



SIATS Journals

The journal of media and social studies for specialized researches (JMSSR)

Journal home page: <http://www.siats.co.uk>



مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية

المجلد 1، العدد 4، كانون الثاني 2017م.

e ISSN 0127-7448

القيم في مجلات الأطفال الأردنية: مجلة «حاتم» أنموذجاً

(دراسة في تحليل المضمون)

Values in Jordanian children Magazines: «Hatem» Magazine as a Model

(A Study in content analysis)

أ.د عبد الرزاق محمد الدليمي

كلية الإعلام / جامعة البترا/عمّان - الأردن

Abcc2005@yahoo.com

عبير مجلي أبو دية

ماجستير إعلام/ عمّان - الأردن

abeer_daia@yahoo.com

1437هـ-2017م



ARTICLE INFO

Article history:

Received 15/9/2016

Received in revised form 15/10/2016

Accepted 15/11/2016

Available online 15/1/2017

Abstract

This research aimed to identify the role of Jordanian children's magazines, in presenting values to the Jordanian child («Hatem» Magazine as a model), in addition to identifying the editorial art forms used by these magazines, in presenting the values on their pages. In order to achieve this objective, the research relied on the descriptive approach, using the content analysis method; to analyze content of all editorial materials published in an intentional sample consisting of (12) issues, which were selected according to the month selection application from the issues of «Hatem» Magazine as a model for the Jordanian children's magazines, based on using the content analysis sheet, which was applied on (548) editorial materials. The research reached a number of results, most notably:

«Hatem» Magazine was concerned with cultivation of a set of values in the Jordanian child, where the aesthetic values came on top, then the theoretical (knowledge) values, while both religious and political values came in the last two ranks of values presented in the magazine.

Journalistic art ranked first among the editorial art forms were used by «Hatem» Magazine, in presenting values to the Jordanian child, followed by literary art forms, while other editorial forms came in the third and last rank.



ملخص

هدف البحث إلى التعرف على الدور الذي تؤديه مجلات الأطفال الأردنية (مجلة «حاتم» أمودجاً)، في مجال تقديم القيم إلى الطفل الأردني، إلى جانب التعرف على الأشكال والفنون التحريرية، التي تم استخدامها في عرض هذه القيم على صفحات المجلة. ولتحقيق هذا الهدف، اعتمد البحث على المنهج الوصفي مُستخدماً أسلوب تحليل المضمون؛ لغايات تحليل مضامين كافة المواد التحريرية المنشورة في عينة قصدية قوامها (12) عدد، تم اختيارها وفق تطبيق الشهر الصناعي من أعداد مجلة «حاتم»، بوصفها أمودجاً لمجلات الأطفال الأردنية، مُستنداً في ذلك إلى صحيفة تحليل المضمون، التي تم تطبيقها على ما مجموعه (548) مادة تحريرية، وتوصل البحث إلى عدد من النتائج، من أبرزها:

اهتمت مجلة «حاتم» بغرس مجموعة من القيم لدى الطفل الأردني، جاء في صدارتها مجموعة القيم الجمالية بنسبة ثم مجموعة القيم النظرية (المعرفية) في حين حلت مجموعتي القيم الدينية والسياسية، في آخر مرتبتين في ترتيب السلم القيمي المقدم في المجلة.

جاءت الفنون الصحفية في المرتبة الأولى بين الأشكال والفنون التحريرية التي استخدمتها مجلة «حاتم»، في تقديمها للقيم إلى الطفل الأردني تلتها الفنون الأدبية بنسبة فيما حلت الأشكال التحريرية الأخرى في المرتبة الثالثة والأخيرة.

مقدمة

تمثلُ مرحلة الطفولة أهميّة بالغة في عملية تكوين الجيل الجديد، في أيّ مجتمع من المجتمعات؛ ففي هذه المرحلة العمرية، تنمو قدرات الطفل وتتفتح مواهبه، ويكون قابلاً للتأثر والتوجيه والتشكيل، وقد أثبتت الدراسات والأبحاث النفسية والتربويّة، خطورة هذه المرحلة وأهميتها في بناء الإنسان وتكوين شخصيته، وتحديد اتجاهاته المستقبلية، وتشكيل وعيه الثقافي والمعرفي و القيمي و السلوكي، فما يتكون في هذه الفترة من عادات واتجاهات ومعتقدات وقيم، يصعب تعديلها فيما بعد؛ إذ إن السمات الرئيسة لشخصية الفرد، تعود في أصولها إلى هذه المرحلة المهمة من حياته.

وبالرغم من اشتراك وسائل الإعلام المختلفة مع البيت والمدرسة ومؤسسات الثقافة في المجتمع في مهام نشئة الطفل، إلا أنها لا تنتهج الطرق والوسائل والأساليب ذاتها، بل أنها تُعدّ ذات تأثير أكبر من كافة مؤسسات المجتمع التربويّة الأخرى؛ لما تمتلكه من آليات متنوّعة ومُتجدّدة للتأثير.

تأسساً على ما تقدّم، ازداد الاهتمام باستخدام وسائل الإعلام في بناء الطفل، وتقديم خدمات تربوية، وتعليمية، وتثقيفية، وترفيهية له؛ بما يُسهم في تشكيل شخصيته ورسم ملامح هويته الثقافية، ويُثمي إمكاناته، ويزيد من معارفه ومعلوماته. وليس ذلك فحسب، وإنما اتسع دور وسائل الإعلام أيضاً لبناء مهارات الطفل وقدراته الفردية، كل ذلك من خلال ما تنشره أو تبثّه هذه الوسائل من مضامين.

في ضوء ما سبق، يتناول البحث مجلة الأطفال «حاتم» بوصفها إحدى وسائل الإعلام المهمة في الأردن، التي من الممكن أن تؤثر في الطفل، وتُسهّم في إشباع جانباً من احتياجاته النفسية والاجتماعية والمعرفية، وفي تشكيل شخصيته وبنائها؛ بما تغرسه هذه المجالات من قيم ومبادئ واتجاهات ومثل وسلوكيات لديه.

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاته

تحدد مشكلة البحث في محاولة الإجابة عن السؤال الرئيس التالي: ما الدور الذي تؤديه مجلات الأطفال الأردنية (مجلة «حاتم» نموذجاً) في مجال تقديم القيم إلى الطفل الأردني؟ ويتفرع من هذا السؤال:

1. ما القيم التي تضمّنتها عيّنة البحث من أعداد مجلة «حاتم» وما تراتبيها؟
2. ما مصادر المواد التحريرية التي تضمّنت القيم في عيّنة البحث من أعداد مجلة «حاتم»؟
3. ما الأشكال والفنون التحريرية التي تم استخدامها في عرض القيم المتضمّنة في عيّنة البحث من أعداد مجلة «حاتم»؟
4. ما المجال الجغرافي الذي غطته المواد التحريرية المتضمّنة للقيم في عيّنة البحث من أعداد مجلة «حاتم»؟

5. ما المستوى اللغوي الذي تم استخدامه في صياغة المواد التحريرية المتضمنة للقيم في عينة البحث من أعداد مجلة «حاتم»؟

6. ما صور الفاعل التي تم تقديمها في المواد التحريرية المتضمنة للقيم في عينة البحث من أعداد مجلة «حاتم»؟

ثانياً: أهمية البحث

1- اعتمد هذا البحث على أسلوب تحليل المضمون، لغايات دراسة المضامين الإعلامية المطبوعة الخاصة بمخاطبة الطفل، من خلال تحليل المضامين المتضمنة في عينة من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك من حيث: تحليل نوعية المضامين المقدمة في المجلة، إلى جانب تحليل الفنون والأساليب الصحفية المستخدمة في عرض هذه المضامين؛ وذلك بقصد التعرف على مدى إسهام المجلة موضوع البحث، في تقديم القيم إلى الطفل الأردني.

2- وتكمن أهمية البحث بتناولة خصائص التجربة الصحفية الأردنية، فيما يتعلق بإصدار صحف ومجلات موجهة للأطفال، وتحديد النقاط الإيجابية والسلبية فيها، ومن ثم تقديم المقترحات التي تدعو إلى تثبيت وتعزيز الإيجابيات وتجاوز السلبيات؛ الأمر الذي من شأنه استرعاء انتباه القائمين على صناعة وإصدار مثل هذا النوع من المجلات محلياً، ويوجههم نحو توظيف نتائج هذا البحث في تطوير هذه الممارسة، ورفع سوية ما تطرحه هذه المجلات من مضامين موجهة للطفل الأردني، وبالتالي تحسين مستوى الأداء في هذا المجال. وذلك لا ينطبق فقط على مجلة «حاتم» في حال تقرر استئناف إصدارها في المستقبل، وإنما لمجمل مجلات الأطفال الأردنية، الصادر منها حالياً أو المحتمل صدورها لاحقاً.

3- يُمكن لنتائج وتوصيات هذا البحث، الإسهام في تحفيز الباحثين المحليين في مجال الصحافة والإعلام، على إنجاز المزيد من البحوث والدراسات المتعلقة بدراسة صحف ومجلات الأطفال المطبوعة بشكل عام، وقياس مدى تأثيرها على الطفل الأردني بصفة خاصة.

ثالثاً: أهداف البحث

1- التعرف على الدور الذي قامت به مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، في مجال تقديم القيم إلى الطفل الأردني.

2- التعرف على الأشكال والفنون التحريرية، التي تم استخدامها في عرض القيم على صفحات المجلة.

