

دور مجلات الأطفال الأردنية في تقديم المعلومات والقيم

إلى الطفل الأردني مجلة «حاتم» أنموذجاً

(دراسة تحليلية)

**Role of Jordanian Children's Magazines in
Presenting Information & Values to the
Jordanian Child «Hatam» Magazine as a Model**
(Analytical study)

إعداد الطالبة: عبير مجلي قاسم أبو دية

الرقم الجامعي: 401210012

بإشراف: الأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي

قُدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط

كانون الأول/ ديسمبر 2015

سُبْحَانَكَ اللَّهُمَّ عَمَّا يُشْرِكُونَ

{قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا
إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ}

التفويض

أنا عبير مجلي قاسم أبو دية، أفوض جامعة الشرق الأوسط، بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً
والكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية
عند طلبها.

الاسم: عبير مجلي قاسم أبو دية

التاريخ: 2015/12/19

التوقيع: 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: "دور مجلات الأطفال الأردنية في تقديم المعلومات والقيم إلى الطفل الأردني مجلة «حاتم» أنموذجاً: دراسة تحليلية".

وأجيزت بتاريخ: 2015/12/19

أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع

1. الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم/ رئيساً - جامعة الشرق الأوسط.
2. الأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي/ مشرفاً - جامعة البترا.
3. الدكتورة سهير السوداني/ مُمتحناً خارجياً - جامعة البترا.

شكر وتقدير

الحمد لله الذي أنار لي الدرب، وفتح لي أبواب العلم، وأمدني بالصبر والإرادة، وأعانني على إنجاز هذه الرسالة، فلولاً توفيقه عز وجل لما تحقق من ذلك شيء. كما يسرني وقد أنجزت - بتوفيق من الله - هذا العمل المتواضع، أن أتقدم بالشكر الجزيل لأساتذتي الكرام في كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط، الذين نهلت من بحر علمهم، واسترشد بنور حكمتهم، ورسموا لي الطريق لتحقيق الهدف.

وعملاً بقوله عليه أفضل الصلاة والسلام: ((مَنْ صَنَعَ إِلَيْكُمْ مَعْرُوفًا فَكَافِيَتْهُ، فَإِنْ لَمْ تَجِدُوا مَا تُكَافِيُونَهُ بِهِ، فَادْعُوا لَهُ حَتَّى تَرَوْا أَنَّكُمْ قَدْ كَافَأْتُمُوهُ))، أتقدم بخالص شكري، ووافر تقديري، وجزيل عرفاني، إلى من تقصير كل كلمات الشكر وعبارات الثناء عن الوفاء بحقه، إلى أستاذي الفاضل، سعادة الأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي المشرف على الرسالة. هذا الرجل المعطاء، الذي تتجسد في عطائه كل معاني الكرم والإيثار، له مني عظيم الشكر والامتنان، على ما منحني إياه من الوقت والجهد والاهتمام، وتقديم كل ما من شأنه تعزيزي لإخراج هذا العمل في أفضل صورة ممكنة؛ فقد كان بحق نعم المشرف، ونعم المعلم، ونعم الأخ، ونعم الصديق. كما أرجو أن أكون قد وفقت في تقديم ما يرضيه، وما يليق بمسيرته الأكاديمية العريقة، وباسمه الكبير، الذي كان لي عظيم الشرف والفخر والاعتزاز بأن يتوج رسالتي العلمية هذه.

ولا يفوتني أن أتوجه بخالص شكري وتقديري لجميع العاملين في دائرة المكتبة الوطنية، على مساعدتهم لي طوال مرحلة التطبيق العملي للدراسة، وأخص بالشكر الصديقة هيام زعتر من قسم الدوريات في المكتبة، على تعاونها الدؤوب معي وتوفيرها لي كل سبل الراحة؛ مما ساعدني على إنجاز التحليل ببسر وسهولة.

والشكر موصول أيضاً، لكل من مد لي يد العون خلال فترة إعداد الدراسة، وأخص بالذكر السيدة كريمان كيالي، رئيسة التحرير السابقة لمجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وصديقتي ديانا سهوانه ورهام فاخوري، وزملائي سلطان القاسمي، وخوله الزغلوان، ومأمون الفاعوري، وشباب العائلة الواعد: أحمد، وزيد، ومحمد، ومرح، ورؤى، على ما رقدوني به من مراجع ومعلومات قيمة أثرت الدراسة.

ختاماً، شكراً لكل من شجعني ودعمني من الأهل والأصدقاء والزملاء

إهداء

إلى اللذين ربياني ورعياني صغيرة، وعلماني ووجهاني كبيرة ... فكانا نعم من ربّي ورعى وعلم ووجه ... إلى اللذين أدعو لهما في كل لحظة ((ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا)) ... إلى رُوحِي والديّ الطاهرتين أهدي جُهدي هذا؛ تقديرًا ووفاءً بجزءٍ يسيرٍ من فضلهما عليّ، سائلة الله عزّ وجل أن يتغمّدهما بواسع رحمته وأن يكلاهما بعظيم غفرانه ... وهو العزيز الرحيم.

إلى روح خالي الكابتن الطيار يوسف عيد أو دية ... الذي كان يطيب له وصفي بالذكية إلى كنوز الرجال وأغلاهم ... إلى من يخفق القلب بحبهم ... إخواني الأعزاء إلى من كانت سنداً وعوناً لي في دراستي ... أختي والأقرب إلى نفسي زوجة أخي "أم مهند" إلى عرّابتي في العلم والحياة ... إلى سندیانة الإعلام العربي ... غاليّتي أ. د. حميدة سميسم إلى من احتواني بسعة صدره ورجاحة فكره، وأمّدتني بعظيم علمه وواسع خبرته ... د. صباح ياسين إلى من تتلمذت على يديه أبجديات البحث العلمي ... ملهمي ومُعَلّمي الأول د. كامل خورشيد إلى من شهدنّ مُعاناتي بكل فصولها ... وعایشنّ حُلُمي بكل تفاصيله ... لنقطف اليوم معاً ثمرة هذا الانجاز المتواضع ... صديقتي الحبيبات آلاء عرّابي، وفاتن نوفل، وحنان أبو السندس

إهداء خاص

إلى راعي مسيرتي العلميّة ...
إلى من أمن بي ووقف بجانبني ودعمني ...
إلى مصدر عزي وفخري وكبريائي ...
إلى سندي ...
"أخي صلاح"

إلى هؤلاء جميعاً بكل حُبٍ وامتنان أهدي نتاج جُهدي العلمي هذا

عبير مجليّ أبو دية

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
	العنوان
	آية قرآنية كريمة
ب	التفويض
ج	قرار لجنة المناقشة
د	الشكر والتقدير
هـ	الإهداء
و	قائمة المحتويات
ح	قائمة الجداول
ي	قائمة الملحقات
ك	المُلخص باللغة العربية
م	المُلخص باللغة الإنجليزية
الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها	
1	مقدمة
3	مشكلة الدراسة
4	هدف الدراسة وأسئلتها
6	أهمية الدراسة
7	مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية
12	حدود الدراسة
13	محددات الدراسة
13	مسوغات اختيار الموضوع
الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة	
14	المبحث الأول: النظريات الإعلامية
31	المبحث الثاني: الأدب النظري
99	المبحث الثالث: الدراسات السابقة
الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)	
134	منهج الدراسة
136	مُجتمع الدراسة
137	عينة الدراسة
138	أداة الدراسة

151	صدق الأداة
153	ثبات الأداة
154	متغيرات الدراسة
155	المعالجة الإحصائية
155	إجراءات الدراسة
الفصل الرابع: نتائج الدراسة (التحليل الإحصائي)	
158	عرض نتائج التحليل الإحصائي
الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات	
189	مناقشة نتائج الدراسة
215	التوصيات
216	المقترحات
قائمة المصادر والمراجع	
المُلحقات	

قائمة الجداول

رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
(1-3)	عينة الدراسة من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»	138
(1-4)	التكرارات والنسب المئوية للمعلومات المتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	159
(2-4)	التكرارات والنسب المئوية لمجموعات القيم المتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	160
(3-4)	التكرارات والنسب المئوية للقيم الاجتماعية المتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	161
(4-4)	التكرارات والنسب المئوية للقيم الأخلاقية المتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	162
(5-4)	التكرارات والنسب المئوية للقيم الذاتية المتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	163
(6-4)	التكرارات والنسب المئوية للقيم النظرية (المعرفية) المتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	164
(7-4)	التكرارات والنسب المئوية للقيم الدينية المتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	165
(8-4)	التكرارات والنسب المئوية للقيم الاقتصادية المتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	166
(9-4)	التكرارات والنسب المئوية للقيم السياسية (الوطنية) المتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	167
(10-4)	التكرارات والنسب المئوية للقيم الجمالية المتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	168
(11-4)	التكرارات والنسب المئوية لمصادر المواد التحريرية المتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	169
(12-4)	التكرارات والنسب المئوية للمجالات الجغرافية التي غطتها المواد التحريرية المتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	170
(13-4)	التكرارات والنسب المئوية للمستويات اللغوية المستخدمة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	171
(14-4)	التكرارات والنسب المئوية لصور الفاعل المقدمة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	172
(15-4)	التكرارات والنسب المئوية لاتجاهات المواد التحريرية المتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	173

	«حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	
174	التكرارات والنسب المئوية لأهداف المواد التحريرية المنشورة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً	(16-4)
176	التكرارات والنسب المئوية لأسلوب عرض مواد مجلة «حاتم» التحريرية مرتبة ترتيباً تنازلياً	(17-4)
177	التكرارات والنسب المئوية لجمهور الأطفال المُستهدف في مجلة «حاتم» تبعاً لمُتغيّري النوع الاجتماعي (الجنس) والمرحلة العمرية	(18-4)
178	التكرارات والنسب المئوية للأشكال لفنون التحرير المستخدمة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	(19-4)
179	التكرارات والنسب المئوية للفنون الصحفية المستخدمة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	(20-4)
180	التكرارات والنسب المئوية لفئات الفنون الأدبية المستخدمة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً	(21-4)
181	التكرارات والنسب المئوية لفئات الأشكال التحريرية الأخرى المستخدمة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	(22-4)
182	التكرارات والنسب المئوية لفئات مواقع المواد التحريرية على صفحات مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	(23-4)
183	التكرارات والنسب المئوية لفئات المساحة التي شغلها المواد التحريرية في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	(24-4)
184	التكرارات والنسب المئوية لأنواع عناوين المواد التحريرية المتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	(25-4)
185	التكرارات والنسب المئوية للألوان المستخدمة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	(26-4)
186	التكرارات والنسب المئوية للإطارات المستخدمة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	(27-4)
187	التكرارات والنسب المئوية للصور الفوتوغرافية المتضمنة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً	(28-4)
188	التكرارات والنسب المئوية للرسوم المتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً	(29-4)

قائمة المُلحقات

الصفحة	محتوى الملحق	رقم الملحق
236	غلاف مجلة "L'ami des Enfants" (صديق الأطفال) الفرنسية	(1)
237	غلاف مجلة "Journal des Jeunes Personnes" الفرنسية	(2)
238	غلاف مجلة "La Semaine Des Enfants" الفرنسية	(3)
239	غلاف مجلة "The Lilliputian Magazine" البريطانية	(4)
239	شعار مجلة "The Juvenile Magazine" البريطانية	(5)
240	غلاف مجلة "The Children Magazine" الأمريكية	(6)
241	غلاف مجلة "The Juvenile Port-Folio" الأمريكية	(7)
242	بطل مجلة «حاتم»	(8)
242	خبر صحفي حول قرار «الرأي» بإيقاف مجلة «حاتم»	(9)
243	غلاف العدد الأخير من مجلة «حاتم»	(10)
244	قائمة بأسماء مُحكمي أداة الدراسة	(11)

دور مجلات الأطفال الأردنية في تقديم المعلومات والقيم إلى الطفل الأردني مجلة «حاتم» أنموذجاً (دراسة تحليلية)

إعداد: عبير مجلي قاسم أبو دية
بإشراف: الأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي

المُلخص:

هدفت هذه الدراسة التحليلية إلى التعرف على الدور الذي تؤديه مجلات الأطفال الأردنية (مجلة «حاتم» أنموذجاً)، في مجال تقديم المعلومات والقيم إلى الطفل الأردني، إلى جانب التعرف على وسائل الإبراز التي تستخدمها هذه المجلات، في تقديم المعلومات والقيم على صفحاتها. ولتحقيق هذا الهدف، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي مُستخدمة أسلوب تحليل المضمون؛ لغايات تحليل شكل ومضامين كافة المواد التحريرية المنشورة في عينة قصدية قوامها (12) عدد، تم اختيارها وفق تطبيق الشهر الصناعي من أعداد مجلة «حاتم»، بوصفها أنموذجاً لمجلات الأطفال الأردنية، مُستندة في ذلك إلى صحتي تحليل المضمون والشكل، اللتين تضمنتا (21) فئة تحليل رئيسية و(241) فئة فرعية وثنائية، تم تطبيقها على ما مجموعه (548) مادة تحريرية.

واستخدمت الدراسة طريقة الاختبار وإعادة الاختبار، وحساب مُعدل الثبات في ضوء الاتساق (الاتفاق) بين التحليلين باستخدام مُعادلة (هولستي)؛ بغية التحقق من ثبات أداة الدراسة الذي بلغ (0.93)، فيما تم استخراج النتائج الإحصائية على شكل تكرارات ونسب مئوية باستخدام نظام (SPSS) الإحصائي. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، من أبرزها:

1. أسهمت مجلة «حاتم» في تقديم العديد من المعلومات إلى الطفل الأردني، جاء في مُقدمتها المعلومات الترفيهية بنسبة (21.8%)، ثم المعلومات الاجتماعية بنسبة (16.7%)، تلتها المعلومات العلمية، ثم المعلومات الأخرى، فيما كانت المرتبتين الأخيرتين من نصيب كل من المعلومات الرياضية والسياسية، واللذان ظهرتتا بنسب إجمالية بسيطة لم تتجاوز (1.5%).

2. اهتمت مجلة «حاتم» بغرس مجموعة من القيم لدى الطفل الأردني، جاء في صدارتها مجموعة القيم الجمالية بنسبة (22.1%)، ثم مجموعة القيم النظرية (المعرفية) بنسبة (21.2%)، في حين حلت مجموعتي القيم الدينية والسياسية، في آخر مرتبتين في ترتيب السلم القيمي المُقدّم في المجلة.

3. توزّع اهتمام مجلة «حاتم» على إيصال المعلومات إلى الطفل الأردني بنسبة (37.2%)، من إجمالي الأهداف التي سعت المجلة إلى تحقيقها، تلاه هدف التسلية والترفيه بنسبة (13.6%)، ثم هدف غرس القيم بنسبة (11.5%)، فيما حاز هدف نقل عادات وتقاليد المجتمع الأردني على الترتيب الأخير بنسبة مئوية لم تتجاوز (1.1%) فقط.

4. جاءت الفنون الصحفية في المرتبة الأولى بين الأشكال والفنون التحريرية التي استخدمتها مجلة «حاتم»، في تقديمها للمعلومات والقيم إلى الطفل الأردني بنسبة (68.1%)، تلتها الفنون الأدبية بنسبة (16.4%)، فيما حلت الأشكال التحريرية الأخرى في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة مئوية مقدارها (15.5%).

5. تصدر الإعلان الفنون الصحفية التي استخدمتها مجلة «حاتم»، في تقديمها للمعلومات والقيم إلى الطفل الأردني، فيما جاءت القصة في مقدمة الفنون الأدبية، والتسالي والألعاب في مقدمة الأشكال التحريرية الأخرى التي استخدمتها المجلة.

وفي ضوء ما تم التوصل إليه من نتائج، قدّمت الدراسة لمجلات الأطفال الأردنية عموماً، عدداً من التوصيات والمقترحات، من أهمها:

1- العمل على تحقيق التوازن في نوعية المعلومات المقدمة إلى الطفل الأردني؛ بما يعمل على تنمية وزيادة معارفه وتوسيع مداركه، ويُتيح له فرص التعرف على ما يدور في العالم من حوله.

2- العمل على تحقيق التوازن في المجموعات القيمية المقدمة إلى الطفل الأردني؛ بما يعمل على تنمية شخصيته وربطه بثقافته العربية وحضارته الإسلامية.

3- ترشيد استخدام المضمون الترفيهي المُقدّم، والعمل على اختيار نوعية جيدة من هذه المضامين.

4- ترشيد نشر الإعلانات التجارية في مجلات الأطفال الأردنية، واقتصارها على الإعلانات التي تروج لمُنتجات وسلع وخدمات خاصة بالطفل.

5- ضرورة استحداث مجلة أطفال أردنية (أو أكثر)، تُلبّي حاجات واهتمامات الطفل الأردني، وتُحاكي واقع بيئته وثقافته، وتُخاطب خصوصية هويته الأردنية.

الكلمات المفتاحية: مجلات الأطفال، المعلومات، القيم، تحليل المضمون.

Role of Jordanian Children's Magazines in Presenting Information & Values to the Jordanian Child «Hatem» Magazine as a Model

(Analytical study)

Presented by: Abeer Mojalli Q. Abu Dayyeh

Supervised by: Prof. Dr. Abdul-Razzaq Al-Dulaimi

Abstract:

This analytical study aimed to identify the role of Jordanian children's magazines, in presenting information and values to the Jordanian child («Hatem» Magazine as a model), in addition to identifying the highlighting means used by these magazines, in presenting the information and values on their pages. In order to achieve this objective, the study relied on the descriptive approach, using the content analysis method; to analyze form and 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 and the form analysis sheets, that included (21) main categories and (241) secondary and sub-categories, which were applied on (548) editorial materials.

The study used the method of (Test - Retest), and calculating the reliability rate according to the consistency between the two analyses using the Holsti's formula; to verify the reliability of the study tool which amounted to (0.93), while the statistical results were extracted in the form of frequencies and percentages using the (SPSS) statistical system. The study reached a number of results, most notably:

1. «Hatem» Magazine contributed in presenting a lot of information to the Jordanian child, first came the entertainment information with (21.8%), next came the social information with (16.7%), followed by the scientific information, then other information, while the last two ranks were shared by sports and political information, which were represented with a total percentage that did not exceed (1.5%).
2. «Hatem» Magazine was concerned with cultivation of a set of values in the Jordanian child, where the aesthetic values came on top with (22.1%), then the theoretical (knowledge) values with (21.2%), while both religious

and political values came in the last two ranks of values presented in the magazine.

3. «Hatem» Magazine's interest was distributed on communicating information to the Jordanian child with (37.2%), of the total objectives of the Magazine, followed by the entertainment and recreation objective with (13.6%), then by instilling values objective with (11.5%), while transferring acquired habits and traditions of the Jordanian society objective came last with a percentage that did not exceed (.1%) only.

4. Journalistic art ranked first among the editorial art forms were used by «Hatem» Magazine, in presenting information and values to the Jordanian child with (68.1%), followed by literary art forms with (16.4%), while other editorial forms came in the third and last rank with (15.5%).

5. Advertisement ranked first in the journalistic arts were used by «Hatem» Magazine, in presenting information and values to the Jordanian child, while stories ranked first in the literary arts, games and entertainment came at the forefront of other editorial forms were used by the Magazine.

In light of the results found, the study presented to the Jordanian children's magazines in general, a number of recommendations and proposals, including:

1- Work on balancing the quality of information provided to Jordanian child: to develop and increase his knowledge and broaden his mind, and let offer him opportunities to learn what is going on in the world around him.

2- Work on balancing the groups of value presented to the Jordanian child; to work on the development of his personalities and tying him to his Arab culture and Islamic civilization.

3- Ration the use of entertainment content presented, and work to select good quality of this content.

4- Ration the publishing of commercial advertisements in children's magazines, and limiting it to ads that promote products, goods and services for children.

5- The need to introduce a Jordanian children's magazine (or more), meet the needs and interests of the Jordanian child, and simulate his environment and culture, and address the individuality of his identity.

Keywords: children's magazines, information, values, content analysis.

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: مقدمة

تُمثّل مرحلة الطفولة أهميّة بالغة في عملية تكوين الجيل الجديد، في أيّ مجتمع من المُجتمعات؛ ففي هذه المرحلة العمرية، تنمو قُدرات الطفل وتنفّج مواهبه، ويكون قابلاً للتأثر والتوجّه والتشكيل، وقد أثبتت الدراسات والأبحاث النفسية والتربويّة مثل دراسة نادر القنة "ثقافة الطفل والرهان على المستقبل"¹، ودراسة حسين كمال بهاء الدين "الاستثمار في الطفولة والاهتمام برعايتها ودمج الطفل ذي الإعاقة"²، خطورة هذه المرحلة وأهميتها في بناء الإنسان وتكوين شخصيته، وتحديد اتجاهاته المستقبلية، وتشكيل وعيه الثقافي والمعرفي والقيمي والسلوكي، فما يتكون في هذه الفترة من عادات واتجاهات ومعتقدات وقيم، يصعب تعديلها فيما بعد؛ إذ إن السمات الرئيسية لشخصية الفرد، تعود في أصولها إلى هذه المرحلة المُهمّة من حياته.

وحتى يكون أفراد الجيل الجديد قادرين على القيام بواجباتهم ومسؤولياتهم تجاه وطنهم وأمتهم، لا بدّ من الاهتمام بجميع الجوانب التربوية والنفسية والمعرفية للطفل. ويبدأ هذا الاهتمام من داخل الأسرة، ثم تتفرّع المسؤوليات لتشمل المُجتمع بأسره، بما فيه وسائل الإعلام، التي تؤدي دوراً مُهمّاً وخطيراً في تكوين ثقافة الطفل وتشكيل وعيه وإدراكه، فضلاً عن دورها الكبير في رفع مستوى الوعي وتعبئة وجهة النظر العامة، في التعرّف على احتياجات الأطفال والأيمان بها، وبناء جسور تواصل بين عالم الطفل وبين الثقافة السائدة من حوله.

¹ القنة، نادر، (2013). "ثقافة الطفل و الرهان على المستقبل"، مجلة الرافد، ع.198.

² بهاء الدين، حسين كمال (2011). "الاستثمار في الطفولة والاهتمام برعايتها ودمج الطفل ذي الإعاقة"، مجلة الطفولة والتنمية، مج.5، ع.18.

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

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

في ضوء ما سبق، تتناول هذه الدراسة مجالات الأطفال بوصفها إحدى وسائل الإعلام المهمّة، التي من الممكن أن تؤثر في الطفل، وتُساهم في إشباع جانباً من احتياجاته النفسية والاجتماعية والمعرفية، وفي تشكيل شخصيته وبناءها؛ بما تغرسه هذه المجالات من قيم ومبادئ واتجاهات ومثل وسلوكيات لديه، إيجابية كانت أو سلبية، إضافة إلى دورها الفاعل في تقديم المعارف والمعلومات والمهارات والخبرات المختلفة للطفل، والتي تعمل على تطوير قدراته الذهنيّة والعاطفيّة والانفعاليّة، وتحضّنه على التخيل وإعمال الفكر وحب الاستطلاع، وتصلّق مواهبه وقدراته الإبداعية، وتُنمّي حسه الجمالي وذوقه الفني.

وعليه، تتحدد المحاور الرئيسة لهذه الدراسة، في الدور الحيوي الذي يُمكن أن تؤديه مجالات الأطفال، في غرس القيم والمثل في نفس الطفل وتنميتها، إضافة إلى دورها في تقديم المعلومات للطفل، بما يكفل توسيع دائرة معارفه وزيادة وعيه لما يدور حوله، سواء داخل مجتمعه أو خارجه.

ثانياً: مشكلة الدراسة

لاحظت الباحثة ندرة الدراسات الإعلامية المحلية، التي تناولت مجلات الأطفال كمشروع ثقافي تنويري، ووسيلة إعلامية مهمة موجّهة للطفل. كما لاحظت أن الأسواق الأردنية قد غدت بغياب مجلة الأطفال الأردنية «حاتم» وتوقّفها عن الصدور، خالية من أي مجلة أردنية متخصصة في هذا المجال؛ إذ إن ما يصدر حالياً من مجلات أطفال محلية لا يُباع بالأسواق، ولكن ينحصر توزيع نسخها مجاناً وكهدايا للمؤسسات والهيئات الاجتماعية المحلية.

وتبعاً لما تقدّم، تكون النسبة الأكبر من الأطفال الأردنيين، قد حرمت من هذا النوع من المجلات، بكل ما تحمله من مثيرات جذابة ومؤثرات فاعلة، وبما تُتضمنه من معلومات ومعارف ومفاهيم وخبرات جديدة، تُقدّمها عبر أحداثها وشخصياتها، وبما تغرسه في نفوسهم من قيم ومثل واتجاهات وسلوكيات، ايجابية كانت أو سلبية، تطور شخصياتهم وتصلقها، وتُثَمّي وعيهم وتُثري حياتهم العقلية بمعارف مُختلفة؛ مما يساعدهم بالمُحصلة على فهم واستيعاب ما يدور من حولهم، وبالتالي إعدادهم لمواجهة المُستقبل بوعي وإدراك.

في ضوء ما سبق، جاءت هذه الدراسة التحليلية، لتقويم جهود التجربة الأردنية، فيما يتعلّق بإصدار مجلات خاصة بالأطفال، من خلال تحليل مضامين عيّنة من أعداد مجلة «حاتم»، بوصفها أنموذجاً لمجلات الأطفال الأردنية، خاصة وأن المجلة محل التحليل، كانت تصدر بانتظام عن المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»، لنحو خمسة عشر عاماً متواصلاً، قبل أن تتوقّف عن الصدور نهائياً يوم 2013/5/15، بحصيلة (168) عدد.

وأمكن تحديد مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة عن السؤال الرئيس التالي: ما الدور الذي تؤديه مجلات الأطفال الأردنية (مجلة «حاتم» أنموذجاً) في مجال تقديم المعلومات والقيم إلى الطفل الأردني؟

ثالثاً: هدف الدراسة وأسئلتها

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي قامت به مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، في مجال تقديم المعلومات والقيم إلى الطفل الأردني، إلى جانب التعرف على وسائل الإبراز التي تم استخدامها في تقديم هذه المعلومات والقيم على صفحات المجلة، وذلك من خلال الإجابة عن الأسئلة الآتية:

① ما دور مجلة «حاتم» في تقديم المعلومات والقيم إلى الطفل الأردني؟

وتفرّع عن هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما المعلومات والقيم التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» وما تراتبيها؟
2. ما مصادر المواد التحريرية التي تضمّنت المعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟
3. ما المجال الجغرافي الذي غطّته المواد التحريرية المتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟
4. ما المستوى اللغوي الذي تم استخدامه في صياغة المواد التحريرية المتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟
5. ما صور الفاعل التي تم تقديمها في المواد التحريرية المتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

6. ما اتجاه المواد التحريرية التي تضمّنت المعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

7. ما أهداف المواد التحريرية التي تم نشرها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

8. ما الأسلوب الذي تم استخدامه في عرض المواد التحريرية المتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

9. من الفئة المُستهدفة من جمهور الأطفال في المعلومات والقيم التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» من حيث النوع الاجتماعي (الجنس) والمرحلة العمرية التي ينتمون لها؟

② ما وسائل الإبراز التي تم استخدامها في تقديم المعلومات والقيم على صفحات مجلة «حاتم»؟

وتفرّع عن هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما الأشكال والفنون التحريرية التي تم استخدامها في عرض المعلومات والقيم المتضمّنة في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

2. ما مواقع المواد التحريرية التي تضمّنت المعلومات والقيم على صفحات عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

3. ما المساحة التي شغلها المواد التحريرية المتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

4. ما أنواع عناوين المواد التحريرية التي تضمّنت المعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

5. ما طبيعة الألوان التي تم استخدامها في إبراز المعلومات والقيم المتضمنة في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

6. ما أنواع الإطارات التي أحاطت بالوحدات الطباعة المتضمنة للمعلومات والقيم في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

7. ما نوعية الصور الفوتوغرافية التي رافقت المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

8. ما نوعية الرسوم التي صاحبت المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

رابعاً: أهمية الدراسة

استمدت الدراسة أهميتها من خلال ما يأتي:

1- أنها دراسة تحليلية اعتمدت 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»، من حيث: تحليل نوعية المضامين المقدمة في المجلة، والفنون والأساليب الصحفية المستخدمة في عرض هذه المضامين؛ وذلك بقصد التعرف على مدى إسهام المجلة موضوع الدراسة، في تقديم المعلومات والقيم إلى الطفل الأردني.

2- سعت الدراسة إلى التعرف على خصائص التجربة الصحفية الأردنية، فيما يتعلق بإصدار صُحف 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 هذه

الدراسة في تطوير هذه الممارسة، ورفع سوية ما تطرحه هذه المجالات من مضامين موجّهة للطفل الأردني، وبالتالي تحسين مستوى الأداء في هذا المجال. وذلك لا ينطبق فقط على مجلة «حاتم» في حال تقرر استئناف إصدارها في المستقبل، وإنما لمُجمل مجالات الأطفال الأردنية، الصادر منها حالياً أو المُحتمل صدورها لاحقاً.

3- أنها وبحسب علم الباحثة، تُعدّ من أوائل الدراسات الأكاديمية، على مستوى رسائل الدراسات العليا، الصادرة عن كليات الإعلام في الجامعات الأردنية، فيما يختص بتناول المجالات الموجّهة للطفل الأردني والاهتمام بدراسة مضامينها، وفقاً للأسلوب العلمي المعروف بتحليل المضامين الإعلامية المطبوعة، على أمل أن تُشكّل هذه الدراسة إضافة نوعيّة، ورافداً نظرياً مُهمّاً للمكتبة الإعلامية الأردنية، في مجال دراسات وأبحاث إعلام الطفل.

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

خامساً: مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائيّة

- الدور: هو (مجموعة من الأساليب المعتادة، في عمل أشياء مُعيّنة، وإنجاز وظائف مُحددة، في موقف اجتماعي ما). (جليبي، 2003، ص15).

ولأغراض هذه الدراسة، يُعرّف الدور إجرائياً بأنه: مجموعة الأساليب التي انتهجتها مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، في تقديم المعلومات والمعارف للطفل الأردني، والمشاركة في غرس القيم لديه، مما أسهم في تشكيل وعيه الثقافي، والمعرفي، والقيمي، والسلوكي.

- **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). (الموقع الرسمي لمنظمة اليونسيف على الإنترنت، تم استرجاعه بتاريخ: 2014/4/29). ويلاحظ في هذا التعريف، الدمج بين الطفولة الفعلية والمراهقة وبداية الشباب، مع ما لكل مرحلة من خصائص جسمية وانفعالية ونفسية خاصة بها.

- **الطفل الأردني:** جاءت التشريعات الوطنية 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). (الموقع الرسمي لديوان التشريع والرأي الأردني على الإنترنت، تم استرجاعه بتاريخ: 2015/6/24). فيما حدد قانون الأحداث الأردني لسنة 1968 سن الحدث (بكل شخص أتم السابعة من عمره ولم يتم الثامنة عشرة، ذكر أو أنثى). (الموقع الرسمي لوزارة التنمية الاجتماعية الأردنية على الإنترنت، تم استرجاعه بتاريخ: 2015/6/24).

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 الدراسة.

- **صحافة الأطفال:** تتبني الدراسة تعريف (علي، 2006، ص73)، الذي نظر إلى صحافة الأطفال من حيث كونها عملية اجتماعية تؤثر وتتأثر بأهداف وسمات المجتمع وثقافته، كما ركّز في تعريفه على دور صحافة الأطفال في تقديم المعلومات والقيم للطفل، بهدف إيجاد جيل صالح يعمل الخير لنفسه ولمُجتمعهم، وهو ما يتطابق مع أهداف وطبيعة هذه الدراسة. والتعريف هو: (العملية

الاجتماعية لنشر المعارف والمعلومات الشارحة والقيم التربوية إلى جمهور الأطفال، من خلال الصحف المطبوعة لتحقيق أهداف مُعيّنة).

- مجلات الأطفال: تتبنّى الدراسة تعريف (راشد، 1992، ص152)، بأنها: (أداة ثقافية وتربوية، إعلامية وترفيهية، يملكها الطفل وتُعبّر عن عصرها وزمانها، وتقوم بمُهمّة غرس ونقل القيم والفضائل، التي تؤكد لها له وتُقنعه بها، من خلال قصصها وموضوعاتها وأبطالها، وتتميز بقُدّرتها على تشكيل ذوق الطفل والإسهام في تكوين شخصيته).

- مجلات الأطفال الأردنية: تُحدد إجرائياً بكل مطبوعة دورية أردنية، موجّهة لمُخاطبة الطفل الأردني، أكانت تصدر حالياً أو متوقّفة عن الصدور.

- مجلة «حاتم»: مجلة أطفال أردنية ثقافية شهرية مُصورة، تُعنى بشؤون الأطفال والفتيان، كانت تصدر عن المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»، منذ تشرين الثاني/نوفمبر 1998 وحتى أيار/مايو 2013، عندما قرر مجلس إدارة «الرأي»، التوقّف عن إصدار المجلة حتى إشعار آخر؛ بسبب تراكم خسائر المجلة على مدار أعوام. (نقلًا عن جريدة الرأي الأردنية، 13 حزيران/يونيو 2013، ص1).

- المعلومات: تُعدّ المعلومات المكوّن الأساسي لعملية الاتصال، ولعلّ أبرز تعريف لها هو: (كل ما يؤثّر على مستوى فهم وقناعة الفرد تجاه موقف مُعيّن). (عبد المنعم، وسامي، 2012، ص44).
أمّا المعلومات في مجال الإعلام، فإنها تُشير إلى: (أيّ مضمون يعمل على تنوير المُستقبلين، ورفع الغشاوة عن أعينهم، ومُساعدتهم على صنع القرار المُناسب). (المرجع السابق نفسه).

وضمن حدود هذه الدراسة، تُعرّف المعلومات إجرائياً بأنها: أيّة حقائق، أو مفاهيم، أو تعميمات، أو أفكار، أو معارف جديدة، في أي مجال، أو عن أي موضوع، أو مكان، أو شخص، أو أيّة معارف جديدة يكتسبها الطفل، من خلال قراءته واطلاعه على مضامين مجلة «حاتم».

- **القيم:** تأخذ الدراسة بتعريف (البطش، وجبريل، 1991، ص47) للقيم، باعتباره يوضّح آليّة اكتساب الفرد للقيم، بما يتفق مع موضوع الدراسة، والذي يتمحور حول دور المضامين المنشورة في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، في غرس القيم والمُثل الاجتماعية لدى الطفل الأردني، والتعريف هو: (مجموعة الأحكام المعيارية المتعلقة بمضامين واقعية، يتشربها الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات المختلفة، وتتصف بثبات نسبي، وتشتترط قبولاً من جماعة اجتماعية، تتجسد في سياقات الفرد السلوكيّة أو اللفظية أو اتجاهاته).

- **التنشئة الاجتماعية:** تتبنّى الدراسة تعريف (المطيري، 2010، ص9) للتنشئة الاجتماعية بأنها: (العملية التي ينتقي فيها المجتمع من خلال وكالاته التربوية ومؤسساته الثقافية، عدداً من المعارف والخبرات السلوكيّة المرغوبة، ليقوم بإبرازها وتنميتها وتدعيمها في سلوك الأطفال والناشئة، بما يتناسب مع فلسفة هذا المجتمع، واتجاهاته، وقيمه، وتقاليده).

- **شخصيّة الطفل:** رغم تعدد التعريفات للشخصيّة الإنسانية، إلا أن هادي نعمان الهيتي اجتهد بتعريف الشخصيّة على أنها: (أسلوب عام منظم نسبياً لنماذج السلوك، والاتجاهات، والمعتقدات، والقيم، والعادات، والتعبيرات لشخص مُعيّن، وهذا الأسلوب العام، هو مُحصّلة خبرات الشخص في بيئة ثقافية مُعيّنة، وتتشكّل من التفاعل الاجتماعي. لذا يُقال أن الطفل لا يولد شخصاً بل يولد فرداً). (الهيتي، 1988، ص39).

وتُحدد شخصية الطفل إجرائياً في هذه الدراسة بأنها: كل ما يكتسبه الطفل خلال مراحل نموه المختلفة، من نسق اجتماعي يشارك فيه الآخرون، بواسطة تفاعله واتصاله ببيئته، وتأثره بالثقافة السائدة في مجتمعه؛ فمن خلال تفاعل الطفل مع المواقف والخبرات الثقافية والاجتماعية المتعددة، يكتسب الملامح التي تُميز شخصيته.

- **ثقافة الطفل:** قد يصعب إيجاد مفهوم مُحدد لثقافة الطفل، باعتبارها تركيبة مزدوجة من مجموعة العوامل التي يمر بها الطفل في مراحل حياته المختلفة، علاوة على تعدد المؤثرات التي تُسهم في تنمية ثقافته، بداية من الأسرة وانتهاء بالمكتبة، ومروراً بعدد من المحطات من بينها المدرسة والوسائل المتعددة لبث المعلومات.

وبحسب (المشوح، 2014، ص22) فإن ثقافة الطفل تُشير إلى: (مجموعة ما يحتويه رأس الطفل من معارف ومعلومات اكتسبها من خلال مجتمعه، أو مجموعة المعلومات والمعارف التي يتلقاها أو يكتسبها بشكل مقصود من خلال عملية التربية والتعليم، أو ما يكتسبه الطفل من خلال أجهزة التوجيه غير المباشر، كالإعلام ومؤسسات الأنشطة الاجتماعية والثقافية من أندية وجمعيات ونحوها).

وبالاستناد إلى التعريف السابق، أمكن تحديد ثقافة الطفل إجرائياً في هذه الدراسة على أنها: كل ما يُقدّم للطفل من مجموع التوجّهات، والمُعتقدات، والأفكار، والمفاهيم، والقيم، والأعراف، والتقاليد، وأنماط السلوك، التي ارتضاها المجتمع الذي يعيش فيه، إلى جانب ذلك الرصيد من المعارف والعلوم؛ الذي يؤهله مُستقبلاً لأداء دورٍ فاعلٍ في مجتمعه وتطويره نحو الأفضل.

- **المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»:** شركة مساهمة عامة أردنية تأسست عام 1971، أصدرت في 1971/6/2 العدد الأول من صحيفة «الرأي»، وهي (يومية عربية سياسية) لا زالت

مُنْتَظَمة الصّور من ذلك الحين، كما يصدر عن المؤسسة حالياً، يومية (جوردان تايمز) باللغة الانجليزية، بالإضافة إلى عدد من الملاحق المُتخصصة، يتبع لها كذلك مركز الرأي للدراسات، ومجمّع مطابع الرأي التجارية. (النشرة الإعلانية الصادرة عن «الرأي»، 2012، ص 7 - ص 27). وسيتم اعتماد اسم «الرأي» إجرائياً، تعبيراً عن المؤسسة الصحفية الأردنية، أينما ترد في الصفحات الداخلية من هذه الدراسة.

سادساً: حدود الدراسة

تتلخص حدود الدراسة فيما يأتي:

- **الحدود الموضوعية:** التزمت الدراسة برصد وقياس دور مجالات الأطفال الأردنية، في تقديم المعلومات إلى الطفل الأردني وغرس القيم لديه، وذلك من خلال دراسة وتحليل شكل ومضمون كافة المواد التحريرية المنشورة في عينة الدراسة من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وفق أسس علمية معروفة، مع استبعاد ركن (أصدقاء حاتم) وزاوية (ردود سريعة) من التحليل؛ لأنهما لا يُقدّمان أيّة معلومات أو قيم للطفل القارئ للمجلة، وهو ما تبحث عنه الدراسة.

- **الحدود التطبيقية:** اعتمدت الدراسة في جانبها التطبيقي، على تحليل مضامين عينة عمدية من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وبواقع (12) عدد، تم اختيارها بتطبيق أسلوب الشهر الصناعي.

- **الحدود الزمانية:** اقتُصرت هذه الدراسة التحليلية، على دراسة وتحليل عينة من الأعداد الصادرة من مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، منذ إصدارها يوم 1998/11/14 وحتى إيقافها يوم 2013/5/15.

- **الحدود المكانية:** مكان صدور المجلة موضوع الدراسة وهو المملكة الأردنية الهاشمية.

سابعاً: مُحددات الدراسة

- ثمة هناك بعض الاعتبارات التي من المُمكن أن تحول دون تعميم نتائج هذه الدراسة، منها:
- ترتبط دقة نتائج هذه الدراسة، بمدى درجة صدق وثبات المقياس، الذي تم إعداده لغايات تحليل شكل ومضمون عيّنة الدراسة، من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم».
 - نظراً لأنه تم تطبيق الدراسة على عيّنة من أعداد مجلة «حاتم»، الصادرة عن المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»، وتحديدًا منذ صدورها يوم 1998/11/14، وحتى توقّفها يوم 2013/5/15، فإن ذلك سيحد من إمكانية تعميم النتائج، حتى لو أجريت الدراسة نفسها على أعداد جديدة من المجلة ذاتها في حال تقرر استئناف إصدارها في المُستقبل، أو على أيّة مجلات أطفال أردنية أخرى، أكانت تصدر حالياً، أو متوقّفة عن الصدور، أو مُمكن أن تصدر لاحقاً.

ثامناً: مسوغات اختيار الموضوع

تبلّور موضوع الدراسة في ذهن الباحثة للأسباب والدوافع الذاتية الآتية:

1. شكّل انتظام صدور مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، لنحو خمسة عشر عاماً متواصلاً، ثم توقّفها بعد صدور (168) عدداً منها، حافزاً قوياً لدى الباحثة لتقويم جهود التجربة الأردنية، فيما يتعلّق بإصدار مجلات موجهة إلى الطفل الأردني.
2. شعور الباحثة بحاجة الطفل الأردني لمجلة محلية رائدة موجهة له، تُلبّي حاجاته واهتماماته، وتُحاكي خصوصية بيئته وثقافته الأردنية.
3. انضمام الباحثة لكادر مجلة «حاتم»، من إداريين ومُحررين وصحفيين وفنيين ورسامي الكاريكاتير، كمُتدربة صحفية خلال فترة دراستها لمرحلة البكالوريوس في الصحافة، ومُعاشتها الفعلية لواقع إصدار أعداد من المجلة، وإسهامها في انجاز عددٍ من موادها الصحفية.

الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة

المبحث الأول: النظريات الإعلامية

انطلاقاً من طبيعة وأهداف الدراسة، تتناول الباحثة في هذا الجانب، أبرز النظريات الإعلامية ذات الصلة بالإطار المفاهيمي لموضوع الدراسة؛ إذ تم اختيار ثلاث نظريات إعلامية، يُمكن لها تفسير دور صحافة الطفل عموماً في تقديم المعلومات إلى الطفل القارئ، ومُشاركتها كذلك في غرس القيم لديه، من خلال ما تطرحه هذه الصحافة من مضامين متنوعة، يتم تقديمها إلى الطفل بشكلٍ جاذب ومُحبب لنفسه، والنظريات هي:

① نظرية الغرس الثقافي

تتنتمي نظرية الغرس الثقافي إلى النظريات الإعلامية، التي اهتمت بدراسة التأثيرات التراكمية بعيدة المدى لوسائل الإعلام -خاصة التلفزيون- على الجمهور؛ إذ إن الغرس وفق هذه النظرية يُشير إلى التشكيل طويل المدى للإدراكات والمعتقدات حول الواقع الاجتماعي، نتيجة التعرّض لوسائل الإعلام. (Wood, 2000, p.252).

وعليه، تنفرد نظرية الغرس الثقافي بتقديم تصور لطبيعة الدور الذي تنهض به وسائل

الإعلام، في تقديم الواقع الرمزي والصور الذهنية للواقع الحقيقي. (Frederick, 1984, p.300).

وتُعدّ 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: (Signorielli & Morgan, 1990,

1. تحليل العملية المؤسسية للإعلام؛ بمعنى دراسة سياسات الاتصال وتأثيرها على إنتاج مضامين الرسائل الإعلامية.
2. تحليل محتوى الرسائل الإعلامية؛ بقصد تحديد الأفكار، والقيم، وأنماط الصور الذهنية، الأكثر شيوعاً وتكراراً في الرسائل الإعلامية، وخاصة في عالم التلفزيون.
3. تحديد حقيقة دور الإسهامات المستقلة للرسائل الإعلامية، في تكوين مفاهيم الجمهور عن الواقع الاجتماعي وإدراكه؛ أي غرس تصورات وقيم لدى الجمهور، والغرس هو المكون الثالث لهذا المشروع.

ظروف نشأة النظرية

نبعت نظرية الغرس الثقافي من قلق الجمهور الأمريكي على المستوى القومي، من انتشار العنف والجريمة في نهاية ستينات القرن الماضي، إثر اغتيال كل من (مارتن لوثر كنج) و(جون كينيدي)، وتزايد الاهتمام بتورط الدولة في حرب فيتنام، وربط الناس بين ظهور موجات العنف والجريمة والانتشار الواسع للتلفزيون؛ ما حدا بتشكيل لجنة وطنية أميركية عام 1968؛ لدراسة أسباب العنف في المجتمع الأمريكي، ووسائل الوقاية منه ومنعه. (مزمرة، 2012، ص340) و(إسماعيل، 2003، ص266).

وفي عام 1969، وقبل صدور تقرير اللجنة الوطنية، قرر الكونجرس تخصيص مليون دولار أمريكي؛ لعقد لجنة لدراسة التلفزيون والسلوك الاجتماعي. فانصب تركيز مشروع المؤشرات الثقافية بصورة أساسية، على دراسة علاقة مشاهدة التلفزيون وارتفاع معدلات الجريمة والسلوك العدواني في المجتمع الأمريكي، تم ذلك من خلال تحليل مضامين البرامج الدرامية، التي تُقدّم في عطلة نهاية الأسبوع وفي وقت ذروة المشاهدة. كما قام فريق بحث المؤشرات الثقافية، بدراسة مدى إسهام

مُشاهدة التلفزيون، في تشكيل مُدركات وسلوكيات الجمهور في بعض المجالات، مثل: الأدوار التي يقوم بها كل من الجنسين، والصور النمطية لدور كل مرحلة عمرية، والصحة، والدين، ونحوها من المجالات. (النليمي، 2016، ص162).

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). (المرجع السابق، ص160).

تأسيساً على ما تقدّم، تُقدّم نظرية الغرس الثقافي تصوراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية، والتعلّم من خلال الملاحظة، والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام، في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعالم المحيطة بهم، خصوصاً بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة كبيرة. (إسماعيل، 2003، ص265 - ص266) و(حجاب، 2010، ص306).

