره فى المجتمعات المشابهة والقريبة منه

ووضح البحث أيضاً من خلال نتائج تنظيم أطر اعلامية هذه الأطر تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة فى المحافظة على هذا الاطار من خلال عرض أنواع القيم الآتية: (المعرفية العقلية، الاجتماعية، الأخلاقية الإنسانية، الإسلامية، الوطنية، الشخصية، الجمالية، الشيعية).

**توصيات الدراسة :**

في ضوء ما توصلت اليه الدراسة من نتائج ومعلومات يوصي الباحث بما يلي :

١. الإهتمام بالقنوات الموجهة للأطفال وبث القيم الايجابية التي تساعد على الارتقاء بالطفل نحو الأخلاق والسلوك القويم.
٢. تحصين أطفالنا من الغزو الشيعي – مثل قناة طه الفضائية وهدهد.. وغيرها من القنوات - والذي يستهدف الهوية الإسلامية السنية؛ وذلك بتوضيح العقيدة الصحيحة بمراجعة كبار علماء الأزهر الشريف قلعة الإسلام السني في العالم وصياغتها في قوالب فنية مناسبة للأطفال.
٣. ضرورة التكامل بين وسائل الإعلام والمدرسة والأسرة والمسجد بوصفهم أهم وسائل التربية في توضيح المفاهيم الإسلامية الصحيحة وتبسيطها للأطفال.
٤. ضرورة دعم الدول العربية للقنوات الإسلامية السنية الموجهة للأطفال من أجل الانفاق المناسب على المواد المقدمة لتصل بالصورة المناسبة للأطفال.
٥. التوسع في القوالب التقنية والاهتمام بالكرتون بوصفه من أكثر القوالب جذباً للأطفال.
٦. على المؤسسات والجمعيات الإسلامية حصر القنوات الشيعية ونشرها واعلام أولياء الأمور بخطورتها لتجنب تعرض الأطفال لها.

## المصادر والمراجع:

- (١) محمد معوض إبراهيم. **دراسات في إعلام الأطفال** (القاهرة: دارالكتاب الحديث، ٢٠١١) ص٣٦.
- (٢) محمد معوض إبراهيم، اعتماد خلف معبد، محمود حسن إسماعيل، فاتن عبد الرحمن الطنباري، محمد رضا أحمد. **الاتجاهات الحديثة في إعلام الطفل وذوي الاحتياجات الخاصة** (القاهرة: دارالكتاب الحديث، ٢٠٠٧) ص١٤٠.
- (٣) محمد معوض إبراهيم. برامج الرسوم المتحركة الموجهة للأطفال عبر القنوات التلفزيونية الفضائية لدول الخليج العربي. **دراسات في الإعلام الخليجي** (القاهرة: دارالكتاب الحديث، ١٩٩٤) ص٥٤.
- (4) Van Evra , Judith. **Television and child development** , 3<sup>rd</sup> ed (New jarsy: tayler & france e-Library, 2008) p84.
- (5) D. Sarantopoulos , Nicholas. **The Relationship Between Values and Leadership Styles of Nonprofit Leaders** (Arizona: university of phoenix, nov, 2008) p2.
- (6) E. Morrison , Davied ; Kieran , Matthew; Svennevig , Michael & Ventress , Sarah. **Media & Values: Intimate transgressions in a Changing Moral and Culture Landscape** , 1<sup>st</sup> ed (Chicago: The University of Chicago press, 2008) p1.
- (7) E. Morrison , Davied ; Kieran , Matthew; Svennevig , Michael & Ventress , Sarah. **Opcit**, p4.
- (٨) السيد الشحات حسن. **الصراع القيمي لدى الشباب ومواجهته من منظور التربية الاسلامية** (القاهرة: دارالفكر العربي، ١٩٨٨) ص٥٧.
- (٩) المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية. **الترتيب القيمي لشكلات المجتمع المصري دراسة مسحية لعينة ممثلة للجمهور العام وعينة من الجمهور الخاص** (القاهرة: وحدة بحوث الرأي العام والاعلام، ١٩٨٦) ص٢٧.
- (١٠) السيد الشحات حسن. **مرجع سابق**، ص٥٨.
- (11) A.An-Na'im , Abdoullahi ; D.cort , Jerald ; Jansen , Henery& Hendrik M.voroom. **Human Rights and Religious Values: An Uneasy Relationship?** (Amsterdam: Rodopi B.V, 2000) pviii.