خامساً: مصطلحات البحث وتعريفاته الإجرائية

1-الطفل:

ورد تعريف الطفل في نص المادة الأولى من الاتفاقية الدولية لحقوق الطفل، الصادرة عن الجمعية العامة للأمم المتحدة، في 20 تشرين الثاني/نوفمبر عام 1989، على النحو الآتي: "كل إنسان لم يتجاوز الثامنة عشرة، ما لم يبلغ سن الرشد قبل ذلك بموجب القانون المنطبق عليه".⁽¹⁾ ويلاحظ في هذا التعريف، الدمج بين الطفولة الفعلية والمراهقة وبداية الشباب، مع ما لكل مرحلة من خصائص جسمية وانفعالية ونفسية خاصة بها.

2- الطفل الأردني:

جاءت التشريعات الأردنية مُنسجمة مع الاتفاقية الدولية لحقوق الطفل في تعريفها للطفل؛ إذ تحددت سن الرشد بالفقرة الثانية من المادة رقم (43)، من القانون المدني الأردني لسنة 1976، "بثمانية عشرة سنة شمسية كاملة".⁽²⁾ ويتحدد الطفل الأردني إجرائياً، بكل طفل قارئ للغة العربية، وينتمي إلى الفئة العمرية بين (6 - 16) سنة، ويُقيم في المملكة الأردنية الهاشمية، سواء كان حاملاً للجنسية الأردنية أو لغيرها. علماً بأن هذه الفئة العمرية، هي ذات الفئة التي كانت تتوجّه لها المجلة موضوع البحث.

3- مجالات الأطفال:

"أداة ثقافية وتربوية، إعلامية وترفيهية، يملكها الطفل وتُعبّر عن عصرها وزمانها، وتقوم بمُهَمّة غرس ونقل القيم والفضائل، التي تؤكد لها له وتُثمنه بها، من خلال قصصها وموضوعاتها وأبطالها، وتتميز بقدرتها على تشكيل ذوق الطفل والإسهام في تكوين شخصيته".⁽³⁾

4- مجلة «حاتم»:

مجلة أطفال أردنية ثقافية شهرية مُصورة، تُعنى بشؤون الأطفال والفتيان، كانت تصدر بانتظام عن المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»، منذ تشرين الثاني/نوفمبر 1998 وحتى أيار/مايو 2013، عندما قرر مجلس إدارة

(1) الموقع الرسمي لمنظمة الأمم المتحدة للطفولة - اليونيسيف على الإنترنت، تم استرجاعه بتاريخ: 2016/6/18
http://www.unicef.org/arabic/crc/files/crc_arabic.pdf

(2) الموقع الرسمي لديوان التشريع والرأي على الإنترنت، تم استرجاعه بتاريخ: 2016/6/18
http://www.lob.gov.jo/ui/laws/search_no.jsp?no=43&year=1976

(3) نتيلة راشد: "مجلة الطفل وسيلة لإعطائه نصيباً عادلاً من الثقافة"، في الحلقة الدراسية لعام 1990 حول مجالات الأطفال: القاهرة 24-26 نوفمبر 1990، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1992، ص152.

«الرأي»، التوقف عن إصدار المجلة حتى إشعار آخر؛ بسبب تراكم خسائر المجلة على مدار أعوام، ليكون العدد رقم (168) بذلك هو آخر أعداد المجلة. (4)

5- القيم:

"مجموعة الأحكام المعيارية المتعلقة بمضامين واقعية، يتشربها الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات المختلفة، وتتصف بثبات نسبي، وتشرط قبولاً من جماعة اجتماعية، تتجسد في سياقات الفرد السلوكية أو اللفظية أو اتجاهاته". (5)

6- تحليل المضمون:

"أحد الأساليب البحثية، التي تُستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية، وصفاً موضوعياً، منظماً، كمياً". (6)

سادساً: حدود البحث

1- الحدود الموضوعية:

التزم البحث برصد وقياس دور مجلات الأطفال الأردنية، في تقديم القيم إلى الطفل الأردني، وذلك من خلال دراسة وتحليل مضامين كافة المواد التحريرية المنشورة في عينة البحث من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وفق أسس علمية معروفة، مع استبعاد ركن (أصدقاء حاتم) وزاوية (ردود سريعة) من التحليل؛ لأنهما لا يُقدّمان أية قيم للطفل القارئ للمجلة.

2- الحدود الزمانية:

قُصر هذه البحث التحليلي، على دراسة وتحليل عينة من الأعداد الصادرة من مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، منذ إصدارها يوم 1998/11/14 وحتى إيقافها يوم 2013/5/15.

3- الحدود المكانية:

مكان صدور المجلة موضوع البحث وهو المملكة الأردنية الهاشمية.

سابعاً: المنهج المستخدم

(4) جريدة الرأي الأردنية، "عدد أخير من «حاتم»، عمان: «الرأي»، ع15571، نُشر بتاريخ: 2013/6/13، ص1.

(5) محمد وليد البطش، موسى وجبريل: "التغير في التفضيلات القيمة عند الأفراد الأردنيين بتقدمهم في العمر"، مجلة أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج7، ع2، 1991، ص47.

(6) محمود حسن إسماعيل: مناهج البحث الإعلامي، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي، 2011، ص169.

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية، التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة مُعيّنة أو موقف ما تغلب عليه صفة التحديد. ولأغراض تحقيق أهداف البحث، وللإجابة عن ما طرح من تساؤلات؛ تم الاعتماد على أسلوب تحليل المضمون؛ لغايات دراسة المضامين المقدّمة في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك من خلال رصد وتحليل مضامين المواد التحريرية المنشورة على صفحاتها، ومن ثم استخلاص القيم التي تضمّنتها تلك المواد.

الإطار النظري

أولاً: النظريات الإعلامية

1- نظرية الغرس الثقافي

تفرد نظرية الغرس الثقافي بتقديم تصور لطبيعة الدور الذي تنهض به وسائل الإعلام، في تقديم الواقع الرمزي والصور الذهنية للواقع الحقيقي.⁽⁷⁾ وتعدّ نظرية الغرس، المكوّن الثالث من مكونات مشروع المؤشرات الثقافية Cultural Indicators Research Project، الذي قام به فريق من باحثي مدرسة (انينبرغ) Annenberg للاتصال في جامعة (بنسلفانيا) الأمريكية، بقيادة (جورج جربنر) George Gerbner، الذي بحث مع زملائه في تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافية، من خلال ما يأتي:⁽⁸⁾

- تحليل العملية المؤسسية للإعلام؛ بمعنى دراسة سياسات الاتصال وتأثيرها على إنتاج مضامين الرسائل الإعلامية.

- تحليل محتوى الرسائل الإعلامية؛ بقصد تحديد الأفكار، والقيم، وأنماط الصور الذهنية، الأكثر شيوعاً وتكراراً في الرسائل الإعلامية، وخاصة في عالم التلفزيون.

- تحديد حقيقة دور الإسهامات المستقلة للرسائل الإعلامية، في تكوين مفاهيم الجمهور عن الواقع الاجتماعي وإدراكه؛ أي غرس تصورات وقيم لدى الجمهور، والغرس هو المكوّن الثالث لهذا المشروع

(7) Frederick, W. New Communications, Belmont, California: Wadsworth Publishing Company Inc, 1984, p.300

(8) Signorielli, N. & Morgan M. (Editors), "Cultivation Analysis: Conceptualization and Methodology", in Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research, Newbury Park, California: Sage Publications Inc, 1990, p.15



2- مفهوم الغرس الثقافي

يُمكن تعريف الغرس الثقافي بأنه: (العملية التي تهتم باكتساب المعرفة والسلوك، من خلال الوسيط الثقافي الذي يعيش فيه الإنسان؛ فالبيئة الثقافية بأدواتها، هي التي تقوم بعملية الإكساب والتشكيل والبناء للمفاهيم أو الرموز الثقافية في المجتمع، ومن هذه الأدوات وسائل الإعلام، التي احتلت مكاناً بارزاً في عالمنا الثقافي المعاصر بأدوارها وتأثيراتها).⁽⁹⁾

3- عمليات الغرس الثقافي

في إطار تطويره لنظرية الغرس الثقافي، أدخل (جرينر) عام 1980 مفهومين جديدين على النظرية، هما:⁽¹⁰⁾

أ- الاتجاه السائد:

يُقصد بالاتجاه السائد، ديناميكيات غرس المفاهيم العامة للواقع الاجتماعي لدى مُشاهدي التلفزيون، مُتمثلاً بمجموعة الأفكار والقيم والصور الذهنية، التي يتم غرسها في الجمهور؛ من خلال تعرضهم المكثف والمتكرر للرسائل الإعلامية. وفسّر (جرينر) عملية تكوين الاتجاه السائد لدى الجمهور بثلاث خطوات، هي:

-التلاشي:

وتعني أن التعرض المكثف للرسائل الإعلامية، يؤدي إلى ذوبان وتلاشي الاختلافات الاجتماعية التقليدية، لوجهات النظر والصور الذهنية عن العالم.

-التشكيل:

أي تشكيل وتوجيه المضامين الإعلامية وما تحمله من معانٍ مُختلفة؛ كي تُعبّر عن سياسات القائمين بالاتصال، وكذلك عن سياسات مؤسسات وسائل الإعلام.