عمليات الغرس الثقافي

في إطار تطويره لنظرية الغرس الثقافي، أدخل (جرينر) عام 1980 مفهومين جديدين على النظرية، هما: (النليمي، 2016، ص165 - ص167).

أولاً: 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 المُكثّف والمُتكرر للرسائل الإعلامية.

وفسر (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 مختلفة؛ 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 تقدّم، أن وسائل الإعلام وفق هذه النظرية، تخلق 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.

ثانياً: الرنين (التضخيم): يُقصد بالرنين أو التردد، تضخم 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.

الغرس الثقافي من خلال صحافة الطفل

رغم أن نظرية الغرس الثقافي نشأت لمواجهة ظروف اجتماعية سلبية، تمثلت بظهور موجات

العنف والجرائم والاعتقالات في المجتمع الأمريكي، وربط علاقة التلفزيون بذلك، إلا أنه من الممكن

إسقاطها على نحو ايجابي 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: (الطرابيشي، 1999، ص51).

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 وأنماط الصور الذهنية المقبولة في المجتمع الذي تصدر فيه، وبتوظيفها لكافة فنون التحرير والإخراج الصحفي على صفحاتها، فضلاً عن التزامها بالبنود الآتية: (المرجع السابق، ص51 - ص52) و(علي، 2006، ص64 - ص65).

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

(2) قيام صحافة الطفل بغرس وتنمية المكونات النفسية والمعرفية لدى جمهورها، من خلال ما تُقدّمه من خبرات ومهارات مُختلفة ومفاهيم مُعيّنة، تُسهم 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.

(3) بث المعارف، والأفكار، والمعتقدات، والمثل، والاتجاهات، وتقديم النماذج والشخصيات المرتبطة بأنماط السلوك الإيجابية، التي تُشكّل أسلوب الحياة في ظل فلسفة محددة، تُحدد خصائص المجتمع وتُميزه عن غيره من المجتمعات.

(4) يُمكن لصحافة الطفل إحداث الرنين لمعاني وقيم معينة، تعمل على تضخيم إدراك الأطفال للواقع الاجتماعي؛ وذلك عبر التنويع في أساليب كتاباتها الصحفية، وفي أساليب وفنون إخراجها الصحفي، وبالإستعانة 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.

(5) التزام صحافة الطفل الأخلاقي تجاه الفرد والمجتمع.

وفي هذه الدراسة، تم الاعتماد على نظرية الغرس الثقافي؛ في الكشف عن أبرز المعلومات والقيم، 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 مجتمعهم وقيمه وتوجهاته وتطلعاته.

② نظرية ترتيب الأولويات

تُصنّف نظرية ترتيب الأولويات ضمن نظريات القائم بالاتصال؛ ذلك لافتراضها أن وسائل الإعلام هي من يقوم بترتيب اهتمامات الجمهور، من خلال إبراز القضايا التي تستحق، وإهمال قضايا أخرى؛ فيبدي الجمهور اهتمامه بهذه القضايا دون غيرها. (الدليمي، 2016، ص128).

من هنا، تبحث هذه النظرية في ترتيب الاهتمامات أو في وضع الأجندة، وتنطلق من قضية مهمّة، وهي أن الإعلام ووسائله المتنوّعة يُنمّي معارف الجمهور، ويضع لهم القضايا التي يفكرون فيها، ويركّز على الشخصيات والأحداث التي يهتمون بها.

أمّا الفكرة الأساسية لهذه النظرية، فإنها تقوم على وجود علاقة طردية موجبة بين درجة تركيز وسائل الإعلام على قضية من القضايا، وبين درجة اهتمام الجماهير بتلك القضية؛ بمعنى كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على تلك القضية، زاد اهتمام المتلقين بها والعكس صحيح. (المرجع السابق، ص187).

بناءً على ما تقدّم، تهتم بحوث (ترتيب الأولويات) في وسائل الإعلام، أو ما يُعرف بنظرية (وضع الأجندة)، بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير، التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، التي تهم المجتمع. (مكاوي، والسيد، 2009، ص288).

أصول النظرية

ترجع الأصول النظرية لبحوث ترتيب الأولويات إلى ما كتبه (ولتر ليبمان) Walter Lippmann عام 1922، حول "دور وسائل الإعلام في إيجاد الصلة بين الأحداث التي تقع في العالم الخارجي، والصور التي تنشأ في أذهاننا عن هذه الأحداث"، في كتابه الرأي العام، الذي

جاء فيه: (أن وسائل الإعلام تُساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي كثير من الأحيان تُقدم هذه الوسائل (بيئات زائفة) في عقول الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام، من خلال تقديم القضايا التي تُهم المُجتمع). (مزامرة، 2012، ص327).

فرضية النظرية

انطلقت نظرية ترتيب الأولويات من فرضية رئيسة مؤداها: ((أن وسائل الإعلام لا تستطيع تغطية جميع الموضوعات، والقضايا، والأحداث، التي تقع في المُجتمع؛ لذا يختار القارئون على هذه الوسائل، بعض الموضوعات والقضايا التي يتم التركيز عليها بشدة، والتحكم في طبيعتها ومحتواها؛ فتُثير هذه الموضوعات اهتمامات الناس تدريجياً، وتجعلهم يدركونها، ويفكرون فيها، ويقلقون بشأنها، وبالتالي تُمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير، أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى، التي لا تطرحها وسائل الإعلام)). (مكاوي، وحسن، 2009، ص288).

وبعبارات أخرى، ترى النظرية أن وسائل الإعلام قادرة على التأثير في الجمهور، من خلال تركيزها على قضايا مُعينة، تطرحها على (جدول تفكير) المُتلقيين لرسائل الإعلام؛ ليتخذوا مواقف منها، تتأثر بحسب طرح الإعلام نفسه لها، في حين أن تجاهل وسائل الإعلام لبعض القضايا الأخرى، وعدم تسليط الأضواء الكافية عليها، يُبعد المُتلقيين عن الاهتمام بها. (الموسى، 2009، ص203).

المفاهيم الأساسية للنظرية

تقوم نظرية ترتيب الأولويات أو (وضع الأجندة) على عدد من المفاهيم، من أبرزها:

(1) إن وسائل الإعلام قد لا تنجح كل الوقت في تعريف الناس (كيف يفكرون)، ولكنها تنجح

بكفاءة في تعريف الناس (فيم يفكرون). (Weaver, Maxwell, & McCombs, 1975, p.461).

(2) إن الفرد الذي يُعرض نفسه لأجندة وسيلة إعلامية مُعيّنة، سوف يُكيّف أو يتكيّف إدراكه

للأهميّة المنسوبة للقضايا المعروضة، في اتجاه يتفق وحجم الاهتمام الممنوح لهذه القضايا في

الوسيلة المُستخدمة؛ أي أن هناك علاقة إيجابية قوية بين تركيز وسائل الإعلام على موضوعات

مُعيّنة، وتركيز أو بروز الموضوعات نفسها لدى الجمهور المُتلقي، ويمكن صياغة هذه العلاقة في

شكل سببي يتمثل في زيادة التركيز على موضوع مُعيّن أو قضية مُعيّنة؛ بسبب زيادة بروز هذا

الموضوع أو تلك القضية عند الجمهور المُتلقي. (Iyengar, 1979, P.396).

(3) إن المنظور الأوسع لترتيب الأولويات، لا يقف عند حدود التغطية لقضية ما أو قضايا مُعيّنة،

ولكن يتعدى ذلك إلى ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، كسلسلة أو

مجموعة من القيم الاجتماعية، التي تُضفي عليها الوسيلة الإعلامية صفة الشرعية عبر فترة زمنية

مُعيّنة، وتقوم الوسيلة الإعلامية بوظيفة جديدة لكل قضية تحتل مكاناً في أولويات اهتماماتها؛ حيث

تقدم الآراء والأفكار بشكل مُتناغم، وتبتعد عن الآراء والأفكار المُتنافسة، كما تعرض القضية في

منظومة مُتماسكة من المعلومات والحقائق؛ مما يؤدي إلى تكوين صورة ذهنية موضوعية لدى

الجمهور المُتلقي عن هذه القضية. (البشر، 1997، ص70).

تعريف عملية وضع الأجندة وفق نظرية ترتيب الأولويات

اجتهد بعض الباحثين في صياغة تعريف لعملية وضع لأجندة؛ إذ عرّفها كل من Iyengar & Simon على أنها: (قُدرة المواد الإخبارية، التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة، على معرفة وتحديد القضايا المهمّة، خلال فترة زمنية مُعيّنة). (Iyengar, & Simon, 1993, p.366).

في حين ذكر (دينيس ماكويل) Denis Mcquail بأنها: (تلك العملية التي تؤثر من خلالها وسائل الإعلام (سواء بصورة مقصودة أم غير مقصودة) في جمهورها، من خلال ما تعرضه له من قضايا أو أحداث إخبارية، وبروزها ضمن مضامينها المختلفة، وهو ما يفترض أن تزايد اهتمام الوسائل الإعلاميّة بتلك القضايا والأحداث، يجعلها مهمّة وبالتالي تزايد أهميّتها لدى هذا الجمهور). (Mcquail , 2010, p.548).

من جانبه، قدّم أحمد زكريا أحمد تعريفاً أوسع لوضع الأجندة، جاء على النحو الآتي: (عبارة عن عملية اتصال جماهيري، يتفاعل أطرافها من خلال سياق مُجتمعي مُعيّن؛ بهدف وضع ترتيب لأولويات الاهتمام بقضايا وأحداث مُعيّنة، أو بأفكار، أو بشخصيات ما، أو بقيم اجتماعية... أو بغيرها من الأشياء، التي يتوافر لها عنصر البروز من خلال وسائل الإعلام). (أحمد، 2012، ص14).

وبوجه عام، تدور نظرية ترتيب الأولويات حول ثلاث أجندات، هي: (النليمي، 2016، ص189).

1. الأجندة الإعلاميّة: جدول الأعمال اليومي لوسائل الإعلام، والذي يُقرر أيّ المواضيع التي ستُغطى بتغطية إعلامية؛ بمعنى المواضيع التي سيتم التشديد والتركيز عليها في وسائل الإعلام، وأيّ المواضيع التي سيتم بالمُقابل تجاهلها من قبل الوسائل الإعلاميّة.

2. **الأجندة السياسيّة:** جدول الأعمال على المستوى السياسي، الذي يُقرر المواضيع التي يتناولها السياسيون، والتي تتوافق مع الحاجات والاحتياجات الوطنية الواسعة، أو مع مصالح ضيقة.
3. **الأجندة الجماهيريّة:** المواضيع التي يتحدث بها الناس فيما بينهم.

مراحل عملية وضع الأجندة

أشار الباحثان Kurt Lang & Gladys Engel Lang، إلى أن عملية وضع الأجندة تمر في ست مراحل مُتتابعة، هي: (Severin, & Tankard, 2001, P.223) و(أحمد، 2012، ص55 - ص56).

- 1- إلقاء الضوء على بعض القضايا والأحداث وإبرازها.
- 2- التغطية المُكثّفة لهذه القضايا؛ بما يوحي بالأهميّة وجذب الانتباه إليها.
- 3- وضع القضايا أو الأحداث (محور الإبراز) ضمن إطار يُضفي عليها المعنى ويُسهّل فهمها وإدراكها.
- 4- استخدام اللغة بما يُفسّر الأحداث، ويؤثّر على مُدركات الجمهور لأهميّة القضايا المُثارة.
- 5- الربط بين الوقائع والأحداث والقضايا، التي أصبحت (في بؤرة الاهتمام)، وبين بعض الرموز الثانوية التي يسهل التعرّف عليها.
- 6- الاعتماد على أفراد ذوي مصداقية؛ لتعزيز الرأي حول القضايا محور الاهتمام.

من ناحية أخرى، يُمكن الاستدلال على المواضيع المُهمّة في وسائل الإعلام من خلال

الاعتبارات الآتية: (الدليمي، 2016، ص190).

أ. الموضوع الذي تمت تغطيته أكثر من مرة في وسائل الإعلام.

ب. موقع ومكان النشر؛ فالموضوع الذي يُنشر على الصفحات الأولى في الجريدة أو في بداية نشرة الأخبار، يُعتبر موضوعاً مهماً بنظر الجمهور.

ج. حجم التغطية؛ أي المساحة والزمن المخصصين لنشر الموضوع.

د. مدى الصراع في التغطية.

هـ. وتيرة التغطية.

دور صحافة الطفل في ترتيب أولويات جمهورها من الأطفال

في ضوء العرض السابق لنظرية ترتيب الأولويات أو (وضع الأجندة)، تتضح إمكانية تطبيقها على صحافة الطفل، وذلك على النحو الآتي:

إن كانت وسائل الإعلام هي التي تضع أجندة الجمهور؛ فإن الواقع الثقافي والاجتماعي الذي يعيشه المجتمع، يُعدّ أحد أهم المصادر لترتيب أجندة وسائل الإعلام.

من جهة أخرى، ترتبط القيم الوطنية التي تعتنقها كل دولة، بمحتوى ما تنشره الصحافة، كما أن النظم السياسية هي التي تُقرر القيم والمعايير التي تخدمها.

وبالتطبيق على صحافة الطفل، نجد أنها تتأثر بالواقع الاجتماعي الذي تصدر فيه، بما يجعلها تعكس أولويات هذا المجتمع؛ بمعنى أن صحافة الطفل تشق أجندتها من واقع مجتمعتها، من ثم تُقدم محتوى هذا الواقع على صفحاتها. (علي، 2006، ص 70).

ومن المعروف أنّ الأولويات - بما فيها القيم - التي تُقدّمها صحافة الطفل، تختلف من مجتمع لآخر ومن بيئة لأخرى؛ وذلك تبعاً لترتيب السلم القيمي وأولوياته في المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة أو المجلة؛ فعلى سبيل المثال: تتأثر صحافة الطفل الصادرة في المجتمعات الرأسمالية بالقيم الاقتصادية السائدة هناك، لتظهر على صفحاتها قيمة الملكية الفردية بدرجة كبيرة،

وذلك على العكس تماماً من المُجتمعات الاشتراكية، التي تبرز فيها قيم الملكية العامة. كما يختلف ترتيب أولويات صحافة الطفل في المُجتمعات الديمقراطية، التي تشجع فيها قيم الحرية والمساواة، عن المُجتمعات الاستبدادية، التي تحتل فيها قيم الحرية المرتبة الأخيرة. (المرجع السابق نفسه).

من ناحية أخرى، تهتم صحافة الطفل - شأنها في ذلك شأن الصحافة عموماً - بعناصر الإبراز المُختلفة، من حيث الموضوع، والشكل، والتكرار، والمساحة؛ لتشكيل أجندة قرائها الأطفال.

في ضوء العرض السابق، استعانت الدراسة بنظرية ترتيب الأولويات أو (وضع الأجندة)، في تبيان دور مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»؛ في ترتيب أولويات قرائها الأطفال، تبعاً لترتيب سلم أولويات المُجتمع الأردني وقيمه، وذلك من خلال تحليل مضامين الموضوعات التي تم نشرها في المجلة، ورصد أهم المعارف، والحقائق، والمعلومات، والقيم المُتضمنة فيها، والتي تُسهم بدورها في إدراك الأطفال الأردنيين لما يدور في مُجتمعهم والعالم من حولهم، إلى جانب ربطهم بثقافتهم العربية وحضارتهم الإسلامية.

③ نظرية تحليل الأطر الإعلامية

تُعَدّ نظرية تحليل الأطر الإعلامية، إحدى النظريات التي تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني أو (غير الصريح) للرسائل الإعلامية، التي تعكسها وسائل الإعلام خلال فترة زمنية مُعيّنة. وترجع أهمية هذه النظرية، إلى أنها تُقدّم تفسيراً عملياً ومُنظماً، لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا. (مكاوي، والسيد، 2009، ص348).

فرضية النظرية

قامت نظرية تحليل الأطر الإعلامية على أساس فرضية رئيسة مفادها: ((أن أحداث ومضامين وسائل الإعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها، إلا إذا وضعت في تنظيم وسياق وأطر إعلامية محددة، وهذه الأطر تُنظّم الألفاظ والنصوص والمعاني، وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة)). (النليمي، 2016، ص202).

ويؤقّر تأطير الرسائل الإعلامية القدرة على قياس محتوى هذه الرسائل، ويُفسّر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات المختلفة؛ أي أن هذه النظرية ما هي إلا بناء مُحدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الإعلام، لتجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الاجتماعية في وقت ما؛ فهي إذن عملية هادفة من القائم بالاتصال عندما يُعيد تنظيم الرسالة، حتى تصب في خانة إدراكات الناس ومؤثراتهم الاقناعية. (المرجع السابق نفسه).

تعريف الإطار الإعلامي

عرّف (انتمان) Entman الإطار الإعلامي بأنه: (الاختيار والتركيز واستخدام عناصر بعينها في النص؛ لبناء حجة أو برهان على المشكلات، ومسبباتها، وتقويمها، وحلولها). (Entman, 1993, p.53). فيما يرى آخرون أنه: (الزوايا والجوانب التي يتم من خلالها تغطية الأحداث، والموضوعات، والشخصيات، والقضايا المختلفة، وتأثيراتها في الجمهور). (أحمد، 2012، ص219). وبأنه: (الفكرة المركزية التي تُكسب الحدث معناه، وتُحدد موضوع الجدل أو الخلاف، وجوهر القضية). (Gamson, & Modigliani, 1987, P.143).

وظائف الأطر الإعلامية

حدّد Entman أربع وظائف رئيسة للأطر الإعلامية، هي: (Entman, 1993, p.52)

- 1- تعريف المُشكلات، وتحديد الأسباب الكامنة وراءها، وحجم المكاسب والخسائر، ويُقاس ذلك من خلال القيم الثقافية العامة.
- 2- تقوم الأطر بتشخيص الأسباب وتحديد القوى الفاعلة التي سببت المشكلة.
- 3- تُشير الأطر إلى التقييمات الأخلاقية لتلك العوامل السببية وتأثيراتها.
- 4- تقترح الأطر الإعلامية حلولاً للقضية وتُحاول علاجها.

آليات التأطير الإعلامي

يقوم الإطار الإعلامي ببناء الواقع الاجتماعي، من خلال التركيز على بعض جوانب الحدث أو إغفالها، ويُمكن تلخيص آليات التأطير الإعلامي ببعدين رئيسين، هما: (الدليمي، 2016، ص203) و(أحمد، 2012، ص243).

(1) **البعد الشكلي:** ويتمثل في موقع التغطية، وحجمها، ومدى استخدام عناصر تيبوغرافية مُعيّنة؛ كالصور والعناوين وغيرها.

(2) **البعد المضموني:** يتعلّق بالمحتوى؛ كالاستعارات، والتلميحات، وربط أطر التغطية بنماذج سابقة، ونوعية الموضوعات الرئيسية والفرعية وغيرها.

وتتفق الأدبيّات على عدد من الآليات المُستخدمة في وضع الأطر الإعلامية، من أبرزها: (أحمد، 2012، ص243 - ص252).

أ. **الانتقاء:** أي اختيار بعض الجوانب وفق معايير مهنية، وذاتية، ومؤسسية، وثقافية، يقوم بها القائم بالاتصال أو الوسيلة الإعلامية، عند تغطية حدث، أو قضية، أو شخصية ما.

- ب. البروز: أي التركيز على جوانب وزوايا مُعيّنة وتكرارها وربطها برموز ثقافية شائعة.
- ج. الاستبعاد: أي إغفال بعض الجوانب والمعلومات، سواء عن عمد أو عن غير عمد، ويُمثّل الاستبعاد الوجه المُقابل لآلية الانتقائية.
- د. التلميحات الاجتماعية: أي الرموز والمعاني السائدة في المُجتمع، والتي نعيش أسرى لها في حياتنا اليومية، وتستخدمها وسائل الإعلام لنشر الأفكار والآراء المُستهدفة وتعزيزها.

أدوات تشكيل الأطر الإعلامية

حدد كل من (جامسون) Gamson و(لاش) Lasch عام 1980، العديد من أدوات التشكيل العاطفية والعقلانية، التي يُمكنها أن تعمل معاً أو بصورة مُنفردة في تشكيلها للأطر، وتتمثل الأدوات العاطفية في: استخدام الاستعارات، والشعارات، والعبارات الجذابة، والأمثلة، والوصف، والصور البصرية (المرئية). في حين تُركّز الأدوات العقلانية على: استخدام الجذور، والعواقب، والعودة للمبادئ، التي يتم من خلالها تقديم تفسيرات أو أسباباً للقضية. (Gamson and Lasch, 1980, p.4)

فيما أشار Entman عام 1991، إلى أن تشكيل الأطر الإعلامية يتم من خلال: الكلمات الرئيسية، والوصف المجازي، والمفاهيم، والرموز، والصور البصرية (المرئية)، التي يتم التركيز عليها؛ فمن خلال التكرار والتدعيم لكلمات وصور مُعيّنة، يتم إبراز أفكار مُعيّنة واستبعاد أفكار أخرى. (Entman, 1991, p.7).

وفي عام 2002، أضاف (ديبورا ستون) Deborah Stone لهذه القائمة الصور البلاغية والأرقام؛ إذ إن الصور البلاغية عبارة عن (أداة لغوية يتم من خلالها تمثيل الكل في أحد أجزائه)، والأرقام عبارة عن (طريقة لوصف الظواهر أو الأحداث بواسطة القياسات)، ويتمثل الأسلوب

المُفضّل في استخدام أرقام كبيرة جداً أو صغيرة جداً؛ بهدف إيضاح الفكرة وتمثيلها. (Baysha, & Hallahan, 2004, p.235). وتجدر الإشارة هنا، إلى أن عملية وضع الأطر الإعلامية، لا تتم عبر تشكيل الإطار بشكل مُتعمّد فقط، بل يتحقق بالحذف والتجاهل والإغفال المقصود وربما غير المقصود.

التأثير الإعلامي في صحافة الطفل

تُعدّ نظرية تحليل الأطر الإعلامية مدخلاً مناسباً لدراسة التناول الصحفي للقضايا والموضوعات، التي يهتم بها جمهور الأطفال على اختلاف طبيعة مضامينها؛ إذ يُمكن النظر إلى الإطار الخاص بالنص الصحفي الموجّه للطفل من خلال عناصره البنائية، والتي تتكون من: الأشكال والفنون التحريرية المتنوعة، والعناوين الرئيسة والفرعية، واختيار المصدر، واستخدام الصور والتعليق عليه، والرسوم، والألوان، والإطارات، إضافة إلى حجم التغطية ومساحتها، وكلمات التدعيم، والتكرار، والمستوى اللغوي المُستخدم، وغيرها من العناصر البنائية الأخرى، التي يُمكن النفاذ من خلالها، إلى المحتوى الضمني للنص ودلالته؛ الأمر الذي تتكامل معه الرؤية التحليلية تجاه القضايا والموضوعات المُقدّمة، باختلاف أنواعها ودرجة أهميّتها.

وفي هذه الدراسة، تم تطبيق نظرية تحليل الأطر الإعلامية، في تحديد أهم الأدوات التي استخدمها القائمون على إصدار مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، في تنظيم مضامينها ورسائلها الإعلامية في أطر مُحددة، تؤثر على إدراك الأطفال الأردنيين للواقع الاجتماعي الذي يعيشون فيه. وقد أطلقت الدراسة على هذه الأدوات اسم (وسائل الإبراز المُستخدمة)، مُشتملة على: الأشكال والفنون التحريرية، ومواقع المواد التحريرية، والمساحة التي شغلتها المواد التحريرية، والعناوين، والألوان، والإطارات، والصور الفوتوغرافية، والرسوم.

المبحث الثاني: الأدب النظري

الطفل والطفولة

الطفل اصطلاحاً هو: (ذلك الشخص الذي لم يبلغ سن الرشد بعد). (الموسوعة العربية العالمية، 1999، ص606). ووفقاً لهذا التعريف، تكون مرحلة الطفولة عند الإنسان أطول منها عند الكائنات الحيّة الأخرى؛ فهي تمتد من لحظة الولادة حتى الثامنة عشرة من العمر. (حجاب، 2004، ص355).

فيما تُشير الطفولة إلى: (المرحلة العمرية الأولى التي يمر بها الإنسان في بواكير وجوده الذاتي والاجتماعي، التي تُحدد سماتها في أنماط من السلوك والميول، وأوجه النشاط المؤسسة على خصوصية في البناء الجسدي، والعقلي، والتمثيل اللغوي، وأساليب اللعب والحركة، ووسائل التعبير عن المشاعر والأحاسيس، والحاجات وسُبل إشباعها). (حداد، 2005، ص104).

أهمية مرحلة الطفولة

تُعدّ مرحلة الطفولة من أهم مراحل النمو في حياة الكائن البشري، وأكثرها تأثيراً في تكوين شخصيته؛ ذلك لأن معالم الشخصية الإنسانية الأساسية تتشكّل فيها، وترتسم فيها الخطوط العريضة لما سيكون عليه الطفل في المستقبل، فضلاً عن أنها أكثر المراحل العمرية قابلية للتفاعل مع ما تتعرض له من مؤثرات خارجية. (قاسم، 2011، ص22).

من جهة أخرى، تترك مرحلة الطفولة بدورها بصمات واضحة على جميع المراحل العمرية التالية من حياة الفرد ومستقبل المجتمع؛ فهي تؤسس الشخصية الإنسانية وتقويها، وتغرس البذور الطاهرة النقية فيها، وتُعدّها للتحويل إلى عنصر فاعل مُنتج، يُمارس دوره في بناء المجتمع على أساس ثابت. (الحصري، 2009، ص8).

مراحل نمو الطفل

يُشير مفهوم النمو إلى (سلسلة مُتتابعة من التغيرات التي تهدف إلى اكتمال نضج الكائن الحي). (أبو أسعد، والخاتنة، 2012، ص24). وبناءً على هذا التعريف، فإن النمو يشتمل على كافة التغيرات الجسمية والفسولوجية، كالطول والوزن والحجم، وكذلك على كافة التغيرات في السلوك، والمهارات، والنواحي العقلية والانفعالية، والاجتماعية، والنفسية. (حمام، ومصطفى، 2013، ص17). وعليه، قسّم علماء النفس والتربية مرحلة الطفولة إلى ثلاث فترات، هي: (حولمة، وآخرون، 2006، ص46).

مرحلة الطفولة المبكرة (من 3 إلى 5 سنوات)، وتُعرف "بمرحلة الواقعية والخيال المحدود بالبيئة"، ومرحلة الطفولة المتوسطة (من 6 إلى 8 سنوات)، ويُطلق عليها اسم "مرحلة الخيال الحر أو المُنطلق"، ومرحلة الطفولة المتأخرة (من 9 إلى 11 سنة)، وتُسمى "بمرحلة المغامرة والبطولة".

الطفل والقراءة

تتضح أهمية القراءة للطفل بالنقاط العشر الآتية: (السويدان، وباشراحيل، 2011، ص14) و(ليونهارت، 2012، ص11 - ص12).

أولاً// النمو اللغوي: تُنمّي القراءة قدرات الطفل اللغوية؛ فهي تُثري مفرداته، وتحسن مهاراته، وتطور أسلوبه في الكتابة والحديث والتعبير عما يُريد.

ثانياً// توسيع المعرفة: توسع القراءة حصيلة الطفل المعرفية، وتزيد مداركه وتنمية ثقافته؛ مما يجعل عملية تعليمه أيسر وأسرع.

ثالثاً// اكتساب المهارات التعليمية: القراءة تُكسب الطفل المهارات التعليمية اللازمة، وتزيد حُبّه للمعرفة والاستزادة منها، وتُسهم في تنمية حس البحث العلمي لديه للوصول إلى الحقائق.

رابعاً// اكتساب الخبرات الحياتية: القراءة تُطلع الطفل على حياة الآخرين وعلى تجاربهم الشخصية، فيفهم منها أنماط الحياة وتعقيداتها.

خامساً// غرس القيم: تُساعد القراءة على غرس القيم والمثل العليا في نفس الطفل، وتكوين اتجاهاته التي تتفق مع قيم مجتمعه وتوجهاته خلال مسيرة حياته.

سادساً// تنمية التفكير: تعمل القراءة على تنمية ملكة التفكير السليم لدى الطفل، وتُعوّده على السؤال والاستفسار ومتابعة المناقشات المعقدة؛ بما يُنمّي عقله ومداركه، ويُساعده على استيعاب القضايا متشعبة الجوانب.

سابعاً// بُعد النظر: قراءة الطفل بشغف، تُعطيه قدرة على التخيل، وبُعد النظر، والتفكير، والتأمل، فينظر إلى المسائل والمشكلات من جوانب مُختلفة.

ثامناً// تهذيب السلوك: يُمكن للقراءة أن تُعوّد الطفل على المحبة والعطف وتفهم وجهات نظر الآخرين، كما يُمكن لها أن تزيد من متانة علاقاته الاجتماعية، وتُمكنه من التواصل مع الأشخاص من حوله بشكل فعّال ومؤثر.

تاسعاً// تحمّل الصدمات: قراءة الطفل الممتازة، تُمكنه من تحمّل الصدمات وحل مشكلاته الشخصية دون التأثير على تحصيله الأكاديمي.

عاشراً// متعة الإثارة: مهما كان عالم الطفل محدوداً، فإن القراءة تجعله ينطلق إلى أيّ مكان يريده ويحلم بأيّ شيء يحبه؛ مما يكسر الرتابة والجمود في حياته ويُضفي عليها متعة الإثارة.

ميل الطفل نحو القراءة

حظيت العوامل المؤثرة في الميل القرائي للطفل، باهتمام عدد كبير من الباحثين، ليكون هناك شبه إجماع الآن، على أن ميل الطفل للقراءة، يتوقف على نضجه الجسمي والعقلي والانفعالي والاجتماعي.

وبصورة عامة، قد يتأثر ميل الطفل للقراءة بمستواه العقلي الذي يرتبط بالنمو والنضج ارتباطاً وثيقاً، مثلاً: الأطفال الذين لديهم قدرات عقلية ضعيفة، يُفضّلون قراءة القصص البسيطة في اللغة والأسلوب والمعنى، أما الأطفال الذين لديهم قدرات عقلية عالية، فيفضّلون قراءة الكتب التي تُناسب ميول واهتمامات الكبار. (بركات، 2010، ص43).

كما قد يتأثر ميل الطفل للقراءة بعمره الزمني؛ إذ يمثل العمر عاملاً مهماً في تحديد الميل القرائي للطفل؛ فعلى سبيل المثال، يُظهر الأطفال الصغار ميلاً إلى قراءة القصص التي تكون أعمار شخصياتها في مثل أعمارهم، كما يُفضّلون الأشكال الخرافية التي تشترك في خبرات طفولية، بينما يُفضّل الأطفال الأكبر سنّاً القصص الأكثر واقعية، والتي تصور أفراداً في مثل أعمارهم. (Harris & Sipay, 1990, p.9).

من ناحية أخرى، أثبتت دراسة كل من (ويستبيرج) و(هوبكينز) (1988)، أن الطفل يُفضّل قراءة القصص التي تكون الشخصية الرئيسة فيها من جنس أو (نوع) الطفل نفسه؛ ذلك أن الطفل يتخيّل نفسه البطل. (Bleakley, Westerberg, & Hopkins, 1988, p.153).

وأخيراً، قد يتأثر الميل القرائي للطفل، بمجموعة الخبرات والتجارب التي يحصل عليها، والمرتبطة بصورة مباشرة بظروف معيشته والطرق التعليمية التي توفّرت له، فضلاً عن ارتباط ميول الطفل القرائية برغباته وحاجاته المختلفة.

الكتابة الموجّهة للطفل

تُشكّل الكتابة للطفل مسؤولية كبرى، كما أنها ليست فناً سهلاً؛ ذلك لأن ما يُناسب الراشد لا يُناسب بالضرورة الطفل، وكما أن الكتابة للكبار تتطلب جهداً ذهنياً عالياً، وتصويراً خلاقاً ومبدعاً، فذلك الأمر بالنسبة للكتابة الموجّهة للأطفال وخصوصاً أطفال اليوم، باعتبارهم مُفتحين على العالم، فهم أقدر الناس على تمييز الغث من السمين في كل ما يُقدّم لهم.

من هنا، نجد إن جميع الأجناس الكتابية الموجّهة للأطفال أكانت شعراً، أو قصصاً، أو مسرحيات، أو برامج إذاعية وتلفزيونية، أو مواد صحفية وغيرها من النصوص، تتطلب الكثير من الشروط والمعارف العلمية والإنسانية، كما أن الكتابة للطفل هي مزيج من الرغبة والموهبة والعلم معاً، فضلاً عن الخبرة الميدانية والممارسة الدائمة. (مداحه، 1994، ص51 - ص52).

أمّا عن معايير ومُحددات كتابة النص الموجّه للطفل، فقد ورد تعريفها في "موسوعة مصطلحات الطفولة" على النحو الآتي: (مجموعة من المقاييس والمحددات والمعايير الفنية، التي تُقاس بها الأسس الصحيحة لكتابة النص الموجّه للطفل، ومدى مُناسبة شكل النص ومضمونه لاستعدادات الطفل اللغوية والإدراكية والعُمرية). (عبد الكافي، 2005، ص261).

من جانبه، قسّم أحمد نجيب هذه المحددات في كتابه فن الكتابة للأطفال إلى ثلاث مجموعات رئيسية، هي: (نجيب، 1982، ص25 - ص27).

(1) **مُحددات تربويّة وسيكولوجيّة:** وفقاً للسن الموجّه إليه النص، ومتطلبات نمو كل مرحلة عمرية، ولغة الأطفال وتطور قاموسهم اللغوي، وخصائصهم وحاجاتهم المُختلفة.

(2) **مُحددات فنية عامة:** وفقاً لطبيعة النص، ومجاله الفني، والموضوع الذي يُعالجه.

(3) **محددات فنية خاصة:** وفقاً لطبيعة الوسيط الذي ينقل النص للطفل، كأن يكون هذا الوسيط كتاباً أو مسرحاً، أو فلماً سينمائياً. أو أن يكون تلفزيون، أو إذاعة، أو جريدة يومية، أو مجلة أسبوعية، أو أي وسيط آخر؛ ذلك لأن لكل وسيط طبيعة فنية خاصة، ينبغي مراعاتها لدى مخاطبة الأطفال.

وتبعاً لذلك، وجب على الكاتب الالتزام بمجموعة من المعايير عند كتابة أي نص موجّه للطفل، من أبرزها: (عبد الكافي، 2005، ص261).

1. الالتزام بالمعايير الاجتماعية والوطنية، مع التأكيد على الثوابت الدينية والعقائدية الصحيحة.
2. تبسيط المُستجدات المعرفية.
3. إعلاء القيم العليا، كالوطنية والانتماء ونظائرها في أساليب فنية حكيمة.
4. الابتعاد عن أسلوب التلقين المباشر.
5. الابتعاد عن التعقيد اللغوي.
6. الابتعاد عن التعقيد الفني والبلاغي في بناء الجمل أو رسم الصور الشعرية، والابتعاد كذلك عن التعقيد الدرامي.
7. الابتعاد عن إغراق الطفل بالأساطير الخرافية غير الهادفة.
8. الابتعاد عن الاستطراد الذي يُفضي إلى تشتيت انتباه الطفل.
9. الابتعاد عن استعمال البحور الطويلة والإيقاعات الرتيبة في النصوص الشعرية.
10. الابتعاد عن بث روح العنصرية، أو الطائفية، أو العرقية، أو المذهبية، في محتوى النصوص.
11. مراعاة التعبير الفني واللغوي المناسب لخصائص كل مرحلة عمرية.
12. مراعاة حجم ومقاس الحروف، ودرجة الألوان الطباعية في جميع المواد المطبوعة للطفل.

التعريف بالمجلة لغة واصطلاحاً

تُصنّف المجلات ضمن مصطلح أوسع وأعم هو مصطلح الدوريات (Periodicals)، والتي عرّفها (اليونسكو) عام 1964 بأنها: كل المطبوعات التي تصدر على فترات مُحددة (منتظمة أو غير منتظمة الصدور) ولها عنوان واحد ينتظم في جميع أعدادها، ويشترك في تأليف محتوياتها العديد من الكتّاب، وتصدر إلى ما لا نهاية. (أي لا يوضع حد مُعيّن يقف عنده صدور الدورية). (نقلًا عن عليان والطوباسي، 2005، ص192) و(حوامدة وآخرون، 2006، ص84).

وقد قسّمت اليونسكو الدوريات إلى فئتين رئيسيتين هما: (علم الدين، 1981، ص7) و (عليان والطوباسي، المرجع السابق نفسه).

أ. الصُحف: ومنها الصُحف والجرائد اليومية وغير اليومية.

ب. المجلات: سواء العامة التي تهتم القارئ أو المثقف العام، أو المتخصصة في مجال موضوعي مُعيّن.

وتُعرّف المجلة اصطلاحاً، بأنها (دورية تتناول معاني ومعلومات متنوّعة عن جانب أو جوانب الحياة). (ادهم، 1985، ص14) و(الغباشي، 2002، ص30). كما أنها (مطبوعة تصدر على فترات زمنية ليس من الضروري أن تكون منتظمة، ولها عنوان متميّز وثابت، وتحمل أعدادها أرقاماً متسلسلة أو متعاقبة، ويحمل كل عدد منها رقماً تتابعياً، كما أن أعدادها عادة ما تكون مؤرخة، ولا يمكن التنبؤ بموعد توقّفها عن الصدور). (حجاب، 2008، ص135).

ولعلّ من أكثر تعريفات المجلة قبولاً، وأكثرها بساطة، هو ذلك التعريف الذي وضعه مؤرخ

الصحافة وصاحب كتاب تاريخ المجلات الأمريكية، (فرانك لوثر موت) Frank Luther Mott

بأنها: (مطبوع مغلف، يصدر بشكل دوري، طويل أو قصير، ويحتوي على مادة مقروءة متنوّعة).

(نقلًا عن الفار، 2014، ص284). ونستخلص من التعريف السابق الصفات الرئيسة للمجلة، وهي: أنها مُغلّفة (على خلاف الجريدة)، وبأنها تظهر بانتظام (على خلاف الكتاب)، وتحتوي على منوعات.

مفهوم صحافة الطفل

تُعَدّ صحافة الطفل، إحدى وسائل الإعلام، التي تستخدمها المجتمعات لنقل ثقافتها وقيمتها للأجيال القادمة، فضلاً عن أن القيم التي تتضمنها هذه الصحافة تعكس صورة المجتمع، كونها الضابط والمعيار الأساسي للسلوك الفردي والاجتماعي، وهي تنتظم فيما يُسمى بالبناء القيمي، الذي يعكس أهداف المجتمع. (عويس، 1998، ص56).

وبذات الخصوص، ذكر كاتب أدب الأطفال الأردني منير الهور: (إن صحافة الطفل وخاصة المجلات، هي إحدى وسائل الإعلام، التي تفتح عيون الأطفال على العالم من حولهم، وتُضيف إلى رصيدهم الثقافي والفكري الشيء النافع، وتطرح أمامهم المفاهيم والآراء الصحيحة). (الهور، 1996، ص42). بيدّ أن ما جاء به الهور، قد لا يتفق تماماً مع الوضع الراهن لصحافة الطفل، خاصة مع ظهور الانترنت وزيادة انتشار التلفزيون، اللذين باتا يُشكّلان مصدراً قوياً للتأثير على أطفالنا اليوم.

أمّا فيما يتعلّق بمفهوم صحافة الطفل، فإن الدراسة تتفق مع ما جاءت به سناء جلال عبد الرحمن، في دراستها الموسومة بـ "واقع صحافة الأطفال ودورها المعرفي في العالم العربي" (2012). وذلك من حيث، أنه في ظل التعدد والتنوّع الحالي لوسائل الاتصال الجماهيرية، ومع بروز الصحافة الرقمية المنشورة على الانترنت، فإن المفهوم الحديث لصحافة الطفل لا بد وأن يتوسّع أيضاً؛ ليشمل ليس فقط الصفحات الموجهة للأطفال في الصحف الورقية العامة، ومجلات

الأطفال المطبوعة، وإنما أيضاً مواقع الإنترنت التي تحمل مضموناً متخصصاً وموجهاً للطفل، كصُحف ومجلات الأطفال الرقمية، والمننديات والمدونات، وحتى صفحات ومجموعات الأطفال على شبكات التواصل الاجتماعي. (عبد الرحمن، 2012، ص105).

وتبعاً لما تقدّم، نجد أن هذا المفهوم الواسع لصحافة الأطفال، يتسق مع المفهوم الأشمل لوسائل الإعلام اليوم، والذي يشمل (كل أشكال الاتصال الإنساني الجماهيري، بما فيها الإذاعة، والتلفزيون، والصحافة الورقية المطبوعة، والصحافة الرقمية المنشورة على الإنترنت). (Dominick, 2008, p.18).

ويمكن تعريف صحافة الطفل اصطلاحاً على أنها: (تلك الصُحف (جرائد أو مجلات) التي تصدر بشكل دوري ومستمر (يومية - أسبوعية - شهرية)، وتحمل مضموناً يتناسب مع كل مرحلة عمرية للطفل، وتُخاطب عقليته ووجدانه، وتسعى إلى أن تُقدم إليه كل ما يفيدّه ويجذبّه ويُلبّي رغباته، ويسد حاجاته الفكرية والروحية والعقلية، سواء أكانت هذه الصحيفة خالصة وخاصة للأطفال فقط، أو كانت صفحة أو زاوية في صحيفة تصدر للكبار، وتقوم بتخصيص هذه المساحة التي تحمل مضموناً وتُقدّم مادة صحفية تتعلق بالطفل، وذلك ضمن صفحاتها ومضامينها الأخرى). (الغباشي، 2013، ص91).

في ضوء ما تقدّم، يُلاحظ أن صحافة الأطفال هي: تلك الصُحف والمجلات الصادرة لهم، والأبواب والأركان الصحفية المخصصة لهم في صُحف ومجلات الكبار، (الورقية منها أو الرقمية)، والتي تتناسب ومستوى استيعابهم بما يُكتب فيها من مواد، والتي تراعي الجوانب الشكلية والجمالية، بتضمينها الصور والرسوم والألوان الزاهية، المُساعدة على تنمية ذوقهم الفني. كما أن صحافة الأطفال تُعدّ من قبل الكبار؛ ليتمكن الأطفال بعد ذلك من تقديم نتائجهم والسير على خطاهم؛ ذلك

لأن الطفل لن يكتفي بالتلقي فقط، وإنما سيشارك ويعرض أفكاره بشكل تلقائي. (حسن، 2005، ص28).

أشكال صحافة الطفل

تتخذ صحافة الطفل شكلين رئيسيين، هما: (الطرابيشي، 2003، ص39).

1/ شكل الصفحات أو الأبواب أو المساحات المخصصة للأطفال في صحف ومجلات الكبار والتي قد تكون يومية - كالجريدة التي تحتويها - أو أن تكون أسبوعية أو شهرية.

2/ شكل الصحف المتخصصة، أكانت صحفاً أو مجلات تتوجّه بمضامينها للأطفال.

وفي ضوء ما تم الإشارة إليه سابقاً من حيث المفهوم الواسع لصحافة الطفل، ترى الدراسة ضرورة إضافة شكل صفحات الويب الموجهة للأطفال، والتي تشمل صحف ومجلات الأطفال المنشورة على الانترنت، والأبواب المخصصة لهم في الصحف والمجلات الرقمية ومواقع الانترنت، بالإضافة إلى صفحات ومجموعات الأطفال على شبكات التواصل الاجتماعي والمنديات بوجه عام.

أنواع صحافة الطفل

تنقسم صحف ومجلات الأطفال إلى أنواع متعددة تبعاً لعدة معايير؛ فمن حيث الشكل تنقسم إلى (جرائد، ومجلات)، وتُضيف الدراسة شكلاً ثالثاً لهذين الشكلين السابقين هو شكل (صفحات الويب).

ومن حيث المضمون، هناك صحف ومجلات (جامعة، وفكاهية، وإخبارية، ورياضية، ودينية، وغيرها من الأنواع المختلفة)، في حين تنقسم من حيث دورية الصدور إلى (صحف

يومية¹، وصُحف ومجلات أسبوعية، وأخرى نصف شهرية، وشهرية، وفصلية، وأخيراً المجلات السنوية، والتي تُعرف باسم الحوليات). (الغياشي، 2002، ص52).

أمّا بالنسبة إلى الجهة التي تتولى إصدارها، فإنَّ صُحف ومجلات الأطفال قد تصدر عن مؤسسات تجارية هدفها الأول الربح المادي، أو قد تصدر عن جمعيات أو مؤسسات أو منظمات غير ربحية، إمّا بغرض تقديم الثقافة الجيدة للأطفال، أو لترويج آراء وأفكار تدعو لها. (المرجع السابق نفسه).

كما يُمكن أن يكون التقسيم وفقاً للمرحلة العمرية التي تتوجّه لها من جمهور الأطفال، لنجد هناك صُحف ومجلات خاصة بالأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة من (3 - 6) سنوات، وأخرى موجّهة للأطفال في مرحلة الطفولة المتوسطة من (6 - 8) سنوات، وثالثة للأطفال في مرحلة الطفولة المتأخرة من (8 - 12) سنة، فضلاً عن الصُحف والمجلات الخاصة بالمراهقين من (12 - 16) سنة، وبين هذه الأخيرة ما هي موجّهة للجنسين معاً، ومنها ما هي خاصة بمخاطبة الفتيان أو الفتيات. (الدليمي، 2012-ب، ص216).

من جهة أخرى، يوجد هناك صُحف ومجلات موجّهة إلى فئات خاصة من الأطفال، كالصُحف والمجلات الخاصة بالأطفال المكفوفين، والتي تُكتب بطريقة الأحرف البارزة أو ما يُعرف بنظام (بريل)، وصُحف ومجلات أخرى للأطفال الصُم. (البشري، وأخريات، 2011، ص165).

¹ **صُحف الأطفال اليومية:** هي الصُحف التي تصدر كل يوم وتتوجّه إلى الأطفال، وتُعنى بمخاطبتهم وتُخصص لهم. ولم تصدر هذه النوعية من الصُحف المتخصصة في وطننا العربي حتى يومنا هذا، وقد يصعب توفيرها، بيداً أنه يُمكن تطوير صفحات الأطفال التي تصدر أسبوعياً في الصُحف اليومية العامة، من خلال زيادة مساحتها، وكذلك زيادة عدد مرات صدورها، مع العناية بما يُقدّم فيها من ألوان ثقافية ومواد مُختلفة تهّم الطفل، كي تتحول هذه الصفحات مع مرور الوقت، إلى صُحف يومية مخصصة وموجّهة إلى الأطفال.