- (١٢) فؤاد علي العاجز. القيم وطرق تعلمها وتعليمها، مؤتمر كلية التربية والفنون "القيم والتربية في عالم متغير" (الأردن: جامعة اليرموك، ١٩٩٩) ص٦.
- (١٣) نفس المرجع السابق، ص٨.
- (14) Andrain , Charles. **Political Justice and Religious Values** New York: Routledge, 2008) p5.
- (١٥) أمل إسماعيل عايز. قياس القيم الاجتماعية وعلاقتها بتقبل الذات لدى طلبة الجامعة (بغداد: الجامعة المستنصرية، كلية التربية، مجلة الفتح، العدد الخامس والاربعون، كانون الاول، ٢٠١٠) ص٢٦٠.
- (16) Cissel , Margaret. Media Framing: a comparative content analysis on mainstream and alternative news coverage of Occupy Wall Street (**The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications**. Vol.3, No.1, Spring, 2012) p68.
- (١٧) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد. "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، الطبعة الرابعة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣) ص١٧٧.
- (18) Cissel , Margaret. **Opcit**, p68.
- (19) De Vreese , Claes H. News framing: Theory and typology (**Information Design Journal, document Design**, Vol.13, No.1, 2005) p52.
- A.Scheufele , Dietram. Framing as a theory of Media effects (20) (**Journal of Communication**, Winter 1999) p115.
- (٢١) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد. مرجع سابق، ص١٧٧-١٧٨.
- (٢٢) فوزية آل علي. برامج الأطفال في تلفزيون الإمارات العربية المتحدة، دراسة تحليلية وميدانية. رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٨٨).
- (٢٣) فهد الطياش، عصام نصر، حمزة بيت المال. أشكال العنف في أفلام الكرتون (الرسوم المتحركة)، دراسة تحليلية لضمون أفلام الكرتون في تلفزيون المملكة العربية السعودية. بحث مقدم لندوة وسائل الإعلام والطفل (جامعة الملك محمد بن سعود: كلية الآداب، ١٩٩٢).
- (٢٤) ممدوح المشمشي. برامج الأطفال في تلفزيون المملكة العربية السعودية: دراسة نظرية تطبيقية. رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٣).

- (٢٥) محمد معوض إبراهيم. برامج الرسوم المتحركة الموجهة للأطفال عبر القنوات التلفزيونية الفضائية لدول الخليج العربي، مرجع سابق.
- (٢٦) محمد معوض إبراهيم. المشكلات الإعلامية في برامج التلفزيون الخليجي الموجهة لأطفال ما قبل المدرسة وكيف نواجهها. دراسات في إعلام الطفل. الجزء الثاني. (القاهرة: دارالكتاب الحديث، ١٩٩٥).
- (٢٧) أمل صلاح الدين السيد. القيم التربوية المتضمنة في كارتون الأطفال بكار ومدى تقبل الأطفال لشخصيته (دراسة تحليلية)، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: معهد الدراسات والبحوث التربوية، قسم رياض الأطفال والتعليم الابتدائي، ٢٠٠٣).
- (٢٨) عامر سعيد غواص. دور القنوات العربية في التنشئة السياسية للمراهقين العمانيين، دراسة تطبيقية على الأخبار والبرامج السياسية. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٧).
- (٢٩) يوسف الفيكاوي. سلوكيات الأطفال عند مشاهدتهم للتلفاز. (القاهرة: مجلة دراسات الطفولة، مجلد ١١، العدد ٣٨، يناير-مارس ٢٠٠٨).
- (٣٠) أحمد محمد صغير العنزي. برامج الأطفال في القنوات الفضائية العربية ودورها في تشكيل المعلومات لدى الطفل الكويتي، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٠).
- (٣١) منة محمد معوض. دور برامج الأطفال التي تعرضها قناة نيكلودين في تشكيل الجانب المعرفي الاجتماعي لأطفال ما قبل المدرسة، ماجستير غير منشور (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٠).