-الدمج:

أي دمج وانسجام وتوافق صورة الواقع لدى الأفراد، مع صورة الواقع التي تعرضها وسائل الإعلام. يتضح مما تقدم، أن وسائل الإعلام وفق هذه النظرية، تُخلق وجهة نظر مُشتركة بين الأفراد، كما أن التعرض الكثيف لهذه الوسائل، يؤدي إلى إذابة الفروق بين الأفراد في إدراكهم للواقع الاجتماعي، التي تُسببها العوامل الديموغرافية والاجتماعية.

⁽⁹⁾ عبد الرزاق محمد الدليمي: نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، ط1، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016، ص160.

⁽¹⁰⁾ المرجع السابق، ص165 - ص167.

ب- الرنين (التضخيم):

يُقصد بالرنين أو التردد، تضخّم الأثر الذي تُحدثه وسائل الإعلام، خاصة عندما يتعرض الأفراد إلى واقع مُعيّن من خلالها، يُطابق الواقع الذي يعيشونه، وكأنهم بذلك يتعرضون لجرعة مزدوجة تُعمّق من تأثير الغرس. كما أن تكرار الأحداث التي يمر بها الأفراد في حياتهم وفي وسائل الإعلام، يؤدي إلى مزيد من تأثيرات الغرس.

ثانياً: الغرس الثقافي من خلال صحافة الطفل

رغم أن نظرية الغرس الثقافي نشأت لمواجهة ظروف اجتماعية سلبية، تمثّلت بظهور موجات العنف والجرائم والاعتداءات في المجتمع الأمريكي، وربط علاقة التلفزيون بذلك، إلا أنه من الممكن إسقاطها على نحو إيجابي مُغاير على صحافة الطفل؛ فإن كانت وسائل الإعلام -وفق هذه النظرية- قادرة على تحديد إدراكنا للحقائق والمعايير والقيم المجتمعية السائدة، من خلال اختيارها للرسائل الإعلامية التي تُقدّمها، وتركيزها على موضوعات مُعيّنة؛ فإن صحافة الطفل أيضاً قادرة على القيام بدورها في الغرس، في حال توفّرت لها الشروط الآتية: (11)

1. جمهور القراء من الأطفال.

2. تكرار التعرّض بانتظام للصحيفة أو المجلة.

3. تكثيف تكرار النشر للموضوعات والقيم المجتمعية الإيجابية.

من جهة ثانية، يُمكن لصحافة الطفل تحقيق الغرس الثقافي على قرائها الأطفال، بتطبيق مفهومي (الاتجاه السائد) و(الرنين)؛ وذلك بغرسها القيم والأفكار وأماط الصور الذهنية المقبولة في المجتمع الذي تصدر فيه، وبتوظيفها لكافة فنون التحرير والإخراج الصحفي على صفحاتها، فضلاً عن التزامها بالبنود الآتية: (12) و(13)

أ- التزام القائمين بالاتصال في صحافة الطفل، بالقيم الإيجابية السائدة في المجتمع، ومن ثم تقديمها وتكثيف النشر حولها، والعمل على تنوع استمالات الإقناع المصاحبة لتقديم هذه القيم؛ بما يضمن على المدى البعيد، خلق اتجاهٍ سائدٍ لدى جمهور الأطفال، بأن هذه القيم هي القيم المثلى والمفضّلة في مُجتمعهم؛ ذلك أن التعرّض الكثيف لصحافة الطفل، يُؤدّي إلى تكوين وجهة نظر مُشتركة بين الأطفال الذين يتعرضون لها، وإلى إذابة الفروق في إدراكهم الاجتماعي، التي تُسببها العوامل الديموغرافية والاجتماعية.

(11) مرفت محمد كامل الطراييشي: "أثر التعرّض لصحافة الأطفال على إدراك القيم الدينية لدى الطفل المصري، دراسة ميدانية وفقاً لنظرية الغرس الثقافي"، مجلة كلية الآداب - جامعة الزقازيق، ع25، 1999، ص51.

(12) المرجع نفسه، ص52.

(13) أسامة عبد الرحيم علي: القيم التربوية في صحافة الأطفال: دراسة في تأثير الواقع الثقافي، ط1، القاهرة: إتراك للنشر والتوزيع، 2006، ص64، ص65.

ب- قيام صحافة الطفل بغرس وتنمية المكونات النفسية والمعرفية لدى جمهورها، من خلال ما تُقدّمه من خبرات ومهارات مُختلفة ومفاهيم مُعيّنة، تُسهّم في إدراك الأطفال للأولويات والقيم، وفي إدراكهم أيضاً للعلاقات بين الأشياء؛ الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى استنباط جمهور الأطفال لأنماط المعايير والقيم السائدة في المجتمع، والتفريق بين المهم والأقل أهمية، وبين المفيد والضار، وبين الخير والشر، فضلاً عن تعلمهم كيف يتصرفون حيال المواقف المختلفة.

ج- بث المعارف، والأفكار، والمعتقدات، والمثل، والاتجاهات، وتقديم النماذج والشخصيات المرتبطة بأنماط السلوك الإيجابية، التي تُشكّل أسلوب الحياة في ظل فلسفة مُحددة، تُحدد خصائص المجتمع وتُميّزه عن غيره من المجتمعات.

د- يُمكن لصحافة الطفل إحداث الرنين لمعاني وقيم مُعيّنة، تعمل على تضخيم إدراك الأطفال للواقع الاجتماعي؛ وذلك عبر التنوع في أساليب كتاباتها الصحفية، وفي أساليب وفنون إخراجها الصحفي، وبالاستعانة كذلك بكافة أساليب التشويق الأخرى، مع ضرورة ربط محتوى ما تُقدّمه الصحيفة أو المجلة من رسائل إعلامية، بحاجات الأطفال ودوافعهم؛ وذلك كله بقصد الوصول في النهاية، إلى غرس وتدعيم القيم المراد التأكيد عليها.

هـ- التزام صحافة الطفل الأخلاقي تجاه الفرد والمجتمع

وفي هذا البحث، تم الاعتماد على نظرية الغرس الثقافي؛ في الكشف عن أبرز القيم، التي شاركت مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، في ترسيخها وغرسها لدى قرائها الأطفال، وذلك من خلال رصد أهم الآليات والأساليب، التي اتبعتها المجلة في إحداثها للرنين أو (التضخيم)، فيما يتعلّق بالقيم الإيجابية السائدة في المجتمع الأردني؛ بما يعمل على تضخيم إدراك الأطفال الأردنيين للواقع الاجتماعي الذي يعيشون فيه، وبالتالي خلق اتجاهٍ سائدٍ لديهم، يتفق مع ثقافة مُجتمعهم وقيمه وتوجهاته وتطلعاته.

خامساً: الأدب النظري

1- مفهوم مجلة الطفل

تُمثّل مجلة الطفل بمفهومها البسيط، مطبوعة دورية تُقدّم للطفل مختلف الفنون والآداب والمعلومات، وهي وسط ما بين الكتاب والصحيفة، تتوجّه للأطفال ويجرّها الكبار، وتأخذ من الكتاب عمقه وميزاته، ومن الصحيفة دوريتها وشكلها، وتمتاز بالرسوم والألوان؛ ما يُعطيها منظراً جذاباً مُحبباً لدى الطفل. وتمتاز مجلات الأطفال بأتمها وسيلة للاتصال ما بين الأطفال والمجلة، عن طريق استقبال رسائلهم، ونشر صورهم، والإجابة عن استفساراتهم،

ونشر رسومهم؛ مما يجعل منها وسيلة مهمة للاتصال مع الطفل، أو إيجاد الروابط القوية معه.⁽¹⁴⁾
وتُعرّف مجلة الطفل اصطلاحاً بأنها: (مطبوع دوري أسبوعي أو نصف شهري أو شهري، داخل غلاف، يُقدّم للطفل الفنون والآداب والمعارف والعلوم المختلفة، ويُحيطه علماً بالقضايا والأحداث، التي تجعله على صلة وثيقة بما يجري في وطنه والعالم، بأسلوب صحفي أو أدبي أو فني، بما يتناسب مع قدراته العقلية والفكرية، ويكتبها كتّاب متخصصون في مجالات أدب الأطفال والتربية وعلم النفس، كل ذلك من خلال الالتزام بالقيم والأعراف).⁽¹⁵⁾

وإن كانت مجلات الأطفال تُمثّل نوعاً مستقلاً من المجالات، إلا أنها تندرج في النهاية تحت مسمى المجالات المتخصصة، وذلك من حيث نوعية الجمهور الذي تُخاطبه وتتوجّه إليه.

2-المادة الصحفية المُقدّمة في مجلات الأطفال

يتوقّف نجاح المادة الصحفية الموجهة للأطفال في مجلاتهم، على مدى توافر القدرة على إعدادها وتحويلها إلى موضوعات نابضة بالحياة والجدائية، ثم التحوّل بها إلى لوحة فنية، ذات جمال ومعنى تُناسب استعدادات الأطفال، ويُيسّر لهم القراءة، وتُنمّي قابليتهم على التذوق الفني، وتُساعدهم على تكوّن صورة ذهنية إيجابية، على أن يتم اختيار المادة الصحفية وإخراجها، وفقاً للمعايير الفنية والسيكولوجية والفسولوجية المناسبة للطفل.