(الغياشي، 2013، ص91) و(الدسوقي، وعبد الدايم، 2011، ص168 - ص169) و(عمرو، 2003، ص149 - ص150).

نشأة صحافة الأطفال

أشار هادي نعمان الهيتي في كتابه أدب الأطفال: فلسفته، فنونه، وسائطه، إلى أن أول صحيفة للأطفال، ظهرت في فرنسا بين عامي (1747 - 1791)، لكنه لم يُحدد تماماً تاريخ صدور تلك الصحيفة، واكتفى بالإشارة إلى أن صاحبها كان أديباً لم يُفصح عن اسمه، وبأنه أتخذ من (صديق الأطفال) اسماً مُستعاراً له، كما أنه أطلق الاسم ذاته على صحيفته. (الهيتي، 1986، ص229).

وأضاف الهيتي، أن كتابات صاحب صحيفة "صديق الأطفال"، امتازت بالسهولة والرشاقة، نقل من خلالها إلى الأطفال الفرنسيين، قصص الأطفال في البلدان الأخرى من اللغات المختلفة، وبذلك استطاعت هذه الصحيفة أن تسدّ فراغاً كبيراً من ميول الأطفال، وأن تُشبع رغبتهم في القراءة المسلية والمُمتعة، بعيداً عن أسلوب المواعظ الأخلاقية، والنصائح والإرشادات التعليمية؛ مما حدا بالبعض اعتبارها بعثاً لحركة الكتابة للأطفال في أوروبا آنذاك. (المرجع السابق نفسه).

في حين جاء تعليق طارق البكري حول حقيقة صدور صحيفة "صديق الأطفال"، في أطروحته للدكتوراه الموسومة بـ "مجالات الأطفال في الكويت ودورها في بناء شخصية الطفل المسلم" (1999)، بأن الباحثين الإعلاميين وقفوا مشككين بحقيقة صدورها؛ إذ استخدم بعضهم ألفاظاً منقولة، كما لم يُجزم أحد منهم بأن لديه عدداً واحداً منها، رغم الفترة الزمنية الطويلة التي قيل أنها صدرت خلالها. (البكري، 1999، ص194).

وبعودة الباحثة إلى المراجع الفرنسية على الانترنت، تأكدت من حقيقة صدور مجلة (صديق الأطفال) "L'ami des Enfants"¹؛ إذ ورد في الموقع الرسمي لمكتبة (تولوز) الفرنسية على الانترنت (Bibliothèque de Toulouse) مقال بعنوان: ((Berquin et L'Ami des enfants)) ((بيركن صديق الأطفال)) جاء فيه، أن الظهور الأول للمجلة المعنية كان في 15 كانون الأول/ديسمبر 1782 على يد (أرنود بيركين) Arnaud Berquin²، كي يتمكن الآباء من تقديمها لأطفالهم كهدايا بمناسبة حلول العام الجديد، بينما ظهر المجلد الأول منها عام 1783. أنظر ملحق رقم (1).
 ((الموقع الرسمي لمكتبة (تولوز) الفرنسية على الانترنت Bibliothèque de Toulouse، تم استرجاعه بتاريخ: 2014/11/17)) و((موقع قاموس الصحف على الانترنت Dictionnaire des journaux، 17 أيار/مايو 2013، تم استرجاعه بتاريخ: 2014/11/17)).

استندت مضامين قصص (بيركين) على البساطة والطبيعية، وعلى تسليط الضوء على العلاقة بين الزوجين من ناحية، وبين الآباء والأبناء من ناحية أخرى. نجحت المجلة في استقطاب الأطفال لقراءتها؛ باستخدامها للغة الفرنسية القريبة منهم، ولتجنبها سرد الأساطير، في الوقت الذي كانت فيه النصوص اللاتينية، هي الوحيدة المتاحة للطلاب في الدوريات آنذاك. ((المرجعان السابقان نفسهما)).

¹ يمكن الاطلاع على نسخة من أحد أعداد مجلة "L'ami des Enfants" المُحملة على الانترنت على هيئة ملف (PDF)، عبر زيارة موقع أرشيف الانترنت Internet Archive، 18 آب/أغسطس 2009، تم استرجاعه بتاريخ: 2014/11/17. متاح على: <https://archive.org/details/lamidesenfants00berg>

² (أرنود بيركين) Arnaud Berquin: كاتب وأديب فرنسي متخصص بأدب الأطفال (1747-1791). امتاز بتأليف القصص التي تروي أحداث يمكن أن تحصل مع الأطفال في حياتهم اليومية، وتربطهم مع كل فرد من أفراد العائلة، مبتعداً في ذلك عن أسلوب الكتابة الخيالية التي تتحدث عن حياة الآخرين. توخت مؤلفاته تحويل قراءة الطفل إلى ممارسة عائلية؛ الأمر الذي أسهم بتريسيخ مفهوم الأسرة النووية. (موسوعة ويكيبيديا، 24 آذار/مارس 2014، [On Line]، متاح على https://en.wikipedia.org/wiki/Arnaud_Berquin تم استرجاعه بتاريخ: 2014/11/17).

في ضوء ما تقدّم، ترى الدراسة أن مجرد اختلاف الباحثين في الصحافة وجدالهم حول حقيقة صدور مجلة "صديق الأطفال" من عدمه؛ لهو مؤشر قوي ودليل قاطع، على قيمة وتُبل تلك المجلة بشكل خاص، وعلى أهميّة مجلات وصُحف الأطفال بشكل عام، وبالتالي على مدى حاجة كل مُجتمع لمثل هذا النوع من المجلات والصُحف.

من جانب آخر، وجدت الدراسة أن بعض الباحثين في الصحافة ممن تحدثوا عن نشأة صحافة الطفل، اعتبروا أن أول ظهور لما يُمكن تسميته بصحيفة متخصصة للأطفال، كان في بداية القرن التاسع عشر؛ (وذلك لمواجهة التطور الذي أصاب طباع الأطفال وحاجاتهم في ظل المفاهيم المتغيرة آنذاك). (الليمي، 2012-ب، ص215).

وتبعاً لذلك، أكدت بعض المراجع العربية على ظهور صحيفة "Journal des Jeunes Personnes"¹ عام 1830 في فرنسا، كأول صحيفة موجّهة للأطفال في العالم، ثم تلتها جريدة "La Semaine Des Enfants"². إلا أنه تبين للدراسة إنها صدرت عام 1933؛ الأمر الذي ربما يشي بعدم دقة بعض المراجع العربية في تأصيلها لنشأة صحافة الطفل. أنظر ملحق رقم (2) وملحق رقم (3).

وأضافت هذه المراجع، أن تلك الصُحف كانت مرتفعة الثمن بسبب تكلفتها الباهظة؛ مما جعل الإقبال عليها ضعيفاً في البداية، وشراءها مقصوراً على أبناء الطبقة الغنية ممن يتميزون

¹ Journal des Jeunes Personnes: مجلة شهرية صدرت عام 1833 كمجلة للأطفال الكبار (الناشئة)، توقّفت عام 1868، ثم استأنف إصدارها بين عامي (1892-1897)، وذلك بحسب الموقع الرسمي لمكتبة (تولوز) Bbibliothèque de Toulouse على الانترنت، متاح على: <http://www.bibliotheque.toulouse.fr/titres-pg02.html>، تم استرجاعه بتاريخ: 2014/11/15.

² La Semaine Des Enfants: جريدة أسبوعية تأسست عام 1857، بغرض تعليم الأطفال من خلال الألعاب، لكنها لم تلقى النجاح المطلوب، فاندمجت مع مجلة (D'educ) قبل أن تتوقّف عن الصدور نهائياً عام 1867. (الموقع السابق نفسه)، متاح على: <http://www.bibliotheque.toulouse.fr/titres-pg04.html>، تم استرجاعه بتاريخ: 2014/11/15.

بالتقافة الرفيعة؛ وهو ما أثر على نسبة توزيعها وانتشارها بين جمهور القراء من الأطفال. (عزيز، 1970، ص32) و(الطرايشي، 2003، ص29 - ص30) و(الدسوقي، وعبد الدايم، 2011، ص141).

تأصيل الدراسة الحالية لنشأة صحافة الأطفال

لعلّ من أهم المراجع التي اهتمت بتأصيل نشأة وتاريخ صحافة الأطفال العالمية، هي (الببليوغرافيا)¹ التي أعدها (R. Gordon Kelly) عام 1984 في (591) صفحة، تحت عنوان: ((Children's Periodicals of the United States: Historical Guides to the World's Periodicals and Newspapers)).

وبحسب هذه (الببليوغرافيا)، تكون مجلة "The Lilliputian Magazine" الصادرة في لندن بين عامي (1751-1752)، على يد رائد أدب الأطفال (جون نيوبيري) John Newbery، هي أقدم مجلة أطفال في العالم. إلا أن مجلة "The Juvenile Magazine" التي أصدرها (جون مارشال) John Marshall في لندن أيضاً عام 1788، تبدو وكأنها أول مجلة تجارية للأطفال في العالم. أنظر ملحق رقم (4) وملحق رقم (5). (Kelly, 1984) & (Dawson, 1998, pp. 175-176).
توجّهت مجلة "The Juvenile Magazine" لأطفال مرحلة الطفولة المتأخرة (الناشئة)، وتنوّعت موضوعاتها بين الجغرافيا، والحساب، والجيولوجيا، والعلاقات الاجتماعية، كما تضمّنت سلسلة قصصية بعنوان "التلميذ"، وصفت مجريات الأحداث اليومية في مدرسة للبنين. (Kelly, 1984).

من جانبها، ذكرت الباحثة والكاتبة المتخصصة بأدب الأطفال (جلينا أفيري) Gillian

Avery، أن عام 1789 شهد صدور أول مجلة أمريكية للأطفال، هي مجلة "The Children

¹ يُمكن الاطلاع على هذه (الببليوغرافيا) عبر زيارة الرابط التالي: <http://www.merrycoz.org/Mags08.xhtml> Retrieved on: 18/11/2014

"Magazine الشهرية، إلا أنها توقفت بعد أربعة شهور فقط من صدورها. (Avery, 1988, pp.196)

أنظر ملحق رقم (6).

فيما اعتبرت (أفيري)، أن مجلة "The Juvenile Port-Folio" الأسبوعية، والتي أصدرها في ولاية (فيلادلفيا) الأمريكية بين عامي (1812 - 1816)، فتى لا يتجاوز عمره 14 سنة هو (توماس كوندي) Thomas Condie، هي أول مجلة أطفال أميركية تجارية مطبوعة بشكل صحيح. (المرجع السابق، ص 197). أنظر ملحق رقم (7).

قدّم (كوندي) في مجلته، تأملات فلسفية حول عدد من الموضوعات مثل: الخداع، ودقة المواعيد، والإيمان، إلى جانب بعض الطرائف العرضية. لكنه قرر في ما بعد، الاكتفاء بموضوعات الطرافة والفكاهة لمواجهة ما عاناه من صعوبات في التوزيع. (المرجع السابق نفسه) & (Blanchard, 2013, p.331).

نشأة صحافة الطفل في الوطن العربي

عرف الوطن العربي الصحافة الخاصة بالطفل، في الربع الأول من القرن العشرين، بظهور أول مجلة تجارية تُخاطب الأطفال العرب، هي مجلة "الأولاد" المصرية التي صدر العدد الأول منها في القاهرة يوم 15 شباط/فبراير 1923، لصاحبها اللبناني الجنسية (اسكندر شاهين مكاريوس)، والتي تُعدّ أول مجلة أطفال عربية، تُنتج وتُوزّع وتُسوّق بشكل تجاري صحيح، بالإضافة إلى كونها أول مجلة أطفال عربية تنشر الإعلانات التجارية، والمسلسلات القصصية المصورة، وإن كانت منقولة عن نصوص أجنبية، فضلاً عن نشرها صور الأطفال تحت عنوان "الأصدقاء الصغار". (عبد اللطيف، 2004، ص74) و(النعمي، 2011، ص393).

كانت "الأولاد" التي توقفت بعد تسع سنوات من صدورها، مجلة أدبية فُكاهية موجّهة للأطفال من سن (6 - 13) سنة، تصدر بانتظام كل أسبوع في أربع ورقات بدون غلاف خارجي، كما لم تستخدم الألوان، وكانت تُطبع على ورق جرائد من النوع الخشن، وتستخدم حروفاً متوسطة الحجم، والكثير من عناوينها كانت تُكتب بخط اليد. (عزيز، 1970، ص68) و(الطرايشي، 2003، ص32).

إلا أن هذا لا ينفي ظهور تجارب سابقة لا يُمكن القياس عليها؛ لفقدانها شرطي الدورية والعمومية؛ بسبب ارتباطها بالتعليم المدرسي (صُحف مدرسية) (النعيمي، 2011، ص393)، والتي كان تصدر تحت إشراف هيئات تعليمية أو شخصيات تربوية عامة؛ بهدف غرس المعلومات العلمية والأدبية والفنية في أذهان الطلاب. (شفيق، 2006، ص87-88).

ولعلّ هذا ما دفع بعض المراجع العربية مثل (عزيز، 1970، ص60) و(شفيق، 2006، ص88)، إلى اعتبار مجلة "روضة المدارس المصرية" نصف الشهرية، الصادرة يوم 17 نيسان/أبريل 1870 حتى أب/أغسطس 1877، والتي كان يُطبع منها حوالي (350) نسخة، بأنها أول الصُحف العربية التي توجهت لمخاطبة طلاب المدارس في مصر، الذين أقبلوا على قراءتها واقتصر توزيعها عليهم، وكانت من إنتاجهم الأدبي والشعري والقصصي، كما أشارت هذه المراجع إلى توقّف المجلة بعد صدور ثمانية مجلدات منها، وبأنها تأسست بفكرة وإشراف رفاعة رافع الطهطاوي، بينما رأس تحريرها ابنه علي فهمي الطهطاوي، الذي كان حينها مدرّس الإنشاء بمدرسة الإدارة والألسن.

في حين ترى الدراسة، أن صُحف ومجلات الأطفال العربية في تلك الفترة، لم ترتقي لمستوى صحافة الطفل المُتعارف عليها في وقتنا الحالي، بل كانت أقرب للنشرات؛ إذ كانت عبارة عن وريقات هزيلة الطابع، تسير وفق نمط مدرسي تعليمي بحت، بخاصة أنها كانت موجّهة إلى طلبة

المدارس؛ لذا تحددت أهدافها في تبسيط وتعميم العلوم والمعرفة والفنون، إلى جانب نشرها للمواد الخفيفة.

تأسيساً على ما تقدّم، يُمكن القول بأنه لم تصدر مجلة أطفال عربية بالمعنى الصحيح والمعاصر شكلاً ومضموناً إلا في عام 1952، عندما أصدرت دائرة المعارف المصرية مجلة "السندباد" الأسبوعية، في محاولة منها للمزج بين صحافة الأطفال العامة ذات الصبغة التجارية، وبين صحافة الأطفال ذات الاتجاه التعليمي والهدف التربوي، وقد أسهم اختيار الأديب المعروف وأحد رجالات التربية والتعليم آنذاك، محمد سعيد العريان رئيساً لتحريرها في تحقيق ذلك التوازن المطلوب. (عزيز، 1992، ص94) و(الغياشي، 2002، ص94 - ص95).

تميّزت "السندباد" عن سابقتها من المجلات، باتجاهها إلى الناحية العربية أكثر من المحليّة المصرية، وبابتعادها عن القصص الأجنبية والآداب الأوروبية؛ إذ اعتمدت في قصصها ومسلسلاتها على الأدب والتراث العربي، وكُتبت باللغة العربية الفصيحة، كما اتسمت بالجديّة والإتقان، فضلاً عن اهتمامها بأسلوبها الإخراجي وشكلها الطباعي الملوّن. واستفادت المجلة التي كانت تصدر بانتظام كل يوم خميس، من خبرات دار المعارف في مجال النشر والتوزيع، إلا أنها توقّفت عن الصدور عام 1961، بسبب توقّف وزارة المعارف المصرية (التربية والتعليم) عن شراء عدد كبير من نسخها، والتي اعتادت الوزارة توزيعها على طلبة المدارس. (عزيز، 1992، ص94) و(الغياشي، 2002، ص94 - ص95).

في ضوء العرض السابق لتأصيل نشأة صحافة الطفل عالمياً وعربياً، يتضح بان ظهورها الأول كان في إنجلترا في منتصف القرن الثامن عشر، وذلك بالتزامن مع بروز الطفل كمستهلك جديد في مجتمع تميز بنزعه الاستهلاكية وزيادة قدرته الشرائية، نتيجة لما شهدته أوروبا آنذاك من

تحولات تكنولوجية واقتصادية واجتماعية، وبالتالي زيادة عدد الأطفال الذين كانوا يبحثون عن الكتاب خاصة مع انتشار التعليم، الأمر الذي دفع بعض الناشرين بالتوجه للطفل في دوريات ذات طابع تجاري، في الوقت الذي كانت فيه دوريات الأطفال الدينية هي السائدة. (Dawson, 1998, pp. 175-176).

في حين ترسخ مفهوم صحافة الطفل في القرن التاسع عشر، مع زيادة عدد الصحف والمجلات الصادرة للأطفال في كل من أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية، ومع بداية ظهورها في بعض دول العالم الثالث ومن ضمنها الدول العربية. (الخصاونة، 2012، ص99).

ومن الجدير ذكره أيضاً، أن صحافة الطفل بمعناها الحديث لم تتطور إلا في الربع الأول من القرن العشرين، وذلك مع تطور التصوير الفوتوغرافي، وتصنيع الأنماط المعدنية الطباعية (الكليشيئات) لنقل الصور والرسوم، بالإضافة إلى تطور فنون الطباعة واستخدام الألوان فيها. (النعيمي، 2011، ص393).

أما القفزة الهائلة في عالم صحافة الطفل، فقد جاءت في النصف الثاني للقرن العشرين، مع زيادة اهتمام المؤسسات التجارية في هذا النوع من الصحافة، وتكثيف إعلاناتها في صحف ومجلات الأطفال؛ الأمر الذي زاد من دخل هذه الدوريات، وأعطاه دفعةً كبيراً للتطور الفني، من حيث أسلوب الإخراج وجودة الطباعة. (الحسن، 2009، ص61).

مفهوم مجلة الطفل

تُعرف مجلة الطفل اصطلاحاً بأنها: (مطبوع دوري أسبوعي أو نصف شهري أو شهري، داخل غلاف، يُقدّم للطفل الفنون والآداب والمعارف والعلوم المختلفة، ويحيطه 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 كُتّاب متخصصون في مجالات أدب الأطفال والتربية وعلم النفس، كل ذلك من خلال الالتزام بالقيم والأعراف). (عليان، 2014، ص244).

أمّا "موسوعة مصطلحات الطفولة"، فقد حددت مجلة الطفل على الوجه الآتي: (مطبوعة دورية متخصصة، تخاطب بمادتها - من حيث الشكل والمضمون - جمهور الأطفال الذين بلغوا العمر القرائي، وتحتوي على العديد من الأبواب الثابتة، والقصص، والأشعار، والطرائف، والمعلومات، وسير الشخصيات، والقصص المرسومة، والمسابقات، والصور الملونة، وغيرها، يكتبها ويرسمها كُتّاب ورسامون متخصصون، وتصدر عن مؤسسة ثقافية، أو تربوية، أو إعلامية، ويكتب لها الأطفال عادة). (عبد الكافي، 2005، ص288 - ص289).

وإن كانت مجلات الأطفال تُمثّل نوعاً مستقلاً من المجلات، إلا أنها تتدرج في النهاية تحت مسمّى المجلات المتخصصة¹، وذلك من حيث نوعية الجمهور الذي تُخاطبه وتتوجّه إليه.

خصائص مجلات الأطفال

تتسم مجلات الأطفال بالعديد من الخصائص الموضوعية والفنية التي تُبرز إمكانياتها التأثيرية على الطفل، من أبرزها: (عبد المجيد، 1992، ص18) و(الطرابيشي، 2003، ص52 - 53) و(الدسوقي، وعبد الدائم، 2011، ص190) و(شفيق، 2006، ص111-112) و(عليوات، 2007، ص74) و(عليان، 2014، ص248).

1/ تتمتع بجميع مميزات وسائل الاتصال المطبوعة، كما تُيسر للطفل فرص الاختيار من بين المجلات المتاحة في مجتمعه أو بيئته، وتُتيح له إمكانيات التحكم في ظروف التعرّض؛ إذ يُتاح له قراءتها في أي وقت وتحت أي ظرف يشاء، كما يُمكن أن يستغرق الوقت الذي يُناسبه في قراءتها،

¹ المجلات المتخصصة: هي المجلات التي تصدر دورياً، وتحتصر اهتماماتها بفرع واحد من فروع التخصصات التي تستجيب لقطاع مُعيّن من القراء والمُهتمين. (خصاونة، 2012، ص34) و(عبد اللطيف، 2004، ص11).

وذلك بحسب مقدرته اللغوية وقدرته على الفهم، وأن يعود إلى قراءتها أو موضوعات مُعيّنة منها متى يشاء، مع إمكانية تداولها بين أكثر من طفل.

2/ تتميز بالدورية والانتظام في الصدور؛ مما يُساعد في بناء علاقة قوية وثابتة مع قرائها الأطفال، وبمرور الوقت تتحول المجلة إلى صديق لهم؛ إذ تنشأ بينهم وبين شخصياتها وأبطالها وكتّابها علاقة شخصية حميمة، الأمر الذي يُتيح إمكانية المشاركة والتفاعل بين القارئ بتحرير المجلة والأطفال، عن طريق استقبال رسائلهم وصورهم واستفساراتهم، والرد عليها ونشرها.

3/ تعتمد على تصوير المعاني وتجسيدها من خلال الكلمة المطبوعة النابضة بالحياة والجاذبية؛ ما يحول الصفحات إلى لوحات فنية ذات جمال ومعنى، يُناسب قدرات الأطفال على استخدام أعينهم، ويُيسر لهم القراءة، وتُثمي قابليتهم على التدنق الفني، وتُساعدهم على تكوين صور ذهنية ايجابية.

4/ تعتمد بشكل أساسي على الصور والرسوم باختلاف أنواعها، أكانت فوتوغرافية، أو رسوم توضيحية، أو كاريكاتورية ساخرة، مع ما تتميز به هذه الصور والرسوم من لغة، يسهل على الأطفال مهما اختلفت مستويات ذكائهم وتعليمهم فهمها والتأثر بها.

5/ تُخاطب مرحلة عمرية مُحددة في حياة الطفل؛ مما يُساعد على تحقيق أهدافها، وضمان التأثير المطلوب على قرائها من الأطفال.

6/ تتميز بقدرتها على التنوع في موضوعاتها، وفي فنونها التحريرية والأدبية، وفي أبوابها.

7/ تحتوي على قدر مُعين وهادف من المعلومات المُترابطة، التي تهدف إلى توسيع مدارك الطفل وتنمية قدراته.

8/ تعمل على تنمية المُثل العليا والقيم الايجابية لدى الطفل، في حين تبتعد عن الموضوعات التي لا توحى للأطفال بقيمة أو مبدأ، أو التي لا تفسر ما تقع عليه أعينهم من ظواهر أو مشاهدات بشكل علمي.

9/ تتميز بالأسلوب الذي تنشر به موضوعاتها من حيث السلاسة والبساطة والفكاهة والإثارة، وهو من الجوانب التي تجذب الأطفال للمادة المكتوبة، والتي تشترك مع الصورة في إبعاد الطفل عن الإصابة بالملل.

10/ تتميز ببساطة اللغة المستخدمة فيها ووضوحها، بما يتناسب مع عمر الطفل وقاموسه اللغوي.

11/ لا بد وأن تعتمد على قواعد الإخراج الصحفي وفنونه، بعيداً عن العشوائية والارتجال، خاصة مع تطور الوسائل التكنولوجية الحديثة للطباعة.

12/ مع تطور فنون الطباعة، بدأت مجلات الأطفال باستخدام الألوان الزاهية، التي تُعطي للمجلة بريقاً يجذب انتباه الأطفال وتُشجعهم على قراءة موضوعات المجلة.

13/ تُعطي اهتماماً خاصاً بالمسابقات والهدايا وطرق التسلية؛ الأمر الذي يُسهم في الكشف عن مدى درجة الذكاء والإبداع ومواطن النبوغ لدى الطفل، ويعمل أيضاً على زيادة التوزيع وجذب قراء جدد.

14/ تعتمد على ملاكات بشرية متخصصة وموهوبة في عملية إعداد وتحضير موادها بأسلوب صحفي خاص.

أهداف مجالات الأطفال

تتلخّص مجموعة الأهداف الإيجابية التي تسعى مجالات الأطفال لتحقيقها إزاء الطفل بما

يأتي: (البكري، 2011، ص97) و(أبو سنة، 2004، ص54 - ص55) و(الطرابيشي، 2003، ص48 -

ص50) و(أوزيد، وعبد المجيد، 2009، ص173 - ص174).

- تنمية معلومات الطفل وتوسيع دائرة معارفه، وتزويده بالخبرات الهادفة.
- إكساب الطفل معرفة أشمل وأعمق للعالم المادي والاجتماعي والروحي.
- إشباع حاجات الطفل النفسية والعقلية.
- تنمية وتدعيم القيم المرغوبة اجتماعياً لدى الطفل.
- تعليم الطفل بعض العادات والتقاليد الايجابية.
- تنمية السلوك الاجتماعي المقبول لديه.
- غرس المفاهيم والعادات السليمة لدى الطفل، وتعديل أو تغيير بعض المفاهيم الخاطئة والعادات السلبية لديه.
- تبصير الطفل بالقضايا القومية والوطنية لتُصبح ذات اهتمام لديه عند الكبر.
- تشكيل اتجاهات الطفل وصياغتها بما يتفق مع مستقبل المجتمع.
- تنمية شعور الطفل بالولاء الوطني وبث روح المسؤولية في نفسه.
- تنمية روح المشاركة الإيجابية لدى الطفل.
- معاونة الطفل على تكوين أفكار سوية نحو فكرته عن ذاته والشعور بقيمته كفرد.
- تعليم الطفل دوراً اجتماعياً مناسباً، ذكورياً كان أو أنثوياً، مع مراعاة عدم تحقير جنس وتمجيد الآخر.

- معاونة الطفل على ترقية ضميره وأخلاقه، والإسهام في بناء مقياس مُتدرج من الأخلاق لديه.
- تنمية قدرات الطفل اللغوية، ورفع مستواه في التعبير الشفوي والكتابي، وذلك من خلال ما تطرحه المجلة من موضوعات قابلة للنقاش، والرد على البعض منها كتابة.
- تعريف الطفل بما يتضمنه تراثنا العربي والإسلامي من قيم ومعارف، وتعريفه كذلك بأساسيات التقدّم والتطور.

- تشجيع الطفل على البحث والاكتشاف، وتنمية قدرته على الابتكار والإبداع.
- تنمية إحساس الطفل بالتذوق الجمالي والفني.
- غرس حب القراءة في نفس الطفل ودفعه إلى القراءات الجادة.
- اكتشاف مواهب الطفل وتنميتها وتوجيهها.
- تدريب الطفل على حق النقد، مع إفساح المجال أمامه للتعبير عن شخصيته والمطالبة بحقوقه.
- ترفيه الطفل وإمتاعه، وشغل أوقات فراغه بما هو مُفيد، وذلك عبر تقديم المضامين المسلية والهادفة في الوقت ذاته، وعبر إضفاء شكلٍ من الجاذبية والاهتمام على المضامين الثقافية والجادة.

وظائف مجالات الأطفال

أولاً: وظيفة الإعلام والأخبار: وذلك من خلال نشرها ومتابعتها للأخبار المُختلفة، والواقعة ضمن دائرة اهتمامات الطفل، سواء داخل المحيط الذي يعيش فيه أو خارجه؛ مما يُساعده على تنمية وعيه، وإلمامه بما يدور حوله من أحداث وقضايا ومعارف، تتعلق بشتى مناحي الحياة، تُسهم في توسيع مدارك الطفل، لتُصبح أفاق تفكيره أكثر رحابة، خاصة وأن الأطفال يتصفون بالفضول وحُب الاستطلاع. (الدسوقي، وعبد الدايم، 2011، ص190).

ثانياً: وظيفة التعليم والتثقيف: تقوم مجلات الأطفال بدور أساسي في تثقيف الطفل وتعليمه، من خلال ما تُقدّمه من معارف ومعلومات مُترابطة في شتى مجالات المعرفة، سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، مع أكبر قدر من الاستيعاب والفهم والإبداع؛ مما يُضيف إلى خبراته جديداً، ويُعينه على فهم الواقع، وإدراك ما يحكمه من قوانين. (شفيق، 2006، ص120).

ولمجلات الأطفال دور بارز في عملية نقل التراث الثقافي، الذي يعتمد على توصيل المعلومات والقيم والمعايير الاجتماعية من جيل إلى آخر، مع مُراعاة أن يتم ذلك في إطار من البساطة والمتعة والتسلية، إلى جانب تعويد الطفل على حب القراءة والاطلاع؛ مما يعمل على توسيع معارفه ومداركه، وعلى تنمية قاموسه اللغوي، ويُساعده على استيعاب المناهج الدراسية، وبالتالي إكسابه ميولاً جديداً نحو الثقافة والعلم بصفة عامة. (الدسوقي، وعبد الدايم، 2011، ص190 - ص191).

كما تُسهم هذه المجلات، بعملية نقل العادات والتقاليد والقيم السائدة في المُجتمع للطفل؛ من خلال نشرها للمضامين القصصية والثقافية والتعليمية، وإحيائها للمناسبات والاحتفالات الدينية والوطنية، وكذلك من خلال سردها للوقائع والخبرات الماضية للأمة، وإبرازها للبطولات والشخصيات التاريخية، كنماذج للقيم والسلوك المُحبب. (عليان، 2014، ص257).

ثالثاً: وظيفة الشرح والتفسير: وتتحقق هذه الوظيفة بتناول بعض الأخبار والقضايا والأحداث، وشرحها وتفسيرها بصورة مُبسّطة، بما يوضّح معانيها ويُحدد أهميّتها وموقعها بين غيرها من الأحداث والقضايا بالنسبة للطفل والمُجتمع الذي يعيش فيه؛ الأمر الذي يُمكن الطفل من فهمها واستيعابها، وبالتالي تحقيق الغرض الإعلامي من المضمون المُثار. (الرماضنة، 2014، ص20) و(عليوات، 2007، ص70).

رابعاً: وظيفة التوجيه والإرشاد: وذلك بالإجابة عن كثير من التساؤلات التي تدور في ذهن الطفل، ومن خلال توجيهه إلى بعض الاهتمامات والميول والهوايات المفيدة، كالقراءة وممارسة الرياضة، والرحلات وجمع الطوابع، والتعبير الأدبي أو الفني بالكتابة أو الرسم، وأيضاً من خلال طرح بعض المواقف أو المشكلات التي قد تُصادف الطفل في حياته اليومية، وبيان كيفية التصرف إزاءها؛ بما يقوده للتغلب على هذه المشكلات أو الصعوبات، وبما يضمن إكسابه كثيراً من عادات السلوك السليم. (الرماضنة، 2014، ص20).

خامساً: وظيفة التنمية الاجتماعية: وذلك من خلال ما تُقدّمه للطفل من الخبرات المختلفة حول أنماط السلوك الاجتماعي المقبول في المواقف المتنوعة، وتعريفه على نماذج السلوك التي تستحق الإثابة، والنماذج الأخرى غير المرغوبة والتي يترتب عليها العقاب، بالإضافة إلى دورها في مساعدة الطفل على إدراك الأدوار الاجتماعية المختلفة في مجتمعه، وتنمية إحساس الطفل بالجماعة والرغبة الحقيقية في مشاركة الآخرين، مع بيان أهمية دوره كفرد في المجتمع؛ مما يُسهم في تكوين المواطن الصالح، الذي يُشارك مشاركة فعّالة في شؤون مجتمعه. (الدسوقي، وعبد الدائم، 2011، ص191).

وفي الوقت ذاته، تنقل المجلة للطفل كل ما يتعلّق بالعادات والتقاليد والقيم، وكذلك الاتجاهات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية السائدة في مجتمعه، بالإضافة إلى الأساليب المختلفة التي تُميّز حياته الاجتماعية. (شفيق، 2006، ص121).

سادساً: وظيفة إنماء التفكير: تؤدي مجلات الأطفال دوراً مهماً في النمو العقلي والوجداني والانفعالي والاجتماعي للطفل؛ إذ تُنمّي قدراته على التفكير المنطقي المنظم، وعلى النقد والتعليق والتفكير التوقعي؛ بما يُمكنه من امتلاك المقدرة على إصدار أحكام مبنية على المقارنة والاختيار

بين البدائل، ويُشكّل تدريجياً لديه، رؤية خاصة للعالم من حوله، مع إمكانية مواجهة مواقف الحياة المُتغيّرة وغير المتوقعة. (عبد المجيد، 1992، ص19).

سابعاً: وظيفة تنمية العلاقات الاجتماعية: وذلك عبر نشر أخبار الأفراد، وكذلك عبر تفعيل بابي بريد القراء وهواة المراسلة في المجلة. كما تقوم المجلة بتعريف الطفل بالمشاهير في مجالات العلوم، والطب، والآداب، والتاريخ، والفلسفة، والفن، والأعمال المُختلفة؛ الأمر الذي يبني للطفل صلة بهم وبمباديهم التي برعوا فيها، ويُعطيه قدوه حسنة في آنٍ معاً. (عليان، 2014، ص257).

ثامناً: وظيفة التسلية والترفيه: نظراً لكون المجلة وسيلة ترفيهية؛ فإن مجلات الأطفال تهدف إلى إمتاع الطفل وتسليته، وشغل وقت فراغه بشكل مُفيد، والترفيه عنه بطريقة مُهذبة وجادة، تبعث في نفسه المرح والتفاؤل؛ وذلك بما تحويه من قصص، ومغامرات، وألعاب، ومسابقات، وألغاز، ورسوم كاريكاتورية ساخرة، تُنمّي لديه الإحساس بروح المرح والفكاهة والضحك والمُغامرة، ويدعم ما تُقدّمه له المجلة من معارف ومعلومات ومواد ثقافية متنوّعة. (شفيق، 2006، ص121 - ص122).

تاسعاً: وظيفة تنمية الذوق الجمالي والفني: إذ تُساعد الطفل على تكوين حاسة تذوق الآداب والفنون التي تُقدّم له، وبالتالي تذوق كل مظاهر الجمال من حوله؛ فهي تعطي الطفل إحساساً باللون والشكل، والإيقاع الصوتي الجميل، وتناسق الحركة، وملائمة أجزاء الصورة بعضها لبعض، ويُمكن استغلال الصور والرسوم الكاريكاتيرية والملونة لتحقيق هذا الهدف. (عبد المجيد، 1992، ص19) و(شفيق، 2006، ص115).

عاشراً: وظيفة الإعلان والتسويق: يأخذ الإعلان في مجلات الأطفال شكلاً خاصاً؛ فهو مليء بالألوان والصور والرسومات وغيرها من وسائل الإبراز الطباعية والشكلية. أمّا من حيث المضمون،

فالإعلان في مجلات الأطفال لابد أن يُقتصر على تقديم مُنتجات وِسلع خاصة بالطفل، من ألعاب، ومأكولات، وكتب، وملابس، إلى جانب الإعلانات الخاصة بترويج المدارس، والمراكز والنوادي الثقافية والرياضية، ودور السينما، والملاهي، فضلاً عن إعلانات الدعوة للمشاركة في الفعاليات والمناسبات الوطنية المختلفة. (أبو سنة، 2004، ص54).

ومن الجدير ذكره هنا، أن هذه الوظائف لابد وأن تُقدّم في تناسق وانسجام تام فيما بينها، وبالأسلوب الذي يتفق مع النهج العام والهوية المميزة للمجلة، ولكن هذا لا يمنع من جواز طغيان وظيفة على الوظائف الأخرى، بما يتفق مع الهدف العام الذي تسعى المجلة إلى تحقيقه، من خلال مخاطبتها لفئة مُحددة من جمهور الأطفال. (الطربيشي، 2003، ص59).

أنواع مجلات الأطفال

لمجلات الأطفال أنواع عديدة، من أهمها:

أولاً- **المجلات العامة (الجامعة):** تُعدّ من أكثر الأنواع شيوعاً وأوسعها انتشاراً، وعادة ما تُعنى بنشر القصص، والمسلسلات المُصورة، والمغامرات، والطرائف، والفكاهة، والمسابقات، وكذلك الأخبار والمعلومات العامة، والأخبار، والتحقيقات، والأعمدة القصيرة، وغيرها من الفنون الصحفية الأخرى. (صالح ومطر، 2011، ص65).

وتمتاز هذه النوعية من المجلات، بسهولة موادها المقدّمة للطفل؛ إذ يستطيع معظم الأطفال استيعابها دون جهد أو مشقة، وهي بذلك تحاول إرضاء غرور الطفل، الذي يشعر بالفخر عند فهم ما يُقدّم له. وغالباً ما تصدر مجلات الأطفال الجامعة أو العامة عن دور نشر تجارية، أكانت خاصة بنشر إنتاج موجّه للأطفال، أو عن مؤسسات صحفية تُصدر صحفاً ومجلات للكبار، وغيرها من المطبوعات الأخرى. ويُشارك في تحرير مجلات الأطفال العامة، العديد من الكُتاب

والمُحررين والفنانين، كلُّ يُبدع في مجاله، دون الخروج عن الخط العام للمجلة. (الدسوقي، وعبد
الدايم، 2011، ص165 - ص166) و(أحمد، 2011، ص180) و(صالح ومطر، 2011، ص65). ونُعدّ
مجلة «حاتم» محل الدراسة، إحدى مجلات الأطفال العامة.

ثانياً - مجلات المُسلسلات المصورة (الهزليات - Comics): تُشير مجلات المُسلسلات المصورة
والتي تُعرف باسم مجلات (الكوميكس)، إلى مجموعة من الرسومات المُعبّرة عن الأحداث، والتي
يتم فيها المزج بين الرسم والحوار، وهي بذلك تُعدّ من أكثر الأشكال الصحفية التي يتم توظيفها
لدمج الحوار مع الرسم (البالون)، وترجع نشأة مجلات (الكوميكس) إلى عام 1796، عندما
تضمّنت مجلة "The Comic Magazine" الإنجليزية، مجموعة رسومات للفنان William
Hogarth. (الطرايشي، 2003، ص31).

وتعتمد مجلات المُسلسلات المصورة على الفكاهة والتسلية والنكتة السريعة، التي غالباً ما تكون
عبارة عن خدعة، أو مُغامرة فاشلة، أو جريمة، أو مقلباً، أو حيلة من الحيل. وقوامها في العادة
الرسوم المُتتابة، التي تُمثّل كل واحداً منها مشهداً كاملاً، مع حوارات وتعليقات قصيرة مطبوعة،
منها ما يُضحك، ومنها ما لا يُضحك. (البكري، 2011، ص62) و(المشرفي، 2004، ص150 -
ص151). ومن أشهر مجلات (الكوميكس) العالمية، مجلة "Wizard" الأمريكية، والتي بدأت
بالصدور شهرياً منذ عام 1991 وحتى عام 2011، عندما تحوّلت إلى نسخة رقمية باسم "Wizard
World"، بعد صدور (235) عدداً منها.

*The official website of "Wizard World", Retrieved on: 9/1/2015) & (Melrose, 24
January 2011, Retrieved on: 9/1/2015).*

ثالثاً - مجلات الأطفال الإخبارية: تُعنى هذه المجالات بشكل خاص، بنشر وتفسير الأخبار الداخلية والخارجية، ومعالجة بعض الأمور السياسية ومظاهر الحياة اليومية، كما تهتم بتنمية معلومات الأطفال ومعارفهم، خصوصاً في نهاية مرحلة الطفولة المتأخرة، وبداية مرحلة المراهقة، إذ إنها تفترض في قرائها قدراً عالياً من النضج. ولا يُقتصر هذا النوع من المجالات على الأنباء فقط، بل يجد القارئ فيها أيضاً قصصاً، وحكايات، وطرائف، وتقارير، وتعليقات، ورسوماً كاريكاتيرية ساخرة، وتحقيقات صحفية، إلا أن الغلبة فيها تظل للطابع الإخباري. (الغباشي، 2002، ص53) و(المشرفي، 2004، ص151).

من جهة أخرى، تُركّز مجلات الأطفال الإخبارية، على نشر أخبار الأطفال ونشاطاتهم وألعابهم ومبتكراتهم وهواياتهم؛ كما تولي اهتماماً خاصاً باستعراض النشاطات المختلفة في شتى ميادين الحياة العامة، كالرياضة والسياسية، والعلوم، والفنون، وشؤون البيت والمدرسة، وكل ما يرتبط بحياة الأطفال، إلى جانب نشر التقارير الخاصة عن الأبطال والبطولات التاريخية. (أحمد، 2011، ص182).

رابعاً - مجلات الأطفال الرياضية: تهتم بنشر الأخبار الرياضية على صفحاتها؛ إذ تُقدّم البرامج والتمرينات الرياضية المصحوبة بالرسوم والصور، بغية تعريف الطفل بأنواع الألعاب المختلفة وقواعدها الصحيحة، إلى جانب تعريفه بمشاهير نجوم الرياضة في العالم، من خلال ما تُجريه من مقابلات مع أبطال ونجوم الرياضة والمدربين الرياضيين والهواة. (الهيّتي، 1988، ص121) و(المشرفي، 2004، ص151).

كما تُحاول هذه المجالات، المواءمة بين الأخبار الرياضية وحاجات الطفل بواسطة الصور والتعليقات المكتوبة، مع إعطائه بعض المعلومات الفنية عن الرياضة، وأوجه النشاط المتصلة بها،

ومبادئ الألعاب المختلفة. وتتميز مجلات الأطفال الرياضية بكثرة المسابقات التي تُنظمها على صفحاتها، لإثارة اهتمام قرائها الأطفال. (الدسوقي، وعبد الدايم، 2011، ص167).

وتُعدّ مجلة "Sports Illustrated Kids" إحدى مجلات الأطفال الرياضية، التي تُعنى بنشر الأخبار الرياضية حول العالم، وهي مجلة أسبوعية تأسست عام 1954 في ولاية (نيويورك) الأمريكية. (The official web site of 'Sports Illustrated Kids', Retrieved on: 9/1/2015).

خامساً - مجلات الأطفال الدينية: هي مجلات ذات طابع ديني، هدفها الأول إيصال المعلومات الدينية للطفل، وغرس الوعي الديني في نفسه، لذا يُمكن اعتبارها إحدى الركائز الأساسية في التربية الدينية للطفل إلى جانب البيت والمدرسة؛ وذلك لما لها من عناصر تُسهم في جذب الطفل إلى تفهّم المبادئ الدينية، وتشوقه إلى طلب المزيد من المعلومات والمعارف حول الدين. ومجلات الأطفال الدينية، لا تسعى إلى الربح المادي كغيرها من المجلات؛ إذ عادة ما يتولى إصدارها جماعات، أو تنظيمات، أو أحزاب، أو مؤسسات، أو هيئات دينية ومذهبية مختلفة، الأمر الذي يُمتّعها بالاستقرار المالي. (الهيبي، 1988، ص245) و(الغياشي، 2002، ص54).

ولعلّ من أحدث مجلات الأطفال الدينية الصادرة في العالم الإسلامي، هي مجلة "الفردوس" التي تأسست بأيلول/سبتمبر 2014 عن المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية بوزارة الأوقاف المصرية، بعد أن كانت مُجرد مُلحق لمجلة "منبر الإسلام"، وتهتم مجلة "الفردوس" بنشر القصص الدينية وسير الأبطال المسلمين، بالإضافة إلى موضوعات تتحدث عن العالم الإسلامي والبلاد العربية بأسلوب سهل مُبسّط، مع أفراد أبواب للمسابقات وغيرها. (الموقع الرسمي لوزارة الأوقاف المصرية على الانترنت، 4 أيلول/سبتمبر 2014، تم استرجاعه بتاريخ: 2015/1/9).

سادساً - مجلات الأطفال الحزبية: تُبرز بعض الدول اهتماماً بالغاً بنواحي التوجيه السياسي والأيدولوجي للطفل؛ لذا تُشرف منظمات مُعيّنة بها على مطبوعات الأطفال، التي عادة ما تروّج لأفكار وأيدولوجيات مُعيّنة. ففي إيطاليا على سبيل المثال، يُشرف الحزب الشيوعي هناك على أكثر من عشرة مجلات للأطفال، كما تتولى مُختلف التيارات السياسية إصدار صُحف ومجلات للأطفال عبر التنظيمات التابعة لها، مثل الحركة الكاثوليكية في فرنسا، التي تولت منذ عام 1929 ولغاية منتصف الستينات من القرن الماضي إصدار جريدة "Cœurs Vaillants"، وهي جريدة أسبوعية للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين (11-14) سنة. وتُسهّم مجلات الأطفال الحزبية في مُعالجة المشاكل الاجتماعية، وإحاطة الطفل بما يستجد من أخبار وطنية. (عزيز، 1970، ص94) و(الطرايشي، 2003، ص46).

أمّا عربياً، وعلى سبيل المثال لا الحصر، نجد أن حركة فتح الفلسطينية، قد اتبعت أسلوباً مُشابهاً بإصدارها مجلة "وعد"، وهي مجلة تربوية تثقيفية وترفيهية، تُعنى بشؤون الأطفال ضمن الفئة العمرية من (6-15) سنة، وتصدر شهرياً عن "مؤسسة الأشبال والزهرات"، التابعة لمفوضية التعبئة والتنظيم في حركة فتح الفلسطينية. وتهتم المجلة التي تُوزّع مجاناً، بنشر القصص التاريخية وأخبار النضال والمقاومة الفلسطينية، مع بعض المُسابقات التي تدور حول القضايا الوطنية. (الموقع الرسمي لمؤسسة الأشبال والزهرات على الانترنت، تم استرجاعه بتاريخ: 2015/1/9).

سابعاً - مجلات خاصة بالأطفال ذوي الإعاقة: هناك مجلات خاصة بالأطفال المكفوفين والتي تُكتب على نظام (بريل) Braille، مثل مجلة "The Illuminator"، وهي مجلة أمريكية فصلية، تصدر عن مدرسة (بنسلفانيا) الغربية منذ عام 1910. (Matson, 1964, pp.51-52). بالإضافة إلى عدد من المجلات الخاصة بالأطفال الصم والبكم، مثل مجلة "Deaf Friends International"،

وهي مجلة أمريكية مجانية، موجهة للأطفال الصم والبكم في جميع أنحاء العالم. (McLeod &

Nakamura, Sept 3, 2005, Retrieved on: 9/11/2014).