ولكي تُحقّق هذه المادة فاعليتها، يجب أن تكون هذه المادة شاملة ومتنوّعة الأغراض والأهداف، وتنطوي على العديد من الألوان الصحفية والأدبية، كالقصة، والمقالة، والتحقيق، والحديث، والصور والرسوم المعبّرة، دون إقحام هذه المادة بطريقة مُنقّرة، أو بأسلوب جامد غير مُناسب لطبيعة الطفل، وتكوّنه الفسولوجي والسيكولوجي وخبراته المكتسبة.⁽¹⁶⁾

من جهة ثانية، لا بد للمادة الصحفية الموجهة إلى الطفل، أن تُشعره بالراحة والبهجة، وتحترم ذاته، وتُسلّحه بالقيم والأخلاق، التي تُساعده على مواجهة مُتطلبات حياته ومستقبله، على أن تحفل المعالجة الصحفية بالقصص التربوية، وتتجنب الخوض في الخرافات والميتافيزيقيا؛ كونها عسيرة الفهم على الأطفال لارتباطها بالأفكار المجردة، وأن تتجنب القصص البوليسية المترجمة، التي تُغرق أذهانهم بعالم مشحون بالعنف وأعمال القتل والجريمة وسفك الدماء.⁽¹⁷⁾

(14) سحر ملص: "دراسة حول حاجات مجلات الأطفال في الأردن"، في صالح، منير (محررة)، رهن أدب الأطفال في الأردن، ط1، عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2011، ص187.

(15) رجي مصطفى عليان: أدب الأطفال، ط1، عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2014، ص244.

(16) صهيب كمال الأغا: "رؤية مقترحة لإعلام الطفل الفلسطيني كمدخل لعملية الضبط الاجتماعي وقبول الآخر"، المنتدى التربوي العالمي في فلسطين، للفترة من 28 - 31 تشرين الأول/ أكتوبر 2010، رام الله، دولة فلسطين، 2010، ص12.

(17) محمود حسن إسماعيل: الإعلام وثقافة الطفل، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي، 2011، ص132.

- في ضوء ما سبق الإشارة إليه، يستخلص الباحثان بعض الاعتبارات الواجب مراعاتها، عند اختيار وصياغة الموضوعات المقدمة في مجلات الأطفال، هي:
- اختيار الفكرة الجيدة القادرة على جذب الطفل القارئ.
 - تحديد مجموعة الأفكار الرئيسة التي سيتناولها الموضوع
 - تحديد الجمهور المستهدف من الموضوع
 - الاستعانة بالمصادر ذات الصلة بالموضوع
 - تحديد الأسلوب المناسب لتناول وصياغة الموضوع
 - اختيار الألفاظ السهلة والعبارات الواضحة التي توضح المعنى للطفل دونما تعقيد أو صعوبة.
 - اختيار صور ورسوم مناسبة للموضوع
 - تحديد الشكل العام للموضوع
 - تنفيذ الفكرة بشكل جيد.
 - صياغة مقدمة وخاتمة الموضوع بعناية.

سادسا: مفهوم القيم

تُشير لفظة القيمة من الناحية اللغوية إلى: (الاستقامة، والاعتدال، والتوجه إلى الغايات دون ميل، وإتباع المنهج الحق).⁽¹⁸⁾ ولا يخرج المعنى الاصطلاحي للقيمة عن معناها اللغوي؛ فهي عند (روكيش) Rokeach عبارة عن: (اعتقاد دائم بأن نمطاً مُعيّناً من التصرفات والغايات القائمة، تُعدّ (شخصياً واجتماعياً) مُفضّلة على نمط آخر من الأفعال والنواتج القائمة).⁽¹⁹⁾ بينما تُمثّل عند (وايت) White (هدف أو معيار حكم، يكون بالنسبة لثقافة مُعيّنة شيئاً مرغوباً، أو غير مرغوباً لذاته).⁽²⁰⁾ وعند (ليبيت) Lippitt هي: (معيّار للحُكم، يستخدمه الفرد والجماعة من بين عدة بدائل، في مواقف تتطلب قراراً ما أو سلوكاً مُعيّناً).⁽²¹⁾

(18) محمد السيد حلاوة: الأدب القصصي للطفل، منظور اجتماعي نفسي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2011، ص151.

(19) محمد وليد البطش، هاني عبد الرحمن: "البناء القيمي لدى طلبة الجامعة الأردنية". مجلة دراسات، السلسلة (أ): العلوم الإنسانية، مج17، ع3، 1990، ص93.

(20) أحمد علي كنعان: أدب الأطفال والقيم التربوية: دراسة تتضمن مفهوم الطفولة ونموها وحاجاتها وثقافتها وارتقاء القيم التربوية فيها، ط1، دمشق: دار الفكر، 1995، ص134.

(21) عمر أحمد همشري: التنشئة الاجتماعية للطفل، ط1، عمّان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2003، ص309.

1-أهمية القيم

للقيم أهميتها في حياة المجتمع؛ فهي تمتد لتمس العلاقات الإنسانية بكافة صورها؛ فتعمل على تحديد طبيعة علاقات الناس بعضهم ببعض، كما أنها معايير وأهداف، لا بد من وجودها في كل مجتمع يريد لتنظيماته الاجتماعية الاستمرارية في أداء وظيفتها، لتحقيق أهداف الجماعة. (22)

ويعتمد المجتمع في تكامل بيئته الاجتماعية على القيم المشتركة بين أعضائه، والتي كلما اتسع مداها بينهم، ازدادت وحدة مجتمعاتهم قوة وتماسكاً، في حين تضعف تلك الوحدة كلما انحسر مدى تلك القيم بينهم؛ إذ يؤدي التنافر والاختلاف في القيم، إلى صراع بين أعضاء ذلك المجتمع، الذي غالباً ما يقود إلى تفككه، وإلى صعوبة الوصول إلى اتفاق في الأمور المهمة. (23)

والطفل كوحدة بناء في النظام الاجتماعي، تُشكّل القيم أهمية في حياته، تماماً كأهميتها في حياة الجماعات من الأفراد؛ فالقيم بالنسبة للطفل، تُعدّ دوافع مُحركة لسلوكه ومُحددة لها، فضلاً عن دورها الفعال في تكامل شخصيته، ذلك التكامل الذي يعتمد بدرجة كبيرة على اتساق نظام القيم لديه. (24)

2-خصائص القيم

رغم الاختلافات، والآراء المتعددة، ووجهات النظر المختلفة حول مفهوم القيم، إلا أن ثمة مجموعة من الخصائص تشترك فيها القيم، يُمكن تحديدها على الوجه الآتي:

- الذاتية: بمعنى أن القيم تتعلق بالطبيعة النفسية للفرد، وتشمل الرغبات والميول والعواطف. (25)
- التلقائية: القيم ليست من صنع الأفراد، ولكنها من صنع المجتمع ووعيه الجمعي. (26)
- النسبية: تختلف القيم من شخص إلى آخر، ومن زمن إلى زمن، ومن مكان إلى مكان، ومن ثقافة إلى أخرى. (27)

(22) سحر رؤوف سعيد: "المضامين التربوية السائدة في مضامين ملصقات الأطفال العراقية"، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، مج20، ع2، 2012، ص564.

(23) أحمد علي كنعان، المرجع السابق، ص132.

(24) سحر رؤوف سعيد، المرجع السابق، ص564.

(25) محمد السيد حلاوة، مرجع سابق، ص154.

(26) أسامة عبد الرحيم علي، مرجع سابق، ص26.

(27) عمر أحمد همشري، المرجع السابق، ص309.

- **الثبات النسبي:** لو كانت القيم دائمة دوماً مُطلقاً، لأصبح التغيير على المستويين الاجتماعي والشخصي مُستحيلاً، وبالمثل لو كانت دائمة التغيير والتبدل، لتعدّر استمرار الشخصية الإنسانية والأنماط الثقافية والبناءات الاجتماعية، ولكن القيم تتميز بالاستمرار والتغير النسبي.⁽²⁸⁾

- **الأهمية النسبية:** تتدرج القيم داخل سلم للأهمية، ويتحدد هذا السلم في ضوء خبرات الفرد والمجتمع؛ لذا يخضع السلم القيمي للتغيير، كلما استجدت خبرات جديدة تستدعي إحداث هذا التغيير.⁽²⁹⁾

- **العمومية:** أي أن القيم تسود بين كافة أفراد المجتمع، إلا أن هناك تفاوتاً في ترتيب أهميتها من فرد لآخر، وذلك وفقاً للظروف المحيطة بالفرد، ووفقاً لنظرة الفرد العامة للحياة.⁽³⁰⁾

- **التوارثية:** تنتقل القيم من جيل لآخر عبر عملية التنشئة الاجتماعية؛ بما يُساعد الأجيال المتلاحقة على الاستفادة منها في تنظيم واقعها الاجتماعي.⁽³¹⁾

3- عملية اكتساب الطفل للقيم

يرى كل من (كرتوال) Krathohl و(بلوم) Bloom و(ماسيا) Masia، بأن عملية اكتساب القيم تحدث عبر خمس عمليات مُتسلسلة على نحو هرمي، هي:⁽³²⁾

أ- مستوى استقبال القيم.

ب- مستوى الاستجابة للقيم.

ج- مستوى تفضيل القيم.

د- مستوى تنظيم القيم.

هـ- مستوى الوسم بالقيم، وهو المستوى الذي يتضح باتفاق سلوك الفرد مع القيم التي تبناها ذاتياً.

في حين حدد آخرون، ثلاث مراحل لعملية اكتساب القيم، هي:⁽³³⁾

- مرحلة التقبل: وتتضمن الاعتقاد بأهمية قيمة مُعينة، وهي أدنى درجات اليقين.

- مرحلة التفضيل: التي تعني تفضيل الفرد لقيمة مُعينة وإعطائها قيمة مُناسبة.

(28) أسامة عبد الرحيم علي، مرجع سابق، ص 24، ص 25.

(29) المرجع السابق، ص 25.

(30) إيمان العربي النقيب: المسرح والقيم التربوية للطفل، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2011، ص 34.

(31) المرجع السابق، ص 30.

(32) أسامة ظافر كبارة: برامج التلفزيون والتنشئة الاجتماعية للأطفال، ط 1، بيروت: دار النهضة العربية، 2003، ص 93.

(33) أحمد حسن الخميسي: "نظرات في غرس القيم: دراسة تربوية"، مجلة الفيصل، ع 232، 1996، ص 45، ص 46.

- مرحلة الالتزام: وهي أعلى درجات اليقين؛ حيث الشعور بأن الخروج عن قيمة مُعيّنة يُخالف المعايير السائدة.

4- دور مجالات الأطفال في إكساب القيم للطفل

تُعدّ مجالات الأطفال واحدة من الأدوات الفعّالة في عملية التنشئة الاجتماعية؛ فهي تعمل على إكساب الطفل القارئ مجموعة من: القيم، والاتجاهات، والأفكار، واللغة، وعناصر الثقافة والمعرفة؛ مما يُسهم في تكوينه على نحو يختلف تماماً عن الطفل غير القارئ. ويعود مصدر هذه الأهمية، إلى أن المجلة تُعبّر عن حاجة الأطفال إلى الاستطلاع ورغبتهم في معرفة العالم المحيط بهم، كما تعكس أسلوب حياة الجماعة التي يُهيئها الكبار لعالم الأطفال؛ لذا فهي ترمز إلى موقف أعضاء المجتمع، من أساليب التنشئة الاجتماعية واتجاهاتهم نحوها. وتُسهم مجالات الأطفال بهذا الدور، باعتبارها إحدى الأدوات الثقافية والتربوية، والإعلامية والترفيهية، يملكها الطفل، وتُعبّر عن عصرها وزمانها، وتقوم بمهمة نقل القيم والمبادئ ومعايير السلوك وغرسها في نفس الطفل، وتدعيمها إيجابياً من خلال التعبير اللغوي والصور الذهنية، وتزود الطفل بالأفكار والقيم والفضائل التي تُؤكد لها وتقنع بها، من خلال قصصها وموضوعاتها وأبطالها، وتتميز أيضاً بقدرتها على تشكيل ذوق الطفل والإسهام في تكوين شخصيته، بل وتُعتبر مسؤولة إلى حد ما عن تحديد نوعية القراءات التي يختارها في المستقبل، وبالتالي يكون لها دور كبير في تحديد ملامح هذه الشخصية مستقبلاً.⁽³⁴⁾

5- التجربة الأردنية في إصدار مجالات الأطفال

إن المتتبع لمسيرة مجالات الأطفال الأردنية، يلحظ ما تُعانيه هذه المجالات رغم حداثة نشأتها⁽³⁵⁾، من تعثر واضح في الصدور، مُتمثلاً بعدم انتظامها ومن توقّف إصدار معظمها، ويُعزى ذلك التعثر إلى أسباب وعوامل عديدة، من أبرزها: (36) و (37) و (38)

أ- التكلفة المادية الباهظة التي يتطلبها إصدار مثل هذا النوع من المجالات.

ب- ضعف التوزيع وتدني الإيرادات المادية للمجلة؛ مما يؤدي إلى تراكم الخسائر وتوقّف المجالات عن

(34) محمد عويس: "دور صحافة الأطفال باعتبارها وسيلة إعلامية تربوية"، مجلة العربية، مج22، ع250، 1998، ص56.

(35) تُعد مجلة "فارس" الصادرة في عمان عام1971، أول مجلة أطفال أردنية.

(36) أمنة حسين الرماضة: مجالات الأطفال في الأردن: دراسة أدبية فنية، ط1، عمان: دار ابن بطوطة للنشر والتوزيع، 2014، ص70.

(37) محمد جمال عمرو: "أضواء على صحافة الطفل في الأردن: وسام، حاتم، وبراعم عمان أمودجاً"، في باسم الزعبي، محمد جمال عمرو: أدب و مسرح الطفل في الأردن: أوراق ملتقيات عمان الإبداعية، ط1، عمان: منشورات اللجنة الوطنية العليا لإعلان عمان عاصمة للثقافة العربية 2002، 2003، ص152 - ص153.

(38) صالح ذياب هندي: أثر وسائل الإعلام على الطفل، ط2، عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع، 1995، ص108.

الصدور.

ج- غياب السياسات والاستراتيجيات الثابتة، التي تهدف إلى إنشاء مجلات أطفال أردنية قوية، قابلة للصدور أمام الظروف والتحديات المختلفة.

د- قلة الملاكات الفنية المحليّة المؤهلة في مجال كتابة وإخراج هذه النوعيّة من المجلات.

هـ- افتقار العاملين في مجلات الأطفال الأردنية إلى المعرفة والدراية التربوية، بما يُناسب الأطفال ومطالب صحافتهم.

و- افتقار مجلات الأطفال الأردنية إلى التجديد في الموضوعات المطروحة، وأساليب الإخراج المستخدمة.

ز- عدم مقدرة مجلات الأطفال في الأردن على تلبية حاجات الطفل الأردني ومتطلبات بيئته المعاصرة بما فيها من مستجدات.

ح- انعدام الحوافز للعمل في مجال صحافة الأطفال في الأردن، وبالتالي إحجام الكُتّاب والمؤلفين والفنيين عن هذا العمل.

ط- ضعف الموارد المادية لبعض فئات المجتمع؛ ما يحول دون إعطاء الأولوية لمثل هذا النوع من المجلات.

ق- ضعف وعي الآباء والمربين عموماً، بأهميّة الثقافة بالنسبة للطفل.

سابعاً: مجلة «حاتم»

مجلة ثقافية شهرية مُصورة لكل البنات والبنين، كانت تصدر عن إدارة المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي». ظهر العدد الأول منها في الرابع عشر من تشرين الثاني/نوفمبر عام 1998، مُتزامناً مع احتفالات المملكة بعيد ميلاد جلالة المغفور له الملك الحسين بن طلال طيب الله ثراه، فيما تم توزيعه بالأسواق يوم 20 تشرين الثاني/نوفمبر 1998.⁽³⁹⁾

1- هدف إصدار مجلة «حاتم»

تأسست «حاتم» كمجلة غير ربحية، وإنما رسالة غايتها خدمة الطفل بعيداً عن المردود المادي، لذا كانت تُباع بسعر رمزي، لا يتجاوز ربع الكلفة الحقيقية لإصدار المجلة، كما كانت تُباع لأطفال المحافظات والمناطق النائية بأسعار أقل من ذلك بكثير، يُضاف إلى ذلك جُملة من الهدايا التي كانت توزعها المجلة على قرائها؛ بقصد الإسهام في نشر الوعي الثقافي والمعرفي، ونشر عادة القراءة والمطالعة المفيدة بين أكبر قطاع من البنين والبنات.⁽⁴⁰⁾

⁽³⁹⁾ النشرة الإعلامية الصادرة عن «الرأي»، عمان: المؤسسة الصحفية الأردنية، 2008، ص33.

⁽⁴⁰⁾ ماجد جبارة: "صحافة الطفل .. رسالة ثقافية أم مشروع تجاري؟"، جريدة الرأي الأردنية، عمان، ع13176، نُشر بتاريخ: 2006/10/23، ص32.



2- دورية صدور مجلة «حاتم»

سعت إدارة «الرأي» منذ صدور العدد الأول من المجلة، إلى جعل «حاتم» نصف شهرية ثم تحويلها إلى أسبوعية، في حال توفرت لها الإمكانيات الفنية والصحفية اللازمة، وهو ما لم يحدث أبداً.

3- جمهور مجلة «حاتم»

توجّهت «حاتم» بشكل خاص إلى الفئة العمرية التي تتراوح بين (6 - 16) سنة، كما حرصت على أن تكون المواد المنشورة فيها مناسبة لكل الفئات العمرية، من حيث الثقافة العامة والمعلومات، واكتشاف المبدعين واستثمار طاقاتهم الإبداعية؛ لخدمة الثقافة الموجّهة للفتيان والفتيات. (41)

4- مضمون مجلة «حاتم»

تضمّنت مجلة «حاتم» عدداً من الأبواب والزوايا الثابتة في كل عدد صادر منها، كالصفحات الإخبارية التي كان يوفرها كادر المجلة بالاتصال المباشر بالمدارس والمراكز الثقافية المتخصصة بالطفل، عبر باب ثابت اخذ اسم (سلة أخبار)، إضافة إلى تحقيق شهري يتعلّق بإحدى القضايا التي تهم الطفولة، مع تخصيص صفحة ثابتة باسم (العيادة)، التي كانت تُجيب فيها طبيبة مُتخصصة عن أسئلة الأطفال الصحية، إلى جانب باب (كتاب أعجبي)، الذي كان يتم فيه عرض كتاب للأطفال، يُعلمهم الإقبال على القراءة المتميّزة، وزاوية (كانوا صغاراً)، التي كانت تتعرض لطفولة المبدعين والمشاهير والعلماء من العرب والأجانب، في محاولة على تشجيع الأطفال على الاقتداء بالناجحين. (42)

من ناحية أخرى، كانت المجلة تتقصد نشر الموضوعات المتعلقة بالأحداث والمناسبات، الإنسانية، أو الوطنية، أو الدينية، حينما يتزامن صدور العدد مع أيّ منها، مثل: اليوم العالمي للطفولة، مؤتمر الأطفال العرب، والمناسبات الوطنية والتاريخية كمعركة الكرامة الخالدة، وعيد الاستقلال، وشهر رمضان الفضيل، وعيد الأضحى المبارك، وعيد الأم، والعطلة الصيفية، وبداية الفصل الدراسي الجديد، وغيرها من المناسبات والأحداث، التي كانت حاضرة على صفحات العدد، من خلال القصص والقصائد والمواد المنوعة؛ لتكون من ضمن دائرة اهتمامات الطفل، وتظل راسخة في ذاكرته.