ثامناً - مجلات البنات: يُعزى إصدار مثل هذا النوع من المجلات، إلى أن سرعة النمو الجسدي والعقلي والعاطفي عند البنات تختلف عنها عند البنين، كما أن ميول البنين تختلف عن ميول البنات، خاصة لمن هم في مرحلتَي الطفولة المتوسطة والمتأخرة، حيث تتضح الفروق بين الجنسين بشكلٍ بارز، لذا كانت هذه المجلات التي تُلبّي وعي وشغف البنات وحاجاتهن؛ فيجدر فيها جاذبية خاصة في قصصها ومقالاتها ورسومها وصورها. (الهيئة، 1988، ص121) و(هندي، 1995، ص97) و(أحمد، 2011، ص184).

ومن أمثلة هذا النوع من المجلات، مجلة "American girl" الأمريكية، التي تأسست عام 1992، وتتوجّه للفتيات فوق سن الثامنة، وتُعنى بنشر القصص والألعاب والحرف، بالإضافة إلى مقالات عن الفتيات وإنجازاتهم.

(The official web site of "American girl" Magazine, Retrieved on: 9/1/2015).

وفي دولة الإمارات العربية المتحدة، تصدر مجلة "Fulla" (فُلّة) منذ عام 2006، وهي مجلة شهرية تُصدرها شركة (نيوبوي) New Boy، وتتوجّه للفتاة العربية ما بين سن (8-16) سنة. تحتوي المجلة على عدة مواضيع مُختلفة، وقصص وأنشطة خاصة بالفتيات. (الموقع الرسمي لمجلة Fulla على الانترنت، تم استرجاعه بتاريخ 2015/1/17).

تاسعاً - المجلات المدرسية: تُعدّ أحد أهم الأنشطة المدرسية الموازية، الذي يلقي إقبالاً مُتزايداً من الطلاب، نظراً لما لها من أثر على العملية التعليمية والتربوية، ولما توفره للطلاب من مُتعة خاصة، فضلاً عما تكشفه من مواهب في شخصيته، سواء بالرسم، أو بالتعبير الكتابي، أو بالقدرة على

الحوار والنقد. ورغم أن المجالات المدرسية تُعدّ نشاطاً موازياً، إلا أنه يُمكنها تحقيق الأهداف نفسها، التي تُحققها المناهج والمقررات الدراسية في المجالات المختلفة. (الحياري، 2015، ص27).

عاشراً - **الحواليات**: هي مجلات تصدر سنوياً، وهي عبارة عن مجلات موسوعية، تشمل كثيراً من المعارف من جوانب مختلفة، كما تجمع بين صفات الكتاب والمجلة، وهي بذلك تُعدّ إمّا مجلة في شكل كتاب، أو كتاب معروض بطريقة المجلة، وهذا النوع من مجلات الأطفال غير متوفر بلغتنا العربية وإنما بلغات أجنبية. وتختلف الحواليات فيما تُقدّمه من مواد وألوان ثقافية وأدبية وفقاً للتخطيط الموضوعي لكل منها؛ فقد تضمّ الحوليّة تشكيلة من القصص القصيرة، والصور، والأناشيد، والطرائف، والألغاز، والرسوم التي يُترك للطفل مهمة تلوينها، أو ربما تضم عدداً من القصص الطويلة المصورة. (صالح ومطر، 2011، ص64 - 65).

أشكال وفنون التحرير في مجلات الأطفال

لا تُقتصر مضامين مجلات الأطفال على مواد التسلية والهزليّات الضاحكة والألغاز والمسابقات فحسب؛ وإنما تستوعب ألواناً صحفية وأدبية متعددة؛ وذلك نظراً لأن للطفل ميزاته وخصائصه وحاجاته، التي لا يمكن للمواد المُسلية والمُضحكة وحدها أن تلبّيها. (احمد، 2011، ص186). وعليه، يأخذ المضمون المقدم للطفل من خلال مجلته، أشكالاً وفنوناً صحفية وأدبية مختلفة، تحمل في طياتها مضمون الرسالة الموجّهة للطفل، من أبرزها:

① أشكال وفنون التحرير الصحفي:

يرى شعيب الغباشي أن الفنون الصحفية المُستخدمة في صحافة الأطفال، لا تختلف عنها في صحافة الكبار، إلا في طريقة الصياغة وال قالب التي تلائم كل فئة من القراء. (الغباشي، 2002، ص261). ومن أكثر الفنون الصحفية استخداماً في مجلات الأطفال:

أولاً) الخبر الصحفي: لا يُمكن الاستغناء عن الخبر في مجلات الأطفال؛ فهم في حاجة أن يواكبوا عصرهم وتطوراتهِ وتغيراته، فضلاً عن أنهم يتَّسمون بالفضول وحب الاستطلاع والاستكشاف، ويتطلعون إلى معرفة الأخبار التي تهمهم في مُجتمعهم والعالم من حولهم؛ رغم أن الأطفال يهتمون بالأخبار المحليّة ويتذكرونها بنسبة أكبر من الأخبار الخارجية، ويرجع ذلك إلى اهتمام الطفل بالبيئة التي يعيش فيها. وحرمان الأطفال من مواكبة الأحداث وإلقاء الأضواء عليها، ومعرفة خلفيّاتها، يعود عليهم بالكثير من الأضرار. (الهيّتي، 2011، ص131).

ولعلّ من أولى مزايا الخبر المُقدّم في صحافة الأطفال، هي تجاوبه مع عامل الوقت من حيث جدّته وحدّاته، إلى جانب معايير بروزه، وضخامته، وغرابته، ونتائجه المُرتقبة، ومساسه بعالم الطفل واهتماماته وخيالاته، كما يظل تأثيره في الصياغة المُناسبة، والصور الذهنيّة التي نرسمها في ذهن الطفل. (الهيّتي، 1986، ص237 - ص238).

من جهة أخرى، تُمثل الشهرة عنصراً مُهمّاً من عناصر جذب الطفل إلى الخبر؛ فالأطفال يهتمون بمعرفة معلومات عن المشاهير من نجوم الفن والرياضة، إلى جانب عنصري التشويق والإثارة، والتي تتحقّق بالصياغة المُناسبة لمادة الخبر مع إضفاء صور ذهنية له. (الطرابيشي، 2003، ص71).

أمّا من حيث الصياغة الصحفية، فإن مجلات الأطفال تستخدم الخبر الصحفي البسيط والمُختصر، الذي يتضمّن معلومة واحدة أو واقعة واحدة، مع تقديم شرح وافٍ لجوانبها المُختلفة، مما يُتيح للطفل فهمها واستيعابها، على أن يأخذ الخبر شكل الهرم المقلوب. (الهيّتي، 2011، ص133).

ثانياً) **التقرير الصحفي**: هو (فن صحفي، يُقدّم مجموعة من المعارف والمعلومات حول الوقائع، في سيرها وحركتها الديناميكية). (أبو زيد، 1990، ص135).

ويقوم التقرير الصحفي على وصف الجوانب الرئيسة في الحدث، إلى جانب وصفه للزمان، والمكان، والأشخاص، والظروف التي أحاطت به، كما يسمح بإبراز الآراء الشخصية والتجارب الذاتية للمحرر الذي يكتب التقرير. (المرجع السابق نفسه).

والتقرير الصحفي في مجلات الأطفال، يستخدم الجمل القصيرة ويركّز على زوايا الموضوع، ويتم سرده بطريقة سهلة وبلغة واضحة، يُسهّل على الأطفال فهمها واستيعابها. (الطرايشي، 2003، ص75).

تبعاً لما تقدّم، يُمكن القول أن للتقرير الصحفي في مجلات الأطفال، دوراً مهماً وحيوياً؛ وذلك من حيث قدرته على تقديم معلومات وتفصيلات وخلفيات عن القضايا، والأحداث، والأشخاص، والأماكن، التي تهّم الأطفال.

ثالثاً) **التحقيق الصحفي**: تحفل الحياة بالأحداث والوقائع التي يجهل الأطفال جوانب متعددة منها، والتي لا يُمكن للمناهج الدراسية أن تُعنى كثيراً بها؛ لذا وُجد التحقيق الصحفي كأحد الفنون التحريرية في صحافة الطفل، لتفسير هذه الوقائع والأحداث، وأسباب وقوعها، وأبعادها، والمشاركين فيها؛ لا سيما وأن الأطفال غالباً ما يطرحون تساؤلات كثيرة حول الأمور الحياتية، الخاصة منها والعامة، فيأتي التحقيق الصحفي ليكون عاملاً مهماً في الإجابة عن العديد من هذه التساؤلات، بطريقة سهلة ولغة بسيطة ومشوّقة، ليحيط الطفل بكثير من الحقائق والمفاهيم المتصلة بحياته وبيئته المحلية والعالمية. (أحمد، 2011، ص187) و(عليوات، 2007، ص63).

وبصورة عامة، تتمثل أهم مميزات التحقيق الصحفي الجيد في مجالات الأطفال، في قدرته على تقديم تفسيرات مناسبة لقدرات الأطفال النفسية، والعقلية، والعاطفية، والاجتماعية، خاصة وأن هذا التحقيق عادة ما يتناول حوادث ومشكلات واقعية، ويخضع للقيم والمبادئ السائدة في المجتمع. كما لا بد أن يستعين التحقيق الصحفي الموجّه للأطفال بالصور التوضيحية، التي تعكس المشاهد والحقائق التي يتضمّننها التحقيق، بشكل أكثر واقعية وجاذبية وإقناعاً. و(المرجع السابق، ص 64).

رابعاً) الحديث الصحفي: تُعدّ الأحاديث الصحفية من الأبواب المفيدة والمُمتعة للطفل؛ كونها تنقل للأطفال شخصيات مشهورة ومُحبة لهم، يسمعون عنها، ويُحبّون أن يتعرفوا إلى جوانب حياتها بشكل أوسع، ويميلون إلى تقليدها في إنجازاتها وأعمالها، وحتى في أنماط حياتها؛ إذ غالباً ما يستهدف الحديث تصوير جوانب غريبة، أو طريفة، أو مُسلية، من حياة الشخصية محور الحديث. (الأحمد، 1997، ص 84 - ص 85) و(الهيّتي، 2011، ص 134).

من هنا، تحرص صُحف ومجلات الأطفال، على إجراء الأحاديث الصحفية مع الشخصيات البارزة والناجحة اجتماعياً، ودراسياً، ومهنياً، أو مع شخصيات اعتيادية، حققت نجاحاً مُعيّناً في مجال مُعيّن، أو حتى مع الأشخاص المغمورين، الذين يُمكن أن يجد الأطفال في أفكارهم ونشأتهم وحياتهم ما يدعوهم إلى التأمل والتفكير. (أحمد، 2011، ص 188).

ويمتاز الحديث الصحفي الجيد والجادب للطفل، بحيويته وواقعيته، ويتمثل ذلك في عرض أفكار جديدة، مع غريزة الحديث من النصائح والإرشادات المباشرة والمنفّرة للطفل، فضلاً عن تصوير الشخصية محور الحديث تصويراً إيجابياً مُعبّراً، بحيث يشعر الطفل وهو يقرأ الحديث في المجلة، وكأنه أمام هذه الشخصية وجهاً لوجه، وهذا من أهم صفات الحديث الصحفي القادر على التأثير في جماهير الأطفال، وعلى تحقيق الأهداف المتوخاة منه. وأخيراً، يُفضّل صياغة الحديث

الصحفي المناسب للأطفال، على شكل قصة إخبارية تشتمل على مقدمة مثيرة. (الخصاونة، 2012، ص107).

خامساً) المقال الصحفي: لا يرتبط المقال الصحفي المُقدّم للأطفال، بقالب تعبيرية محدد، ولا يلتزم بشكل معين. وأبرز ما يُميّز هذا المقال، أنه يُخاطب الطفل مخاطبة الصديق للصديق؛ إذ ينقل له الفكرة أو الرأي أو المعلومة بسرعة وهذوء وسلاسة، وكأن هناك علاقة وطيدة تربط ما بين الكاتب والطفل، مهدت للكاتب أن يتحدث إلى الطفل، حديثاً ودياً مباشراً. (الهيّتي، 2011، ص135).

وهناك أنواع مُتعددة للمقال الصحفي الموجّه للأطفال، منها مقالات الاعتراف، التي تتضمّن خواطر أو طرائف أو حوادث تهم الأطفال، المقالات النقدية (الكاريكاتورية)، التي تُجسّد آراء أو مفهومات مُعيّنة، من خلال تجسيم بعض العيوب في المُجتمع، وتتسم المقالات الكاريكاتورية بقوة الجاذبية، وبالسرعة والسخرية؛ ما يجعلها مقبولة لدى الأطفال، كمادة إعلامية تثقيفية وترفيهية. وهناك المقال العلمي، الذي يستمد مادته من العلوم العامة المُختلفة، ويجد الأطفال فيه الأفكار والحقائق والبراهين، التي تزيد من معارفهم وخبراتهم العلمية والحياتية. (عليوات، 2007، ص66 - ص67).

وثمة هناك مقالا أدبية، تعالج الأنواع المُختلفة من أدب الأطفال، وتُسهم في تنمية خيال الطفل وقوة الإبداع لديه. كما تعود طرائق التفكير العقلاني، وتغرس في نفسه مشاعر الخير والفضيلة، وتُعزّز القيم الاجتماعية والأخلاقية الأصيلة، إضافة إلى تنمية ثروته اللغوية، وإثارة روح التدوّق الأدبي، ولا سيّما في توظيف القصة والشعر والأمثال. (المرجع السابق، ص67).

سادساً) العامود الصحفي: يُمكن أن يتخذ المقال في مجلات الأطفال شكل العامود الصحفي الثابت، الذي يتخذ له عنواناً ثابتاً، ومكاناً ثابتاً في المجلة، ويكتب من قبل شخصية مُحببة لدى

الأطفال؛ كأن تكون إحدى شخصيات المجلة، أو شخصية عامة ومشهورة في المجتمع، أو أحد أصدقائهم البارزين في أحد الميادين، إلا إن العامود الصحفي يُستخدم بصورة ضيقة في مجلات الأطفال. (الأحمد، 1997، ص86).

سابعاً) بريد القراء: يُعدّ باب بريد القراء، أحد أهم الأبواب التي يُقبل الأطفال على قراءتها، والتي تحرص المجلات على توافرها ضمن صفحاتها؛ كونه يُعبّر عن مدى إقبال الأطفال على قراءة مجلتهم، وهو بذلك يُعدّ مؤشراً لقياس مدى نجاح المجلة. (الطربيشي، 2003، ص74).

ويتمثل بريد القراء أو ركن البريد، بالرسائل التي تتلقاها المجلة يومياً من قرائها الأطفال، سواء بالبريد، أو باليد، أو من خلال البريد الإلكتروني، وتتضمن تعليقات، أو استفسارات، أو شكاوي، أو مشكلات، أو أخبار جديدة، أو آراء، وتُنشر هذه الرسائل في ركن ثابت من المجلة. وعادة ما يكون البريد مصحوباً بالصور الخاصة بأصحاب البريد من الأطفال، أو ببعض الصور التوضيحية المتعلقة بموضوع البريد، كما قد يُصاحبه تعليقات من المُحرر أو من مُتخصص أو من إحدى الخبراء في مجال موضوع البريد. (أبو سنة، 2004، ص64) و(الطنباري، 2004، ص164).

وتُعدّ مراسلات الأطفال إلى مجلاتهم، إحدى إسهامات الأطفال في تحرير هذه المجلات، وتأخذ هذه المراسلات أشكالاً متعددة؛ إذ تتنوّع بين البريد المصور، الذي يُرسل من خلاله الأطفال صوراً أو رسومات، والبريد التحريري، الذي يتضمن كتابات بعض الأطفال في شتى المجالات، وهذه الكتابات تكون في أغلبها مواد منقولة مع بعض المحاولات الإبداعية، والبريد التطوعي، الذي يُرسله القراء من الأطفال بمبادرة منهم ليُنشر لهم في مجلتهم، وأخيراً البريد التفاعلي، الذي يُرسله الأطفال بناء على متابعتهم لأبواب المجلة، حيث يُطلب منهم إرسال الردود والتفاعل مع محتوى

هذه الأبواب. (الطنباري، 2004، ص163) و(يوسف، 2002، ص26 - ص27).

ثامناً) الأبواب الصحفية الثابتة: تُعتبر الأبواب الصحفية الثابتة والمُتخصصة في مجال موضوعي مُعيّن، من أهم ما يُميّز مجلات الأطفال؛ ذلك لأن تكرار وجود الباب نفسه في أعداد المجلة، يُقيم إحساساً بالألفة بين الأطفال ومجلتهم، ويمكن تميّز الأبواب الثابتة في مجلات الأطفال من خلال عنوانها الثبات، ومُحرريها، والمُشرفين عليها. ومن هذه الأبواب ما هو ديني، يهتم بمُعالج القضايا الدينية وتبسيطها، ومنها ما هو صحي، يُعنى بعرض معلومات صحية بسيطة تهم الأطفال، ومنها الأبواب الرياضية، التي تُعد أحد أبرز الأبواب في مجلات الأطفال، نظراً لتعلّق معظم الأطفال بنجوم الألعاب الرياضية المُختلفة. (الطرايشي، 2003، ص76).

تاسعاً) الإعلان: تتنوّع الإعلانات المنشورة في مجلات الأطفال بين الإعلان عن الإصدارات الجديدة الخاصة بالأطفال من كتب، وقصص، وقواميس، ومجلات، وعروض سينمائية ومسرحية، وتسجيلات صوتية أو مرئية تتضمن مواد مُلائمة لهم، وعروض فرق الفنون الشعبية والسيرك، إلى جانب الإعلان عن الأدوات المكتبية، والخدمات المصرفية التي تُنمّي لديهم قيمة الادخار، وكذلك إعلانات المُنشآت والأنشطة السياحية والأثرية من متاحف ومعارض، بالإضافة إلى إعلانات بعض السلع التي تُساعد على نشر السلوكيات الصحية، كمعجون الأسنان، أو التي تُساعد على اكتمال نموهم وتُمنعهم بالصحة، كالألبان. (الحديدي، 1992، ص8).

وتجدر الإشارة هنا، إلى ضرورة ارتقاء الإعلانات في مجلات الأطفال بالذوق العام للطفل المُتلقي، وذلك من حيث مدى مُلائمة الصورة أو الرسم، وتناسق الألوان، كما لا بد أن تتفق الإعلانات في مضامينها مع السلوكيات، والقيم، والعادات، والمفاهيم، والاتجاهات المراد غرسها لدى الطفل، وابتعادها عن إثارة بعض الميول غير المطلوبة، كالتشجيع على الاستهلاك أو حُب الظهور. (المرجع السابق نفسه).

عاشراً) الكلمات المتقاطعة: تُعدّ الكلمات المتقاطعة وسيلة لتثقيف الطفل القارئ، وإمتاعه ذهنياً، وتزويده بمعلومات جديدة، وهناك كلمات متقاطعة تعالج موضوعات عامة، وأخرى متخصصة، وبعضها يستخدم الصور والرسوم، والآخر يستخدم الأرقام. (أبو سنة، 2004، ص64).

الحادي عشر) المسابقات والألعاب: وهو باب لا تكاد تخلو منه مجلة أطفال، ويتكوّن من قسمين هما:

أ- تسالي وألعاب: وهي عبارة عن الغاز والألعاب تعمل على تنشيط ذهن الطفل، إلى جانب كونها وسيلة للترفيه، الذي يُنمّي عقل الطفل ويوسّع مداركه ويعود عليه بالفائدة. ويُشترط في هذه الألعاب أن لا تحتاج إلى ثقافة واسعة أو درجة عالية من الذكاء، وأن تحوي فائدة علمية أو أدبية أو دينية ما أمكن، كما يجب أن تُثير لدى الطفل الخيال والتأمل، دون المبالغة في الغموض الذي قد يُصيب الطفل بالإحباط. وأخيراً، لا بد من نشر حلول لهذه الألعاب والتسالي في مكان مُناسب من المجلة. (الرماضنة، 2014، ص127).

ب- المسابقات: للمسابقات دور مهمّ في الكشف عن ثقافة الأطفال وتفوقهم في مجالات لغوية وعلمية وأدبية عديدة؛ فهي تُنشّط الأطفال للبحث والإجابة عن الأسئلة المنوعة. وغالباً ما تحتوي مجلات الأطفال على مسابقة العدد وتشمل مجموعة من الأسئلة الثقافية، وقد يكون بعضها مُرتبطاً بمواد العدد أو الأعداد السابقة من المجلة، وعادة ما تكون جوائز المسابقة قيّمة ومحدودة، أو قليلة القيمة وكثيرة العدد، كما يُمكن عمل كوبون خاصة بالمسابقة؛ لتأكيد شراء الأطفال للعدد المُقبل من المجلة، مع ملاحظة أن يكون حجم الكوبون صغير حتى لا يؤثر نزعها على المجلة أو يُشوّهها. (المرجع السابق نفسه).

من جهة أخرى، يستخدم مُحَرِّرو مجلات الأطفال وناشروها المُسابقات والألعاب لإثارة اهتمام القراء من الأطفال، وكثيراً ما تعتمد هذه المجلات إلى تنظيم مُسابقاتها بالتعاون مع الشركات التجارية، وهي بذلك تحقق غرضين، أولهما: الإعلان للشركة المنظمة للمسابقة، وثانيهما: إثارة اهتمام الأطفال؛ لذا فهي تُقدِّم للقراء من الأطفال أسئلة متنوعة ومُتباينة. (الغباشي، 2002، ص334).

الثاني عشر) الصور والرسوم والكاريكاتير: تُشكِّل الصور والرسوم عنصراً مُهمّاً في صحف الأطفال ومجلاتهم؛ كما تُعدّ من أكثر المواد الصحفية قُدرة على جذب الأطفال؛ فالصور والرسوم ليست من العناصر الإخراجية فحسب، بل مادة صحفية حيّة، ذات قيمة إعلامية وثقافية وجمالية كبيرة؛ فهي تُربّي الذوق الفني عند الطفل، وتُثقف نظره إلى مواطن الجمال فيها؛ كما تُعين خياله على الانطلاق الرحب، وتُشكِّل لديه صوراً ذهنية عن المواقف والأفكار والقيم المُقدّمة في المواد التحريرية. (عليوات، 2007، ص67) و(حوامدة وآخرون، 2006، ص91).

وفي بعض الأحيان، قد تتفوّق الصور والرسوم في تأثيراتها على المادة المكتوبة؛ لذا لا يُقتصر استخدامها على الناحية الجمالية فحسب، بل يتعدّاها إلى النواحي التعبيرية والتوضيحية والتشويقية؛ إذ تُضفي ألوانها سحراً وجاذبية على المادة، كما تؤدي دوراً حيوياً في تكامل الصورة الذهنية لدى الطفل؛ مما يُمثّل إبداعاً مكافئاً للنص، بل قد يفوقه أحياناً. (الخصاونة، 2012، ص108) و(الأحمد، 1997، ص84).

وتعتمد الصور والرسوم في مجلات الأطفال، على عناصر التشويق والإثارة البصرية من جهة، وعلى قُدرة الطفل العقلية من جهة أخرى، إضافة إلى مستواه الثقافي؛ لأنّ فهم معاني الرسم ودلالاته (الفنية والفكرية) يرتبط إلى حدٍ بعيد بثقافة الطفل الذي يتعامل مع هذه اللغة الفنية، شأنه

في ذلك شأن اللغة اللفظية، من حيث الفهم والاستيعاب والتوظيف الجيد. (الخصاونة، 2012، ص108).

وتتميز الصور والرسوم الجيدة في مجالات الأطفال بمجموعة من السمات الخاصة، منها: (عليان، 2014، ص253) و(المشرفي، 2004، ص149 - ص150).

- 1) أن تكون الصور والرسوم جميلة من وجهة النظر الفنية.
- 2) أن تتلاءم مع مراحل نمو الأطفال عقلياً، وعاطفياً، وحسياً؛ فيختار المخرج لكل فئة ما يُناسبها.
- 3) أن تكون ملوّنة مع مراعاة درجات التباين اللونية، وفي حالة إظهار الأضواء والظلال، ينبغي مراعاة الدقة التي تفرضها جمالية اللوحة.
- 4) أن تكون ألوانها مناسبة لطبيعة الطفل الانفعالية والنفسية، وملائمة كذلك لطبيعة العصر التي تتكون منها الصورة أو الرسم.
- 5) أن تُعبّر عن الفكرة الرئيسة والأفكار الثانوية الأخرى بشكل دقيق.
- 6) أن تكون الرسوم مُعبّرة عن البيئة التي تُعبّر عنها المادة المكتوبة زمنياً ومكانياً.
- 7) أن يتم التوازن بين المادة المكتوبة وبين الرسوم، فليس من المناسب أن تغطي الصور على المادة المكتوبة.

- 8) أن تُشكّل الرسوم مع المادة المكتوبة، وحدة فنية متكاملة من خلال الترابط الوثيق بينهما.
- من خلال العرض السابق، يُمكن القول بأن الفنون الصحفية المُستخدمة في مجالات الأطفال، لا بد أن تتوافق وتنسجم معاً في ربط الطفل بما يدور حوله؛ فإذا كان الخبر يُقدّم للطفل آخر الأحداث والتطورات من حوله، فإن التقرير الصحفي يصف للطفل الملابس والظروف التي

أحاطت بالأحداث، وكذلك الشخصيات التي شاركت في صنعها. أمّا التحقيق الصحفي، فإنه يُعرّف الطفل على الأبعاد المختلفة للموضوعات أو القضايا التي تُعالجها المجلة، في حين يُلبّي الحديث الصحفي حاجة الطفل في التعرّف على الشخصيات الناجحة والرائدة في مجتمعه.

② أشكال وفنون التحرير الأدبي:

تتنوّع الأشكال الفنية لأدب الطفل بوجه عام بين قصة، ومسرحية، ونشيد ومسرحية شعرية، وغيرها. ومن أهم الأشكال والفنون الأدبية المستخدمة في مجلات الأطفال:

أولاً) القصة: تُعدّ القصة من أبرز أنواع أدب الأطفال، كما أنها من أنسب الوسائل لمُخاطبة الطفل؛ فهي تستعين بالكلمة في التجسيد الفني، إذ تتخذ الكلمات فيها مواقع فنية تقود إلى إثارة عواطف وانفعالات الطفل، وإثارة العمليات العقلية والمعرفية عنده، كالإدراك والتخيّل والتفكير، فضلاً عن أنها تُعدّ وعاء لنشر الثقافة بين الأطفال، بما تحمله من أفكار ومعلومات علمية، وتاريخية، وجغرافية، وأدبية، ونفسية، واجتماعية. (أبر سنة، 2004، ص64 - ص65).

وحيث أن القصة المنشورة في مجلات الأطفال، تعمل على تنمية وعي الطفل الثقافي، وتشجعه على القراءة المستمرة، فإن بعض المجلات الموجهة للطفل، تعتمد إلى تقديم موضوعاتها عن الشخصيات التاريخية والمعاصرة بأسلوب قصصي مشوّق. (الخصاونة، 2012، ص105 - ص106).

ثانياً) المُسلسلات المُصورة (الهزليات - Comics): ذكر سامي عزيز، بأن المُسلسلات المُصورة تعتمد على الصور وعلى الأسلوب الحوارية؛ فالقصة المُسلسلة تُقدّم على شكل شريط أو

عدة أشرطة من الصور وكأنها فيلم يتحرك، أمّا الكلمات في هذا النوع من القصص، فهي لا تتعدى عن كونها رابط يربط الصور بعضها ببعض. (نقلًا عن أبو سنة، 2004، ص65).

ويُمكن استغلال ميل الطفل إلى الهزليات المصورة، في تربيته على القيم والأخلاقيات الحميدة؛ وفي تقديم الحقائق العلمية والتاريخية، ما يُحقق له في المُحصلة التسلية والمتعة والفائدة معاً.

ثالثاً) الشعر: هو أحد الفنون الأدبية التي تستخدمها مجلات الأطفال في تقديم مادتها إلي الطفل، وذلك لما يُمكن أن يُسهم به الشعر في إثراء خبرات الأطفال، وزيادة تجاربهم، وإلقاء الضوء على الأحداث اليومية الجارية وتعميقها، وتناولها بطريقة جديدة. من هنا، ينبغي أن تُراعى اهتمامات الأطفال وحاجاتهم عند اختيار الشعر المقدم لهم في مجلاتهم، إلى جانب مناسبتة لهم من حيث الموضوع والمزاج وحالتهم النفسية، ومدى نُضجهم الإدراكي، فضلاً عن ضرورة اختيار ما يكون ذا صلة وثيقة بخلفيتهم الفكرية والثقافية، وبعصرهم الذي يعيشون فيه. (الغباشي، 2002، ص321).

رابعاً) السير والتراجم: تهتم مجلات الأطفال بنشر السير والتراجم؛ لما لها من أثر إيجابي على تنشئة الطفل من الناحية السلوكية والمعرفية والثقافية، لذا تدأب مجلات الأطفال على نشر ترجمات للصحابة والمفكرين والأدباء والعلماء، كي يقتدي الطفل بما قدّمه أولئك المُفكرون والعلماء من انجازات للبشرية، ويخطو بشكل واثق نحو المعالي وتحقيق الأهداف. (الرماضنة، 2014، ص117).

خامساً) الحكم والأمثال: هي الأساليب المأثورة التي تنتقل بها معرفة الأجداد والآباء وخبراتهم إلى الأبناء والأحفاد؛ إذ تُمثّل الحكم والأمثال مستودعاً لكافة جوانب الإبداع الشعبي المتمثلة في الأدب بمختلف فنونه، وفي المُعتقدات، والممارسات، والحرف، وأنماط السلوك الشعبي، وطرائق تعبير

الإنسان في بيئته. وتميل الحكمة إلى الخطابية؛ فهي تُقرر وتُفنع، أمّا المُثل فيميل إلى التخيل والشعرية، ودلالة الحكمة مُباشرة، بينما دلالة المُثل إيحائية، ووظيفة الحكمة التوجيه، ووظيفة المُثل التصوير والتشخيص. (المرجع السابق، ص122 - ص123).

سادساً) **الفكاهات والطرائف**: تعتمد مجلات الأطفال إلى إدخال السرور والتفاؤل والأمل في نفوس قرائها الأطفال من خلال إدراج أبواب الطرائف والنوادر على صفحاتها، وتحت عناوين مُتقاربة مثل: طرائف وابتناسات، طرائف ونوادر، قف وابتنس، وما يشابهها من العناوين، التي تُقدّم ما يُفرح ويُضحك الطفل. وأحياناً تُقدّم المجلات أقصوصة طريفة بالرسوم بدون تعليق، ليُترجمها الطفل بنفسه ويضحك. (الهيئة، 2011، ص137).

مفهوم المعلومات

تُمثّل المعلومات ظاهرة اجتماعية حضارية، ارتبطت بحياة الإنسان منذ محاولاته المُبكرة للتعرف على البيئة المُحيطة به. وكنتيجة حتمية لازدياد مُتطلبات الحياة تعقيداً؛ لم تُعدّ المعلومات اليوم مقصورة على مُجتمع البحث الأكاديمي فقط، بل امتدت إلى المُجتمع الإنساني كله؛ إذ أصبحت المعلومات بالنسبة لكل أفراد المُجتمع كما هي بالنسبة للبحث العلمي، تنتبأ مكاناً لم يسبق لها أن وصلت من قبل، (عبيد، 1997، ص18).

من جهة ثانية، تُعدّ عملية اكتساب المعلومات عن أيّ موضوع، عملية سابقة لعملية تكوين الرأي؛ فتوافر المعلومات الصحيحة والكاملة، يؤدي إلى تكوين الآراء الصحيحة؛ فمن لا يمتلك معلومات صحيحة، ومتكاملة، وحديثة، لا رأي سليم له. (المرجع السابق نفسه).

أما فيما يتعلّق بماهية المعلومات، يرى (ولفرد لانكستر) Wilfrid Lancaster أن المعلومات شيء غير مُحدد المعالم؛ فلا يُمكن رؤيتها أو سماعها أو الإحساس بها، ونحن نُحاط علماً في موضوع ما، إذا ما تغيرت حالتنا المعرفية بشكل ما؛ أي أن المعلومات في نظر (لانكستر) هي: (ذلك الشيء الذي يُغير الحالة المعرفية للشخص في موضوع ما). (لانكستر، 1981، ص35 - ص36).

وفي "معجم المُصطلحات الإعلاميّة"، وردت المعلومات على أنها: (البيانات المُصاغة بطريقة هادفة، لتكون أساساً لاتخاذ القرار). وكذلك بأنها: (مجموعة المفاهيم، والمُفردات، والحقائق، والبيانات، والآراء، التي تُشكّل تفسيراً أو توضيحاً، لظاهرة مُعيّنة، أو واقعة، أو موضوع ما؛ لتعريف الإنسان بها، وتنمية قابليته وقدراته، وتمكينه من إنجاز عمل أو اتخاذ قرار). (الفار، 2014، ص316 - ص317).

من جهته، ينظر Michael Buckland (باكland) للمعلومات باعتبارها: (Buckland, 1991, P.351).

- 1) عملية: بمعنى فعل الإعلام.
- 2) معرفة: للدلالة على ما تم إدراكه من المعلومات كعملية.
- 3) شيء: من حيث توصيلها أو تمثيلها بطريقة مادية.

خصائص المعلومات

تتميز المعلومات بمجموعة الخصائص، من أبرزها: (أبو سنة، 2004، ص88 - ص89) و(سراج، 2005، ص132 - ص133).

1. **الدقة:** بمعنى خلو المعلومات من الأخطاء، إضافة إلى صدقها وصحتها، وتطابقها مع معطيات الواقع شكلاً ومضموناً.

2. **التوقيت:** بمعنى مراعاة توفير المعلومات الدقيقة، بالسرعة المناسبة، وبالزمن المناسب لاستخدامات المستخدمين؛ إذ لا قيمة للمعلومات في غير وقتها المناسب .

3. **الوضوح:** أي أن تكون واضحة وخالية من التعقيد أو الغموض، ومُتسقة فيما بينها دون تعارض أو تناقض، مع مراعاة عرضها بشكل مُناسب لاحتياجات المستخدمين.

4. **الواقعية:** بمعنى ارتباط المعلومات بالواقع وباحتياجات المستخدمين.

5. **المرونة:** بمعنى قابليتها لتلبية الاحتياجات المختلفة لكافة المستخدمين.

6. **الموضوعية:** بمعنى إعداد المعلومات بشكل مُحايد بعيداً عن أي تحيز، خاصة وأن تغيير محتوى المعلومات قد يؤثر سلباً على المستخدمين .

7. **صدق التعبير:** أي أن تُعبّر بشكل صادق عن مضمونها.

8. **الشمول:** أي قدرة المعلومات على إعطاء صورة كاملة عن المشكلة، أو عن الحقائق الظاهرة.

9. **إمكانية الوصول إليها:** أي سهولة وسرعة الحصول على المعلومات.

10. **قابلية المراجعة والتحقق:** أي توفر المستندات الدالة على دقة المعلومات، وبالتالي سهولة

الرجوع إليها عند الحاجة.

مفهوم القيم

تُعدّ القيم الشخصية من الموضوعات المهمة في حياة الأفراد الخاصة والعملية؛ فهي تُمثّل إحدى المكونات الأساسية لهذه الشخصية، كما أنها تؤثر في سلوك الأفراد واتجاهاتهم وعلاقاتهم داخل المنظمات وخارجها؛ لذا شغل مفهوم القيم اهتمام الكثير من الباحثين والدارسين في مجالات وتخصصات مختلفة؛ كالفلسفة، والتربية، والاقتصاد، وعلم الاجتماع، وعلم النفس، والأنثروبولوجيا، وغير ذلك من المجالات؛ الأمر الذي ترتب عليه، نوع من الخلط والغموض في استخدام المفهوم من تخصص لآخر، بل إنه بات يُستخدم استخدامات متعددة داخل التخصص الواحد. (خليفة، 1992، ص30) و(الدليمي، 2012-أ، ص35).

وتُشير لفظة القيمة من الناحية اللغوية إلى: (الاستقامة، والاعتدال، والتوجه إلى الغايات دون ميل، وإتباع المنهج الحق). (حلاوة، 2011، ص151).

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). (نقلًا عن البطش، وعبد الرحمن، 1990، ص93).

بينما تُمثّل عند (وايت) White (هدف أو معيار حكم، يكون بالنسبة لثقافة مُعيّنة شيئاً مرغوباً، أو غير مرغوباً لذاته). (نقلًا عن كنعان، 1995، ص134). وعند (ليبيت) Lippitt هي: (معيّار للحكم، يستخدمه الفرد والجماعة من بين عدة بدائل، في مواقف تتطلب قراراً ما أو سلوكاً مُعيّناً). (نقلًا عن همشري، 2003، ص309).

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. (سعيد، 2012، ص564).

ويعتمد المجتمع في تكامل بيئته الاجتماعية على القيم المشتركة بين أعضائه، والتي كلما اتسع مداها بينهم، ازدادت وحدة مجتمعهم 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. (كنعان، 1995، ص131 - ص132).

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. (سعيد، 2012، ص564).

وتأكيداً على هذه الأهمية، يُشار إلى أنه ورد في الخطة الإعلامية الصادرة بتاريخ 1974/6/1 عن وزارة الثقافة والإعلام الأردنية آنذاك، بنداً خاصاً بالأطفال، تم التأكيد فيه على ضرورة إعداد الطفل الأردني إعداداً سليماً، وأن على وسائل الإعلام إنضاج عقله وتكوين شخصيته، من خلال نشر القيم الدينية والروحية، وبيان أثر الإيمان بهذه القيم على الفرد والمجتمع، وتعميق قيمة حب الوطن

لدى الطفل، وضرورة العلو بالقيم الأخلاقية والاجتماعية، كالتأكيد على احترام الوالدين بصفة خاصة والأسرة بصفة عامة كنواة للمجتمع. (الخطة الإعلامية الأردنية، 1974، ص27).

التجربة الأردنية في مجال إصدار مجلات الأطفال

تأخر ظهور الصحافة الموجّهة إلى الطفل في الأردن، سواء في مجال الصحف أو المجلات أو الكتيبات، شأنه في ذلك شأن أغلب الدول العربية. ولعلّ السبب في ذلك التأخير يعود إلى تأخر النهضة الأدبية في هذه الدول، ولانشغالها بالسياسة وغيرها من الأمور التي تنصدر اهتمامات الأنظمة الحاكمة في البلدان العربية، إلى جانب الاضطراب وعدم الاستقرار الذي خلفه الاستعمار، إضافة إلى ما تحتاجه هذه الصحافة من ملاكات مؤهلة وقادرة من ناحية فنية على الكتابة والإخراج، ومُلمّة بالمعرفة العلمية بطبيعة الأطفال وخصائصهم. (الرماضنة، 2014، ص67) و(هندي، 1995، ص107).

ويُمكن القول، أن عام 1979 الذي كُرس كسنة دولية للطفل، قد أسهم إلى حد كبير في الاهتمام بصحافة الطفل وثقافته في الأردن، حيث بدأت المجلات والدوريات الثقافية تُعنى في هذا المجال، وذلك بتخصيص حيزٍ من مساحتها لأدب الأطفال، مثلما حذت الصحافة الأردنية فيما بعد حذو هذه المجلات؛ إذ راحت تُفرد لثقافة الطفل حيزاً ما على صفحاتها ضمن اهتماماتها العامة الأخرى، (المصلح، 1996، ص37).

وتُعدّ (الدستور) أول صحيفة أردنية يومية بدأت بتخصيص صفحات موجّهة للأطفال، وذلك عندما قامت كاتبة الأطفال الأردنية السيدة روضة فرخ الهدهد عام 1983، بإعداد أول تجربة لإصدار صفحتين متخصصتين للطفل تُنشران في (الدستور) كل يوم جمعة، ما لبثت أن تقلصت إلى صفحة واحدة إثر ارتفاع أسعار ورق الصحف، ثم تقلصت في ظروف أخرى إلى نصف

صفحة، قبل أن تستقر على صفحة واحدة فيما بعد. في حين أصدرت صحيفة «الرأي» في مطلع عام 1984، مُلحقاً خاصاً بالأطفال أخذ أسم (براعم الرأي)، يصدر صباح كل يوم جمعة في صفحة واحدة، تطور فيما بعد إلى صفحتين. (المرجع السابق نفسه).

والحقيقة أن المُتتبع لمسيرة مجلات الأطفال في الأردن، يلحظ ما تُعانيه هذه المجلات رغم حداثة نشأتها، من تعثرٍ واضحٍ في الصدور، مُتمثلاً بعدم انتظامها ومن توقّف إصدار معظمها، ويُعزى ذلك التعثر إلى أسباب وعوامل عديدة، من أبرزها: (الرماضنة، 2014، ص70) و(عسرو، 2003، ص152 - ص153) و(هندي، 1995، ص108).

1. التكلفة المادية الباهظة التي يتطلبها إصدار مثل هذا النوع من المجلات.
2. ضعف التوزيع وتدني الإيرادات المادية للمجلة؛ مما يؤدي إلى تراكم الخسائر وتوقّف المجلات عن الصدور.
3. غياب السياسات والاستراتيجيات الثابتة، التي تهدف إلى إنشاء مجلات أطفال أردنية قوية، قابلة للصمود أمام الظروف والتحديات المُختلفة.
4. قلة الملاكات الفنية المحليّة المؤهلة في مجال كتابة وإخراج هذه النوعيّة من المجلات.
5. افتقار العاملين في مجلات الأطفال الأردنية إلى المعرفة والدراية التربوية، بما يُناسب الأطفال ومطالب صحافتهم.
6. افتقار مجلات الأطفال الأردنية إلى التجديد في الموضوعات المطروحة، وأساليب الإخراج المُستخدمة.
7. عدم مقدرة مجلات الأطفال في الأردن على تلبية حاجات الطفل الأردني ومتطلبات بيئته المعاصرة بما فيها من مستجدات.

8. انعدام الحوافز للعمل في مجال صحافة الأطفال في الأردن، وبالتالي إجحام الكُتّاب والمؤلفين والفنيين عن هذا العمل.

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

10. ضعف وعي الآباء والمربين عموماً، بأهميّة الثقافة بالنسبة للطفل.

أهم مجلات الأطفال التي صدرت في الأردن

أدناه عرضٌ موجزٌ لأهم وأبرز مجلات الأطفال التي كانت تصدر في الأردن ومن ثم توقّفت عن الصدور، إلى جانب المجلات التي ما زالت تصدر زمن إجراء هذه الدراسة:

◆ مجلات متوقّفة عن الصدور:

- **مجلة فارس:** هي أول مجلة أطفال أردنية، تم تجهيز العدد الأول منها في تشرين الأول/أكتوبر 1971 في عمّان، فيما تم فرز الألوان وأفلام الطباعة في بيروت، أمّا الطباعة فقد تمت في مطابع المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي». ويذكر أنه تم تجهيز ثلاثة أعداد تالية منها بالآليّة ذاتها. (عمرو، 2003، ص159).

وبحسب هدى أبو نوار، اعتمدت "فارس" الأسلوب التربوي التعليمي في مخاطبتها للأطفال، فحملت لهم القصص، والسيناريوهات، والرسم، والمسابقات، والصحة، والدين، والعلوم، وصور الأطفال. (نقلًا عن حناحنة، 2 حزيران/يونيو 2005، جريدة الغد الأردنية، ص2).

ومن الجدير ذكره، أن مجلة "فارس" كانت قد اصطدمت في بداية انطلاقها بعقبة قانونية؛ إذ كانت رئيسة تحريرها السيدة هدى أبو نوار موظفة آنذاك في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني،

وكانت الأنظمة والقوانين حينها، لا تسمح للموظف بالعمل كرئيس تحرير لمطبوعة صحفية، لذا كان على أبو نوار الاختيار بين وظيفتها في المؤسسة، وبين رئاستها لتحرير المجلة، وجاء الحل ببيع امتياز "فارس" إلى السيد فخري أو حمدي، الذي حولها إلى صحيفة للأطفال، أصدر منها بضعة أعداد قبل أن تتوقف عن الصدور. (عمرو، 2003، ص159).

- **مجلة الرائد:** صدرت عام 1974 عن المركز الإسلامي واتحاد الطلبة المسلمين. (الرماضنة، 2104، ص69).

- **مجلة سامر:** تأسست عام 1977 على يد فنان الكاريكاتير والناقد الفني الراحل رباح الصغير، فيما تولى كمال فحماوي رئاسة تحريرها. صدرت "سامر" في بداياتها كمجلة شهرية ثم تحولت إلى نصف شهرية لأطفال المرحلتين الابتدائية والإعدادية. تعثرت عام 1979 وتوقفت بعد صدورها بفترة قصيرة، لتعود ثانية عام 1987 بدعم من جمعية القدس التعاونية للتربية والثقافة والعلوم، إلا أنها تعثرت من جديد، وتوقفت بشكل نهائي عن الصدور. (عليوات، 2007، ص212 - 213) و(الأخرس، 1979، ص40).

- **مجلة الشطرنج للناشئين:** مجلة فصلية تختص بلعبة الشطرنج، وبتوجيه الأطفال الناشئين إلى ممارسة هذه اللعبة وفق أصولها المعروفة، صدرت عام 1978 واستمرت لفترة وجيزة، ثم توقفت عن الصدور. (الأخرس، 1979، ص40).

- **مجلة الثقافة العلمية:** مجلة فصلية متخصصة، ذات صبغة علمية مناسبة لأطفال المرحلة الإعدادية، كانت تصدر تحت إشراف الجمعية العلمية الملكية، صدر منها عدد تجريبي عام 1978، في حين بدأ صدورها الدوري عام 1979. يُشار إلى أن دائرة التربية في الجمعية العلمية

الملكيّة، كانت قد أنشأت لجنة مؤلفة من الخبراء والمُختصين بشؤون الطفل ومُطالعائه وقراءاته، وبأشرت هذه اللجنة عملها عام 1976 ولغاية 1987، تولت خلالها إصدار "مجلة الثقافة العلمية"، بالإضافة إلى إصدار عدد من كتب الأطفال، التي تميّزت جميعها بموضوعاتها المُستمدّة من البيئة، إلا أن نشاط اللجنة قد توقّف بعد فترة قصيرة. (المرجع السابق نفسه).