(41) النشرة الإعلامية الصادرة عن «الرأي»، مرجع سابق، ص33.

(42) تقرير مجلس إدارة «الرأي» السنوي الثالث والعشرون عن السنة المنتهية في 31 كانون الأول 2008، 2008 عمان: المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»، ص15.

5-توزيع مجلة «حاتم»

ذكر منير الهور رئيس التحرير الأسبق للمجلة، أن «حاتم» تمكّنت بين عامي (2005 – 2006)، من الوصول إلى قطاع واسع من الأطفال في المملكة والوطن العربي، حيث وصلت إلى (2013) مدرسة من مدارس المملكة، ما بين حكومية وخاصة ومدارس وكالة الغوث، بنسبة توزيع بلغت (15) ألف نسخة شهرياً. وأضاف أن المجلة كانت تتلقى في تلك الفترة، ما بين (60 – 80) رسالة يومياً، تحمل إسهامات الأطفال وآرائهم واقتراحاتهم، كما استطاعت الوصول إلى أسواق (13) دولة عربية بحوالي (10) آلاف نسخة شهرياً، وبذلك ارتفع حجم توزيعها إلى (25000) ألف نسخة شهرياً، إلا أن نسب التوزيع هذه تقلصت فيما بعد لتكون بين (8-10) آلاف نسخة شهرياً.⁽⁴³⁾ و⁽⁴⁴⁾

الدراسة التحليلية

السؤال الأول: ما القيم التي تضمّنتها عيّنة البحث من أعداد مجلة «حاتم» وما تراتبيها؟

جاءت مجموعة القيم الجمالية في المرتبة الأولى بنسبة (22.1%)، تلتها مجموعة القيم النظرية (المعرفية) في المرتبة الثانية بنسبة (21.2%)، ثم مجموعة القيم الذاتية بنسبة (19.3%)، فيما حازت مجموعة القيم الاقتصادية على المرتبة الرابعة بنسبه إجمالية بلغت (9.6%)، ثم مجموعة القيم الاجتماعية على المرتبة الخامسة بنسبة مقدارها (9.4%)، فمجموعة الأخلاقية بنسبة مئوية بلغت (7.8%)، ومجموعة القيم السياسية (الوطنية) في المرتبة السابعة وما قبل الأخيرة بنسبة (5.4%)، فيما حلّت مجموعة القيم الدينية في المرتبة الثامنة والأخيرة، بنسبة مئوية لم تتجاوز (5.2%)؛ الأمر الذي يعود إلى محدودية مواد المجلة ذات الطابع السياسي والديني.

فيما يأتي، عرضاً تفصيلياً لمجموعات القيم التي تضمّنتها عيّنة البحث محل التحليل:

1- مجموعة القيم الاجتماعية:

حازت قيمة مُساعدة الضعيف على المرتبة الأولى بنسبة (19.0%)، فيما حلّت قيمة التعاون في المرتبة الثانية بنسبة (15.2%)، أمّا قيمتي المساواة وتقبّل آراء الآخرين، فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (10.1%) لكل منهما، فيما جاءت قيمة احترام الكبير في المرتبة السابعة والأخيرة، وبنسبة إجمالية لم تتجاوز (1.3%) وبتكرار واحد فقط، رغم كل ما تحمله هذه القيمة من أهميّة في توثيق روابط العلاقات الاجتماعية، المبنية على الاحترام المتبادل بين الأجيال المختلفة في المجتمع

(43) ماجد جبارة، مرجع سابق، ص32.

(44) كيالي، كرممان، (رئيسة التحرير السابقة لمجلة حاتم)، اتصال هاتفي تم يوم: 4 تموز/يوليو 2015.



2- مجموعة القيم الأخلاقية

جاءت قيمة الكرم والعطاء في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (21.2%)؛ وهو ما يرتبط ارتباطاً وثيقاً باسم المجلة «حاتم»، الذي تم اختياره تيمناً بالشخصية العربية الشهيرة (حاتم الطائي) رمز الكرم العربي والإيثار، تلتها في المرتبة الثانية قيمة التضحية والإيثار بنسبة (13.6%)، فيما حصلت كل من قيمتي الإخلاص والاستئذان على المرتبة الثامنة والأخيرة، بنسبة إجمالية لم تتجاوز (3.0%) من إجمالي القيم الأخلاقية التي تضمنتها عينة البحث.

3- القيم الذاتية:

حلّت قيمة السعادة والسرور في المرتبة الأولى بنسبة (37.7%)؛ تلتها في المرتبة الثانية قيمة الحرص والانتباه بنسبة (9.9%). أما المرتبة الثانية عشرة والأخيرة، فكانت من نصيب القيم الأخرى مُتمثلة بقيمة (التفاؤل) بنسبة (1.8%)، فيما أظهرت النتائج ضعف اهتمام مجلة «حاتم» بغرس الثقة في نفوس قرائها الأطفال من خلال تدني نسب قيمتي الثقة بالنفس والاعتماد على النفس، في سلم القيم الذاتية التي تضمنتها عينة البحث، وحصولهما على آخر مرتبتين بنسب مئوية بسيطة لم تتجاوز (3.1%).

4- القيم المعرفية:

حصلت قيمة التفكير على أعلي نسبة بمقدار (32.0%)، حائزة بذلك على المرتبة الأولى، تلتها في المرتبة الثانية قيمة التحليل والاستنتاج بنسبة (22.5%)، في حين جاءت قيمة الموضوعية في المرتبة السابعة والأخيرة، بنسبة مئوية مقدارها (2.8%).

5- القيم الدينية:

حازت قيمة الإيمان على المرتبة الأولى بنسبة (25.0%)، وهو ما يتفق تماماً مع الأسس التي تقوم عليها الشريعة الإسلامية الحنيفة؛ إذ لا يصحّ إسلام الشخص ولا يقبل إسلامه إن لم يكن مؤمناً، فيما حلّت قيمة العدل في المرتبة الثانية بنسبة (20.4%)، وقيمة الرفق بالحيوان في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية بلغت (18.2%). أما المرتبة السادسة والأخيرة، فكانت من نصيب القيم الدينية الأخرى، مُتمثلة بقيمة (الشورى) بنسبة إجمالية بلغت (2.3%) وبتكرار واحد فقط، فيما يُلاحظ غياب كل من قيمة احترام الأديان وقيمة حُسن الجوار، عن مجموع القيم الدينية التي تضمنتها عينة البحث، رغم أهمية هاتين القيمتين في بناء مُجتمع مُتماسك، قائم على المحبة المتبادلة والاحترام بين أفراد.

6- القيم الاقتصادية:

جاءت قيمة التخطيط والتنظيم في المرتبة الأولى بنسبة مئوية مقدارها (27.2%)، فيما حلّت قيمة العمل والإنتاج في المرتبة الثانية بنسبة (18.5%)، تلتها قيمة الادخار بنسبة (17.3%)، ثم قيمة احترام العمال

وتقديرهم بنسبة (12.3%)، بينما حصدت قيمة ترشيد الاستهلاك المرتبة السادسة والأخيرة، بنسبة مئوية لم تتجاوز (4.9%)، فيما لوحظ غياب قيمة اقتصادية مُهمّة عن عيّنة التحليل، ألا وهي قيمة دعم الإنتاج الوطني.

7- القيم السياسية (الوطنية):

حازت قيمة حب الوطن على المرتبة الأولى بنسبة مئوية مقدارها (49.0%)، فيما جاءت قيم الاعتزاز بالهوية العربية في المرتبة الثانية بنسبة (24.4%)، في حين حلّت كل من قيمة الحرية والقيم السياسية (الوطنية) الأخرى مُتمثلة بقيمة (المشاركة السياسية) في المرتبة السادسة والأخيرة، بنسبة (2.2%) وبتكرار واحد فقط لكل منهما.

8- القيم الجمالية:

جاءت قيمة ممارسة المواهب والهوايات في المرتبة الأولى بنسبة (28.0%)، فيما حلّت قيمة المحافظة على سلامة الجسم في المرتبة الثانية بنسبة (22.0%)، بينما حلّت قيمة المحافظة على البيئة في المرتبة السابعة والأخيرة، بنسبة (4.8%) من إجمالي القيم الجمالية، التي تضمّنتها عيّنة البحث.

السؤال الثاني: ما مصادر المواد التحريرية التي تضمّنت القيم في عيّنة البحث من أعداد مجلة «حاتم»؟
حازت فئة مصدر غير مُحدد على المرتبة الأولى بنسبة مئوية مقدارها (29.2%)، فيما حازت فئة محرر المجلة على المرتبة الثانية بنسبة (19.2%)، أمّا المرتبة الثالثة، فكانت من نصيب فئة مُعلن تجاري بما نسبته (17.4%)؛ ما يُعزى إلى وفرة عدد الإعلانات التجارية المنشورة في عيّنة البحث، وأخيراً جاءت فئة مصدر آخر مُتمثلة (بمتحف الأطفال وباحثة) بنسبة مئوية لم تتجاوز (0.6%).