- **مجلة أروى:** مجلة ثقافية متنوعة، كانت موجّهة للأطفال من سن (5 - 15) سنة، أصدرها رضوان دعبول عن دار البشير في عمّان عام 1983، وتوقّفت عن الصدور عام 1987، رغم أنها كانت توزّع حوالي (40) ألف نسخة في ذلك الحين. أُعيد إصدارها في تسعينات القرن الماضي، لكنها توقّفت بعد صدور أربعة أعداد منها فقط. (الرماضنة، 2014، ص 68) و(القبلاوي، 2 تموز/يوليو 2001، جريدة الرأي الأردنية، ص 47).

- **مجلة الكرتون العربي:** مجلة ثقافية متنوعة للأطفال والفتيان، تأسست عام 1987 عن مؤسسة البتراء الدولية للنشر والتوزيع، وكان يرأس تحريرها غسان بُسّطامي. صدرت المجلة باللغتين العربية والانجليزية؛ خاصة وأنها كانت موجّهة بالأساس للأطفال العرب في المهجر، لذا كانت تعتمد على التوزيع الخارجي أكثر من اعتمادها على التوزيع الداخلي. (الرماضنة، 2014، ص 69) و(القبلاوي، 2 تموز/يوليو 2001، جريدة الرأي الأردنية، ص 47).

شارك في تحريرها عدد من المُختصين من الولايات المتحدة الأمريكية، وكندا، وأمريكا الجنوبية، وإفريقيا، وأوروبا، وأستراليا. اتسمت "الكرتون العربي" بالطابع الثقافي والتعليمي، كما تميّزت بمستواها المُتقدّم من حيث الأسلوب والإخراج، ورغم ذلك تعثرت وتوقّفت إصدارها عام 1990. (الرماضنة، 2014، ص 69).

- **مجلة البشير:** تأسست عام 1988، وكان الهدف من إصدارها غرس القيم والاتجاهات الدينية لدى الأطفال. صدر منها عددان، وتوقفت بعد ذلك عن الصدور. (المرجع السابق نفسه).

- **مجلة لونا:** مجلة ثقافية شاملة، صدرت عن دار الفريد للنشر والتوزيع عام 1994، كأول مجلة أطفال تصدر بانتظام أسبوعياً في المملكة الأردنية الهاشمية، ثم تحولت إلى الإصدار الشهري. ويمكن القول أن "لونا" التي كانت ترأس تحريرها السيدة رلى الفرا، شكّلت طفرة ونقلة نوعية في مجلات الأطفال في الأردن، واستطاعت أن تُحقق في فترة قصيرة انتشاراً هائلاً بين الأطفال محلياً، وحتى في عدد من الدول العربية المتقدمة في هذا المجال، إلا أن هذا النجاح كان يعني المزيد من الخسائر المادية؛ لافتقارها إلى الإعلانات التجارية وإلى دعم الجهات المعنية، فصدر قرار إيقافها عام 1997. (أبو عراق، 2012، ص34) و(أبو علبة، 22 كانون الأول/ديسمبر 2005، جريدة الغد الأردنية، ص40).

من جانبها، أشارت رلى الفرا إلى أن إدارة مجلة "لونا" عانت من ارتفاع كلفة الإنتاج؛ خاصة مع توفيرها كادر خاص بالمجلة، وباستعانتها برسامين عرب لعدم توفرهم في الأردن حينها، الأمر الذي أسهم في تحقيق نقلة نوعية على الصعيد التقني المحلي في هذا المجال، حتى أن إحدى شركات الإنتاج الغربية، قامت باقتباس فكرة إحدى شخصيات "لونا"، وحولتها إلى شخصية كرتونية متحركة. (نقلاً عن أبو علبة، 22 كانون الأول/ديسمبر 2005، جريدة الغد الأردنية، ص40).

- **مجلة براعم عمان:** مجلة ثقافية مصورة للأطفال من سن (8 - 14) سنة، كانت تصدر عن مديرية الثقافة بأمانة عمان الكبرى. صدر العدد الأول منها في أيار سنة 1998، وتوالى صدورها بواقع عدد واحد كل شهرين حتى عددها التاسع عشر في سنها الرابعة، ليبدأ إصدارها شهرياً بواقع (2000) نسخة، كان يتم توزيعها مجاناً على موظفي أمانة عمان الكبرى، وعلى المكتبات العامة

والمراكز الثقافية التابعة للأمانة، ودور رعاية الأيتام، والمستشفيات. (عسرو، 2003، ص160) و(النوباني، 2011، ص168).

اشتملت المجلة على عدة أبواب، منها: القصص المصورة، الشعر، الرياضة، سير الأعلام، وغيرها الكثير، إلى جانب زاوية خاصة لنشر إبداعات القراء من شعر، قصة، ورسوم. (الموقع الرسمي لأمانة عمان الكبرى على الانترنت، تم استرجاعه بتاريخ: 2015/6/27).

ومن الجدير ذكره، حرص "براعم عمان" على النشر لكتاب وشعراء أردنيين وعرب، إذ نشرت لكتاب وشعراء من مصر، الجزائر، سوريا، العراق.. وذلك حرصاً منها على إطلاع الطفل الأردني على نماذج إبداعات الكتاب العرب. (عليوات، 2007، ص219).

وفي يوم 27 كانون الأول/ديسمبر 2011، جاء قرار أمانة عمان الكبرى بإيقاف مجلة "براعم عمان"، إلى جانب مجلتي "عمان" ذات الصبغة الثقافية، ومجلة "تاكي" التي كانت تُعنى بالإبداع النسوي، وعُلت الأمانة ذلك القرار، بتخفيف العبء المالي المترتب على خزينة الأمانة، نتيجة إصدار هذه المطبوعات.

◆ مجلات مُستمرة الصدور:

- مجلة وسام: مجلة شهرية ثقافية للأطفال والفتيان، تُعنى بالموضوعات الأدبية والفنية والعلمية، تُصدرها وزارة الثقافة الأردنية. صدر العدد الأول منها عام 1984م وما زالت تصدر إلى الآن، وإن كان يعوزها الانتظام في صدورها أحياناً. (عسرو، 2003، ص166 - ص167) و(الهور، 1996، ص42).

تتبع مجلة "وسام" إدارياً لمديرية ثقافة الطفل في الوزارة، لكن هذه المديرية لا تتدخل في المجلة، وتُتيح لهيئة تحريرها استقلالية تامة، ما دامت تُراعي مُتطلبات الوزارة المُتضمنة في خططها ورسالتها ونهجها الوطني. (صالح، 2011، ص156).

تتنوع أبواب المجلة لتضم القصيدة، والقصة القصيرة، والموضوعات ذات الصبغة الثقافية، والأدبية، والعلمية، والتعليمية، والوطنية، إلى جانب القصص المترجمة عن اللغات العالمية. ويُسهم في تحرير موادها، نخبة من كُتّاب القصة والأدباء، كما يتعامل معها رسامون محترفون وهواة، بعضهم بانتظام، وكثير منهم بشكل مُتقطع. والمجلة تصدر في (32) صفحة من القطع (21سم×28سم)، وهي ملونة بورق صقيل لامع، ويضمها غلاف ملون مُغطى بطبقة من السلوفان. (صالح، 2011، ص156) و(الهور، 1996، ص42).

وتجدر الإشارة، إلى أنه يُطبع من مجلة "وسام" (5000) نسخة شهرياً ، يتم توزيعها مجاناً على جهات ومؤسسات محلية، أو عبر الإهداء من وزارة الثقافة، لكنها لا تطرح في الأسواق الأردنية. (صالح، 2011، ص161).

- **مجلة الشرطي الصغير:** مجلة ثقافية شهرية مجانية، تصدر بانتظام عن إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام منذ عام 1996، تهتم بالقضايا المرورية وحماية الأطفال من حوادث الطرق، من خلال ما تنشره من مواد وفقرات وقصص وقصائد. (الموقع الرسمي لمديرية الأمن العام على الانترنت، تم استرجاعه بتاريخ: 2015/6/27) و(القبلاوي، 2 تموز/يوليو 2001، جريدة الرأي الأردنية، ص47).

- **مجلة الإطفائي الصغير:** مجلة ثقافية توعوية نصف سنوية، تصدر عن المديرية العامة للدفاع المدني منذ عام 2011. تمثل مجلة "الاطفائي الصغير" التي تصدر في (32) صفحة، إحدى الوسائل الجديدة لتوعية وتنقيف الناشئة والأطفال بعمل الدفاع المدني، وتغرس في أذهانهم مبادئ

السلامة وتجنب الأخطار؛ بقصد رفع الحس الوقائي ومستوى الوعي لدى هذه الشريحة المهمة في الوطن. يتم توزيع المجلة مجاناً على المؤسسات التعليمية في المملكة، وعلى الجهات المعنية بسلامة الأطفال، باعتبارهم الشريحة الأجدر بالرعاية. (الموقع الرسمي للمديرية العامة للدفاع المدني على الانترنت، تم استرجاعه بتاريخ: 2015/6/27).

- **مجلة الأطفال العرب:** مجلة تصدر سنوياً عن مؤسسة نور الحسين بالتزامن مع انعقاد مؤتمر أطفال العرب¹، تتضمن الحولية معلومات حول نشاطات وفعاليات الأطفال، خلال كل مؤتمر من مؤتمراتهم، كما تشتمل على أوراق البحث المقدمة والندوات، التي تُقام على هامش المؤتمر. (الرماضنة، 2014، ص 68) و(القبلاوي، 2 تموز/يوليو 2001، جريدة الرأي الأردنية، ص 47).

- **صحيفة زها:** صحيفة اجتماعية تربية ثقافية متنوعة، موجهة لمُخاطبة الأطفال والفتيان من سن (6 - 16) سنة، تصدر عن مركز (زها الثقافي للأطفال) التابع لأمانة عمان الكبرى منذ عام 2005، ويُسهّم في تحريرها وإخراجها عدد من الأطفال والفتيان، تم تدريبهم على أصول العمل الصحفي، ليكونوا نواة لأسرة تحرير الصحيفة. (الرشق، 26 كانون الأول/ديسمبر 2005، جريدة الغد الأردنية، ص 8).

¹ **مؤتمر أطفال العرب:** بدأ مؤتمر الأطفال العرب بمبادرة من جلالة الملكة نور الحسين المعظمة، إثر مؤتمر القمة العربي الذي عُقد في عمان عام 1980. ومنذ ذلك التاريخ، أصبح عقد هذا المؤتمر، تقليداً سنوياً راسخاً، يعكس في أنشطته وفعالياته حقيقة الروابط القومية والثقافية والتاريخية المشتركة، التي توحد بين الأطفال العرب كأبناء أمة عربية واحدة، والتواصل والانفتاح على الثقافات العالمية. مؤتمر أطفال العرب: بدأ مؤتمر الأطفال العرب بمبادرة من جلالة الملكة نور الحسين المعظمة، إثر مؤتمر القمة العربي الذي عُقد في عمان عام 1980. ومنذ ذلك التاريخ، أصبح عقد هذا المؤتمر، تقليداً سنوياً راسخاً، يعكس في أنشطته وفعالياته حقيقة الروابط القومية والثقافية والتاريخية المشتركة، التي توحد بين الأطفال العرب كأبناء أمة عربية واحدة، والتواصل والانفتاح على الثقافات العالمية. يجمع مؤتمر الأطفال العرب أطفالاً وشباباً من مختلف الدول العربية، تتراوح أعمارهم ما بين (14-16) سنة، بحيث يتألف الوفد المشارك من أربعة أطفال ومشرف، وتشارك الوفود في برنامج ثقافي وفني وسياحي منوع لمدة أسبوع. وفي العام 2004، بدأ المؤتمر باستضافة أطفال من دول أوروبية. (الموقع الرسمي لوزارة الثقافة الأردنية على الانترنت، تم استرجاعه بتاريخ: 2015/7/9).

صحيفة "زها" بصفحاتها الأربع والعشرين، والتي يتم توزيع أعدادها مجاناً على المؤسسات والمراكز المختصة بالطفولة في المملكة بواقع (3000) نسخة شهرياً، تُعزّز من الوعي الثقافي للأطفال بأسلوب سلس وبناء يلائم فكرهم وذهنهم، كما تسعى لتعزيز دورهم في بناء المجتمع، حيث تضم الصحيفة بين طياتها صفحات متنوعة من الأخبار، والبيئة، والصحة، والتكنولوجيا والرياضة، إضافة إلى منوعات مختلفة. (جريدة الدستور الأردنية، 22 فبراير/شباط 2011، ص9).

بعد الاطلاع على واقع مجلات الأطفال الأردنية، ومقارنته بواقع نظيراتها في العالم والوطن العربي، تكشف للباحثة عدد من الحقائق، في مقدمتها:

1. تأخر صدور مجلات الأطفال في الأردن، مقارنة ببداية نشأتها عالمياً وعربياً؛ إذ إن أول ظهور لمجلات الأطفال في العالم، جاء بصور مجلة "The Lilliputian Magazine" اللندنية بين عامي (1751-1752)، في حين شهد الوطن العربي عام 1870، أولى تجاربه في إصدار هذا النوع من المجلات، بإصدار مجلة "روضة المدارس المصرية" في القاهرة.

2. قلة عدد مجلات الأطفال الصادرة في الأردن ومحدودية انتشارها وضعف توزيعها، مقارنة بعدد المجلات الأطفال العالمية والعربية وسعة انتشارها وحجم توزيعها.

3. ما زالت مجلات الأطفال في الأردن مُتعثرة وغير مُنتظمة الصدور، رغم كثرة عدد المجلات التي صدرت منذ عام 1971 وتوقف معظمها؛ ربما لأنه لم تتوافر لها الإمكانيات والظروف والدعم المناسب الذي يُساعد على الاستمرار.

4. لم تستوفِ أغلب مجلات الأطفال الصادرة في الأردن، الشروط والمعايير المطلوب توافرها في مجلات الأطفال الناجحة والمقروءة، كما أنها لم تحمل صفتي الديمومة والعمومية.

5. غياب اهتمام القطاع الخاص بنشر مجلات أطفال تُعنى بثقافة الطفل الأردني؛ ربما بسبب ارتفاع تكلفتها وضعف مردودها المادي، وبالتالي الخسائر المالية المترتبة على إصدارها.

6. ضعف قدرات مجلات الأطفال الأردنية، على مُنافسة غيرها من مجلات الأطفال العربية التي تنتشر في الأسواق المحليّة، كمجلة "ماجد" الإماراتية، ومجلة "العربي الصغير" الكويتية، ومجلة "ميكي" المصرية؛ إذ إن ما يصدر حالياً من مجلات أطفال أردنية لا يُباع بالأسواق، ولكن ينحصر توزيع نسخها مجاناً وكهدايا لمؤسسات وهيئات اجتماعية محلية تُعنى بالطفل، الأمر الذي ينطوي عليه حرمان النصيب الأكبر من الأطفال الأردنيين، من مجلات أطفال تُحاكي ثقافتهم وخصوصية بيئتهم الأردنية، وربما يُعزى ذلك إلى سوء التوزيع من جهة، وإلى قلة النسخ المطبوعة من جهة أخرى.

مجلة «حاتم»¹

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. (النشرة الإعلامية الصادرة عن «الرأي»، 2008، ص33) و(جريدة الرأي الأردنية، 2 حزيران/يونيو 2012، ص10).

¹ تم عرض هذا المبحث بعد انجازه، على رئيسة التحرير السابقة لمجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، السيدة كريمان كيالي للاستئناس برأيها، وقد أبدت كيالي ما ورد به من معلومات، وأثنت على دقته، كما أبدت إعجابها بطريقة عرضه.

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 للأطفال 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 والمُطالعة المُفيدة بين أكبر قطاع من البنين والبنات. (جبارة، 23 تشرين الأول/أكتوبر 2006، جريدة الرأي الأردنية، ص32).

شخصية بطل مجلة «حاتم»

رغم أهميّة دور البطل في مجلات الأطفال، في خلق علاقة صداقة حميمة بين المجلة وقرائها الصغار، إلا أن بطل مجلة «حاتم» لم يظهر على صفحاتها، إلا بعد مرور عشر سنوات على إصدار العدد الأول منها؛ إذ ظهرت شخصية (حاتم) لأول مرة في العدد رقم (117) الصادر في كانون الأول/ديسمبر 2008، بتوقيع من ريشة الفنان التشكيلي الأردني (علي عمرو)؛ الأمر الذي تُعزّيه الدراسة إلى ضعف وسوء التخطيط عند تأسيس المجلة. انظر ملحق رقم (8).

وتجدر الإشارة هنا، إلى أن ظهور شخصية (حاتم) في هذا العدد، تزامن مع انطلاقة أولى حلقات سيناريو جديد للأدبية سميحة خريس بعنوان (حاتم يُسافر في الحكاية الشعبية)، والذي كان يُمثّل فيه دور السندباد العصري؛ ليُعرّف قراءه الأطفال بوطنهم العربي الكبير.

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. (النشرة الإعلامية الصادرة عن «الرأي»، 2008، ص33).

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 الموجهة للفتيان والفتيات. (النشرة الإعلامية الصادرة عن «الرأي»، 2008، ص33).

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 أعجبنى)، 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. (التقرير السنوي الصادر عن مجلس إدارة «الرأي»، 2008، ص15).

كما تضمّنت المجلة صفحات ثابتة موجّهة للبنات بعنوان (بنات .. بنات)، كانت تُعنى باهتمامات البنات، وزاوية (أبيض وأسود)، يتعرّف الطفل من خلالها، على ما ينبغي تجنبه من سلوكيات أو ممارسات خاطئة، وزاوية (واحة الإيمان) الدينية، وزاوية (الووو حاتم)، التي كانت تُجيب عن أسئلة واستفسارات القراء الأطفال حول الموضوعات المختلفة، إضافة إلى زاوية (اضحك مع حاتم)، ومسابقة العدد بعنوان (أكمل القصة)، وقصص وسيناريوهات متعددة من قصص العرب، وقصة من الأدب العالمي، وقصص مُعاصرة، وقصص الحيوانات، إلى جانب مواد التسالي والألعاب المتنوعة، والإعلانات.

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، وعيد الاستقلال، وشهر رمضان، وعيد الأضحى، وعيد الأم، والعطلة الصيفية، وبداية الفصل الدراسي الجديد، وغيرها من المناسبات والأحداث، التي كانت حاضرة على صفحات العدد، من خلال القصص والقصائد والمواد المتنوعة؛ لتكون من ضمن دائرة اهتمامات الطفل، وتظل راسخة في ذاكرته.

شكل مجلة «حاتم»

توفّر لمجلة «حاتم» ما لم يتوفّر لسواها من مجلات الأطفال الأردنية؛ إذ كانت تصدر عن مؤسسة صحفية عريقة، لها كوادرها الفنية المؤهلة في مجال الطباعة؛ لذا حرصت إدارة «الرأي» على إصدار «حاتم»، بشكل أنيق من حيث الإخراج الفني ونوعية الورق والطباعة.

صدرت «حاتم» في بداياتها في (48) صفحة ملونة، على ورق جيد غير لامع، من القطع

(21×28سم)، ازدانت بالصور إلى جانب الرسومات.

وفي منتصف عام 2008، ظهرت «حاتم» بحلتها الجديدة؛ إذ بدأت تُطبع على ورق مصقول ولامع، بواقع (64) صفحة بدلاً من (48) صفحة. وفي أواخر عام 2012، وتحديداً مع صدور العدد رقم (163)، تحولت المجلة إلى القطع (24×17سم)؛ ربما لغايات توفير كلفة الإصدار.

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 المجلة 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. (نقلًا عن جبارة، 23 تشرين الأول/أكتوبر 2006، جريدة الرأي الأردنية، ص 32) و(كيالي، 4 تموز/يوليو 2015، اتصال هاتفي).

من جانبها أشارت بثينة جدعون المحررة السابقة في المجلة، إلى أن أبرز التحديات التي واجهت «حاتم»، تمثلت بعملية توزيعها، خاصة وأن الشركات المسؤولة عن التوزيع في المملكة، ظلت قاصرة عن الوصول إلى المستوى المطلوب بإيصال المجلة إلى قرائها الأطفال؛ إذ إن الشركة التي كان مُنَاط بها مُهمّة توزيع المجلة، والتي كانت تُقدّم الخدمة ذاتها لمجلات أخرى من الخارج،

كانت تبذل مجهوداً أكبر في توزيع المجلات الأخرى على حساب «حاتم»؛ ذلك لأن ربحها من تلك المجلات كان أعلى من ربحها من مجلة «حاتم». (جدعون، 2011، ص 178 - ص 179).

وبالرغم من نجاح مجلة «حاتم»، إلا أن مجلس إدارة «الرأي» قرر في جلسته التي عُقدت منتصف أيار 2013، التوقف عن إصدار المجلة، ليكون العدد رقم (168) هو آخر أعدادها الصادرة. انظر ملحق رقم (9) وملحق رقم (10).

نشاطات مجلة «حاتم»

لعلّ أهم ما كان يُميز مجلة «حاتم» عن مثيلاتها من المجلات الموجهة للأطفال عربياً ومحلياً، أنها تُعدّ أول مجلة على مستوى الأردن والوطن العربي، تعقد ورشات صحفية للأطفال في المدارس، في محاولة جادة منها لتوفير ملاكات صحفية تنمو منذ الصغر. (السواعير، 13 كانون الثاني/يناير 2013، جريدة الرأي الأردنية، ص 37).

تبعاً لذلك، قامت رئيسة التحرير السابقة للمجلة السيدة كريمان كيالي، بعقد ورشة تدريبية في مدينة العقبة، في كانون الثاني/يناير 2013؛ لتدريب عشرين طفلاً من مدارس مختلفة في المدينة، إلى جانب أطفال من قرية الأطفال SOS، توزعوا بين طلاب وطالبات تراوحت أعمارهم بين (10 - 16) سنة، تم تعليمهم مبادئ كتابة الخبر والتحقيق والحوار ومهام المندوب الصحفي. (المرجع السابق نفسه)، و(الموقع الرسمي لوزارة الثقافة الأردنية على الانترنت، تم استرجاعه بتاريخ: 2015/7/8).

ومما عزّز من مشاركة الأطفال في المجلة، الأنشطة الثقافية والمسابقات التي كانت تُنفّذها إدارة المجلة ميدانياً؛ إذ كان للمجلة برنامج أسبوعي يتضمّن زيارة مدرستين أسبوعياً، واحدة في العاصمة والأخرى في إحدى المحافظات، ضمن برنامج ثقافي بالتعاون مع مديريّات التربية والتعليم، اشتمل على ندوات ومحاضرات وقراءات قصصية ومسابقات، إضافة إلى معارض للأعداد

السابقة، حيث كانت تُباع للأطفال بسعر اقل من السعر المُعلن. (نقلًا عن جبارة ، 23 تشرين الأول/أكتوبر 2006، جريدة الرأي الأردنية، ص32).

إصدارات أخرى لمجلة «حاتم»

خاضت مجلة «حاتم» عام 2010 تجربة إصدار سلسلة (كتاب حاتم). ورغم أن التوجّه كان أن تتوالى المجلة إصداراتها من هذه السلسلة بمعدل كتاب كل نصف سنة، إلا أن السلسلة توقّفت بعد صدور كتابها الأول سلة العنب وحكايات أخرى من تراث الشعوب. (السواعير، 17 أيار/مايو 2010، جريدة الرأي الأردنية ص59) و(كيالي، 4تموز/يوليو 2015، اتصال هاتفي).

تضمّن الكتاب مجموعة مُختارة من الحكايات الهادفة، التي تنتمي إلى فلكلور شعوب عالمية مختلفة وحضارات مُتنوّعة، تعكس قيماً نبيلة، وتؤشّر إلى تجارب إنسانية فريدة ومهمة. جاءت الحكايات على شكل نصوص مُترجمة من لغاتها الأصلية إلى اللغة العربية، أحداثها مُصورة برسومات فنية مُعبّرة. (جدعون، 2011، ص177 - ص178) و(جريدة الرأي الأردنية، 27 نيسان/أبريل 2010، ص50).

الموقع الإلكتروني لمجلة «حاتم»

أطلقت مجلة «حاتم» يوم 16 أيار/مايو 2010 موقعها الإلكتروني المُنفصل؛ إذ كان موقع المجلة في السابق، مُتاحاً عن طريق رابط على موقع صحيفة «الرأي». (عصفور، 17 أيار/مايو 2010، جريدة الغد الأردنية، ص ج10).

تميّز موقع «حاتم» بأنه كان يُتيح للطفل تصفّح المجلة بالكامل إلكترونياً، وكأنه يقرأ كتاباً بطريقة مُريحة، إلى جانب الإطلاع على الأرشيف وألبوم الصور، فضلاً عن احتوائه على عدد

الألعاب، صُممت خصيصاً لثراعي الأعمار المختلفة، كما كان الموقع يوفر فرصاً للحوار والالتقاء بين الأطفال أنفسهم، وتواصلهم كذلك مع إدارة المجلة وتقديم إسهاماتهم. كما تضمن معلومات سياحية عن الأردن، وبرنامج خاصة بالأنشطة والمناسبات الوطنية والعالمية، ورصد الأحداث الخاصة بالطفولة، ورابطاً للمواقع الالكترونية الشهيرة المخصصة للأطفال، إضافة إلى شريط متحرك، يُقدّم آخر الأخبار العالمية التي تُعنى بالطفولة، فضلاً عن نشره للإعلانات. (المرجع السابق نفسه).

ومن الجدير ذكره، أن مجلة «حاتم» أطلقت من خلال موقعها الالكتروني، لعبة خاصة بالمجلة اسمها (حاتم في عمان)، بطلها شخصية (حاتم)، ذلك الفتى الذي يقوم بتوزيع المجلة في شوارع المدينة، متجاوزاً العقبات والعراقيل؛ بهدف تعريف الطفل على شوارع ومعالم العاصمة عمان، من خلال اللعب وتحصيل النقاط، فاللعبة كانت تُقدّم للطفل معرفة بصريّة للمكان، إضافة إلى الجانب الترفيهي، كالتحدي والسرعة وإيجاد الحلول. (جدعون، 2011، ص178).

وعلى الرغم من كل هذه المميزات التفاعلية التي كان يتمتع بها الموقع الالكتروني لمجلة «حاتم»، إلا أن إدارة «الرأي» اتخذت قراراً خاطئاً بإغلاقه فور إيقافها للمجلة، إضافة إلى حذف أرشيف نسخة المجلة الالكترونية من الشبكة العنكبوتية.

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

توزّع الاهتمام البحثي العربي في مجال دراسة مجلات الأطفال على عدة محاور رئيسية، منها: الجوانب التاريخية المتصلة بنشأة وتطور هذه المجالات في بعض الأقطار العربية، مثل: دراسة هادي نعمان الهيتي (1978)¹، ودراسة أحمد محمد فضل الله (1985)²، في حين غطّى المحور الثاني الجوانب الفنية الخاصة بإنتاج هذا النوع من المجالات، كالنواحي التحريرية والإخراجية، مثل: دراسة ثروت فتحي كامل (1989)³، ودراسة إيناس محمود حامد (1999)⁴، بينما اهتم المحور الثالث برصد وتحليل الأدوار التربوية والاجتماعية التي تؤديها هذه المجالات، مثل: دراسة طارق البكري (1999)⁵، ودراسة بهجت بن محمود جنيّد (2002)⁶، ودراسة ماجد تريان (2011)⁷، فيما اهتم المحور الرابع بأدب الأطفال المُقدّم في هذا النوع من المجالات مثل دراسة آمنة حسين الرماضنة (2012)⁸. أمّا دراستنا، فإنها تنتمي إلى مجموعة الدراسات العربية، التي اهتمت برصد المعلومات والقيم المتضمّنة في مجلات الأطفال، ومن أهم هذه الدراسات:

-
- ¹ الهيتي، هادي نعمان، (1978). "صحافة الأطفال في العراق نشأتها وتطورها"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة.
- ² فضل الله، أحمد محمد، (1985). "صحافة الأطفال في السودان نشأتها وتطورها في الفترة من 1974 إلى 1981"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- ³ كامل، ثروت فتحي، (1989). "فنون الكتابة في مجلات الأطفال: دراسة تطبيقية لمجلتي سمير وميكي عام 1987"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.
- ⁴ حامد، إيناس محمود، (1999). "أثر تكنولوجيا الطباعة الحديثة في إخراج مجلات الأطفال في مصر: دراسة تحليلية وميدانية"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.
- ⁵ البكري، طارق محمد، (1999)، "مجلات الأطفال في الكويت ودورها في بناء شخصية الطفل المسلم"، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة الإمام الأزاعي، بيروت، لبنان.
- ⁶ جنيّد، بهجت بن محمود، (2002). "الدور التربوي لمجلات الأطفال بدول مجلس التعاون الخليجي: دراسة تحليلية مقارنة"، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المدينة المنورة، السعودية.
- ⁷ تريان، ماجد، (2011). "دور مجلات الأطفال في تدعيم حق انتفاع الطفل الفلسطيني ومشاركته: دراسة تحليلية مقارنة"، مجلة جامعة النجاة للأبحاث (العلوم الإنسانية)، مج.25، ع.6، ص1605-1642.
- ⁸ الرماضنة، آمنة حسين، "الأدب في مجلات الأطفال في الأردن"، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.

1- دراسة النجار، والفحماوي، (1978). بعنوان "دراسة موجزة حول صحافة الأطفال ودور مجلة سامر في هذا المجال".

تم إعداد هذه الدراسة، بمناسبة مرور عام على إصدار العدد الأول من مجلة "سامر" الأردنية؛ بهدف التعرف على رغبات وعادات القراء الصغار لمجلاتهم بشكل عام، ومجلة "سامر" على وجه الخصوص، وبالتالي قياس مدى نجاح هذه المجلة، ومعرفة الخطوات اللازم اتخاذها لتحسينها، بما يُمكنها من تحقيق أهدافها وغاياتها الوطنية والثقافية. تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عشوائية قوامها (152) مفردة من أطفال أردنيين من مناطق مُختلفة من مدينة عمان، تراوحت أعمارهم بين (8 - 15) سنة. ومن أهم النتائج التي أسفرت عنها هذه الدراسة:

1. حُلّت (قصة العدد) في المرتبة الأولى بين موضوعات المجلة المُفضلة لدى الأطفال.
2. جاء اقتراح أغلب أفراد العينة من الأطفال، بصور المجلة أسبوعياً بدلاً من شهرية، ضمن قائمة الاقتراحات المُقدمة من أفراد العينة من قرائها الأطفال، لغايات تحسين المجلة.

تختلف دراسة النجار والفحماوي عن دراستنا، في كونها دراسة استطلاعية لآراء الأطفال حول المجلة موضوع الدراسة، في حين أن دراستنا هي دراسة تحليلية. وتتفق الدراستان في تناول كل منهما مجلة أطفال محلية واحدة. تم الاستفادة من هذه الدراسة، بالتعرف على طبيعة شكل ومضمون مجلات الأطفال الأردنية في بداياتها، ومقارنتها بشكل ومضمون المجلة محل التحليل، وبالتالي قياس مدى تطور الممارسة الأردنية في هذا المجال.

2- دراسة السندوبي، (1983). بعنوان "دور مجلات الأطفال في تنمية القيم الاجتماعية لدى الأطفال المصريين: دراسة مقارنة وتطبيقية لمجلتي (سمير وميكي) في الفترة من 1974-1979".

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور مجلات الأطفال في تنمية وتطور القيم الاجتماعية لدى الأطفال في مصر؛ بهدف الوصول إلى صيغة مناسبة لمجلة أطفال مصرية، تؤدي دورها في خدمة قضايا المجتمع المصري. وتحدد مجتمع الدراسة في مجلتي "سمير" المصرية و"ميكي" المترجمة. ولتحقيق هذا الهدف، استخدمت السندوبي أسلوب تحليل المضمون؛ للكشف عن القيم المتضمنة في كل مجلة، كما استخدمت المنهج الوصفي المقارن؛ للوقوف على مدى التوافق والاختلاف بين المجلتين، في معالجة الصحفية للقيم الاجتماعية التي تطرحها كلاً منهما. وخلصت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج، منها:

1. غلب المضمون الاجتماعي على أنواع المضامين المقدمة في مجلة "سمير"، في حين غلب المضمون الترفيهي المقدم في مجلة "ميكي"، تلاه المضمون الاجتماعي في المجلة ذاتها.
2. غلب الطابع القصصي المصور على مضمون المجلتين.
3. اهتمت المجلتان بنشر مجموعة القيم الاجتماعية الايجابية، مثل: (حب الآخرين، وحب الوطن، والعمل والإنتاج، والأمانة، والعدالة). فيما أهملت المجلتان بعض القيم الإيجابية، مثل: الكرم، والنظافة، والصبر).
4. وفقت المجلتان في محاولة تنمية القدرات العقلية للطفل من خلال المسابقات والأحادي والألغاز.
5. ارتفاع نسبة الاهتمام بإبراز البطولات الجماعية في مجلة "ميكي" عنها في مجلة "سمير".

تم تطبيق دراسة السندوبي على مجلتين مصريتين، بهدف مقارنة القيم الاجتماعية المتضمنة فيهما، في حين تم تطبيق دراستنا على مجلة أطفال أردنية واحدة؛ بهدف رصد المعلومات والقيم المتضمنة فيها، وتتشابه الدراستان باعتمادهما على الأداة نفسها في تجميع البيانات، وهي أداة (صحيفة تحليل المضمون). وأمكن الاستفادة من هذه الدراسة، في تحديد فئات التحليل الخاصة بالقيم، وفي تحليل البيانات المستخرجة، وفق أسلوب مُحدد وواضح، يخدم أغراض دراستنا.

3- دراسة علي، ورزق، (1986). بعنوان "مجلات الأطفال الصادرة عن الهيئة العامة للاستعلامات ودورها في إمداد الطفل بالمعلومات والقيم المتضمنة".

استهدفت هذه الدراسة تقويم مجلات الأطفال الصادرة عن الهيئة العامة للاستعلامات في مصر، من خلال تحليل الشكل والمضمون المُستخدم بها؛ لغايات تحديد دور هذه المجلات في إمداد الطفل المصري بالمعلومات والقيم. وتكونت عينة الدراسة من (33) عدد من مجلات وقصص الأطفال، التي تُصدرها الهيئة العامة للاستعلامات. ومن أهم النتائج التي خلصت لها هذه الدراسة:

1. توزع اهتمام مجلات الأطفال الصادرة عن الهيئة العامة للاستعلامات، على إمداد الطفل بالمعلومات في المرتبة الأولى، تلاها تنمية القيم والسلوكيات المرغوب فيها في المرتبة الثانية، فيما حلّ هدف التسلية والترفية في مرتبة متأخرة في سلم اهتمامات هذه المجلات.
2. اهتمت مجلات الأطفال الصادرة عن الهيئة العامة للاستعلامات، بإبراز الشخصيات المؤثرة في حياتنا، مع التركيز بوجه خاص على الشخصيات المصرية.

ونُعدّ دراسة علي ورزق ذات صلة وثيقة بدراستنا؛ إذ بحثت الدراستان في المعلومات والقيم المتضمنة في مجلات الأطفال، من خلال الاعتماد على أسلوب تحليل الشكل والمضمون. ولكن

الدرستان تختلفان من حيث مُجتمع كل منهما؛ إذ تم تطبيق دراستنا على مجلة أطفال أردنية واحدة، في حين تم تطبيق هذه الدراسة، على عدد من مجلات وقصص الأطفال الصادرة في مصر. أمكن الاستفادة من هذه الدراسة، في تصميم وبناء أداة دراستنا (صحيفة التحليل)، وفي تحديد وحدات وفئات التحليل المناسبة لأغراضها.

4- دراسة فهمي، (1988). بعنوان "دور مجلات الأطفال في إمداد الطفل المصري بالمعلومات: دراسة تحليلية ميدانية".

استهدفت هذه الدراسة الكشف عن أهمية مجلات الأطفال لدى الطفل المصري، مقارنة مع وسائل الإعلام والتثقيف الأخرى التي يتعرض لها، كما سعت أيضاً إلى تحديد خصائص مجلات الأطفال في مصر، وبيان وظائفها ومدى ملائمة المعلومات المُقدّمة فيها، لاهتمامات الطفل المصري واحتياجاته. تحدد مُجتمع هذه الدراسة في مجلتي "ميكي" و"سمير" المصريتين، بالإضافة إلى مجلة "ماجد" الإماراتية؛ تمثّل في سحب عيّنة عشوائية بسيطة، من الأعداد الصادرة عن المجلات الثلاث عام 1984 بلغت (156) عدداً؛ لغايات تحليل مضامينها.

أمّا فيما يتعلّق بالدراسة الميدانية التي أجرتها فهمي على الأطفال المصريين، فقد تم تطبيقها على عيّنة عشوائية مُتعددة المراحل، قوامها (360) طفلاً وطفلة من المرحلة العمرية (9-12) سنة؛ لقياس رأي الأطفال في ما تُقدّمه لهم مجلاتهم. وبذلك تكون فهمي قد استخدمت أداتي تحليل المضمون والاستبانة لجمع بيانات دراستها، التي توصلت من خلالها إلى عدد من النتائج، من أهمها:

1. تقوم مجلات الأطفال بعدة وظائف أساسية للأطفال، تتمثّل في: الإعلام، والتثقيف، والتعليم، والتنشئة الاجتماعية، والتسلية.

2. تحتل مجلات الأطفال موقعاً متوسطاً بين مختلف وسائل الإعلام والتنقيف التي يتعرض لها الأطفال.

3. أسهمت المجلات الثلاث في إمداد الأطفال بالعديد من المعلومات، جاء في مُقدمتها المعلومات العلمية، والتاريخية، والدينية، والجغرافية.

4. أسهمت المجلات الثلاث في زيادة إدراك الطفل المصري لواقعه وللعالم المحيط به بنسبة (22%)، فيما أسهمت في تقديم الموضوعات التي تحتوي على القيم الإيجابية بنسبة (52%).

وتختلف دراسة فهمي عن دراستنا، كونها اقتصرت على قياس دور مجلات الأطفال، في إمداد الطفل بالمعلومات، في حين اهتمت دراستنا بقياس دور المجلة محل التحليل، في تقديم المعلومات والقيم إلى الطفل القارئ، كما تختلف الدراستان من حيث أسلوب سحب العينة التحليلية لكل منهما؛ إذ اعتمدت دراسة فهمي على سحب عينة عشوائية بسيطة من الأعداد الصادرة عن ثلاث مجلات عربية موجّهة للأطفال خلال عام واحد هو عام 1984، في حين اعتمدت دراستنا على سحب عينة (عمدية - صناعية) بتطبيق أسلوب الشهر الصناعي قوامها (12) عدداً، تُمثّل جميع الأعداد الصادرة من مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، منذ صدورهما عام 1998 ولغاية توقّفها عام 2013.

وتتشابه الدراستان في استخدامهما لأسلوب تحليل المضمون لدراسة محتوى مجلات الأطفال، ومعرفة خصائصها، وبيان أهميتها ودورها البنائي إزاء الطفل، وهو ما تم الاستفادة منه من هذه الدراسة السابقة.

5- دراسة عامر، (1991). بعنوان "دور مجلات الأطفال في تبسيط العلوم: دراسة تطبيقية على مجلة سمير".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الموضوعات العلمية، وعلى الأساليب والأشكال الصحفية، التي تُقدّم من خلالها الموضوعات العلمية في مجلة "سمير"، كما هدفت إلى قياس مدى قدرة مجلات الأطفال، على اختيار الموضوعات العلمية المُلائمة لجمهورها المُستهدف، وذلك بتطبيق أسلوب تحليل المضمون على عيّنة من أعداد مجلة "سمير" المصرية. وكشفت الدراسة عن عدد من النتائج، من أبرزها:

1. تستخدم مجلة سمير المصطلحات العلمية المُبسّطة لتقديم معلومات سريعة الاستيعاب والفهم، إلا أنها أحياناً لا تُقدّم شرحاً لبعض المصطلحات، التي قد يصعب على الطفل فهمها.
2. تهتم مجلة سمير، بتقديم المعلومة العلمية، من خلال قصص الخيال العلمي.
3. تعتمد المجلة على الصور والأشكال في تقديم المعلومة.

تتفق الدراستان في تناولهما للمعلومات المُقدّمة في مجلات الأطفال، وذلك من حيث نوع المعلومات المُقدّمة، والشكل الذي قُدّمت فيه هذه المعلومات على صفحات المجلتين محل الدراستين، إلا أن دراستنا تتناول مختلف أنواع المعلومات المُتضمّنة في المجلة مدار البحث، كالمعلومات الاجتماعية، والصحية، والعلمية، والدينية، والرياضية، والترفيهية، وغيرها من المعلومات، في حين اهتمت دراسة عامر بالمعلومات العلمية فقط. تم الاستفادة من هذه الدراسة، بالتعرّف على أهم المراجع العربية والأجنبية ذات الصلة المُباشرة بموضوع دراستنا.

6- دراسة علي، (1997). بعنوان "تأثير الواقع الثقافي على بناء القيم التربوية في صحافة

الأطفال: دراسة تحليلية مقارنة لعينة من مجلات الأطفال في مصر والسعودية".

هدفت هذه الدراسة إلى وصف وتحليل ما تنشره مجلتا "علاء الدين" المصرية و"باسم" السعودية، من مضامين موجّهة للطفل، وعلاقة تلك المضامين بالواقع الثقافي للمُجتمعين. اعتمد علي في دراسته على منهج المسح الإعلامي وعلى المنهج المقارن، للمُقارنة بين ترتيب السلم القيمي في المجلتين موضوع الدراسة، باستخدام أداة تحليل المضمون لتحليل محتوى المجلتين. وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

1. اتفقت المجلتان على ترتيب السلم القيمي ذاته، باعتبارهما تصدران في مُجتمعين عربيين، يتشابه النسق القيمي فيهما إلى حد كبير. وجاء الترتيب السلم القيمي في المجلتين على النحو الآتي: القيم الدينية، القيم الاجتماعية، القيم السياسية، القيم الجمالية، القيم الاقتصادية.

2. استخدمت مجلة "علاء الدين" الفنون الصحفية المُختلفة في تقديم القيم التربوية للأطفال، في حين لم تستخدم مجلة "باسم" من الفنون الصحفية سوى فن المقال، ثم بريد القراء.

3. جاءت القصة المُدعّمة بالصورة في مُقدمة الفنون الأدبية، التي استخدمتها المجلتين في تقديم القيم التربوية للأطفال، تلتها المسلسلات المُصورة، ثم الشعر.

4. ظهر الدور الاجتماعي (الطفل) أكثر من غيره من الأدوار الاجتماعية الأخرى في كلتا المجلتين.

5. عُرضت أغلب القيم التربوية في مساحة أقل من نصف صفحة في المجلتين.

تتشابه الدراستان في اعتمادهما على أسلوب تحليل المضمون؛ لرصد القيم المُتضمنة في مجلات الأطفال محل الدراستين، إلا أن دراستنا اهتمت أيضاً برصد المعلومات المُقدّمة في المجلة موضوع الدراسة، إلى جانب اهتمامها برصد القيم المُتضمنة فيها.

من ناحية ثانية، اهتمت دراسة علي بمقارنة القيم المُتضمنة في مجلتين تصدران في بيئتين عربيتين مُختلفتين، هما مصر والسعودية، في حين تناولت دراستنا المضامين المُقدّمة في مجلة أطفال محلية. تم الاستفادة من هذه الدراسة، في تحديد فئات التحليل الخاصة بتصنيف القيم، وفي أسلوب استخراج النتائج وتفسيرها.

7- دراسة البحيري، (1999). بعنوان "المعلومات العلمية والتكنولوجية في مجلات الأطفال المصرية: دراسة تحليلية لمجلتي سمير وعلاء الدين".

هدفت هذه الدراسة الوصفية، إلى التعرف على المعلومات العلمية والتكنولوجية المُتضمنة في مجلتي "سمير" و"علاء الدين" الموجهتين للأطفال، باستخدام منهج المسح لجمع البيانات؛ إذ قامت البحيري بتحليل مضامين جميع الأعداد الصادرة عن المجلتين، خلال الفترة من حزيران/يونيو 1998 حتى آخر أيلول/سبتمبر 1998، بواقع (17) عدداً من كل مجلة. وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج، في مُقدمتها:

1. جاء المضمون العلمي في الترتيب الثاني بعد المضمون الترفيهي بنسبة (14.2%).
2. لم تراع مجلة "سمير" الاهتمام بنشر أعمال وإنجازات العلماء العرب والمصريين، بل ركزت على أعمال وتجارب العلماء الأجانب. أما مجلة "علاء الدين" فلم تنشر أي أعمال أو إنجازات للعلماء، أكانوا عرباً أو أجانب.

تختلف دراسة البحيري عن دراستنا، كونها اقتصرت على دراسة وتحليل المعلومات العلمية والتكنولوجية المُقدّمة في مجلات الأطفال، في حين اهتمت دراستنا بتحليل القيم والمعلومات المُقدّمة على مختلف أنواعها، كما تختلف الدراستان من حيث نوع العينة التحليلية المُعتمدة في كل منهما؛ إذ اعتمدت البحيري على أسلوب الحصر الشامل، لجميع الأعداد الصادرة عن المجلتين محل التحليل، خلال فترة زمنية تحددت بعام واحد، بينما اعتمدت دراستنا على العينة العمدية بتطبيق أسلوب الشهر الصناعي، تم سحبها من جميع الأعداد الصادرة عن المجلة محل التحليل طوال فترة صدورهما. وتتفق الدراستان في استخدامهما لأسلوب تحليل المضمون لدراسة مضامين مجلات الأطفال. أمكن الاستفادة من دراسة البحيري، بالتعرّف على أسلوب عرض المادة العلمية والاستفادة منها.

8- دراسة الطراييشي، (1999). بعنوان "أثر التعرّض لصحافة الأطفال على إدراك القيم الدينية لدى الطفل المصري، دراسة ميدانية وفقاً لنظرية الغرس الثقافي".

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على أثر صحافة الأطفال على إدراك القيم الدينية لدى الطفل المصري، من خلال تطبيق دراسة ميدانية على عينة عشوائية طبقية، من تلاميذ نهاية مرحلة التعليم الأساسي، على مستوى المدارس الإعدادية في مصر، مع استخدام المنهج المقارن لملاحظة أوجه الاتفاق والاختلاف بين مستوى تعرض الذكور والإناث للقيم الدينية وإدراكها. ومن أبرز النتائج التي أسفرت عنها هذه الدراسة:

1. اتضح حرص جمهور الأطفال في مصر، على قراءة الموضوعات التي تهدف لتنمية الوعي الديني، كأحد أهم تقضيات المضامين لديهم، وإن اتضح تفوق الذكور على الإناث في ذلك الحرص.

2. جاءت قيم الأخلاق في الترتيب الأول على مستوى جمهور الأطفال، كأحد أهم القيم الدينية التي يتم قراءتها في صحافة الأطفال، تلاها مباشرة قيم العقائد، ثم قيم العبادات، وأخيراً قيم المعاملات.

تختلف دراسة الطرابيشي عن دراستنا، باهتمامها بقياس أثر مجلات الأطفال على إدراك الطفل لنوع مُحدد من القيم تمثل بالقيم الدينية، ولتحقيق هذا الهدف تم تطبيق دراسة ميدانية على عينة من جمهور الأطفال، وعليه استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، في حين اهتمت دراستنا بقياس دور مجلات الأطفال بتقديم المعلومات للطفل وغرس القيم المختلفة لديه، من خلال استخدام أسلوب تحليل المضمون، وباعتماد (صحيفة تحليل المضمون) كأداة لجمع البيانات المناسبة. وتكمن أوجه التشابه بين الدراستين، في استخدام وتطبيق نظرية الغرس الثقافي لتحقيق أهداف كل منهما، وهو ما تم الاستفادة منه في دراستنا.

9- دراسة أبو سنة، (2004). بعنوان "دور مجلات الأطفال في إمداد الطفل بمعلومات عن العالم الخارجي".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور مجلات الأطفال، في تزويد الطفل بمعلومات عن العالم الخارجي، وإلى الكشف عن طبيعة المعلومات، التي تضمنتها مجلات الأطفال المصرية محل الدراسة، إلى جانب معرفة أنماط وعادات الأطفال في قراءة مجلاتهم، خاصة تلك الموضوعات التي تمدهم بمعلومات عن العالم الخارجي. استخدمت أبو سنة منهج المسح الإعلامي لتحليل مضامين (36) عدداً من أعداد ثلاث مجلات أطفال في مصر، هي: مجلة "سمير"، و"علاء الدين"، و"بلبل"، المصرية، كما طبقت دراسة ميدانية على عينة عشوائية غير مُنظمة

قوامها (420) مفردة، من أطفال ينتمون للفئة العمرية (12-15) سنة. وخلصت هذه الدراسة التحليلية إلى مجموعة من النتائج، منها:

1. تصدرت الأشكال الصحفية المرتبة الأولى بين الأشكال التحريرية التي استخدمتها المجالات الثلاث، في تقديمها للمعلومات عن العالم الخارجي، كما جاء الخبر القصير في مقدمة الأشكال الصحفية، والقصة في مقدمة الأشكال الأدبية، وبريد القراء في مقدمة الأشكال الأخرى.
2. جاءت المعلومات عن العالم الخارجي في المجالات الثلاث مُحددة القائم بالاتصال أكثر من المعلومات غير المُحددة القائم بالاتصال؛ فيما جاء ترتيب المصادر في على النحو الآتي: القارئ، والمُحرر، والرسام، وكاتب القصة، كاتب السيناريو، وأخيراً المصادر الأخرى.
3. اتفقت المجالات الثلاث على نشر موضوعات العالم الخارجي بالدرجة الأولى في نصف المجلة الثاني، وبالدرجة الثانية في نصف المجلة الأول.
4. اهتمت المجالات الثلاث على حدٍ سواء بالعناوين الرئيسة والفرعية.
5. اتفقت المجالات الثلاث على استخدام الألوان المنفصلة أكثر من الألوان المركبة.
6. حلت الصور الخبرية في الترتيب الأول بين أنواع الصور، التي صاحبت موضوعات عن العالم الخارجي في المجالات الثلاث.
7. اعتمدت المجالات الثلاث على الرسوم التعبيرية والتوضيحية والشخصية، في حين لم يرد الكاريكاتير إلا في مجلة "علاء الدين".

تختلف دراسة أبو سنة عن دراستنا، كونها اهتمت بالكشف عن دور مجالات الأطفال بتقديم المعلومات عن العالم الخارجي للطفل، من خلال تحليلها لمضامين ثلاث مجالات، في حين اهتمت دراستنا، بالتعرّف على دور مجالات الأطفال في تقديم المعلومات والقيم المختلفة إلى الطفل، من

خلال تحليل مضامين مجلة أطفال واحدة. وتم الاستعانة بهذه الدراسة في التعرّف على أهم المصادر والمراجع ذات الصلة المباشرة بموضوع البحث، وفي وضع التعريفات الإجرائية لفئات ووحدات التحليل الخاصة بأغراض دراستنا.

10- دراسة الأنصاري، (2005). بعنوان "صحافة الأطفال ودورها في تزويد الطفل الكويتي بالمعلومات: دراسة على مجلة العربي الصغير".

سعت هذه الدراسة إلى التعرّف على طبيعة المعلومات التي تتضمنها مجلات الأطفال الكويتية، من خلال تحليل مضامين عيّنة من أعداد مجلة " العربي الصغير"، التي تصدر عن وزارة الإعلام بدولة الكويت. ومن أهم نتائج هذه الدراسة:

1. تصدرت المعلومات العلمية المرتبة الأولى بين المعلومات التي تضمّنتها مجلة العربي الصغير، تلتها المعلومات التعليمية في المرتبة الثانية، في حين جاءت المعلومات الاقتصادية في المرتبة الأخيرة.

2. غلب استخدام الأسلوب المباشر في عرض المعلومات المقدّمة في مجلة العربي الصغير.

3. تصدرت الفصيحة المبسطة المستويات اللغوية الثلاث المستخدمة في تقديم المعلومات المتضمّنة في المجلة.

تتفق الدراستان في تطبيق كل منهما على مجلة أطفال واحدة. أمّا أوجه الاختلاف بينهما، فيكمن في اقتصار دراسة الأنصاري على رصد المعلومات المتضمّنة في المجلة محل التحليل، في حين اهتمّت دراستنا برصد المعلومات والقيم المتضمّنة في المجلة موضوع الدراسة، من خلال تحليل شكل ومضمون هذه المجلة. وتم الاستفادة من هذه الدراسة، في بلورة المشكلة البحثية وصياغة الأسئلة الخاصة بدراستنا.

11- دراسة الأنصاري، (2006). بعنوان "القيم الأخلاقية المتضمنة في مجلات الأطفال الكويتية: دراسة تحليلية".

هدفت هذه الدراسة الوصفية، إلى التعرف على القيم المتضمنة في مجلات الأطفال الكويتية، من خلال تطبيق أداة تحليل المضمون على عينة قوامها (24) عدداً، من كل من مجلة "براعم الإيمان" الإسلامية، ومجلة "العربي الصغير" العامة، وهو ما يعادل إصدار كل منهما لعامي (2003 ، 2004)، وأسفرت هذه الدراسة عن عدد من النتائج، منها:

1. اهتمام مجلة "براعم الإيمان" بالمضامين التي تتناول القيم الأخلاقية بصورة أكبر إذا ما قورنت بمجلة "العربي الصغير".

2. اعتمدت المجلتان على الأسلوب غير المباشر في عرضهما للقيم.

3. اعتمدت المجلتان على الفصيحة المبسطة في تقديمهما للقيم الأخلاقية بشقيهما الإيجابي والسلبي.

4. اهتمام المجلتين بالشكل القصصي في تقديمهما للقيم الأخلاقية.

تتفق الدراستان في اعتمادهما على أسلوب تحليل المضمون؛ لرصد القيم المتضمنة في مجلات الأطفال، إلا أن دراستنا اهتمت برصد المعلومات إلى جانب القيم المتضمنة في المجلة محل التحليل. وتم الاستفادة من دراسة الأنصاري هذه، في تصميم وبناء أداة دراستنا، وفي تحديد فئات التحليل الخاصة بمجموعة القيم الأخلاقية.

12- دراسة اليونس، وآخرون، (2006). بعنوان "دراسة تقييمية شاملة لمجلة «حاتم» للأطفال الصادرة عن المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»".

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على وجهات نظر كل من المختصين في ميدان الطفل وثقافته، والقراء الصغار، وأولياء أمورهم في مجلة «حاتم» الأردنية. طبقت الاستبانة على عينة مكونة من (28) مختصاً في أدب الأطفال، و(665) طفلاً من قراء مجلة «حاتم»، و(319) من أولياء أمور هؤلاء القراء الصغار. وأشارت نتائج هذه الدراسة الميدانية، إلى العديد من نقاط القوة والضعف في المجلة، في مقدمتها:

1. أن الموضوعات في مجلة «حاتم» تُثَمِّي سلوك المحافظة على البيئة عند الطفل، وترتبط الطفل بوطنه الأردن، وتُثَمِّي شعوره بالارتباط مع إخوانه الأطفال العرب.
2. اعتبر المختصون في ميدان الطفل، أن لغة الحوار في القصص غير مناسبة للأطفال الصغار من الأول وحتى الرابع الابتدائي، وأن استخدام علامات الترقيم في نهاية جمل القصص غير مناسب، إلى جانب عدم وضوح الأهداف التربوية لموضوعات المغامرات.
3. أن الموضوعات ذات الطابع الترفيهي والروحي، تشد قراء المجلة أكثر من غيرها، مثل: اضحك مع الظرفاء، والقصص الكرتونية، وتسالي متعة التفكير، والمغامرات، والمعلومات الدينية.
4. هناك درجة عالية من رضا القراء الصغار عن عناصر شكل المجلة وهيئتها، وذلك من حيث: وضوح الطباعة على الغلاف، ولونه، والرسومات التوضيحية داخل المجلة، والرسومات على الغلاف.

رغم التوافق الكبير الذي قد يبدو واضحاً بين الدراستين، ربما بسبب تناولهما للمجلة ذاتها، إلا أنهما تختلفان من حيث أسلوب الدراسة ومنهجها؛ إذ إن دراسة اليونس ورفاقه هي دراسة

استطلاعية ميدانية، تم تطبيقها على المختصين في أدب الأطفال في الأردن والقراء الصغار وأولياء أمورهم، وذلك من خلال توزيع الاستبانات عليهم كأدوات لجمع البيانات، في حين اعتمدت دراستنا على أسلوب تحليل المضمون؛ لدراسة المعلومات والقيم المتضمنة في المجلة نفسها.

وعلى الرغم من كل هذه الاختلافات بين الدراستين، تبقى وحدة المجلة المبحوثة هي أساس التوافق بينها؛ ما أمكن الاستفادة من نتائج هذه الدراسة، في الكشف عن سلبيات وإيجابيات المجلة موضوع الدراسة في تلك الفترة، ومقارنتها مع نتائج دراستنا في المجال نفسه، بهدف التعرف إلى مدى التطور أو الجمود الذي أعتري هذه المجلة، ما ساعد في صياغة توصيات مناسبة لدراستنا.

13- دراسة عبويني، (2008). بعنوان "المضامين التربوية في مجلات الأطفال الأردنية:

دراسة تحليل محتوى لمجلتي وسام وحاتم".

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على أبرز ما تحتويه مجلتا الأطفال الأردنيين "وسام" و«حاتم»، من مضامين تربوية، ومعرفة مدى تأثير هذه المضامين على سلوك الطفل من وجهة نظر المهتمين بأدب الأطفال في الأردن، وذلك من خلال التحليل الكمي لمضامين عينة عشوائية من أعداد المجلتين محل الدراسة، كما تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها (63) مفردة من الكتاب والأدباء والمهتمين بأدب الأطفال في الأردن. وأسفرت هذه الدراسة عن عدد من النتائج، منها:

1. حصلت القصة على أعلى مرتبة في مجال (الجنس الكتابي) في مجلة "وسام"، فيما حصل

المقال في مجلة «حاتم»، على أعلى مرتبة في نفس المجال.

2. حصل المضمون الاجتماعي على أعلى مرتبة في مجال (المضمون التربوي) في مجلة

"وسام"، في حين كان المضمون الجغرافي هو الأعلى في مجلة «حاتم»،

3. جاء هدف غرس القيم هو الأعلى في مجلة "وسام"، بينما جاء هدف تزويد الطفل بالمعلومات الأعلى مرتبة في مجلة «حاتم».

تختلف دراسة عبويني عن دراستنا، كونها تناولت مجلتين محليتين هما "وسام" و«حاتم»، للمقارنة بينهما من حيث المضامين التربوية المُقدّمة في كل منهما، بينما تناولت دراستنا مجلة محلية واحدة هي مجلة «حاتم»، كما أن دراسة عبويني استخدمت أسلوب التحليل الكمي دون الكيفي، في حين اعتمدت دراستنا على التحليل الكمي والكيفي في تحليل شكل ومضمون المجلة موضوع الدراسة. وتم الاستفادة من نتائج هذه الدراسة، في صياغة أهداف وأسئلة دراستنا، وفي التّأصيل لمجلات الأطفال الأردنية.

14- الراشد، والحميد، (2011). "دور المجلات السعودية في تنمية القيم الجمالية لدى

الأطفال: دراسة تحليلية ناقدة في ضوء تطلعات العصر".

هدفت هذه الدراسة، إلى التعرف على أبعاد التربية الجمالية، التي ظهرت في مضمون مجلات الأطفال السعودية، من خلال تحليل مضامين مجلتي "باسم" و"سنان"، خلال عامي 2007 – 2008، وبواقع (14) عدداً عشوائياً من كلا المجلتين. ومن أبرز نتائج هذه الدراسة ما يأتي:

1. وفّق المضمون المُقدّم في مجلتي "باسم" و"سنان" في تأكّيده على بعض القيم الجمالية في المجالات الثلاث (البصري واللفظي والأخلاقي)، إلا أنه لم يهتم ببعض القيم المُهمّة التي ترتبط بمتطلبات الأطفال وتطلعاتهم.

2. لم توازن المجلتان في استخدامها للأشكال الصحفية في مجال تقديم القيم الجمالية؛ إذ ركّزتا على استخدام بريد القراء، والصور والرسوم، والإعلانات، في حين لم تستخدم المقال، والشعر، والحديث، والخبر، بالقدر الكافي.

3. جاء الإنسان في مقدمة الشخصيات التي قدّمت القيم الجمالية في كلا المجلتين، تلاه الحيوان في المرتبة الثانية، ثم الطيور في المرتبة الثالثة، في حين لم تظهر فئة الأشجار، أو النباتات، أو الزهور، في أي من المجلتين.

4. وفقت المجلتان بتقديم القيم الجمالية باللغة العربية الفصيحة المبسطة، وبأسلوب تعبير سهل. تختلف هذه الدراسة عن دراستنا، كونها اهتمت بدراسة القيم الجمالية السائدة في مجلتي أطفال سعوديتين، في حين اهتمت دراستنا برصد المعلومات والقيم المقدّمة في عيّنة من أعداد صادرة عن مجلة أطفال محلية واحدة. ويكمن التشابه بين هاتين الدراستين، في استخدامهما لأسلوب تحليل المضمون؛ لذا أمكن الاستفادة من هذه الدراسة، في التعرف على أسلوب تحديد الفئات التحليلية وتعريفها إجرائياً، بما يتفق مع أغراض الدراسة، ويسهم في تحقيق أهدافها، ويُجيب عن أسئلتها.

15- دراسة عبد الرحمن، (2012). بعنوان "واقع صحافة الأطفال ودورها المعرفي في العالم العربي - دراسة تحليلية تقويمية".

هدفت هذه الدراسة التحليلية، إلى كشف وتوصيف أثر التحولات الإعلامية والمعرفية الحالية، على مفهوم وأنواع وسمات صحافة الأطفال في العالم العربي، إلى جانب وصف وتحليل الدور المعرفي لمجلات الأطفال العربية، من خلال تحليل المضامين المعرفية التي تُقدّمها عيّنة عمدية قوامها (24) مفردة من أعداد مجلتين خليجيتين، هما مجلة "ماجد" ومجلة "باسم" الخليجيتين، وبواقع (12) عدد من كل مجلة، تُغطّي جميع الأعداد الصادرة من مجلة باسم طوال عام 2011، وعيّنة الأسبوع الصناعي من مجلة "ماجد"، على أساس أنها مجلة أسبوعية.

وأُسفرت الدراسة التحليلية للمضامين المعرفية في مجلتي "ماجد" و"باسم" عن عدد من النتائج، من أبرزها:

1. تتوّع المضمون المعرفي الذي تُقدّمه المجلتان بشكل كبير، وهي مضامين تُسهم في تثقيف الأطفال، وإمدادهم بالمعلومات الضرورية لتشكيل مخزونهم الثقافي في المستقبل.
2. حازت المضامين العلمية والتكنولوجية على المرتبة الأولى بين المضامين المعرفية المُقدّمة في المجلتين، تلتها المضامين الصحية والطبية في المركز الثاني، في حين جاءت المضامين الدينية في المركز الثالث.
3. تفوّق هدف تنمية المعارف في المجلتين، تلاه هدف تنمية المهارات في المرتبة الثانية، وهدف غرس القيم الايجابية في المرتبة الثالثة.
4. سيطرة المجال العالمي على المضامين المعرفية التي تُقدّمها المجلتين، في حين حل المجال العربي في المركز الثاني، والمجال الوطني في المركز الثالث، ثم المجال الإسلامي في المركز الرابع.

تختلف دراسة عبد الرحمن عن دراستنا، كونها اهتمّت بدراسة الدور المعرفي لمجلات الأطفال العربية في ظل التحولات الإعلامية والمعرفية والاقتصادية الاجتماعية الحالية، من خلال تحليل المضامين المعرفية التي تُقدّمها عيّنة من هذه المجلات، في حين اهتمّت دراستنا برصد المعلومات والقيم المُقدّمة في عيّنة من أعداد صادرة عن مجلة أطفال محلية واحدة. ويكمن التشابه بين هاتين الدراستين، في استخدامهما لأسلوب تحليل المضمون لتحقيق الهدف المتوخى من كل منهما. أمكن الاستفادة من هذه الدراسة، في التعرّف على أسلوب عرض وتفسير النتائج الخاصة بالدراسة والتعليق عليها.

التعليق على الدراسات العربية السابقة

بعد الاطلاع على الدراسات العربية السابقة، يتضح الاهتمام العربي الكبير بدراسة مجالات الأطفال، مُقابل ضعف وندرة هذا الاهتمام محلياً، إلى جانب تنوّع المحاور التي تناولتها هذه الدراسات، وتنوّع المناهج البحثية المُستخدمة في إنجازها.

من جانب آخر، يُمكن تحديد ما يُميّز هذه الدراسة - بحسب علم الباحثة واطلاعها - عن سابقتها من الدراسات العربية في الجوانب الآتية:

1. أنها استهدفت قياس الدور الذي يُمكن أن تؤديه مجالات الأطفال في غرس القيم والمُثل الايجابية لدى الطفل وتنميتها، علاوة على رصد دور هذه المجالات في تقديم المعلومات للطفل، بما يكفل توسيع دائرة معارفه، وزيادة وعيه واتساع أفقه لما يدور حوله، سواء داخل مجتمعه أو خارجه.

2. أنها اهتمت بدراسة وتحليل شكل ومضمون جميع المواد المنشورة في المجلة المبحوثة، بما يشمل: الغلاف، والصور، والرسوم، وحتى الإعلانات الواردة فيها، إلى جانب المضامين الصحفية والأدبية ومواد التسلية والترفيه الأخرى، مُستندة في ذلك إلى (21) فئة تحليل رئيسية و(241) فئة فرعية وثانوية.

3. أنها تُعدّ محاولة جادة لتأصيل نشأة وتاريخ صحافة الأطفال في الأردن، وذلك من خلال المسح الذي أجرته الباحثة للصحف والمجلات الموجهة للطفل الأردني.

4. أنها تُعدّ دراسة تكميلية للمجهودات البحثية المحليّة، التي تم إنجازها سابقاً، في مجال البحوث والدراسات التربوية والأدبية والإعلاميّة، الخاصة بدراسة أدب وإعلام الطفل في الأردن.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

1- دراسة (بيلشز)، (1978). بعنوان "استخدام مجلات الأطفال في المكتبة العامة".

Belsches Study, (1978). Titled "The Use of Children's Magazines in a Public Library".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام مجلات الأطفال في المكتبات العامة، في مدينة (تشابل هيل) Chapel Hill الأمريكية، وعلى طرق هذا الاستخدام، بالإضافة إلى معرفة خصائص وسمات من يستخدمون هذه المجلات من الأطفال، وذلك من خلال رصد وملاحظة ملف تعريف المُستخدم الموجود في عُرف الأطفال في المكتبات العامة، حيث أُجري الرصد لمدة (31) ساعة على مدى فترة ستة أسابيع. وأثبتت نتائج هذه الدراسة تنوع استخدامات مجلات الأطفال، وأن هذه المجلات تُسهم في رفع الوعي الثقافي والقيمي العام لدى جمهور الأطفال، الذين يستخدمون هذه المجلات.

تتشابه الدراستان في تناولهما لمجلات الأطفال، إلا أنهما تختلفان في المنهج المُستخدم في إعداد كل منهما؛ إذ استخدمت دراستنا أسلوب تحليل المضمون، بقصد رصد المعلومات والقيم المُتضمنة في المجلة محل التحليل، إلا أن هذه الدراسة، اعتمدت على رصد وملاحظة ملف تعريف المُستخدم، الموجود في غرف الأطفال في المكتبات العامة؛ للتعرف على كيفية استخدام مجلات الأطفال في هذه المكتبات. وتم الاستفادة من هذه الدراسة، في تحديد الإجراءات المنهجية الخاصة بالدراسة.

2- دراسة (سميث)، (1982). بعنوان "تفسير الحياة اليومية: بعض أوجه استخدام الأطفال لوسائل الإعلام للحصول على المعلومات".

Smith Study, (1982). Titled "Explaining everyday life: Some Aspects of Children's use of mass media for information".

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات الأطفال لوسائل الإعلام لغايات الحصول على المعلومات، وذلك بتطبيق دراسة ميدانية على عينة من الأطفال، ممن تتراوح أعمارهم بين (13-14) وبين (15-16) سنة، تم تقسيمهم تبعاً لعدد من المتغيرات هي: الجنس، والطبقة الاجتماعية، واختبار الذكاء. وأسفرت هذه الدراسة عن عدد من النتائج، منها:

1. ارتبط دور وسائل الإعلام لدى أفراد العينة في سن 16 سنة، بتفسير المعلومات المقدّمة عن العالم الخارجي؛ الأمر الذي يُمكن تفسيره بأن الأطفال يبدون ميلاً مع تقدمهم في السن، إلى متابعة التفسيرات التي تُقدّمها وسائل الإعلام المُختلفة عن القضايا العالمية، من خلال ما تبثه هذه الوسائل من مواد إخبارية.

2. تُبدي الفتيات ميلاً أكبر عن الأولاد إلى استخدام وسائل الإعلام وخاصة المجلات؛ ففي سن (14) سنة تُعتبر المجلات بالنسبة لهن، مصدراً للمعلومات عن المشاكل الشخصية والموضة، بينما في سن (16) سنة، تستخدم الفتيات المجلات كوسيلة لحل مشاكلهم الشخصية.

تتشابه الدراستان في تناولهما لوسائل الإعلام والأطفال، إلا أن دراسة (سميث) الميدانية اهتمت باستطلاع آراء الأطفال؛ لقياس استخدامهم لوسائل الإعلام المُختلفة في الحصول على المعلومات، في حين أن دراستنا اعتمدت على تحليل مضامين مجلة موجهة للأطفال؛ للتعرف على المعلومات والقيم المُتضمنة فيها. وتم الاستفادة من هذه الدراسة، في تحديد أسلوب عرض المادة العلمية والاستفادة منها.

3- دراسة (سكوفيلد)، (1986). بعنوان "تقييم مجلات الأطفال الصغار".

Scofield Study, (1986). Titled "An Evaluation of Magazines for The Very Young".

استهدفت هذه الدراسة تقييم المجلات التي تُخاطب جمهور الأطفال ما بين سن (2-6)، من خلال تحليل مضامين عينة من سبع مجلات أطفال صادرة في الولايات المتحدة الأمريكية، والموجهة أصلاً للأطفال دون سن المدرسة؛ وذلك لاختبار الفرضية القائلة بأن معظم مجلات الأطفال ما قبل المدرسة، ليست مناسبة لجمهورها المُستهدف.

ولتحقيق ذلك الهدف، تم تحليل عدداً واحداً من كل مجلة، وفقاً لسبعة معايير تتعلق بخصائص الأطفال قبل سن المدرسة، هي: النمو المعرفي، والطرائف، والاستعداد للقراءة، والرسوم التوضيحية، والمحتوى، وميزات التصميم، ونسبة صفحات التركيز إلى نوع المهارات. وخلصت الدراسة إلى أنه من بين المجلات السبعة التي تم تحليلها، كانت مجلة "National Geographic World" المجلة الوحيدة التي قدّمت للأطفال المعلومات الشيقة والمُسلية، التي تُساعد في تنمية المهارات المُختلفة لديهم.

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا، في كونها اهتمت بدراسة وتحليل مضامين مجلات الأطفال الموجهة للأطفال دون سن المدرسة، في حين اهتمت دراستنا بتحليل مضامين مجلات الأطفال الموجهة للفئة العمرية (6 - 16) سنة، ورغم هذا الاختلاف الكبير بين الدراستين، إلا أنهما تشتركان في استخدامهما لأسلوب تحليل المضمون، في دراستهما للمجلات موضوع الدراستين، وهو ما تم الاستفادة منه من هذه الدراسة السابقة؛ إذ تم الاستعانة بها في تصميم وبناء أداة دراستنا.

4- دراسة (ميليت)، (1987)، "تاريخ صحافة الأطفال في مصر: عن مجلة سمير، وميكي، وسندباد، وغيرها".

Millet Study, (1987). Titled "Samir, Mickey, Sindbad et les autres. Histoire de la presse enfantine en Égypte".

اهتمت هذه الدراسة التاريخية، بالتأصيل لصُحف ومجلات الأطفال المصرية، منذ نشأة صحافة الأطفال في مصر عام 1870 وحتى عام 1987، وذلك من خلال دراسة وتحليل الصور والرسوم المُقدّمة على غلاف كل مجلة أطفال مصرية صادرة في تلك الفترة.

وتجدر الإشارة هنا، إلى أن (ميليت) قام بتقسيم تاريخ صحافة الأطفال الصادرة في مصر، بحسب العصور السياسية المصرية، وهي: عصر الملك فاروق، عصر جمال عبد الناصر، عصر أنور السادات، وأخيراً عصر محمد حسني مبارك؛ بقصد التعرف على السمات المميزة لصحافة كل عصر، ومعرفة موقفها من المرأة والرياضة والمدرسة. كما تم إجراء عدة مقابلات مع رسامي الكاريكاتير، الذين كانوا يرسمون في صحف الأطفال المصرية، وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج، من أهمها:

1. غياب المشروع الثقافي العام والرؤية الفكرية الشاملة لدى القائمين على صُحف الأطفال، الذين يفتقرون إلى المخيلة الإبداعية.

2. يُعاني القائمون بالاتصال في تلك المجلات، من سوء في الإدارة والتحرير، والحاجة إلى التطلع للمنافسة، والخيال الإبداعي في النظرة المُستقبلية للطفل، ومراعاة المراحل العمرية المُختلفة للطفولة.

3. عانت تلك المجلات من تزايد الدعاية الشخصية، مع الحساسية المُستمرة في نشر المسائل السياسية والأخلاقية والدينية.

تتشابه الدراستان في استخدامهما لتحليل المضمون، وإن اقتصرت هذه الدراسة على تحليل الصور الرسوم المُقدّمة على أغلفة المجلات موضوع الدراسة، في حين اهتمت دراستنا، في تحليل كافة المضامين المنشورة في المجلة محل التحليل، بما في ذلك صور ورسوم الغلاف. وتم الاستفادة من هذه الدراسة السابقة، في تحديد أسس التأصيل السليم لمجلات الأطفال الأردنية.

5- دراسة (انتليتز) (1990). بعنوان "استخدام مجلات الأطفال في مدرسة مختارة".

Antlitz Study, (1990). Titled "Children's Magazine Use in A Selected School".

استهدفت هذه الدراسة الميدانية، فحص وجهات نظر المُدرسين حول سُبُل تطوير مجلات الأطفال، وإلى التعرّف إلى المجلات التي يستخدمها الأطفال في صفوفهم الدراسية، وبالإضافة إلى معرفة طرق استخدام هذه المجلات في خدمة المواد الدراسية في بعض المدارس. وذلك من خلال تحليل وقياس آراء عيّنة قوامها (106) مفردة من معلمي صفوف الثالث والرابع والخامس الابتدائي، بالإضافة إلى التربويين والخبراء في حي (برونكس) The Bronx في مدينة (نيويورك) الأمريكية، للإجابة عن الاستفسارات المتعلقة بالمواد الدراسية، وعن مدى جدوى استخدام مجلات الأطفال بها، إلى جانب أرائهم حول المواصفات الجيدة لمجلات الأطفال، التي يُمكن استخدامها داخل الغرف الصفية. ومن أهم نتائج هذه الدراسة:

1. تُعدّ الصُحف والمجلات الأسبوعية الأكثر استخداماً في الصفوف المدرسية.
2. أن (60%) من الصفوف الدراسية، توفر لتلاميذها عدداً كافياً من مجلات الأطفال.
3. أن (80%) من مدرسي عيّنة الدراسة، يستعينون بثلاث مجلات في الصف الدراسي الواحد؛ لتنمية المهارات والسلوكيات والقيم لدى الأطفال.
4. تُعدّ سهولة قراءة المجلة، من أهم المواصفات الايجابية لمجلات الأطفال.

5. احتلت الموضوعات الشبّقة والخفيفة في مجلات الأطفال، المرتبة الأولى من بين أكثر الموضوعات مقروئية من قبل عيّنة الدراسة من الأطفال.

6. أن الاستخدام الفعلي لمجلات الأطفال في المدارس، لا يُوازي استخداماتها الواردة في الأدبيات النظرية.

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا، في كونها دراسة ميدانية، تم تطبيقها على عيّنة مُختارة من المعلمين والتربويين، ما يعني أنها استخدمت (الاستبانة) كأداة لجميع البيانات، في حين أن دراستنا هي دراسة تحليلية، استخدمت (صحيفة تحليل المضمون) كأداة لتحليل مضامين المجلة موضوع الدراسة. وأمكن الاستفادة من نتائج هذه الدراسة، في التعرف على الموصفات الجيدة لمجلات الأطفال، وعلى دور هذه المجلات في تنمية المهارات والسلوكيات والقيم لدى الأطفال؛ مما ساعد في صياغة توصيات مُناسبة للدراسة، تُسهم في تطوير مجلات الأطفال الأردنية.

6- دراسة (مارتنسون وهيننت)، (2008). بعنوان "تصوير الجنس (الجندر) في مجلات الأطفال".

Martinson & Hinnant Study, (2008). Titled "Gender Depictions in Children's Magazines".

بحثت هذه الدراسة في نماذج سلوك الجنسين المُقدّمة في صور ورسوم مجلات الأطفال؛ بهدف الكشف عن الفروق بين الأدوار والأنشطة المُخصصة لكلا الجنسين في وسائل الإعلام، التي تسعى إلى تنميط أدوار الجنسين اجتماعياً، وجعلها مقبولة على نطاق واسع.

ولتحقيق هذا الهدف، أجرت الباحثتان دراسة تحليلية لمضامين الصور والرسوم التوضيحية، المُقدّمة في أربع مجلات أطفال أمريكية، وموجّهة للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين (9-14)

سنة، خلال الفترة الواقعة (من آذار 2006 إلى آذار 2007)، وبواقع (4) أعداد من كل مجلة؛ لرصد الأدوار والأنشطة الصادرة عن (1404) شخصية واردة فيها.

وأشارت نتائج هذه الدراسة، إلى أن تمثيل بعض أنماط السلوك بين الجنسين مثل الأبوة والأمومة والعمل والوظائف، ظهرت بشكل ملحوظ لدى الذكور عنها لدى الإناث، وذلك باستخدام صور أدوات الإنتاج والانخراط في الأنشطة والأعمال الشاقة. كما بينت الدراسة، أن مجلات الأطفال لا تختلف عن وسائل إعلام الأطفال الأخرى، في تقديمها لأنماط السلوك التقليدية بين الجنسين، وفي الحفاظ على القوالب النمطية المُتَحيزَة ضد المرأة.

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا، في كونها اهتمت بدراسة وتحليل الصور والرسوم المُتضمّنة في أربع مجلات أطفال موجّهة للفئة العمرية بين (9-14) سنة؛ بقصد الكشف عن الفروق بين الأدوار والأنشطة المُخصصة لكلا الجنسين في تلك المجالات، في حين اهتمت دراستنا بتحليل مضامين مجلة أطفال موجّهة للفئة العمرية بين (6 - 16) سنة؛ للكشف عن نوعيّة المعلومات والقيم المُتضمّنة فيها. وتتشابه الدراستان في اعتمادهما على أسلوب تحليل المضمون، لدراسة المضامين المُقدّمة في مجلات الأطفال، وأمكن الاستفادة من هذه الدراسة، في التعرّف على أسلوب عرض نتائج الدراسة، وتفسيرها، والتعليق عليها بشكل علمي واضح.

7 - دراسة (كارتر)، (2009). بعنوان "دراسة في مجلات الأطفال اليابانية 1888-1949".

Carter Study, (2009). Titled "A study of Japanese children's magazines 1888-1949".

اهتمت هذه الدراسة، بتتبّع تاريخ مجلات الأطفال في اليابان، منذ نشأتها عام 1888، إلى تراجعها في أواخر عام 1949. علماً بأن عام 1888، يُمثّل العام الذي نُشرت فيه أول مجلة أطفال في اليابان هي مجلة (حديقة الأطفال)، في حين أن عام 1949، يُمثّل العام الذي رفعت فيه

قوات الحلفاء الرقابة عن الصحافة اليابانية المطبوعة، خلال فترة احتلالها للبلاد في أعقاب الحرب العالمية الثانية.

تمحور الموضوع الرئيس لهذه الدراسة، حول الدور المهم الذي قامت به مجلات الأطفال اليابانية، في بناء الدولة القومية اليابانية الحديثة؛ فالناشرون والحكومة استهدفوا توجيه عقول الشباب نحو بناء الأمة، وكسب دعم الأطفال للمجهود الحربي، إلا أن أساليبهم تغيرت مع تغير المناخ السياسي.

من هذا كله، جاءت هذه الدراسة لتبحث في الأدب الياباني، الذي ارتبط ارتباطاً وثيقاً بتغير مفاهيم النوع الاجتماعي، والأدب، والدولة، والطفولة، وذلك من خلال تحليل مضامين أهم القصص الواردة في مجلات الأطفال اليابانية، الصادرة بين عامي (1888 - 1949)؛ لإثبات كيف أن أدب الأطفال الياباني يعكس المزاج السياسي المتغير في اليابان. وخلصت هذه الدراسة، إلى ضرورة دراسة أدب الأطفال الياباني؛ من أجل التوصل إلى فهم متكامل لفترة التحول اليابانية.

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا، كونها اقتصرت على دراسة وتحليل أدب الأطفال المقدم في مجلات الأطفال اليابانية، في حين اهتمت دراستنا، بدراسة وتحليل كافة المضامين المقدمة في مجلة أطفال محلية، في حين تتشابه الدراستان في استخدامهما لأسلوب تحليل المضامين. وتم الاستفادة من هذه الدراسة، في التعرف على كيفية استخدام أسلوب المسح الإعلامي؛ لتتبع نشأة وتاريخ صحف ومجلات الأطفال الصادرة في الأردن.

8- دراسة (بيوجلز) (2009). بعنوان "قراءة الأطفال: بناء مرحلة الطفولة في الدوريات الإنجليزية للأطفال في القرن التاسع عشر 1855-1875".

Pugliese Study, (2009). Titled "Reading Children: Constructions of Childhood in England's Nineteenth-Century Children's Periodicals, 1855-1875".

شهدت إنجلترا بين عامي (1855 - 1875)، زيادة ملحوظة في نشر مجلات الأطفال الشهرية والأسبوعية. من هنا، جاءت هذه الدراسة لتبحث في (6) مجلات أطفال مُهمّة، من مجلات ما بعد مُنتصف العصر الفيكتوري؛ بهدف توضيح كيفية تكوين صور الأطفال داخل دوريات تلك المرحلة، وذلك من خلال الفحص التاريخي المُتعمّق لهذه الصور، في سياق تحوّل المؤسسات الاجتماعية والخطابات المُصاحبة لها، والتي شملت تغييرات في: الألعاب التعليمية، والكتب، والتشريعات الحكومية المُتعلقة بعمل الأطفال وتعليمهم، والمنشورات الدينية الصادرة عن الكنيسة، فضلاً عن التحولات في تقنيات الطباعة والاتصال الجماهيري، والتي أنتجت صوراً مُختلفة ومُتناقضة عن الأطفال.

وبالتركيز على صورة الطفل في سلسلة الأحداث خلال السنوات التكوينية للنشر البريطاني، فإن هذه الدراسة، جاءت لتدحض الصورة النمطية السائدة حول الطفولة الفكتورية، والتي أسهم في تشكيلها العلماء من مُختلف التخصصات، كدراسات العصر الفيكتوري، وأدب الأطفال، والنظريات النقدية.

وخلاصة القول، أن دراسة (بيوجلز) هذه، عملت على إعادة تقييم صورة طفل مُنتصف العصر الفيكتوري وإنتاجها، من خلال دراسة كيفية بناء وتكوين صور الأطفال في تلك المرحلة، عبر مجالات الخطابات المُتعددة (بما في ذلك المشاركين في قطاع الصناعة، جمهور المستهلكين،

والمؤسسات الثقافية). كما أوضحت هذه الدراسة، العلاقة المُعقّدة بين النصوص البصرية واللفظية، المُتضمّنة في مجلات الأطفال الصادرة في مُنتصف هذا القرن؛ لإظهار النماذج الإنجليزية المُختلفة في التنشئة الاجتماعية، والطفولة باعتبارها تجربة مُنفصلة عن البالغين.

تتشابه الدراستان في تناولهما لمضامين مجلات الأطفال، إلا أنّ هذه الدراسة اهتمّت بمضامين مجلات أطفال صادرة في مرحلة تاريخية سابقة، مع التركيز على تحليل الصورة المُقَمّمة بها عن الطفل، مُعتمدة في ذلك على أسلوب الفحص التاريخي، في حين اهتمّت دراستنا بتحليل شكل ومضمون مجلة أطفال محلية حديثة، بالاعتماد على أسلوب التحليل الكمي والكيفي. وتحدّدت الاستفادة من هذه الدراسة، في صياغة وبلورة المشكلة البحثية، وتحديد الإجراءات المنهجية الخاصة بالدراسة.

9- دراسة (باكستر و بيركنز) (2010). بعنوان "دراسة طبيعة إعلانات المجلات الموجهة للطفل الاسترالي".

Baxter & Perkins Study, (2010). Titled "Examining the Nature of Australian Child-directed Magazine Advertising".

سعت هذه الدراسة، إلى تقديم تقويماً شاملاً للإعلانات الموجهة للأطفال في استراليا، من خلال دراسة طبيعة ومضامين الإعلانات المنشورة في مجلات الأطفال الاسترالية، بصرف النظر عن صنف أو نوع المُنتج المُعلن عنه. ولتحقيق ذلك الهدف، أجرت الباحثتان تحليلاً كمياً ونوعياً لمضامين الإعلانات المنشورة على صفحات كاملة، في اثنتين من أهم مجلات الأطفال الصادرة في استراليا، خلال الفترة (2004/05 - 2009/10)، والموجهة إلى الفئة العمرية بين (8 - 11) سنة، بما مجموعه (154) إعلان.

وأظهرت نتائج هذه الدراسة، أن غالبية الإعلانات المنشورة في المجلتين محل التحليل، احتوت على العناصر الإعلامية الرئيسية، ووظفت المتعة والجاذبية، وناشدت الخيال. كما اشتملت هذه الإعلانات، على معلومات عن المنتج المُعلن عنه. وأوضحت النتائج أيضاً، أن الإعلانات الموجهة للأطفال الذكور، كانت أكثر نشاطاً وعدوانية، من تلك الإعلانات الموجهة للأطفال الإناث؛ إذ أظهرت الإعلانات الموجهة للذكور، مستويات عالية نسبياً من العنف والسلوك العدواني. تختلف هذه الدراسة عن دراستنا، في كونها اقتصرت على دراسة وتحليل مضامين الإعلانات المنشورة في مجلات الأطفال، بينما اهتمت دراستنا بتحليل مجمل المضامين المُقدّمة للأطفال في مجلاتهم، بما في ذلك الإعلانات. وتتوافق الدراستان في تحليل الفروق بين نوع وخصائص الأطفال المعنيين بهذه المضامين والإعلانات، من خلال استخدامهما لأسلوب التحليل الكمي والكيفي. وتم الاستفادة من هذه الدراسة، بالتعرّف على أسلوب استخراج النتائج الكمية والكيفية وتحليلها وتفسيرها.

10 - دراسة (آبادي)، (2011). بعنوان "نظرة تاريخية عامة على مجلات الأطفال".

Abadie Study, (2011). Titled "Historical Overview of Children's Magazines".

سعت هذه الدراسة إلى تقديم صورة شاملة لتطور ونشر مجلات الأطفال الأمريكية، من الثورة الصناعية إلى الثورة الرقمية، وذلك عبر دراسة مجلات الأطفال الصادرة في الولايات المتحدة الأمريكية، خلال القرنين الثامن والحادي والعشرين، والموجهة للأطفال من سن (2-12) سنة، مع رصد أهم القوى والعوامل الاجتماعية التي أسهمت في تشكيلها، والتغيرات التي اعترت مجال نشرها وتسويقها، إضافة إلى رصد أبرز التوقعات حول مستقبلها. وذلك انطلاقاً من كون هذه المجلات،

تُعدّ جزءاً مهماً من السجل المكتوب عن الحضارة الأمريكية؛ لما تعكسه عن تطور المجتمع الأمريكي وأهم إنجازاته التاريخية.

استند (آبادي) في إعداد دراسته هذه، إلى عدد من المقابلات الشخصية، أجراها عبر الهاتف مع أهم ناشري مجلات الأطفال الأمريكية، ومع المحررين والمديرين التنفيذيين العاملين في هذه المجلات؛ بهدف الحصول على معلومات منهم، تتعلق بأهداف هذه المجلات، ومحتواها وتصاميمها الإخراجية، وأساليب تسويقها وتوزيعها، وتوقعاتهم المستقبلية حول نشر مجلات الأطفال في الولايات المتحدة الأمريكية. وخلصت هذه الدراسة إلى قدرة مجلات الأطفال الأمريكية، على الصمود أمام النشر الإلكتروني، بسبب تنوع مضامينها وجاذبية تصاميمها، كما أكدت النتائج على تأثير التطور التكنولوجي في صناعة هذه المجلات.

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا، كونها دراسة تاريخية اقتصرَت على تتبع نشأة وتطور مجلات الأطفال الأمريكية، في حين تنتمي دراستنا إلى الدراسات الوصفية التحليلية، التي تقوم على أساس تحليل المضامين الإعلامية. وتم الاستفادة من هذه الدراسة في التأصيل لنشأة مجلات الأطفال العالمية، وبالتعرّف على أهم المراجع الأجنبية الحديثة، ذات الصلة المباشرة بموضوع دراستنا.

11- دراسة (أدامسكي)، (2011). بعنوان "دور صحافة الأطفال في عملية التعليم - التجربة البولندية".

Adamski Study, (2011). Titled "Role of the Children's Press in the Process of Education – the Polish Experience".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرّف على دور مجلات الأطفال في العملية التربوية، وبالتالي معرفة تأثيرها على ثقافة الطفل، إضافة إلى معرفة مدى تأثير سوق مجلات الأطفال بظهور

التلفزيون والإنترنت. ولتحقيق هذا الهدف، قام الباحث بتحليل مضامين مجلات الأطفال البولندية؟ وخلصت الدراسة إلى مجموعة نتائج، منها:

1. شهدت صحافة الأطفال البولندية منذ بداياتها، تحولات كبيرة جداً أثرت على بنائها.
2. صدر المزيد من مجلات الأطفال في بولندا خلال الحقبة الشيوعية.
3. تواجه صحافة الأطفال البولندية العديد من التحديات، أهمها منافستها المستمرة مع التلفزيون والإنترنت، لذا قام بعض المحررين بإثراء موادهم الصحفية بإضافة الوسائط المتعددة إليها، وتزويد المعلمين بالمواد الإضافية.
4. تُعدّ مجلات الأطفال مصدراً مهماً لنقل المعرفة حول العالم للأطفال؛ لذا لا يُمكن التعامل معها باعتبارها مسألة ثانوية، ليس فقط لأنها تُجسّد نقل المحتوى التعليمي؛ بل لأنها تعمل أيضاً على غرس عادة قراءة الصحف ومن ثم الأدب بين الأطفال، خاصة في عصر هيمنة الصورة على النص الخطي.

تناولت هذه الدراسة مجلات الأطفال البولندية، من خلال تحليل مضامين عينات من مجلّات المجلات الصادرة في بولندا، في حين اهتمّت دراستنا بمجلات الأطفال الأردنية، من خلال تحليل مضامين إحدى أهم مجلات الأطفال التي كانت تصدر في الأردن. وتتوافق الدراستان باعتمادهما على أسلوب تحليل المضمون؛ لقياس تأثير مجلات الأطفال على ثقافة الطفل، وأمکن الاستفادة من هذه الدراسة في بلورة مشكلة الدراسة وتحديد أسئلتها وأهدافها.

12- دراسة (زور)، (2011). بعنوان "بناء الطفل في مجلات الأطفال الكورية، 1908-1950".

Zur Study, (2011). Titled "The Construction of the Child in Korean Children's Magazines, 1908-1950".

تناولت هذه الدراسة الطفل كجزء من التشكيل الأيديولوجي الكوري، من خلال تحليل النصوص والرسوم التوضيحية في مجلات الأطفال الصادرة في كوريا، خلال الفترة الواقعة بين عامي (1908 - 1950)، وهي الفترة الممتدة بين الاستعمار الياباني وقبيل الحرب الكورية عام 1950. ركزت الدراسة على مجلات الأطفال، التي عكست بداية ازدهار الثقافة الاستهلاكية في كوريا الحديثة، والتوسع في مجال محو الأمية، وتطور الطباعة والثقافة البصرية في كوريا خلال فترة الدراسة، كما تعكس هذه المجلات أيضاً، التحول في كوريا المستعمرة والانخراط في الخطابات الاجتماعية، مثل: الداروينية الاجتماعية، والاستعمار، والاشتراكية، والحداثة والقومية.