السؤال الثالث: ما الأشكال والفنون التحريرية التي تم استخدامها في عرض القيم المُتضمّنة في عيّنة البحث من أعداد مجلة «حاتم»؟

حصدت الفنون الصحفية المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (68.1%)، تلتها الفنون الأدبية بنسبة (16.4%)، فيما جاءت الأشكال الأخرى في المرتبة الثالثة والأخيرة، وبنسبة إجمالية مقدارها (15.5%).
فيما يأتي، عرضاً تفصيلياً للأشكال والفنون التحريرية التي تم استخدامها في عيّنة البحث:

1- الفنون الصحفية:

جاء الإعلان في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (29.5%)، تلاه بريد القراء في المرتبة الثانية بنسبة (15.8%)، ثم التقرير الصحفي بنسبة (14.7%). أمّا المرتبة العاشرة والأخيرة، فكانت من نصيب الحديث الصحفي، الذي حصل على نسبة محدودة لم تتجاوز (0.8%)، فيما غاب الكاريكاتير عن العيّنة التحليلية.

2- الفنون الأدبية:

حازت القصة على المرتبة الأولى بنسبة (42.2%)، فيما جاءت القصة المصورة في المرتبة الثانية بنسبة (22.2%)، وهي نتيجة طبيعية في ظل أن الأسلوب القصصي يُعدّ من أنسب الوسائل لمخاطبة الطفل؛ لما للقصة من دور مُهم في تنشئة الأطفال، وفي تبصيرهم بالقيم الأخلاقية، وإكسابهم كثيراً من المعارف والعادات السلوكية المرغوب بها. أما المرتبة السادسة والأخيرة، فكانت من نصيب الحكم والأمثال بنسبة (3.3%) من إجمالي الفنون الأدبية المستخدمة في المجلة.

3- الأشكال التحريرية الأخرى:

جاءت التسالي والألعاب في المرتبة الأولى بنسبة (35.3%)، تبعثها فئة أخرى بنسبة (15.3%)، فيما جاءت الكلمات المتقاطعة في المرتبة السابعة والأخيرة بنسبة (3.5%) من إجمالي الأشكال التحريرية الأخرى المستخدمة في المجلة.

السؤال الرابع: ما المجال الجغرافي الذي غطته المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عينة

البحث من أعداد مجلة «حاتم»؟

جاء المجال الجغرافي المحلي في الترتيب الأول بنسبة مئوية مقدارها (33.6%)، تلاه المجال الجغرافي غير المحدد في المرتبة الثانية بنسبة (32.7%)، في حين حاز المجال الجغرافي الدولي على المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة إجمالية بلغت (7.6%).

السؤال الخامس: ما المستوى اللغوي الذي تم استخدامه في صياغة المواد التحريرية المتضمنة

للمعلومات والقيم في عينة البحث من أعداد مجلة «حاتم»؟

حازت الفصيحة المعاصرة على المرتبة الأولى بنسبة مئوية عالية، بلغت (93.4%)، فيما حازت اللهجة العامية على المرتبة الثانية بنسبة (3.1%)، وهي لغة تتسم بالوضوح وببساطة التراكيب؛ مما يُسهّل على الأطفال فهمها والتأثر بها، مهما اختلفت مستويات ذكائهم وتعليمهم. أما الفصيحة التراثية، فقد حلّت في المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة لم تتجاوز (0.4%).

السؤال السادس: ما صور الفاعل التي تم تقديمها في المواد التحريرية المتضمنة للقيم في عينة البحث

من أعداد مجلة «حاتم»؟

جاء الإنسان في المرتبة الأولى بنسبة (57.3%)، في حين حلّت فئة بلا فاعل في المرتبة الثانية بنسبة (17.1%)، فيما حلّت في المرتبة الخامسة والأخيرة، كل من فئة صور الفاعل الأخرى مُتمثلة بصور (وحش،

وغول، ودمية، ومارد المصباح السحري، بالإضافة إلى عدد من الشخصيات الكرتونية والخرافية)، وفعلة النبات بنسبة إجمالية بلغت (2.3%) لكل منهما، من إجمالي صور الفاعل التي تم تقديمها في عينة التحليل.

النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج

1- لم توازن مجلة «حاتم» بين مجموعات القيم التي قدمتها إلى الطفل الأردني؛ إذ تركزت اهتمامها على غرس مجموعة القيم الجمالية بنسبة إجمالية مقدارها (22.1%)، وهي القيم التي تُنمّي الحس الجمالي والتذوق الفني لدى الفرد؛ فيمارس هوايته الأدبية والفنية، ويشعر بالسعادة في رحلاته وخبراته الجديدة، ويتمتع بالجمال الطبيعي والفني؛ ما يُلهمه التعبير الذاتي المبدع كما في الشعر والرسم وغير ذلك، في حين ضعف اهتمام المجلة بتقديم مجموعات قيمة أخرى مُهمّة إلى الطفل الأردني، مثل: مجموعة القيم الاقتصادية، ومجموعة القيم الاجتماعية، ومجموعة القيم الأخلاقية، ومجموعة القيم السياسية (الوطنية)، ومجموعة القيم الدينية.

وتجدر الإشارة هنا، إلى حساسية مجموعة القيم السياسية (الوطنية) وأهميتها بالنسبة إلى الطفل العربي عموماً والأردني على وجه التحديد، خاصة في ظل ما تشهده المنطقة في الوقت الراهن، من توترات وأزمات وحروب؛ الأمر الذي يتطلب من مؤسسات التنشئة في أيّ مجتمع عربي، بما فيها وسائل الإعلام، التركيز على غرس قيم حب الوطن، والاعتزاز بالهوية العربية، والحرية، والنصر، والسلام، لدى الأطفال.

2- تنوّعت المصادر التي اعتمدت عليها مجلة «حاتم» في تقديمها للقيم، ولكن من اللافت للانتباه، أن المجلة نشرت نسبة كبيرة من موادها التحريرية دون ذكر مصدر مُحدد لها، رغم أهمية ذكر مصادر المواد التحريرية المنشورة في صحافة الطفل، في خلق علاقة وطيدة بين الأطفال وصحيفتهم أو مجلتهم؛ ولعل السبب في ذلك يعود إلى أن المجلة في بداياتها، تعمدت نشر جميع موادها التحريرية دون الإشارة إلى مصادر تلك المواد؛ ربما بسبب محدودية عدد محرري المجلة آنذاك، الأمر الذي دفع القائمين على إصدار «حاتم» في سنواتها الأولى، إلى إخفاء هوية كُتّاب أو منشئي المواد التحريرية المنشورة على صفحاتها تجنباً لتكرار الأسماء.

3- اهتمت مجلة «حاتم» بتحقيق وظيفة الإعلان والتسويق، أكثر من اهتمامها ببقية الوظائف الأخرى؛ كوظيفة الإعلام والأخبار، ووظيفة التعليم والتثقيف، ووظيفة الشرح والتفسير؛ اتضح ذلك من خلال تصدر الإعلانات للأشكال والفنون التحريرية التي استخدمتها المجلة، مُقابل ضعف اهتمامها بالخبر، والتحقيق، والمقال، والحديث، فضلاً عن إهمالها لفن الكاريكاتير الصحفي، رغم ما يحمله من أهمية في تنمية خيال الطفل، وتحفيزه على التفكير الناقد والإبداعي، وقدرته على تشكيل الصور الذهنية لدى الطفل، عن المواقف والأفكار والقيم المقدّمة في المواد الصحفية الأخرى.

وفي هذا السياق، تجدر الإشارة إلى أن غلبة الطابع الإعلاني على مضامين الوسائل الإعلامية الموجهة إلى الأطفال بما فيها المجلات، من شأنه خلق نزعة استهلاكية لدى الطفل تحضه على الشراء والاستهلاك، عوضاً عن غرس العادات الاستهلاكية الجيدة لديه، وصرفه عن البذخ والإسراف.

4- حرصت مجلة «حاتم» على إكساب قرائها الأطفال المعرفة حول واقعهم الاجتماعي، من خلال تركيزها على البيئة المحلية الأردنية في موادها التحريرية، وبالتالي إحداث الرنين لمعاني وقيم مُعيّنة، تعمل على تضخيم إدراك الأطفال للواقع الاجتماعي الذي يعيشون فيه، دون إغفالها تغطية المجالات العربية والدولية؛ الأمر الذي أسهم وفقاً لنظرية الغرس الثقافي، في التأثير على معرفتهم وإدراكهم للعوامل المحيطة بهم، خاصة وان الأطفال يتسمون بالفضول وحب الاستطلاع والاكتشاف، ويتطلعون إلى معرفة الأخبار التي تمهم في مجتمعاتهم والعالم من حولهم.

5- وفقت مجلة «حاتم» في توظيفها للفصحى المبسطة والواضحة؛ بما يؤثر إيجاباً على إدراك قرائها الأطفال للأفكار والمفاهيم الواردة فيها، وتبنيهم لما تضمنته من مثل وقيم وأخلاقيات؛ ذلك أن اختيار الألفاظ والعبارات السهلة والبسيطة من جهة، والدالة والمعبرة من جهة ثانية، يُعدّ من أهم شروط استخدام اللغة في صحف ومجلات الأطفال، وذلك بحسب نتائج دراسة (انتليتزر)⁴⁵ (1990)، التي أظهرت أن سهولة قراءة المجلة، تُعدّ من أهم المواصفات الايجابية لمجلات الأطفال.