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، التي أسهمت بظهور ثقافة الطباعة للأطفال في كوريا، بدءاً من نشر أول مجلة للقراء الشباب عام 1908 بعنوان Sonyōn (صغار الأطفال)، وإلى معرفة دور مجلات الأطفال في غرس الهوية الوطنية لدى الأطفال الكوريين، من خلال تحليل النصوص والصور والرسوم التوضيحية، المتضمنة في مجلات الأطفال الصادرة في كوريا خلال فترة الدراسة.

ومن أبرز ما خلصت إليه هذه الدراسة، أن مجلات الأطفال الكورية الصادرة بين عامي (1908 - 1950)، شكّلت الجوهر الحقيقي للثقافة والهوية الكورية؛ إذ ركّزت على رسم مستقبل كوريا في ذهن الشباب والأطفال، كما رسخت اللغة والتاريخ في أذهانهم أيضاً.

قامت هذه الدراسة بتحليل مضامين عيّنة من مجمل مجلات الأطفال الصادرة في كوريا، منذ عام 1908 وحتى عام 1950، في حين اعتمدت دراستنا على تحليل مضامين عيّنة من أعداد مجلة أطفال محلّية حديثة. ويكمن وجه الشبه بين الدراستين، في الوقوف على دور مجلات الأطفال في بناء شخصية الطفل وتعزيز الهوية الوطنية لديه. وتم الاستفادة من هذه الدراسة في أسلوب عرض المادة العلمية والاستفادة منها.

التعليق على الدراسات الأجنبية السابقة

أسهمت الدراسات الأجنبية السابقة، بتعزيز قناعة الباحثة بأهمية موضوع الدراسة وضرورة القيام به، والسعي لاستكمال جوانب النقص وأوجه القصور، التي اعترت الدراسات المحلية السابقة في الموضوع ذاته، إضافة إلى فوائد علمية عديدة تحققت للباحثة باطلاعها على هذه الدراسات؛ كدعم وإثراء الجانب النظري للدراسة، وإعطاء الباحثة إضاءات معرفية، وتزويدها بأفكار علمية، أسهمت في توجيه الدراسة وفتح آفاق جديدة لها.

وعلى الرغم من الفائدة العلمية المُستمدة من هذه الدراسات، والدلالات والمؤشرات المستوحاة منها، تظل الدراسات الأجنبية مُرتبطة بالبيئات التي أُجريت فيها، ورهينة لأوضاعها، وما يسود في مُجتمعاتها من علاقات تربوية، ونسيج اجتماعي، وسياسي، واقتصادي، فضلاً عن ارتباطها بخصائص الجمهور الذي أُجريت عليه في تلك البلدان.

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

يتطرق هذا الفصل إلى المنهجية البحثية التي قامت عليها الدراسة؛ من خلال تقديم عرضٍ للمنهج المُستخدم في إعدادها، وشرحٍ عن مُجتمعها، ووصفٍ للإجراءات التي تم إتباعها في اختيار عينتها، والأداة البحثية التي تم الاستعانة بها لجمع بياناتها، إضافة إلى دلالات صدق وثبات هذه الأداة، وأخيراً الوسائل الإحصائية التي تم استخدامها في معالجة وتحليل هذه البيانات.

أولاً: منهج الدراسة

تتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة مُعيّنة أو موقف ما تغلب عليه صفة التحديد. وعلى ذلك، يقوم البحث الوصفي بوصف ما هو كائن، عن طريق جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة أو المُشكل محل الدراسة، وجدولتها وتبويبها، ثم تفسير تلك البيانات، واستخلاص التعميمات والاستنتاجات. (إسماعيل، 2011، ص96).

ويرى محمود حسن إسماعيل أن المنهج الوصفي يُعدّ من أنسب المناهج لدراسة مشكلات إعلام الطفل وثقافته، وأكثرها شيوعاً واستخداماً؛ كونه يُساعد الباحث على فهم الظواهر الإعلامية المُتعلقة بالطفولة، من خلال توفير كم من المعلومات عن تلك الظواهر والمشكلات، تدعّم الوضع القائم أو تُطالب بتغييره أو تعديله، بما يخدم مجال الطفولة، كما يرى أن أهميّة الدراسات الوصفية وملائمتها لدراسة مشكلات إعلام الطفل، تتبع كذلك من كون البرامج الإعلامية الموجهة للأطفال، والوسائل الخاصة بهم، ووسائل إعلامهم وثقافتهم، تتغير بصفة مُستمرة؛ لذا تظل الحاجة إلى وصف تلك الأحداث قائمة. (إسماعيل، 1996، ص79).

ولأغراض تحقيق أهداف الدراسة، وللإجابة عن ما طرحته من تساؤلات؛ تم الاعتماد على عدة مداخل وأساليب بحثية ضمن المنهج الوصفي، تحدّدت في الآتي:

(1) المستوى الأول من أساليب المسح الوصفي

وهو الأسلوب الذي يستهدف الحصول على الحقائق والمعلومات، التي تُساعد على فهم الظاهرة ولكنه لا يحل المشكلة. (عمر، 2008، ص217).

تم استخدام هذا الأسلوب المسحي، في بناء إطار نظري ومفاهيمي، حول موضوعات ذات صلة قويّة بموضوع الدراسة، مثل: مفهوم الطفل والطفولة، والطفل والقراءة، ومعايير ومُحدّدات الكتابة الموجهة للطفل، ومفهوم صحافة الطفل، ونحوها من الموضوعات. كما تم استخدام الأسلوب المسحي في تتبّع التجربة الأردنية في مجال إصدار مجلات الأطفال، وفي تحديد النظريات الإعلامية المُفسّرة لدور مجلات الأطفال في غرس القيم لدى الطفل وفي تقديم المعلومات له، وذلك بالاستناد إلى المعاجم والموسوعات، والكتب والدوريات، والرسائل والبحوث الأكاديمية، والمواقع الإلكترونية، التي عالجت تلك المواضيع على المستويين العربي والأجنبي.

(2) أسلوب تحليل المضمون

وهو الأسلوب الذي يُستخدم لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون، تلبية للاحتياجات البحثية المُصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية، طبقاً للتصنيفات البحثية التي يُحددها الباحث؛ وذلك بهدف استخدام هذه البيانات، إمّا في وصف هذه المواد الإعلامية، التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال، أو لاكتشاف الخلفية الفكرية، أو الثقافية، أو السياسية، أو العقائدية، التي تنبع منها الرسالة الإعلامية، أو للتعرف على مقاصد القائمين بالاتصال، من خلال الكلمات، والجمل،

والرموز والصور، وكافة الأساليب التعبيرية شكلاً ومضموناً، والتي يُعبر بها القارئون بالاتصال عن أفكارهم ومفاهيمهم، وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة مُنظمة، ووفق أسس منهجية ومعايير موضوعية، وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية. (حسين، 2006، ص233 - ص234).

فيما ذهب (برنارد برلسون) Bernard Berelson عام 1952 في تعريفه لأسلوب تحليل المضمون، بأنه: (أحد الأساليب البحثية، التي تُستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية، وصفاً موضوعياً، منظماً، كمياً). (نقلاً عن إسماعيل، 2011، ص 169).

في ضوء ما تقدّم، تم الاعتماد على أسلوب تحليل المضمون؛ لغايات دراسة المضامين المُقدّمة في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، من خلال رصد وتحليل شكل ومضمون المواد التحريرية المنشورة على صفحاتها، ومن ثم استخلاص المعلومات والقيم التي تضمّنتها تلك المواد، إلى جانب الكشف عن وسائل الإبراز، التي تم استخدامها في تقديم تلك المعلومات والقيم على صفحات المجلة.

ثانياً: مُجتمع الدراسة

وقع الاختيار على دراسة مجلة «حاتم»، لثُمّثل أنموذجاً لمجلات الأطفال الأردنية؛ كونها كانت تصدر عن أكبر مؤسسة صحفية محلية، كما أنها - أي المجلة - كانت تُعدّ أهم مجلة أردنية موجّهة إلى الأطفال والأكثر توزيعاً بينها.

تأسيساً على ما تقدّم، تحدد مُجتمع الدراسة في مضامين جميع الأعداد الصادرة عن مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، التي كانت تصدر شهرياً عن المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»، منذ

إصدار العدد الأول منها يوم 1998/11/14، ولغاية صدور قرار إيقافها يوم 2013/5/15، بما مجموعه (168) عدد.

ثالثاً: عيّنة الدراسة

تم سحب عيّنة (عمديّة - صناعية)، قوامها (12) مفردة من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك بتطبيق الشهر الصناعي وفق الأسلوب الآتي:

اختيار عدد واحد من كل سنة، بدءً من عام 2001 إلى عام 2012، إذ تم اختيار أول عدد متاح من المجلة المبحوثة، وهو عدد شهر (كانون الأول/ ديسمبر) من عام 2001؛ إذ إن جميع الأعداد السابقة له غير متاحة، وبالتالي تعذر على الباحثة الحصول على أي منها، ومن ثم تم اختيار عدد شهر (كانون الثاني/ يناير) من عام 2002، وعدد شهر (شباط/ فبراير) من عام 2003، وهكذا إلى أن تم اختيار عدد شهر (تشرين الثاني/ نوفمبر) من عام 2012، وبذا تكون العيّنة قد غطت جميع أشهر السنة.

ومن الجدير ذكره هنا، أن سحب العيّنة وفق أسلوب الشهر الصناعي، جاء متفقاً أولاً مع دورية صدور المجلة المبحوثة، والتي كانت تصدر شهرياً، فضلاً عن دأبها على نشر مضامينها ضمن زوايا وأبواب ثابتة أو شبة ثابتة في كل عدد، علماً بأن كل زاوية من تلك الزوايا، كان يغلب على طابعها التخصص في مجال مُعيّن؛ كالمجال الاجتماعي، أو العلمي، أو التاريخي، أو الجغرافي، أو الديني، أو الرياضي، وغيرها من المجالات؛ مما وسم أعداد المجلة بالتماثل أو (التشابه) إلى حدٍ كبير، وأخيراً ارتباط موادها بالأحداث والمناسبات الإنسانية، أو الوطنية، أو الدينية، المتزامنة مع صدور كل عدد؛ مما أدى إلى تشابه موضوعات المجلة المطروحة في كل مناسبة.

من جهة ثانية، يُعدّ حجم هذه العيّنة مُناسباً، في ظل دراسة وتحليل كافة المواد التحريرية، التي تضمنها العدد الواحد من الأعداد الخاضعة للتحليل؛ إذ تم تحليل الغلاف، والصور، والرسوم، وحتى الإعلانات الواردة في كل عدد، إلى جانب كافة المضامين الصحفية والأدبية ومواد التسلية والترفيه المنشورة فيه. كما يتناسب حجم العيّنة أيضاً، مع حجم مُجتمع الدراسة الكلي، والذي لم يتجاوز (168) مفردة.

الجدول (3-1)

عيّنة الدراسة من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»

السنة	الشهر	رقم العدد
2001	كانون الأول / ديسمبر	37
2002	كانون الثاني / يناير	38
2003	شباط / فبراير	51
2004	آذار / مارس	63
2005	نيسان / أبريل	73
2006	أيار / مايو	86
2007	حزيران / يونيو	99
2008	تموز / يوليو	112
2009	آب / أغسطس	125
2010	أيلول / سبتمبر	138
2011	تشرين الأول / أكتوبر	151
2012	تشرين الثاني / نوفمبر	164

رابعاً: أداة الدراسة

تمثّلت أداة الدراسة في صحيفة تحليل المضمون؛ إذ تم تصميم وبناء صحيفتين خاصتين بتحليل (مضمون وشكل) عيّنة الدراسة من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، تتناسبان مع أغراض الدراسة، وقادرتان على تحقيق أهدافها والإجابة على تساؤلاتها، وذلك في ضوء ما يأتي:

- أ. مُراجعة الأدبيات النظرية حول مناهج وأساليب البحث العلمي وتحليل المضمون الإعلامي.
- ب. الاطلاع على بنود فئات التحليل المُستخدمة في الدراسات السابقة.
- ج. مُراعاة الأهداف والتساؤلات التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها والإجابة عنها.

وحدات التحليل

لَمَّا كان تحليل المضمون يسعى إلى وصف عناصر المضمون وصفاً كمياً؛ فمن الضروري أن يتم تقسيم هذا المضمون إلى وحدات وفئات وعناصر مُعيّنة؛ حتى يُمكن دراسة كل عنصر أو فئة منها، وحساب التكرارات الخاصة بها. (حسين، 2006، ص259).

وتُشير وحدات التحليل إلى (جوانب الاتصال التي سيتم إخضاعها للتحليل، وسيتم عليها القياس أو العد مباشرة). (إسماعيل، 2011، ص180). وذهب الباحثون والخبراء، إلى تحديد خمس وحدات رئيسية في تحليل المضمون، هي: الكلمة، الموضوع أو الفكرة، الشخصية، الوحدة الطبيعية (المفردة)، المساحة أو الزمن بحسب طبيعة الوسيلة المبحوثة؛ فوحدات التحليل تتنوّع وفقاً لهدف الدراسة، وتبعاً لقدرة الوحدة على الإيفاء بغرض ذلك الهدف. (الحيزان، 2004، ص140).

وانطلاقاً من أغراض هذه الدراسة، ومشكلاتها وأهدافها، تم استخدام الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية (المفردة) كوحدة للتحليل، وهي الوحدة الإعلامية المُتكاملة، التي تُستخدم لتقديم المادة إلى الجمهور المُتلقي. (حسين، 1983، ص81). وتحددت في هذه الدراسة، بجميع الأشكال والفنون التحريرية التي تم استخدامها في مجلة «حاتم»، واشتملت على: الأخبار، والتقارير، والتحقيقات، والمقالات، والقصص، والألعاب، والمسابقات، والصور، والرسوم، والإعلانات التجارية، وغيرها من الأشكال والفنون التحريرية، التي تتضمن المعلومات والقيم.

أما فيما يتعلّق بغايات التعرّف على نوعيّة المعلومات والقيم، التي تضمّنتها المجلة محل الدراسة، فقد تم احتساب المعلومات والقيم ذات التكرار العالي ضمن الفن التحريري الواحد.

فئات ومؤشرات التحليل

يُقصد بفئات التحليل (تلك التصنيفات التي يضعها الباحث استناداً إلى طبيعة موضوع ومشكلة الدراسة، كوسيلة يُعتمد عليها في حساب تكرارات المعاني، وكلما كانت الفئات مُحددة بصورة واضحة، كلما كانت نتائج البحث أيضاً واضحة ومُحددة). (عمر، 2008، ص238). في حين تُشير المؤشرات إلى (المفهوم أو التعريف الذي تعنيه كل فئة تحليلية، والإطار الذي يُحدد استخدامها في القياس، ويُبين للباحث حدود هذا الاستخدام). (حسين، 1983، ص92). وتنقسم الفئات في معظم الدراسات الإعلامية إلى فئتين، تتضمن الأولى الإجابة عن سؤال (ماذا قيل؟)، والثانية تُجيب عن سؤال (كيف قيل؟).

وتماشياً مع طبيعة هذه الدراسة، تم تحديد فئة التحليل من خلال التعامل مع المضمون الذي تحتويه المادة الإعلامية للإجابة عن السؤال (ماذا قيل؟)؛ إذ إن الإجابة عن هذا السؤال، تتناول مادة المضمون والأفكار والمعاني التي يحتويها؛ بقصد الكشف عن مراكز الاهتمام في هذا المضمون.

فضلاً عما سبق، استلزمت الدراسة معرفة الشكل الذي قُدّمت فيه المعلومات والقيم على صفحات المجلة محل التحليل؛ لذا كان من الضروري تحليل شكل المادة الإعلامية إلى عناصرها ومكوناتها؛ بهدف الوقوف على تفاصيل تقديم المادة الإعلامية ومتابعتها من حيث الشكل، والإجابة عن السؤال (كيف قيل؟)، ولتكون النتائج النهائية مُعبّرة عن الشكل والمضمون في آنٍ معاً.

بناءً على ما تقدّم، تم إجراء دراسة استطلاعية تمثّلت بتطبيق التحليل المبدئي¹ على عيّنة عشوائية مُصَغَّرة من العيّنة الأصلية الخاضعة للدراسة؛ بغرض تحديد العناصر المكوّنة لوحداث التحليل النهائي، والتي اتُخذت أساساً للتصنيف. وقد تم تطبيق التحليل المبدئي على ثلاثة أعداد من مجلة «حاتم» تم اختيارها عشوائياً؛ الأمر الذي ساعد في تحديد فئات التحليل ووحداته، تحديداً يرتبط بالمشكلة البحثية، وبطبيعة المضمون موضوع التحليل، وكميته، وشكله، وذلك على النحو الآتي:

① فئات تحليل الموضوع (ماذا قيل؟)

تم تحديد إحدى عشرة فئة رئيسية، قام على أساسها تحليل كافة المضامين المنشورة في عيّنة البحث، من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»؛ بغية التعرف على المعلومات والقيم المُقدّمة إلى الطفل الأردني على صفحات هذه المجلة. واشتملت هذه الفئات على: مصدر المادة، المجال الجغرافي لتغطية المادة، المستوى اللغوي المُستخدم، المعلومات المُتضمّنة، القيم المُتضمّنة، صور الفاعل، اتجاه المادة، هدف المادة، الأسلوب المُستخدم، نوع الفئة المُستهدفة (الجنس)، المرحلة العمرية المُستهدفة.

فيما يأتي تعريفاً لكل فئة من هذه الفئات الرئيسية، مع إيضاح الهدف منها؛ بما يخدم أهداف الدراسة ويُجيب عن أسئلتها.

أولاً: فئة مصدر المادة: عرّف (الموسى، 2009، ص88) المصدر بأنه: (من يعمل على إنتاج رسالة مُحمّلة بالمعاني، يوجّهها عبر وسائل اتصال آليّة إلى الجمهور المُتلقي). وعليه، تهدف هذه الفئة

¹ التحليل المبدئي: هو تحليل كيفي يجري على عينات أصغر من الوثائق؛ لغرض تحديد العناصر المكوّنة لوحداث التحليل النهائي، التي ستتخذ أساساً للتصنيف، كما يُعدّ خطوة ضرورية كدراسة استطلاعية، يلجأ إليها الباحث قبل البدء في الدراسة التحليلية؛ لتحقيق عدد من الوظائف المرتبطة بإجراءات التحليل ونتائجه، بالإضافة إلى الوظائف الخاصة بالاقتراب من المشكلة العلمية وفروضها، بوصفه قريباً من مفهوم الدراسة الاستطلاعية التمهيدية لمشروع التحليل الكمي. (سميس، 2002، ص73) و(علي، 2006، ص153).

التحليلية إلى الكشف عن كاتب أو (مُنشئ) أو (مُنْتَج) المادة التحريرية المنشورة على صفحات المجلة محل التحليل. وقد تم تحديد اثني عشر مصدراً، هي: مُحرر المجلة، أديب، شاعر، مُترجم، كاتب سيناريو، أحد قراء المجلة من الأطفال، مصور، رسام، طبيب، مصدر آخر، غير مُحدد المصدر.

ثانياً: فئة المجال الجغرافي لتغطية المادة: هي الفئة التي تهدف إلى التعرّف على المكان ذي العلاقة بالمادة التحريرية المنشورة؛ بقصد الكشف عن الأهمية النسبية التي توليها المجلة محل الدراسة، للمعلومات والقيم المحليّة والعربية والعالمية؛ إذ ليس من المقبول في مجلات الأطفال التركيز فقط على الموضوعات المحليّة وإغفال الموضوعات العربية والعالمية، خاصة وأن الأطفال يتسمون بالفضول وحُب الاستطلاع والاكتشاف، ويتطلعون إلى معرفة الأخبار التي تهمهم في مُجتمعهم والعالم من حولهم.

وتُعرّف فئة المجال الجغرافي لتغطية المادة إجرائياً ضمن حدود هذه الدراسة بأنها: المنطقة الجغرافية التي تتناولها أو تدور حولها المادة التحريرية المنشورة في المجلة. وقد تم تحديد خمسة مجالات جغرافية، هي: محلي، عربي، دولي، عالمي عام، غير مُحدد.

ثالثاً: فئة المستوى اللغوي المُستخدم: تُشير إلى اللغة المُستخدمة في تحرير وصياغة مضامين مواد المجلة. واشتملت هذه الفئة التحليلية على خمس فئات فرعية، أمكن من خلالها تحديد المستويات اللغوية المُستخدمة في المجلة موضوع الدراسة، هي: الفصيحة التراثية، الفصيحة المعاصرة، اللهجة العامية، المُختلطة بين الفصيحة المعاصرة واللهجة العامية، أخرى.

رابعاً: فئة المعلومات المتضمنة: والتي تهدف إلى التعرف على نوعية المعلومات المقدمة إلى الطفل في المجلة موضوع البحث. والمعلومات وفق تعريف عاطف عدلي عبيد هي: (أي معرفة تُكتسب من خلال الاتصال، أو البحث، أو التعليم، أو الملاحظة، عن الناس والأماكن والأشياء والموضوعات). (عبيد، 1997، ص18).

ولأهداف هذه الدراسة، فإن المعلومات تُعرّف إجرائياً بأنها: أية حقيقة، أو مفهوم، أو تعميم، أو فكرة، أو معرفة جديدة، في أيّ مجال، أو عن أيّ موضوع، أو مكان، أو شخص، تُقدّمها المادة التحريرية المنشورة على صفحات المجلة محل التحليل إلى الطفل. واشتملت هذه الفئة التحليلية على أربع عشرة فئة فرعية، هي: معلومات اجتماعية، معلومات صحية وطبية، معلومات تاريخية، معلومات جغرافية، معلومات علمية، معلومات دينية، معلومات أدبية، معلومات سياسية، معلومات اقتصادية، معلومات رياضية، معلومات فنية، معلومات ثقافية، معلومات ترفيهية، معلومات أخرى.

خامساً: فئة القيم المتضمنة: والتي تهدف إلى التعرف على القيم التي تضمنتها المجلة موضوع البحث. ويُقصد بالقيم: (كل صفة ذات أهمية لاعتبارات نفسية أو اجتماعية أو أخلاقية أو جمالية، وتتسم بسمّة الجماعية في الاستخدام). (يوسف، 2002، ص162).

وبعد الاطلاع على أشهر المقاييس العالمية لتصنيف القيم، مثل: مقياس (وايت) White، ومقياس (مهلنجر) Mehlinger، ومقياس (روكيش) Rokeac، ومقياس (شبرانجر) Spranger، وبالاستفادة من الدراسات السابقة، وبالاعتماد على نتائج الدراسة الاستطلاعية التي أُجريت على عينة عشوائية مُصغّرة من العينة الكلية للدراسة؛ ارتأت الباحثة بناء تصور لتصنيف القيم، يكون خاصاً بأغراض هذه الدراسة، وأكثر ملائمة لها من حيث هدفها وطبيعتها بياناتها.

وقد تم بناء هذا التصور بالاستناد إلى المقياس الذي طرحه عالم النفس التربوي والفيلسوف الألماني (ادوارد سبرانجر) Eduard Spranger، في كتابه المعروف **Types of Men** أو **أنماط الرجال** (Teo, 2000, p.458-459). والذي اشتمل على ستة أنماط من القيم، تمثلت في: مجموعة القيم النظرية، ومجموعة القيم الاقتصادية، ومجموعة القيم الدينية، ومجموعة القيم الجمالية، ومجموعة القيم الاجتماعية، وأخيراً مجموعة القيم السياسية. إلا أنه وبسبب الطبيعة الخاصة بدراستنا، آثرت الباحثة إضافة مجموعتي القيم الأخلاقية والذاتية إلى المقياس السابق، ليشتمل التصنيف بذلك على ثمان مجموعات قيمية، تتضمن داخلها ما مجموعه (67) قيمة، بالإضافة إلى ثمانية حقول مفتوحة لقيم أخرى.

سادساً: فئة صور الفاعل: تُساعد هذه الفئة في الكشف عن الفاعل المؤثر في الأحداث أو الوقائع المتضمنة في المادة. (إسماعيل، 2011، ص184). ويُقصد بها إجرائياً ضمن حدود هذه الدراسة بأنها: هيئة الفاعل أو (البطل) الذي تدور حوله المادة التحريرية، أو الذي وردت على لسانه المعلومات والقيم المتضمنة في المادة التحريرية المنشورة على صفحات المجلة محل التحليل، والتي تُسهم في تشكيل الصور الذهنية لدى الأطفال حول الموضوعات المطروحة في المجلة. وقد تم تحديد ست فئات فرعية، هي: إنسان، حيوان، نبات، جماد، أخرى، بلا فاعل.

سابعاً: فئة اتجاه المادة: تُشير هذه الفئة إلى عنصر القوة أو الإثارة الذي عولجت به المادة الصحفية المنشورة. (حسين، 2006، ص269). فيما تُعرّف إجرائياً، بمدى التأييد أو الرفض أو الحياد، في مضمون المادة التحريرية المنشورة في المجلة موضوع الدراسة، تجاه المواقف أو القضايا أو الموضوعات المتضمنة فيه. وقد تم تحديد أربع فئات فرعية ضمن هذه الفئة التحليلية، هي: مؤيد، معارض، محايد، مُختلط.

ثامناً: فئة هدف المادة: هي الفئة الخاصة بالكشف عن التأثير المتوخى تحقيقه على الجمهور المُستهدف من الأطفال، بعد قراءتهم للمادة التحريرية المنشورة على صفحات المجلة محل التحليل. ويشير مصطلح التأثير إلى: (التغيير في الإدراك، الذي ينجم عند المُتلقي نتيجة رسالة المُرسِل). (الموسى، 2009، ص91).

ولأغراض هذه الدراسة، فإن فئة هدف المادة تُعرّف إجرائياً بأنها: الهدف النهائي الذي يسعى إليه القائم بالاتصال، أو النتيجة المتوخى تحقيقها على جمهور القراء من الأطفال، جراء قراءتهم للمواد التحريرية المنشورة على صفحات المجلة. وتبعاً لذلك، تم تحديد ستة عشر هدفاً ضمن هذه الفئة التحليلية الرئيسية، هي: إيصال معلومات، غرس قيم، مُختلط بين إيصال المعلومات وغرس القيم، إكساب السلوك، نقل عادات وتقاليد المجتمع الأردني، نقل التراث، تنمية مهارات الاستطلاع والاكتشاف، تنمية الخيال والتفكير، تنمية الابتكار والإبداع، تنمية الميول والمهارات، تنمية التنوع الجمالي والفني، إعطاء قدوة، حل مشكلات، إبداء رأي، التسلية والترفيه، أخرى.

تاسعاً: فئة الأسلوب المُستخدم: ويُقصد بها طريقة عرض المادة التحريرية على صفحات المجلة محل التحليل، وذلك من حيث كونها طريقة مباشرة، أو غير مباشرة.

عاشراً: فئة نوع الفئة المُستهدفة (الجنـدر): والتي تهدف إلى التعرف على النوع الاجتماعي أو (الجنـدر) الذي تتوجّه إليه المادة التحريرية المنشورة في المجلة المبحوثة، وذلك بقصد الكشف عما إذا كانت مضامين هذه المجلة، مُتحيزة لفئة معينة من جمهورها المُستهدف أم لا؛ كأن تتوجه النسبة الأكبر من موادها التحريرية إلى مخاطبة الذكور تحديداً، أو إلى الإناث فقط، أو أنها تتوجه إلى الذكور والإناث من جمهور القراء من الأطفال، دونما تحديد.

أحد عشر: فئة المرحلة العمرية المُستهدفة: والتي تهدف إلى التعرف على المرحلة العمرية، التي ينتمي لها الجمهور المُخاطب في المادة التحريرية المنشورة على صفحات المجلة. وأمكن الاستدلال بواسطتها على الفئة العمرية المُستهدفة بالمواد المنشورة في المجلة مدار البحث، من خلال طبيعة الموضوع نفسه، ومن المستوى اللغوي المُستخدم في صياغته وتحريره، وحتى من أسلوب الإخراج الصحفي المُستخدم في إبرازه على صفحات المجلة. وتبعاً لذلك، تم تحديد خمس مراحل عمرية، هي: مرحلة الطفولة المتوسطة، مرحلة الطفولة المتأخرة، مرحلة المراهقة، مُختلطة، أخرى.

② فئات تحليل شكل المضمون (كيف قيل؟)

تُعتبر هذه الفئة التحليلية الأساسية، مُكمّلة لفئة تحليل الموضوع (ماذا قيل؟)؛ إذ لا يُمكن تحليل المضمون، دون التعرف على شكل تقديم هذا المضمون، خاصة وأن طريقة التقديم قد تُضعف المضمون، أو قد تقويه وتُبرزه. (إسماعيل، 2011، ص184).

تبعاً لما تقدّم، تم تحديد ثماني فئات رئيسة لتحليل شكل كافة المضامين المنشورة في عيّنة الدراسة؛ بغية التعرف على وسائل إبراز المعلومات والقيم التي تضمّنتها المجلة محل التحليل. واشتملت هذه الفئات على: الأشكال والفنون التحريرية المُستخدمة، موقع المادة، مساحة المادة، العناوين، الألوان، الإطارات، الصور الفوتوغرافية، الرسوم. وفيما يأتي تعريف لكل فئة من هذه الفئات، مع توضيح لأهدافها وفئاتها الفرعية.

أولاً: فئة الأشكال والفنون التحريرية: يُعرف التحرير الصحفي عموماً بأنه: (فن تحويل الوقائع والأحداث، إلى كلمات مقروءة في قوالب فنية تتخذ أشكالاً مُتعددة، تُحقق في النهاية وظائف الصحافة المُختلفة، من معرفة، وتنقيف، وتوجيه، وتسليه، وترفيه). (إبراهيم، 2003، ص5)، في حين

يُشير تحرير المجلة إلى: (تحويل المادة المكتوبة والمصورة والمرسومة، إلى شكلٍ صحفي يُناسب قراء المجلة). (عبد المجيد، وعلم الدين، 2004، ص121).

وفي هذه الدراسة، فإن فئة الأشكال والفنون التحريرية تُعرّف إجرائياً على أنها: القوالب والأنواع الكتابية المُستخدمة، في صياغة وتحرير مواد المجلة محل التحليل؛ بهدف التعرف على الأشكال أو الأنماط التحريرية التفضيلية، التي استخدمتها المجلة مدار البحث، في تقديم المعلومات والقيم إلى الطفل القارئ. واشتملت هذه الفئة التحليلية الرئيسة على: فئة الفنون الصحفية، وفئة الفنون الأدبية، وفئة أشكال فنية أخرى، وذلك على النحو الآتي:

① **فئة الفنون الصحفية:** يُقصد بها (الأشكال التي تأخذها المادة الصحفية عند تقديمها للجمهور، وهي متنوعة ويُمكن التمييز بينها وفق عدة أسس). (نصر، وعبد الرحمن، 2009، ص36). وقد تم تحديد إحدى عشرة فئة فرعية، هي: خبر صحفي، تقرير صحفي، تحقيق صحفي، حديث صحفي، مقال، بريد القراء، كاريكاتير، صور فوتوغرافية، رسوم، إعلان، أخرى.

② **فئة الفنون الأدبية:** والتي تهدف إلى التعرف على أنواع الكتابة الأدبية المُستخدمة في تحرير مواد المجلة محل التحليل، والأدب في عمومهِ هو: (أحد أشكال التعبير الإنساني عن مُجمل عواطف الإنسان، وأفكاره، وخواطره، وهواجسه، بأرقى الأساليب الكتابية، التي تتفرع إلى الأدب الشعري والأدب النثري). (شوندي، وكريم، 2012، ص50).

في حين يُشير أدب الأطفال إلى: (الآثار الفنية الجميلة، التي تُصوّر أفكاراً وأحاسيس وأخيلة، تتفق ومدارك الأطفال، وتترك في نفوسهم المتعة والسرور، وتُمنّي لديهم قيماً مرغوباً فيها، وتتخذ أشكال القصة والشعر المسرحي، والمقالة، والأغنية، وغيرها). (مفلح، 2007، ص356). وقد

تم تحديد سبع فئات فرعية ضمن فئة الفنون الأدبية، هي: قصة، قصة مصورة، مُسلسل مصور، شعر، سير وتراجم، حكم وأمثال، أخرى.

③ فئة الأشكال التحريرية الأخرى: تحددت هذه الفئة بمواد التسلية والترفيه المنشورة على صفحات المجلة المبحوثة، مُتمثلة بالألعاب المتنوعة والمُتجددة؛ كالمتاهات، والكلمات المُتقاطعة، والفروق بين الصور المتشابهة، بالإضافة إلى الأحاجي والألغاز، والطرائف والابتسامات، وغيرها من المواد التي تهدف إلى كسر رتابة صفحات المجلة، وإلى تسلية وإمتاع الطفل القارئ بما هو مفيد. وقد تم تحديد سبع فئات فرعية، هي: فكاهات وطرائف، أحاجي وألغاز، مُسابقات، كلمات مُتقاطعة، رسوم للتلوين، تسالي وألعاب، أخرى.

ثانياً: فئة موقع المادة: ويُقصد بها مكان أو موضع نشر المادة التحريرية في المجلة محل التحليل. ويُشار إلى أن موضع المادة الإعلامية يعكس أهميتها، خاصة مع اختلاف أهمية صفحات المجلة؛ فالمواد التي تُنشر في الصفحات الأولى، تختلف في أهميتها عن المواد التي تُنشر في الصفحات الأخيرة. (إسماعيل، 2011، ص185). واشتملت هذه الفئة التحليلية على سبعة فئات فرعية، هي: الغلاف الأول، بطن الغلاف الأول، النصف الأول من المجلة، صفحتا الوسط أو (قلب المجلة)، النصف الثاني من المجلة، بطن الغلاف الأخير، الغلاف الأخير.

ثالثاً: فئة مساحة المادة: ويُقصد بها إجرائياً الحيز المكاني الذي تشغله المادة التحريرية في المجلة محل الدراسة، بما تشمله هذه المادة من عناوين وصور ورسوم وأشكال أخرى مُرافقة.

ومن الجدير ذكره، أن مساحة نشر المادة الصحفية، تعكس أهميتها وحجم بروزها؛ إذ كلما زاد المساحة المُتاحة لعرض المادة، كان ذلك دليلاً على ازدياد الاهتمام بمضمونها. (حداد، 2011،

ص80) و(حسين، 2006، ص269 - ص270). وتُقدّر المساحة في هذه الدراسة بالصفحة وأجزائها؛ إذ تم تجزئها إلى: أقل من ربع صفحة، ربع صفحة فأكثر، نصف صفحة فأكثر، صفحة، صفحتين، أكثر من صفحتين.

رابعاً: فئة العناوين: والتي تهدف إلى التعرّف على أنواع عناوين المواد التحريرية المنشورة في المجلة؛ لما تتميز به العناوين من أهميّة ومكانة في (تبيوغرافيا) المجلات، ولإسهاماتها الأساسية كذلك، في التعريف بطبيعة المجلة وتحديد هيكلها العام. (الرماضنة، 2014، ص77).

ويُعرّف العنوان بأنه: (السطر، أو مجموعة الأسطر، التي جُمعت بحروف كبيرة، لتسبق موضوعاً أو قصةً خبرية، وتُلخص هذا الموضوع أو القصة الخبرية). (حمزة، 2002، ص191 - ص192).

في حين يُقصد بالعناوين إجرائياً في هذه الدراسة: العبارات أو الجمل التي تنصدر المواد التحريرية المنشورة في المجلة محل التحليل، والمُتصلة بها، وترتبط بها ارتباطاً وثيقاً، وتدل على مضامينها، وتُعبّر عنها. واشتملت هذه الفئة على ثمان فئات فرعية، هي: عنوان غلاف، عنوان رئيسي، عنوان تمهيدي، عنوان فرعي، عنوان جانبي، عنوان ثابت، أخرى.

خامساً: فئة الألوان: تهدف هذه الفئة التحليلية، إلى التعرّف على طبيعة الألوان المُستخدمة في الإخراج الصحفي للمواد التحريرية المنشورة في المجلة موضوع البحث؛ بهدف جذب انتباه الطفل للوحدات التي تتضمنها، سواء كان ذلك في الصور والرسوم، أو في الأرضيات التي تُطبع عليها الوحدات الطباعية.

واللون بوجه عام هو: (ذلك الإحساس البصري الناشئ عن سقوط أشعة الضوء على أسطح الأشكال، والذي بواسطته يمكن التمييز بين الأشكال، ويُعتبر من العناصر الأساسية للتصميمات

الفنية). (الزيات، 2002، ص145). ويُقصد بالألوان في هذه الدراسة بأنها: (تلك التأثيرات الطباعية غير السوداء، التي تكتسبها العناصر الطباعية المُستخدمة في بناء وحدات الصفحة). (العسكر، 1998، ص66). واشتملت هذه الفئة الرئيسة على ست فئات فرعية، أمكن من خلالها تحديد نوعيّة الألوان المُستخدمة في المجلة موضوع الدراسة وطريقة مزجها، هي: طبيعية، صناعية، مُختلطة بين الطبيعية والصناعية، مُنفصلة، مُركبة، مُختلطة بين المُنفصلة والمُركبة.

سادساً: فئة الإطارات: يُقال لها (البراويز) بالعامية، وهي (مساحات رباعية الشكل، أضلاعها فواصل أو أسيجة، تُحيط بمادة مطبوعة على عامود أو أكثر، وتفصلها عن سائر المواد). (همّام، 1984، ص100). في حين عرّفها (الصويعي، 1998، ص314) بأنها: (عبارة عن أربعة خطوط وأربع زوايا مُتقابلة، تضم مادة كلامية مُعيّنة وبحجم مُعيّن). وقد يُحيط الإطار بمادة تحتل صفحتين كاملتين، أو صفحة واحدة، أو جزءاً من صفحة، أو عاموداً واحداً، أو جزءاً من عامود، أو صورة، أو رسمه.

ويُقصد بالإطارات إجرائياً في هذه الدراسة: تلك المساحات التي تُحيط بوحدة طباعية منشورة في المجلة محل التحليل، وتفصلها عن جميع الوحدات الطباعية الأخرى، وتُبرزها. وقد تم تحديد ست فئات فرعية ضمن فئة الإطارات، هي: مُسطحة، زخرفيّة، مُجسّمة، مرسومة، مُختلطة، بلا إطارات.

سابعاً: فئة الصور الفوتوغرافية: والتي تهدف إلى التعرّف على نوعيّة الصور الفوتوغرافية المرافقة للمواد التحريرية، بوصفها إحدى وسائل إبراز المواد التحريرية المنشورة على صفحات المجلة محل الدراسة. وقد تم تحديد خمسة أنواع لهذه الصور، هي: إخبارية، شخصية، موضوعية، جمالية، إعلانية.

ثامناً: فئة الرسوم: والتي تهدف إلى التعرف على نوعيّة الرسوم المُصاحبة للمواد التحريرية، بوصفها إحدى وسائل إبراز المواد التحريرية المنشورة على صفحات المجلة موضوع الدراسة. وقد تم تحديد أربعة أنواع لهذه الرسوم، هي: تعبيرية، شخصية، توضيحية، جمالية.

المعايير التي تم مراعاتها أثناء تحليل المضمون

أ- تخصيص (صحيفتي تحليل) مُستقلتين لكل عدد من أعداد مجلة «حاتم» في التحليل الكمي، مع تخصيص جزء من هاتين الصحيفتين للتحليل الكيفي، الذي تم بالصورة الآتية: قراءة مادة التحليل ومن ثم تسجيل ملاحظات أو تعليقات عنها؛ ليتم الاستعانة بها في تفسير النتائج الكمية في ضوء الدراسة النظرية.

ب- استبعاد تحليل باب (أصدقاء حاتم) الذي ينشر صور الأطفال وأسماءهم للتعارف، وزاوية (ردود سريعة)، التي تختص بنشر ردود وتعليق أحد مُحرري «حاتم» حول المواد التحريرية المُرسلة من الأطفال لغايات نشرها في المجلة؛ لأن هذين البابين أو الركنين، لا يُقدّمان أيّة معلومات أو قيم للطفل القارئ للمجلة، وهو ما تبحث عنه هذه الدراسة.

ج- قراءة كل وحدة من وحدات التحليل، ثم تحديد الفئات التي تضمّنتها في ضوء التعريفات الإجرائية لفئات التحليل الرئيسة والفرعية والثانوية.

خامساً: صدق الأداة

يُقصد بصدق أداة جمع المعلومات والبيانات: اختبار مدى قدرتها على قياس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلاً، بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق

الموضوعية، وبحيث تعكس المعنى الحقيقي والفعلية للمفاهيم الواردة بالدراسة بدرجة كافية. (حسين، 2006، ص314).

وعليه، فإن اختبار الصدق يسعى لتأكيد صحة أداة البحث أو المقياس المستخدم في الدراسة وصلاحيته، سواء في جمع البيانات أو قياس المتغيرات، بدرجة عالية من الكفاءة والدقة؛ وذلك لضمان عدم تسرب التحيز أو الخطأ في أي مرحلة من مراحل البحث، بما قد يؤثر على صلاحية الأدوات المنهجية المستخدمة في الدراسة، وبالتالي ضمان ارتفاع مستوى الثقة فيها. ولتحقيق تلك الغاية، تم إتباع صدق المضمون أو (الصدق المنطقي)¹ للحكم على صدق أداة الدراسة (صحيفتا تحليل مضمون وشكل عينة الدراسة)، من خلال إتباع عدد من الخطوات، التي من شأنها تحقيق درجة الصدق والصحة لتحليل المضمون، وذلك على النحو الآتي:

- 1- التحديد الدقيق لوحدة التحليل وفئاته، وتعريف كل فئة تعريفاً دقيقاً واضحاً وشاملاً.
- 2- التأكد من شمولية فئات التحليل، من خلال تطبيق التحليل المبدئي على عينة عشوائية مُصَغَّرَة من عينة الأصلية للدراسة.

- 3- استخدام طريقة "صدق المحكمين"، من خلال عرض أداة الدراسة بصورتها الأولية على عدد من المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص، في مجالات الإعلام والتربية ومناهج البحوث والإحصاء؛ للحكم على شموليتها، وعلى مدى صلاحيتها في قياس ما صُمِّمت لقياسه، ولإبداء آرائهم في التعريفات المفاهيمية والإجرائية الخاصة بفئات التحليل الرئيسية والفرعية والثانوية. وقد تم الأخذ بملاحظات واقتراحات المحكمين بعين الاعتبار؛ إذ تم إجراء تعديلات على الأداة في ضوء توصياتهم ومقترحاتهم، بما يتناسب مع المشكلة البحثية والجوانب التي تقيسها. أنظر ملحق رقم (11).

¹ صدق المضمون أو (الصدق المنطقي): اختبار يستهدف التأكد من أن أداة جمع المعلومات تتضمن كافة الجوانب والمتغيرات والأبعاد الخاصة بالمشكلة البحثية، ومدى شموليتها. وتمثيلها لموضوع الدراسة والمواقف والجوانب التي تقيسها. (حسين، 2006، ص314).

سادساً: ثبات الأداة

يُقصد باختبار ثبات أداة جمع المعلومات والبيانات في تحليل المضمون: التأكد من الحصول على نتائج مُتطابقة أو مُتشابهة، إذا ما أُعيد تطبيقها على المضمون نفسه بعد فترة من الزمن، وأن يصل كذلك المحللون المُختلفون لنفس النتائج، عند استخدام أداة التحليل نفسها على المضمون ذاته، أو أن يكون بينهم نسبة عالية من الاتفاق. (إسماعيل، 1996، ص 132).

وللتأكد من ثبات أداة الدراسة، تم إتباع طريقة الاختبار وإعادة الاختبار (Test - Retest)، أو ما يُعرف بثبات الباحث مع نفسه، والذي يتمثل بتحليل جزء من عينة الدراسة مرتين في فترتين زمنيتين مُختلفتين، ومن ثم حساب مُعامل الثبات في ضوء نتائج هاذين التحليلين. (زغيب، 2009، ص163).

ولابد من الإشارة هنا، أن سبب لجوء الباحثة لهذه الطريقة في قياس ثبات أداة الدراسة، عائدٌ لعدم قدرة الباحثة على توفير أي من أعداد المجلة محل التحليل للمُرمزين (المحللين)؛ خاصة في ظل غياب تعاون «الرأي» مع الباحثة في هذا الشأن.

أمّا عن إجراءات اختبار الثبات، فبعد الانتهاء من عملية بناء وتصميم (صحيفتي التحليل)، والانتهاء كذلك من عملية تحديد وتعريف فئات التحليل وترميزها، قامت الباحثة بتحليل عددٍ عشوائيٍّ واحدٍ من أعداد العينة الأصلية للدارسة، والذي تضمّن (22) مادة تحريرية، وبعد مُضي أسبوعين على التحليل الأول، أعادت الباحثة تحليل العدد نفسه ووفقاً للأسلوب ذاته، بعد ذلك تم حساب مُعدّل الثبات في ضوء الاتساق (الاتفاق) بين التحليلين باستخدام مُعادلة (هولستي) Holsti الآتية: (نقلًا عن ويمر، ودومينييك، 2013، ص306) و(عن المرجع السابق، ص159).

$$\text{مُعامل الثبات} = \frac{2 \times \text{ت}}{2\text{ن} + 1}$$

$$\text{أو} = \frac{2 \times \text{عدد حالات الاتفاق بين التحليل الأول والتحليل الثاني}}{\text{مجموع التصنيفات المُرمّزة في التحليلين}}$$

وحيث أن مجموع فئات التحليل الرئيسة هو (21)، فإن عدد التصنيفات المُرمّزة هو (462)،
اتفق التحليلين على (431) منها.

$$0.93 = \frac{431 \times 2}{462 + 462} \text{ وعليه، فإن تطبيق المُعادلة يكون على النحو الآتي:}$$

إذن؛ مُعامل ثبات أداة الدراسة هو (0.93)، وتُشير هذه القيمة إلى ثبات أداة الدراسة
وصلاحيتها للتطبيق؛ بما يُعطي مستوى مُطمئن وثقة عالية في النتائج.

وبحسب (نيوندروف) Neuendorf عام 2002، فإن مُعامل الثبات يكون مقبولاً في كل
الحالات إذا وصل إلى (0.90) فأكثر، في حين أنه يكون مقبولاً في مُعظم الحالات إذا وصل إلى
(0.80) أو أكثر، أما إذا وصل إلى (0.70) فهو يُعدّ مقبولاً في حالات البحوث الاستطلاعية
(الاستكشافية) فقط. (نقلًا عن ويمر، ودومينيك، 2013/2011، ص310) و(عن زغيب، 2009، ص163).