6- تصدّر الإنسان صور الفاعل المقدم في مجلة «حاتم»؛ مما يدل على نجاح المجلة بتعريف الطفل بدوره الاجتماعي وبأدوار الآخرين، وعلى نجاحها بربط الطفل بالواقع الذي يعيش فيه بعيداً عن الخرافات والأوهام، إضافة إلى تنمية الروح الجماعية لدى قرائها الأطفال، ومساعدتهم على التكيف الاجتماعي.

ثانياً: التوصيات

في ضوء ما أفضى إليه البحث من نتائج، يوصي الباحثان مجلات الأطفال الأردنية، الصادر منها حالياً أو المحتمل صدورهما في المستقبل، بما فيها مجلة «حاتم» في حال تقرر إعادة إصدارها لاحقاً، بما يأتي:

1- وجوب تحديد الجمهور المستهدف للمجلة بمرحلة محددة من مراحل الطفولة، مع مراعاة حاجات واهتمامات هذه المرحلة، وخصائصها، ومخزونها اللغوي، وميولها القرائية، ومن ثم تقديم موضوعات تُناسب هذه المرحلة من حيث المضمون والشكل، مع ضرورة تثبيت الفئة العمرية المستهدفة على غلاف المجلة.

2- ضرورة العمل على تحقيق التوازن في المجموعات القيمية المقدمة إلى الطفل الأردني، من خلال الاهتمام بتقديم مجموعات القيم الاقتصادية، والسياسية (الوطنية)، والاجتماعية، والأخلاقية، والدينية؛ بما يعمل على تنمية شخصية

(45) Antlitz, P. "Children's Magazine Use in A Selected School", (unpublished master's thesis), Long Island University, Northern Blvd, Brookville, New York: U.S.A, 1990

الطفل وربطه بثقافته العربية وحضارته الإسلامية.

3- تقديم مواد تُسهم في تربية الطفل الأردني على احترام الاختلاف والتعدد والتنوع وتقبل الآخر، وعلى التسامح مع الآخرين، واحترام قيم المشاركة والحرية والعدالة والمساواة، وتعويدته على احترام الحق بالتعبير عن الرأي، وإكسابه قيم الديمقراطية.

4- ترشيد نشر الإعلانات التجارية في مجالات الأطفال الأردنية، والاقتصار على نشر الإعلانات التي تروّج للمنتجات وسلع وخدمات خاصة بالطفل، مع ضرورة الاهتمام بشكل الإعلان من حيث ملائمة الصورة أو الرسم، وتناسق الألوان، والابتعاد عن اللهجة العامية.

5- التوسّع في استخدام الفنون الصحفية، بحيث تشتمل على الفنون الإخبارية؛ كالخبر، والحديث، والتحقيق، والحديث، والمقال، والتقارير، والتي تُغطي أحداثاً تهم الأطفال وتُثير اهتمامهم وتربطهم بالعالم المحيط بهم.

6- التوسّع في استخدام الفنون الأدبية، بحيث تشتمل على الشعر، والسير والتراجم، والحكم والأمثال؛ بما يعمل على إعداد الطفل ليكون قارئاً متذوقاً للأدب وفنونه المتنوعة.

7- مُراعاة التدقيق في رسم الملامح النفسية والسلوكية للشخصيات المحورية في مجالات الأطفال الأردنية، بحيث تُقدّم أنموذجاً للطفل و(الطفلة) النابجين النشيطين، المتحمسين للعمل والمشاركة في الحياة العامة.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع العربية:

1. أحمد حسن الخميسي: "نظرات في غرس القيم: دراسة تربوية"، مجلة الفيصل، ع 232، 1996.
2. أحمد علي كنعان: أدب الأطفال والقيم التربوية: دراسة تتضمن مفهوم الطفولة ونموها وحاجاتها وثقافتها وارتقاء القيم التربوية فيها، ط1، دمشق: دار الفكر، 1995.
3. أسامة ظافر كبارة: برامج التلفزيون والتنشئة الاجتماعية للأطفال، ط1، بيروت: دار النهضة العربية، 2003.
4. أسامة عبد الرحيم علي: القيم التربوية في صحافة الأطفال: دراسة في تأثير الواقع الثقافي، ط1، القاهرة: إتراك للنشر والتوزيع، 2006.
5. أمينة حسين الرماضنة: مجالات الأطفال في الأردن : دراسة أدبية فنية، ط1، عمان: دار ابن بطوطة للنشر والتوزيع، 2014.
6. إيمان العربي النقيب: المسرح والقيم التربوية للطفل، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2011.
7. باسم الزعبي، محمد جمال عمرو: أدب و مسرح الطفل في الأردن: أوراق ملتقيات عمّان الإبداعية، ط1، عمان.
8. حسن عماد مكاوي، و ليلي السيد: نظريات الاتصال المعاصرة، ط8، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009.
9. ربحي مصطفى عليان: أدب الأطفال، ط1، عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2014.
10. سحر رؤوف سعيد: "المضامين التربوية السائدة في مضامين ملصقات الأطفال العراقية"، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، مج20، ع2، 2012.
11. سحر ملص: "دراسة حول حاجات مجالات الأطفال في الأردن"، في صالح، منيرة: راهن أدب الأطفال في الأردن، ط1، عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2011.
12. صالح ذياب هندي: أثر وسائل الإعلام على الطفل، ط2، عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع، 1995.
13. صهيب كمال الأغا: "رؤية مقترحة لإعلام الطفل الفلسطيني كمدخل لعملية الضبط الاجتماعي وقبول الآخر"، المنتدى التربوي العالمي في فلسطين، للفترة من 28 - 31 تشرين الأول/ أكتوبر 2010، رام الله، دولة فلسطين، 2010.
14. عبد الرزاق محمد الدليمي: نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، ط1، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016.
15. علي حداد: "أدب الطفل في التراث الشعبي العربي: المفهوم والخصوصيات التعبيرية"، مجلة الموقف الأدبي، ع411، 2005.
16. عمر أحمد همشري: التنشئة الاجتماعية للطفل، ط1، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2003.
17. كريماني كيالي: (رئيسة التحرير السابقة لمجلة حاتم)، اتصال هاتفي تم يوم: 4 تموز/يوليو 2015،
18. ماجد جبارة: "صحافة الطفل .. رسالة ثقافية أم مشروع تجاري؟"، جريدة الرأي الأردنية، عمان، ع13176، نُشر بتاريخ: 2006/10/23.
19. محمد عويس: "دور صحافة الأطفال باعتبارها وسيلة إعلامية تربوية"، المجلة العربية، مج22، ع250، 1998.

20. محمد السيد حلاوة: الأدب القصصي للطفل، منظور اجتماعي نفسي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2011.
21. محمد منير حجاب: . المعجم الإعلامي، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
22. محمد وليد البطش، موسى وجبريل: "التغير في التفضيلات القيمية عند الأفراد الأردنيين بتقدمهم في العمر"، مجلة أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج7، ع2، 1991.
23. محمد وليد البطش، هاني عبد الرحمن: "البناء القيمي لدى طلبة الجامعة الأردنية". مجلة دراسات، السلسلة (أ): العلوم الإنسانية، مج17، ع3، 1990.
24. محمود حسن إسماعيل: الإعلام وثقافة الطفل، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي، 2011.
25. محمود حسن إسماعيل: مناهج البحث الإعلامي، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي، 2011.
26. مرفت محمد كامل الطرايشي: "أثر التعرض لصحافة الأطفال على إدراك القيم الدينية لدى الطفل المصري، دراسة ميدانية وفقاً لنظرية الغرس الثقافي"، مجلة كلية الآداب - جامعة الرقازيق، ع25، 1999.
27. نتيلا راشد: "مجلة الطفل وسيلة لإعطائه نصيباً عادلاً من الثقافة"، في الحلقة الدراسية لعام 1990 حول مجلات الأطفال: القاهرة 24-26 نوفمبر 1990، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1992.
28. جريدة الرأي الأردنية، "عدد أخير من «حاتم»"، عمان: «الرأي»، ع15571، نُشر بتاريخ: 2013/6/13.
29. تقرير مجلس إدارة «الرأي» السنوي الثالث والعشرون عن السنة المنتهية في 31 كانون الأول 2008، 2008 عمان: المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي».
30. منشورات اللجنة الوطنية العليا لإعلان عمان عاصمة للثقافة العربية 2002، 2003.
31. النشرة الإعلامية الصادرة عن «الرأي»، عمان: المؤسسة الصحفية الأردنية، 2008.
32. الموسوعة العربية العالمية، ط2، الرياض: مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع، 1999.

مواقع الانترنت:

http://www.lob.gov.jo/ui/laws/search_no.jsp?no=43&year=1976.1

http://www.unicef.org/arabic/crc/files/crc_arabic.pdf.2



Foreign References:

1. Antlitz, P" Children's Magazine Use in A Selected School", (unpublished master's thesis), Long Island University, Northern Blvd, Brookville, New York: U.S.A. 1990
2. Frederick, W. New Communications, Belmont, California: Wadsworth Publishing Company Inc. 1984.
3. Iyengar, S. & Simon, A. "News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing", Communication Research, Vol.20, No.3, pp. 365-383, 1993.
4. McQuail, D. McQuail's Mass Communication Theory, 6th edition, London: SAGE publications, 2010.
5. Signorielli, N. & Morgan M. (Editors), "Cultivation Analysis: Conceptualization and Methodology", in Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research, Newbury Park, California: Sage Publications Inc, 1990.