سابعاً: مُتغيرات الدراسة

تضمّنت الدراسة عدداً من المُتغيرات المُستقلة والتابعة، وذلك على النحو الآتي:

(1) **المُتغيرات المستقلة:** مضمون وشكل مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، واللذان تم دراستهما من

خلال المُتغيرات الفرعية الآتية:

أ. **المضمون:** مصدر المادة، المجال الجغرافي لتغطية المادة، المستوى اللغوي المُستخدم، صور

الفاعل، اتجاه المادة، هدف المادة، الأسلوب المُستخدم، نوع الفئة المُستهدفة (الجنس)، المرحلة

العُمرية المُستهدفة.

ب. الشكل: الأشكال والفنون التحريرية المستخدمة، موقع المادة، مساحة المادة، العناوين، الألوان، الإطارات، الصور الفوتوغرافية، الرسوم.

(2) المتغيرات التابعة: المعلومات والقيم، التي تضمنتها عينة الدراسة من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم».

ثامناً: المعالجة الإحصائية

بعد إتمام إجراءات تحليل مضمون عينة الدراسة، تم تصنيف وترميز البيانات الناتجة عن هذا التحليل، ومن ثم إدخالها إلى الحاسوب، حيث جرى مُعالجتها وتحليلها وجدولتها؛ لاستخراج النتائج الإحصائية على شكل تكرارات ونسب مئوية، وذلك باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، المعروفة اختصاراً بـ (SPSS V.20).

تاسعاً: إجراءات الدراسة

صعوبات الدراسة

واجهت الدراسة عدداً من الصعوبات والمحددات، من أهمها:

1) إعراض إدارة المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي» عن التعاون مع الباحثة، فيما يتعلق برفدها بالأعداد المطلوبة من المجلة المبحوثة؛ بذريعة أن الأعداد المتوفرة في المؤسسة غير كاملة، وغير مؤرشفة وفق أصول الأرشفة المعروفة، مما دفع بالباحثة بتطبيق التحليل على الأعداد المتاحة من المجلة موضوع الدراسة في أروقة دائرة المكتبة الوطنية؛ الأمر الذي تطلب منها وقتاً طويلاً لإنجاز هذا التحليل.

(2) ضخامة حجم تصنيفات وفئات التحليل التي تم تحديدها في الدراسة؛ مما استنزف من الباحثة جهداً ووقتاً كبيرين في التطبيق التحليلي.

(3) نتيجة لضخامة حجم البيانات الناتجة عن التحليل الكمي، تم ارتكاب أخطاء إحصائية في تحليل بيانات الدراسة من قبل المكتب الإحصائي المعتمد؛ الأمر الذي اضطر الباحثة إلى إعادة التحليل ثلاث مرات وفي مكتبين إحصائيين مختلفين، وقد أدى ذلك إلى استنفاد وقت طويل لاستكمال التحليل بصورته النهائية.

(4) شح المصادر العلمية الموثوق بها فيما يتعلق بتأصيل صحافة الطفل الأردنية، فضلاً عن تبعض المعلومات الخاصة بمجلة «حاتم»؛ كل ذلك تطلب من الباحثة بذل مجهودٍ علميٍّ مضاعفٍ، لتجميع وصياغة مادة علمية رصينة، تتعلق بصحافة الطفل المحليّة عموماً، ومجلة «حاتم» على وجه التحديد.

(5) عزوف رؤساء تحرير المجلة السابقين - باستثناء السيدة كريمان كيالي - والقائمين على إصدارها من محررين وفنيين، عن التعاون مع الباحثة بشأن إجراء مقابلات علمية متعلقة بأغراض الدراسة، دون إبداء أي أسباب مقنعة لهذا الرفض، رغم محاولات الباحثة الحثيثة للتواصل معهم.

أما فيما يتعلق بإجراءات إعداد الدراسة، فقد اتبعت الباحثة الخطوات الآتية:

1- مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة؛ للتعلم أكثر بفهم الموضوع، وتحديد المشكلة البحثية وهدفها وأسئلتها بشكل علمي دقيق.

2- بناء الأدب النظري الخاص بالدراسة.

3- تحديد مجتمع الدراسة.

4- سحب عينة الدراسة وفق أسس علمية سليمة.

- 5- إجراء دراسة استطلاعية بتطبيق التحليل المبدئي على ثلاثة أعداد عشوائية من المجلة المبحوثة؛ بغرض تحديد العناصر المكونة لفئات التحليل النهائي.
- 6- تحديد فئات ووحدات التحليل وتعريفها إجرائياً بما يخدم أغراض الدراسة.
- 7- بناء وتصميم أداة الدراسة (صحيفتا تحليل مضمون وشكل عينة الدراسة) وفق أسلوب علمي دقيق يتناسب مع أهداف الدراسة ويُجيب عن أسئلتها.
- 8- التأكد من صدق أداة الدراسة بعرضها على عدد من المُحكمين ومن ثم تعديلها واعتمادها بصورتها النهائية.
- 9- التأكد من ثبات أداة الدراسة باستخدام طريقة الاختبار وإعادة الاختبار لعينة عشوائية مُصغرة من العينة الأصلية للدراسة.
- 10- تطبيق التحليل النهائي على عينة الدراسة.
- 11- معالجة وتحليل بيانات الدراسة إحصائياً واستخراج النتائج على شكل تكرارات ونسب مئوية.
- 12- مناقشة نتائج التحليل الإحصائي والإجابة عن أسئلة الدراسة.
- 13- الخروج بنتائج للدراسة وبتوصيات مناسبة لها.
- 14- كتابة التقرير النهائي للدراسة بحسب الأصول والقواعد العلمية المعروفة.

الفصل الرابع: نتائج الدراسة

للإجابة عن تساؤلات الدراسة، ولتحقيق أهدافها المُتمثّلة بالتعرّف على الدور الذي قامت به مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، في مجال تقديم المعلومات والقيم إلى الطفل الأردني، إلى جانب الكشف عن وسائل الإبراز، التي تم استخدامها في تقديم تلك المعلومات والقيم على صفحات المجلة؛ تم تحليل (12) عدداً من المجلة، وبواقع (548) مادة تحريرية، وذلك في ضوء فئات التحليل الكمي المُحددة في صحتي تحليل المضمون والشكل، اللتين تم إعدادهما لهذا الغرض، وكذلك في ضوء التعريفات الإجرائية، التي تم تحديدها لهذه الفئات. وجاءت نتائج التحليل على النحو الآتي:

سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما دور مجلة «حاتم» في تقديم المعلومات والقيم إلى الطفل الأردني؟

❖ الفرع الأول من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما المعلومات والقيم التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» وما تراتبيها؟

للإجابة عن الفرع الأول من سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات المعلومات والقيم، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مبين في الجداول الآتية:

أ - المعلومات:

الجدول (4-1)

التكرارات والنسب المئوية للمعلومات المتضمنة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية للمعلومات المتضمنة
21.8	132	ترفيهية
16.7	101	اجتماعية
11.5	70	علمية
11.2	68	أخرى
7.8	47	ثقافية
7.1	43	صحية وطبية
4.3	26	فنية
3.9	24	اقتصادية
3.8	23	دينية
3.3	20	تاريخية
3.0	18	أدبية
2.3	14	جغرافية
1.8	11	رياضية
1.5	9	سياسية
100.0	606	المجموع

يوضح الجدول (4-1) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية لفئة المعلومات، التي تضمنتها عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: جاءت المعلومات الترفيهية في المرتبة الأولى بنسبة إجمالية بلغت (21.8%)، والمعلومات الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة (16.7%)، تلتها المعلومات العلمية بنسبة إجمالية بلغت (11.5%)، فيما جاءت المعلومات الأخرى (كالمعلومات التجارية، والتقنية، والتربوية، والبيئية) في المرتبة الرابعة بنسبة (11.2%)، في حين وردت المعلومات السياسية في عينة الدراسة بنسبة محدودة لم تتجاوز (1.5%)، حائزة بذلك على المرتبة الرابعة عشرة والأخيرة.

ب - مجموعات القيم:

الجدول (2-4)

التكرارات والنسب المئوية لمجموعات القيم المُتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية لمجموعات القيم المُتضمنة
22.1	186	مجموعة القيم الجمالية
21.2	178	مجموعة القيم النظرية (المعرفية)
19.3	162	مجموعة القيم الذاتية
9.6	81	مجموعة القيم الاقتصادية
9.4	79	مجموعة القيم الاجتماعية
7.8	66	مجموعة القيم الأخلاقية
5.4	45	مجموعة القيم السياسية (الوطنية)
5.2	44	مجموعة القيم الدينية
100.0	841	المجموع

يوضح الجدول (2-4) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية لفئة مجموعات القيم، التي تضمنتها

عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: جاءت مجموعة القيم الجمالية في المرتبة الأولى

بنسبة (22.1%)، وهو ما يتفق مع نتيجة الجدول (1-4)، الذي أظهر سيطرة الطابع الترفيهي

على المعلومات المُقدّمة في المجلة، تلتها مجموعة القيم النظرية (المعرفية) في المرتبة الثانية بنسبة

(21.2%)، ثم مجموعة القيم الذاتية بنسبة (19.3%)، فيما حلت مجموعة القيم السياسية

(الوطنية) المرتبة السابعة وقبل الأخيرة بنسبة (5.4%)، والقيم الدينية في المرتبة الثامنة والأخيرة،

بنسبة مئوية لم تتجاوز (5.2%)؛ وذلك لمحدودية المواد التحريرية ذات الطابع السياسي والديني

في المجلة.

فيما يأتي، عرض تفصيلي لمجموعات القيم التي تضمّنتها عيّنة الدراسة محل التحليل:

1- مجموعة القيم الاجتماعية:

الجدول (4-3)

التكرارات والنسب المئوية للقيم الاجتماعية المتضمنة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الثانوية لمجموعة القيم الاجتماعية المتضمنة
19.0	15	مُساعدة الضعيف
15.2	12	التعاون
10.1	8	المساواة
10.1	8	تقبّل آراء الآخرين
8.9	7	الصدّاقة
7.6	6	احترام النظام
7.6	6	العطف على الصغير
7.6	6	احترام حقوق الآخرين
6.3	5	حب الوالدين واحترامهما
6.3	5	أخرى
1.3	1	احترام الكبير
100.0	79	المجموع

يوضّح الجدول (4-3) والمتعلّق بترتيب الفئات الثانوية لفئة مجموعة القيم الاجتماعية، التي

تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: حازت قيمة مُساعدة الضعيف على

المرتبة الأولى بنسبة (19.0%)، فيما جاءت قيمة التعاون في المرتبة الثانية بنسبة (15.2%)،

أمّا قيمتي المساواة وتقبّل آراء الآخرين، فقد جاءتا في المرتبة الثالثة بنسبة (10.1%) لكل منهما،

فيما حلّت قيمة احترام الكبير في المرتبة السابعة والأخيرة، وبنسبة إجمالية لم تتجاوز (1.3%).

2- مجموعة القيم الأخلاقية

الجدول (4-4)

التكرارات والنسب المئوية للقيم الأخلاقية المتضمنة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الثانوية لمجموعة القيم الأخلاقية المتضمنة
21.2	14	الكرم والعطاء
13.6	9	التضحية والإيثار
12.1	8	الأمانة
10.6	7	الوفاء
9.1	6	الاعتذار
7.6	5	الصدق
7.6	5	التواضع
7.6	5	الصبر
4.6	3	أخرى
3.0	2	الإخلاص
3.0	2	الاستئذان
100.0	66	المجموع

يوضح الجدول (4-4) والمتعلق بترتيب الفئات الثانوية لفئة مجموعة القيم الأخلاقية، التي

تضمنتها عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: 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 الدراسة التحليلية.

3- القيم الذاتية:

الجدول (4-5)

التكرارات والنسب المئوية للقيم الذاتية المتضمنة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الثانوية لمجموعة القيم الذاتية المتضمنة
37.7	61	السعادة والسرور
9.9	16	الحرص والانتباه
9.2	15	الإرادة والتصميم
8.6	14	الطموح
7.4	12	التحصيل والنجاح
6.2	10	النشاط
5.6	9	الشجاعة
4.3	7	تحمل المسؤولية
3.7	6	المثابرة
3.1	5	الثقة بالنفس
2.5	4	الاعتماد على النفس
1.8	3	أخرى
100.0	162	المجموع

يوضح الجدول (4-5) والمتعلق بترتيب الفئات الثانوية لفئة مجموعة القيم الذاتية، التي

تضمنتها عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: حلت قيمة السعادة والسرور في المرتبة

الأولى بنسبة (37.7%)؛ وهو ما يؤكد على اهتمام المجلة محل التحليل، بتسليّة وإمتاع الطفل

والترفيه عنه، من خلال نشر المضامين التي من شأنها رسم البسمة على شفاه الأطفال، وتصوير

الجانب المرح من الحياة، تلتها في المرتبة الثانية قيمة الحرص والانتباه بنسبة (9.9%). أما

المرتبة الثانية عشرة والأخيرة، فكانت من نصب القيم الأخرى متمثلة بقيمة (التفاؤل) بنسبة

(1.8%).

4- القيم المعرفية:

الجدول (4-6)

التكرارات والنسب المئوية للقيم النظرية (المعرفية) المتضمنة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسب المئوية	التكرار	الفئات الثانوية لمجموعة القيم النظرية (المعرفية) المتضمنة
32.0	57	التفكير
22.5	40	التحليل والاستنتاج
13.5	24	التنافس
12.9	23	حب العلم والمعرفة
10.7	19	حب المطالعة
5.6	10	الاكتشاف والتجريب
2.8	5	الموضوعية
100.0	178	المجموع

يوضح الجدول (4-6) والمتعلق بترتيب الفئات الثانوية لفئة مجموعة القيم النظرية (المعرفية)، التي تضمنتها عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: حصلت قيمة التفكير على أعلى نسبة بمقدار (32.0%)، حائزة بذلك على المرتبة الأولى؛ من خلال ما تضمنته موادها التحريرية من مواد علمية مثيرة، وموضوعات متنوعة حول الاكتشافات والمخترعات الجديدة، فضلاً عن المسابقات والألعاب المسلية والألغاز، التي تعتمد على التركيز والانتباه، وتحتاج إلى تفكير وتخيل من قبل الطفل، تلتها في المرتبة الثانية قيمة التحليل والاستنتاج بنسبة (22.5%)، في حين جاءت قيمة الموضوعية في المرتبة السابعة والأخيرة، بنسبة مئوية مقدارها (2.8%).

من ناحية أخرى، أظهر الجدول (4-6) حرص المجلة على تحفيز الأطفال على حب القراءة والمطالعة، من خلال زاوية (كتاب أعجبنى)، التي كانت تعرض في كل عدد كتاباً مُتميزاً للأطفال.

5- القيم الدينية:

الجدول (4-7)

التكرارات والنسب المئوية للقيم الدينية المتضمنة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الثانوية لمجموعة القيم الدينية المتضمنة
25.0	11	الإيمان
20.4	9	العدل
18.2	8	الرفق بالحيوان
15.9	7	بر الوالدين
9.1	4	صلة الرحم
9.1	4	التسامح
2.3	1	أخرى
100.0	44	المجموع

يوضح الجدول (4-7) والمتعلق بترتيب الفئات الثانوية لفئة مجموعة القيم الدينية، التي تضمنتها عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: حازت قيمة الإيمان على المرتبة الأولى بنسبة (25.0%)، وهو ما يتفق تماماً مع الأسس التي تقوم عليها الشريعة الإسلامية الحنيفة؛ إذ لا يصح إسلام الشخص ولا يقبل إسلامه إن لم يكن مؤمناً، فيما حلت 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، المتمثلة بقيمة (الشورى) بنسبة إجمالية بلغت (2.3%) وبتكرار واحد فقط، فيما يلاحظ غياب كل من قيمة احترام الأديان وقيمة حسن الجوار، عن مجموع القيم الدينية التي تضمنتها عينة الدراسة التحليلية، رغم أهمية هاتين القيمتين في بناء مجتمع متماسك، قائم على المحبة المتبادلة والاحترام بين أفراد.

6- القيم الاقتصادية:

الجدول (4-8)

التكرارات والنسب المئوية للقيم الاقتصادية المتضمنة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الثانوية لمجموعة القيم الاقتصادية المتضمنة
27.2	22	التخطيط والتنظيم
18.5	15	العمل والإنتاج
17.3	14	الادخار
12.3	10	احترام العمال وتقديرهم
9.9	8	المحافظة على الممتلكات العامة
9.9	8	استثمار الوقت
4.9	4	ترشيد الاستهلاك
100.0	81	المجموع

يوضح الجدول (4-8) والمتعلق بترتيب الفئات الثانوية لفئة مجموعة القيم الاقتصادية، التي تضمنتها عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: جاءت قيمة التخطيط والتنظيم في المرتبة الأولى ونسبة مئوية مقدارها (27.2%)، وهي واحدة من القيم التي يظهر أثرها على المدى البعيد بالنسبة للأطفال، فيما حلت قيمة العمل والإنتاج في المرتبة الثانية بنسبة (18.5%)، تلتها قيمة الادخار بنسبة (17.3%)، ثم قيمة احترام العمال وتقديرهم بنسبة (12.3%)، من إجمالي القيم الاقتصادية التي تضمنتها عينة الدراسة، في حين حصدت قيمة ترشيد الاستهلاك المرتبة السادسة والأخيرة، بنسبة مئوية لم تتجاوز (4.9%)، بينما لوحظ غياب قيمة اقتصادية مهمة عن عينة التحليل، ألا وهي قيمة دعم الإنتاج الوطني.

7- القيم السياسية (الوطنية):

الجدول (4-9)

التكرارات والنسب المئوية للقيم السياسية (الوطنية) المتضمنة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الثانوية لمجموعة القيم السياسية (الوطنية) المتضمنة
49.0	22	حب الوطن
24.4	11	الاعتزاز بالهوية العربية
11.1	5	النصر
6.7	3	الولاء للقيادة
4.4	2	السلام
2.2	1	الحرية
2.2	1	أخرى
100.0	45	المجموع

يوضح الجدول (4-9) والمتعلق بترتيب الفئات الثانوية لفئة مجموعة القيم السياسية

(الوطنية)، التي تضمّنتها عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: 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 حلت 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:

الجدول (4-10)

التكرارات والنسب المئوية للقيم الجمالية المتضمنة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الثانوية لمجموعة القيم الجمالية المتضمنة
28.0	52	ممارسة المواهب والهوايات
22.0	41	المحافظة على سلامة الجسم
18.3	34	الإحساس بالجمال
12.9	24	الاستمتاع بالخبرة الجديدة
7.5	14	التناسق
6.5	12	النظافة
4.8	9	المحافظة على البيئة
100.0	186	المجموع

يوضح الجدول (4-10) والمتعلق بترتيب الفئات الثانوية لفئة مجموعة القيم الجمالية، التي تضمنتها عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: جاءت قيمة ممارسة المواهب والهوايات في المرتبة الأولى بنسبة (28.0%)؛ مما يظهر مدى اهتمام المجلة بتنمية الحس الجمالي والتثوق الفني لدى قرائها الأطفال؛ ليكونوا أكثر تقديراً لمواطن الجمال في الحياة من حولهم. فيما حلت قيمة المحافظة على سلامة الجسم في المرتبة الثانية بنسبة (22.0%)، من خلال العديد من الزوايا والأبواب الثابتة، التي تحض الأطفال على الاهتمام بنظافتهم الشخصية، وعلى العناية بمظهرهم العام مثل زاوية (العيادة)، التي كانت تُقدّم نصائح وإرشادات للأطفال؛ للحفاظ على صحة وسلامة أجسامهم. بينما حلت قيمة المحافظة على البيئة في المرتبة السابعة والأخيرة، بنسبة (4.8%) من إجمالي القيم الجمالية، التي تضمنتها عينة الدراسة التحليلية من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم».

❖ الفرع الثاني من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما مصادر المواد التحريرية التي تضمّنت

المعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع الثاني من سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية

لفئات مصادر المواد التحريرية، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مبين

في الجداول الآتية:

الجدول (4-11)

التكرارات والنسب المئوية لمصادر المواد التحريرية المتضمنة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية لمصادر المواد التحريرية
29.2	175	غير مُحدد
19.2	115	محرر المجلة
17.4	104	مُعلن تجاري
10.7	64	أحد قراء المجلة من الأطفال
10.4	62	رسام
5.0	30	كتاب سيناريو
2.2	13	مُترجم
1.8	11	أديب
1.5	9	طبيب
1.0	6	شاعر
1.0	6	مصور
.6	4	مصدر آخر
100.0	599	المجموع

يوضّح الجدول (4-11) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية لفئة مصادر المواد التحريرية، التي

تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: حازت فئة غير مُحدد على المرتبة الأولى

بنسبة مئوية مقدارها (29.2%)، فيما حازت فئة محرر المجلة على المرتبة الثانية بنسبة (19.2%)، أما المرتبة الثالثة، فكانت من نصيب فئة مُعلن تجاري بما نسبته (17.4%). وأخيراً جاءت فئة مصدر آخر مُتمثلة (بمتحف الأطفال وباحثة) بنسبة مئوية لم تتجاوز (0.6%).

❖ الفرع الثالث من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما المجال الجغرافي الذي غطّته المواد التحريرية المُتضمنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع الثالث من سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات المجال الجغرافي، التي غطّتها المواد التحريرية المُتضمنة في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (4-12)

التكرارات والنسب المئوية للمجالات الجغرافية التي غطّتها المواد التحريرية المُتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية للمجال الجغرافي
33.6	187	محلي
32.7	182	غير مُحدد
16.0	89	عالمي عام
10.1	56	عربي
7.6	42	دولي
100.0	556	المجموع

يوضّح الجدول (4-12) والمُتعلق بترتيب الفئات الفرعية لفئة المجال الجغرافي، التي غطّتها

المواد التحريرية المُتضمنة في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: جاء المجال الجغرافي المحلي في الترتيب الأول بنسبة مئوية مقدارها (33.6%)، تلاه المجال الجغرافي غير

المُحدد في المرتبة الثانية بنسبة (32.7%)، في حين حاز المجال الجغرافي الدولي على المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة إجمالية بلغت (7.6%).

❖ الفرع الرابع من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما المستوى اللغوي الذي تم استخدامه في صياغة المواد التحريرية المُتضمنة للمعلومات والقيم في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع الرابع من سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات المستوى اللغوي، التي تم استخدامها في صياغة المواد التحريرية المُتضمنة في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (4-13)

التكرارات والنسب المئوية للمستويات اللغوية المستخدمة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية للمستوى اللغوي المستخدم
93.4	512	الفصيحة المعاصرة
3.1	17	اللهجة العامية
2.0	11	أخرى
1.1	6	مُختلطة بين الفصيحة المعاصرة واللهجة العامية
.4	2	الفصيحة التراثية
100.0	548	المجموع

يوضّح الجدول (4-13) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية لفئة المستوى اللغوي، التي تم استخدامها في صياغة المواد التحريرية المُتضمنة في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: حازت الفصيحة المعاصرة على المرتبة الأولى بنسبة مئوية عالية، بلغت (93.4%) من إجمالي المستويات اللغوية، التي تم استخدامها في عينة الدراسة محل التحليل، فيما حازت اللهجة

العامة على المرتبة الثانية بنسبة (3.1%). أما الفصيحة التراثية، فقد حلت في المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة لم تتجاوز (0.4%).

❖ الفرع الخامس من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما صور الفاعل التي تم تقديمها في المواد

التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع الخامس من سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب

المئوية لفئات صور الفاعل، التي تم تقديمها في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو

مُبين في الجدول الآتي:

الجدول (4-14)

التكرارات والنسب المئوية لصور الفاعل المقدمة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية لصور الفاعل
24.6	84	متنوعة
23.4	80	رجل
20.2	69	طفل
18.1	62	طفلة
13.7	47	امراة
100.0	342	مجموع فئة الإنسان
57.3	342	مجموع فئة الإنسان من المجموع الكلي
17.1	102	بلا فاعل
13.1	78	حيوان
7.9	47	جماد
2.3	14	أخرى
2.3	14	نبات
100.0	597	المجموع الكلي

يوضّح الجدول (4-14) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية والثانوية لفئة صور الفاعل، التي تم تقديمها في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: جاء الإنسان في المرتبة الأولى بنسبة (57.3%)، في حين حلت فئة بلا فاعل في المرتبة الثانية بنسبة (17.1%)، فيما حلت 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)، وفئة النبات بنسبة إجمالية بلغت (2.3%) لكل منهما، من إجمالي صور الفاعل التي تم تقديمها في عينة التحليل.

❖ الفرع السادس من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما اتجاه المواد التحريرية التي تضمنت

المعلومات والقيم في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع السادس من سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات اتجاه المواد التحريرية، التي تضمنتها عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (4-15)

التكرارات والنسب المئوية لاتجاهات المواد التحريرية المتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية لاتجاه المواد التحريرية
48.0	263	مؤيد
40.2	220	مُحايد
8.0	44	مُعارض
3.8	21	مُختلط
100.0	548	المجموع

يوضح الجدول (4-15) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية لفئة اتجاه المواد التحريرية، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: جاء الاتجاه المؤيد في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (48.0%)، فيما حلّ الاتجاه المحايد في المرتبة الثانية بنسبة (40.2%)، تلاه الاتجاه المعارض بنسبة (8.0%)، فيما كانت المرتبة الرابعة والأخيرة، من نصيب الاتجاه المختلط بنسبة مقدارها (3.8%).

❖ الفرع السابع من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما أهداف المواد التحريرية التي تم نشرها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع السابع من سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات أهداف المواد التحريرية، التي تم نشرها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (4-16)

التكرارات والنسب المئوية لأهداف المواد التحريرية المنشورة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية لأهداف المواد التحريرية
37.2	263	إيصال المعلومات
13.6	96	التسلية والترفيه
11.5	81	غرس القيم
7.1	50	تنمية الخيال والتفكير
5.5	39	تنمية الميول والمهارات
4.7	33	تنمية الذوق الجمالي والفني
50.0	14	التراث الأردني
25.0	7	التراث العربي
		نقل التراث

14.3	4	التراث العالمي
10.7	3	التراث الإسلامي
100.0	28	مجموع فئة نقل التراث
3.9	28	مجموع فئة نقل التراث من المجموع الكلي
3.8	27	تنمية الابتكار والإبداع
3.0	21	إكساب سلوك
3.0	21	إعطاء قدوة
2.1	15	إبداء رأي
2.0	14	مُختلط بين إيصال المعلومات وغرس القيم
1.5	11	حل مشكلات
1.0	7	تنمية مهارات الاستطلاع والاكتشاف
.1	1	نقل عادات وتقاليد المجتمع الأردني
100.0	707	المجموع الكلي

يوضح الجدول (4-16) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية والثانوية لفئة أهداف المواد التحريرية، التي تم نشرها في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: جاء هدف إيصال المعلومات في المرتبة الأولى بنسبة (37.2%)، تلاه هدف التسلية والترفيه في المرتبة الثانية بنسبة (13.6%)، فيما حاز هدف غرس القيم على المرتبة الثالثة بما نسبته (11.5%)، فيما كانت المرتبة الرابعة عشرة والأخيرة، من نصيب هدف نقل عادات وتقاليد المجتمع الأردني، بما نسبته (1%) من إجمالي أهداف المواد التحريرية التي تم نشرها في عينة الدراسة.

❖ الفرع الثامن من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما الأسلوب الذي تم استخدامه في عرض

المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع الثامن من سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية

لفئات الأسلوب، الذي تم استخدامه في عرض المواد التحريرية المتضمنة في عينة الدراسة من

أعداد مجلة «حاتم» كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (4-17)

التكرارات والنسب المئوية لأسلوب عرض مواد مجلة «حاتم» التحريرية مُرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية لأسلوب المستخدم
57.5	315	مُباشر
42.5	233	غير مُباشر
100.0	548	المجموع

يوضّح الجدول (4-17) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية لفئة الأسلوب، الذي تم استخدامه في عرض المواد التحريرية المتضمنة في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: تم استخدام الأسلوب المُباشر بنسبة (57.5%)، في حين تم استخدام الأسلوب غير المُباشر بنسبة (42.5%).

❖ الفرع التاسع من سؤال الدراسة الرئيس الأول: من الفئة المُستهدفة من جمهور الأطفال في المعلومات والقيم التي تضمّنتها عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» من حيث النوع الاجتماعي (الجنس) والمرحلة العمرية التي ينتمون لها؟

للإجابة عن الفرع التاسع من سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات جمهور الأطفال، التي تم استهدافها في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (4-18)

التكرارات والنسب المئوية لجمهور الأطفال المُستهدف في مجلة «حاتم» تبعاً لمتغيري النوع الاجتماعي (الجنس) والمرحلة العمرية

المتغير	الفئات الفرعية لجمهور الأطفال المُستهدف	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي (الجنس)	غير مُحدد	513	93.6
	أنثى	28	5.1
	ذكر	7	1.3
المجموع		548	100.0
المرحلة العمرية	مُختلطة	196	35.8
	مرحلة الطفولة المتأخرة	162	29.6
	مرحلة الطفولة المتوسطة	120	21.9
	مرحلة المراهقة	36	6.5
	أخرى	34	6.2
المجموع		548	100.0

يوضح الجدول (4-18) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية لفئة جمهور الأطفال، الذي تم استهدافه في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، من حيث النوع الاجتماعي (الجنس) والمرحلة العمرية التي ينتمون لها ما يأتي: جاءت فئة النوع الاجتماعي (الجنس) غير المُحدد في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (93.6%)، في حين حلت فئة الإناث في المرتبة الثانية بنسبة مقدارها (5.1%)، أما المرتبة الثالثة والأخيرة من فئات النوع الاجتماعي (الجنس)، فكانت من نصيب الذكور بنسبة إجمالية بلغت (1.3%) فقط.

من جانب آخر، وضّح الجدول (4-18) بأن مراحل الطفولة المُختلطة، جاءت في الترتيب الأول من حيث فئات المرحلة العمرية التي تم استهدافها في عيّنة الدراسة، وذلك بنسبة إجمالية بلغت (35.8%)، تليها فئة مرحلة الطفولة المتأخرة بنسبة (29.6%)، فيما حلّت المراحل العمرية الأخرى في المرتبة الخامسة والأخيرة، بما نسبته (6.2%) من إجمالي المراحل العمرية، التي تم استهدافها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم».

سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما وسائل الإبراز التي تم استخدامها في تقديم المعلومات والقيم على صفحات مجلة «حاتم»؟

❖ الفرع الأول من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما الأشكال والفنون التحريرية التي تم استخدامها في عرض المعلومات والقيم المُتضمّنة في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع الأول من سؤال الدراسة الرئيس الثاني، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات الأشكال والفنون التحريرية، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (4-19)

التكرارات والنسب المئوية للأشكال لفنون التحريرية المُستخدمة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية للأشكال والفنون التحريرية المُستخدمة
68.1	373	الفنون الصحفية
16.4	90	الفنون الأدبية
15.5	85	الأشكال الأخرى
100.0	548	المجموع

يوضح الجدول (4-19) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية لفئة الأشكال والفنون التحريرية، التي تم استخدامها في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: 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 عينة الدراسة:
أ- الفنون الصحفية:

الجدول (4-20)

التكرارات والنسب المئوية للفنون الصحفية المستخدمة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية للفنون الصحفية
29.5	110	إعلان
15.8	59	بريد القراء
14.7	55	تقرير صحفي
12.6	47	أخرى
8.0	30	خبر صحفي
7.5	28	تحقيق صحفي
40.0	8	مقال افتتاحي
25.0	5	مقال صحفي
20.0	4	مقال أدبي
15.0	3	مقال علمي
100.0	20	مجموع فئة المقال
5.4	20	مجموع فئة المقال من المجموع الكلي
92.9	13	رسوم تعبيرية
7.1	1	رسوم جمالية
100.0	14	مجموع فئة الرسوم
3.8	14	مجموع فئة الرسوم من المجموع الكلي

57.1	4	صور شخصية	الصور الفوتوغرافية
28.6	2	صور موضوعية	
14.3	1	صور جمالية	
100.0	7	مجموع فئة الصور الفوتوغرافية	
1.9	7	مجموع فئة الصور الفوتوغرافية من المجموع الكلي	
.8	3	حديث صحفي	
100.0	373	المجموع الكلي	

يوضح الجدول (4-20) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية والثانوية لفئة الفنون الصحفية، التي تم استخدامها في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: 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%). أما المرتبة العاشرة والأخيرة، فكانت من نصيب الحديث الصحفي، الذي حصل على نسبة محدودة لم تتجاوز (0.8%)، فيما غاب الكاريكاتير عن عينة التحليل من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم».

ب - الفنون الأدبية:

الجدول (4-21)

التكرارات والنسب المئوية لفئات الفنون الأدبية المستخدمة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية للفنون الأدبية المستخدمة
42.2	38	القصة
22.2	20	قصة مصورة
18.9	17	مسلسل مصور
5.6	5	شعر
7.8	7	سير وتراجم
3.3	3	حكم وأمثال
100.0	90	المجموع

يوضّح الجدول (4-21) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية لفئة الفنون الأدبية، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: حازت القصة على المرتبة الأولى بنسبة (42.2%)، فيما جاءت القصة المصورة في المرتبة الثانية بنسبة (22.2%). أما المرتبة السادسة والأخيرة، فكانت من نصيب الحكم والأمثال بنسبة (3.3%) من إجمالي الفنون الأدبية، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم».

ج- الأشكال التحريرية الأخرى:

الجدول (4-22)

التكرارات والنسب المئوية لفئات الأشكال التحريرية الأخرى المستخدمة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية للأشكال التحريرية الأخرى المستخدمة
35.3	30	تسالي وألعاب
15.3	13	أخرى
18.8	16	فكاهات وطرائف
14.1	12	أحاجي وألغاز
7.1	6	مُسابقات
5.9	5	رسوم للتلوين
3.5	3	كلمات مُتقاطعة
100.0	85	المجموع

يوضّح الجدول (4-22) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية لفئة الأشكال التحريرية الأخرى، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: جاءت التسالي والألعاب في المرتبة الأولى بنسبة (35.3%)، تليها فئة أخرى بنسبة (15.3%)، فيما جاءت الكلمات

المُتقاطعة في المرتبة السابعة والأخيرة بنسبة (3.5%) من إجمالي الأشكال التحريرية الأخرى، التي تم استخدامها في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم».

❖ الفرع الثاني من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما مواقع المواد التحريرية التي تضمنت

المعلومات والقيم على صفحات عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع الثاني من سؤال الدراسة الرئيس الثاني، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية

لفئات مواقع المواد التحريرية على صفحات عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مبين

في الجدول الآتي:

الجدول (4-23)

التكرارات والنسب المئوية لفئات مواقع المواد التحريرية على صفحات مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية لمواقع المواد التحريرية
44.3	243	النصف الأول من المجلة
42.0	230	النصف الثاني من المجلة
3.3	18	صفحتا الوسط أو (قلب المجلة)
3.1	17	بطن الغلاف الأول
2.7	15	بطن الغلاف الأخير
2.4	13	الغلاف الأول
2.2	12	الغلاف الأخير
100.0	548	المجموع

يوضح الجدول (4-23) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية لفئة مواقع المواد التحريرية على

صفحات مجلة «حاتم» ما يأتي: جاء النصف الأول من المجلة في الترتيب الأول بنسبة

(44.3%)، تلاه النصف الثاني من المجلة بنسبة (42.0%)، ثم صفحتا الوسط أو (قلب المجلة) في الترتيب الثالث بنسبة مئوية بلغت (3.3%)، وأخيراً الغلاف الأخير بنسبة (2.2%).

❖ الفرع الثالث من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما المساحة التي شغلتها المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع الثالث من سؤال الدراسة الرئيس الثاني، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات المساحة، التي شغلتها المواد التحريرية في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (4-24)

التكرارات والنسب المئوية لفئات المساحة التي شغلتها المواد التحريرية في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية لمساحة المواد التحريرية
41.6	228	صفحة
18.6	102	نصف صفحة فأكثر
16.6	91	ربع صفحة فأكثر
13.5	74	صفحتان
9.0	49	أكثر من صفحتين
.7	4	أقل من ربع صفحة
100.0	548	المجموع

يوضح الجدول (4-24) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية لفئة المساحة التي شغلتها المواد

التحريرية في مجلة «حاتم» ما يأتي: جاءت مساحة صفحة في المرتبة الأولى بما نسبته

(41.6%)، ثم مساحة نصف صفحة فأكثر بنسبة (18.6%)، وأخيراً جاءت مساحة أقل من ربع صفحة في المرتبة السادسة والأخيرة، بنسبة مئوية بلغت (0.7%).

❖ الفرع الرابع من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما أنواع عناوين المواد التحريرية التي تضمّنت المعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع الرابع من سؤال الدراسة الرئيس الثاني، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات أنواع عناوين المواد التحريرية، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (4-25)

التكرارات والنسب المئوية لأنواع عناوين المواد التحريرية المتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية لأنواع عناوين المواد التحريرية
61.0	506	عنوان رئيسي
19.5	162	عنوان ثابت
6.9	57	عنوان فرعي
5.8	48	عنوان جانبي
4.0	33	عنوان تمهيدي
1.4	12	عنوان غلاف
1.4	12	بلا عنوان
100.0	830	المجموع

يوضّح الجدول (4-25) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية لفئة أنواع عناوين المواد التحريرية،

التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: حلّ العنوان الرئيسي في المرتبة الأولى بنسبة إجمالية بلغت (61.0%)، في حين جاء العنوان الثابت في المرتبة الثانية بنسبة

(19.5%)، تلاه العنوان الفرعي بنسبة (6.9%)، وأخيراً جاءت كل من فئة عنوان الغلاف وفئة بلا عنوان في المرتبة السادسة، وبنسبة (1.4%) لكل منهما.

❖ الفرع الخامس من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما طبيعة الألوان التي تم استخدامها في

إبراز المعلومات والقيم المتضمنة في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع الخامس من سؤال الدراسة الرئيس الثاني، تم إيجاد التكرارات والنسب

المئوية لفئات الألوان، التي تم استخدامها في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مبين

في الجدول الآتي:

الجدول (4-26)

التكرارات والنسب المئوية للألوان المستخدمة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية للألوان المستخدمة
52.6	288	صناعية
42.3	232	مختلطة بين الطبيعية والصناعية
5.1	28	طبيعية
100.0	548	المجموع
56.2	308	منفصلة
35.6	195	مختلطة بين المنفصلة والمركبة
8.2	45	مركبة
100.0	548	المجموع

يوضح الجدول (4-26) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية لفئة الألوان، التي تم استخدامها في

عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: جاءت الألوان الصناعية في الترتيب الأول من

حيث نوعيّة الألوان، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة بنسبة (52.6%)، تلتها في الترتيب الثاني الألوان المختلطة بين الطبيعية والصناعية بنسبة (42.3%)، ثم الألوان الطبيعية في الترتيب الثالث والأخير، بنسبة مئوية بلغت (5.1%).

من جهة ثانية، وضّح الجدول (4-26) أن الألوان المنفصلة جاءت في الترتيب الأول من حيث طريقة مزج الألوان التي تم استخدامها في عيّنة التحليل، وذلك بنسبة مئوية مقدارها (56.2%)، ثم الألوان المختلطة بين المنفصلة والمركبة في الترتيب الثاني بنسبة (35.6%)، وأخيراً الألوان المركبة بنسبة (8.2%).

❖ الفرع السادس من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما أنواع الإطارات التي أحاطت بالوحدات

الطباعية المتضمنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع السادس من سؤال الدراسة الرئيس الثاني، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات الإطارات، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (4-27)

التكرارات والنسب المئوية للإطارات المستخدمة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية للإطارات المستخدمة
50.0	273	مسطحة
39.2	215	بلا إطارات
5.4	30	مختلطة
3.2	18	مرسومة
1.5	8	زخرفيه
.7	4	مجسمة
100.0	548	المجموع

يوضّح الجدول (4-27) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية لفئة الإطارات، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: حصلت الإطارات المُسطّحة على المرتبة الأولى بنسبة (50.0%)، تلتها في المرتبة الثانية فئة بلا إطارات بنسبة إجمالية بلغت (39.2%)، بينما حلّت الإطارات المُجسّمة في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة لم تتجاوز (0.7%).

❖ الفرع السابع من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما نوعيّة الصور الفوتوغرافية التي رافقت المواد التحريرية المُتضمنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع السابع من سؤال الدراسة الرئيس الثاني، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات الصور الفوتوغرافية، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (4-28)

التكرارات والنسب المئوية للصور الفوتوغرافية المُتضمنة في مجلة «حاتم» مُرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية للصور الفوتوغرافية المُتضمنة
38.0	98	موضوعية
23.6	61	شخصية
22.5	58	إعلانية
8.5	22	إخبارية
7.4	19	جمالية
100.0	258	المجموع

يوضّح الجدول (4-28) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية للصور الفوتوغرافية، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» ما يأتي: حصدت الصور الموضوعية المرتبة الأولى بنسبة

(38.0%)، في حين جاءت الصور الشخصية في المرتبة الثانية بنسبة (23.6%)، فيما كانت نسبة الصور الجمالية (7.4%)، من إجمالي الصور التي تضمّنتها عيّنة التحليل.

❖ الفرع الثامن من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما نوعيّة الرسوم التي صاحبت المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع الثامن من سؤال الدراسة الرئيس الثاني، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات الرسوم، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما في الجدول الآتي:

الجدول (4-29)

التكرارات والنسب المئوية للرسوم المتضمنة في مجلة «حاتم» مرتبة ترتيباً تنازلياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية للرسوم المتضمنة
69.0	239	تعبيرية
18.8	65	جمالية
9.0	31	توضيحية
3.2	11	شخصية
100.0	346	المجموع

يوضّح الجدول (4-29) والمتعلق بترتيب الفئات الفرعية للرسوم، التي تضمّنتها عيّنة

الدراسة ما يأتي: جاءت الرسوم التعبيرية في المرتبة الأولى بنسبة (69.0%)، والرسوم الجمالية في المرتبة الثانية بنسبة (18.8%)، فيما حلّت الرسوم التوضيحية في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية مقدارها (9%)، والرسوم الشخصية في المرتبة الرابعة والأخيرة بما نسبته (3.2%).

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

يُنَاقَشُ هذا الفصل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وذلك في ضوء الدراسات والأبحاث السابقة، والنظريات الإعلامية المُستخدمة فيها، كما يتضمن هذا الفصل، عدداً من التوصيات والمُقترحات التي أفضت إليها الدراسة.

أولاً: مناقشة نتائج الدراسة

مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرئيس الأول: ما دور مجلة «حاتم» في تقديم المعلومات والقيم إلى الطفل الأردني؟

وتفرّع عن هذا السؤال تسعة أسئلة فرعية، هي:

نتائج الفرع الأول من السؤال الرئيس الأول: ما المعلومات والقيم التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» وما تراتبيتها؟

① المعلومات:

قدّمت مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، معلومات متنوّعة إلى الطفل الأردني، جاء في مُقدمتها المعلومات الترفيهية بنسبة مئوية بلغت (21.8%)، تلتها المعلومات الاجتماعية، والعلمية، ثم المعلومات الأخرى؛ (كالمعلومات التجارية، والتقنية، والتربوية، والبيئية)، فيما كانت المرتبتين الأخيرتين التين ظهرتَا بنسب بسيطة، من نصيب كل من المعلومات الرياضية والسياسية.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة السندوبي (1983)، التي أظهرت غلبة المضمون

الترفيهي المُقدّم في مجلة "ميكي" المُترجمة، ومع نتيجة دراسة البحيري (1999)، التي كشفت عن

تفوق المضمون الترفيهي المُقدّم في كل من مجلتي "سمير" و"علاء الدين" الموجّهتين للأطفال

في مصر، وكذلك مع نتيجة دراسة عبويني (2008)، التي بينت حصول المضمون الترفيهي على المرتبة الأولى، بين المضامين المُقدّمة في مجلة «حاتم» الأردنية.

فيما تختلف هذه النتيجة عن ما توصلت إليه دراسة فهمي (1988)، التي أفضت إلى إسهام مجلتي "ميكي" و"سمير" المصريتين، بالإضافة إلى مجلة "ماجد" الإماراتية؛ في إمداد الأطفال بالعديد من المعلومات، في مُقدمتها المعلومات العلمية، والتاريخية، والدينية، والجغرافية.

وتختلف هذه النتيجة عن نتيجة دراسة عبد الرحمن (2012)، التي أسفرت عن حلول المضامين العلمية والتكنولوجية في المرتبة الأولى، بين المضامين المعرفية المُقدّمة في مجلتي "ماجد" و"باسم" الخليجتين.

وبالنظر إلى نظرية ترتيب الأولويات، إحدى النظريات الإعلامية التي اعتمدت عليها الدراسة، نجد أن مجلات الأطفال التي تضع في قمة أولوياتها تقديم المضمون والمعلومات الترفيهية، ومن ضمنها مجلة «حاتم» محل الدراسة، تعكس هذا الاهتمام لدى قرائها الأطفال، ما يجعل المضمون الترفيهي في قمة أولوياتهم، بل ويطالبون بالمزيد من هذه المضامين الترفيهية؛ إذ أشارت نتائج كل من دراسة (انتليتز) (1990) ودراسة اليونس وزملائه (2006) الميدانيتين، إلى أن الموضوعات الشيقة والخفيفة، ذات الطابع الترفيهي، تُعدّ من أكثر الموضوعات مقروئية في مجلات الأطفال محل الدراساتتين.

من جهة ثانية، تعكس هذه النتيجة تركيز مجلة «حاتم» على تحقيق وظيفة التسلية والترفيه لقرائها الأطفال، دون أي تقديرٍ منها للعواقب، التي من شأنها إفساد عقلية الأطفال؛ خاصة وأن المضمون الترفيهي المُقدم في المجلة، لا يحتوي على أية قيمة حقيقية ولا يوحى بمبدأ، كما أنه لا يزيد من خبرات الأطفال أو يُثري تجاربهم، بل يصرفهم عن حاجاتهم المعرفية؛ كحاجتهم إلى

المعرفة والاطلاع، وإشباع فضولهم الطفولي، ورغباتهم بكل ما يُنمّي خيالهم، ويُعمّق تصوراتهم، ويستثير نشاطهم المعرفي والحسي.

② القيم:

جاءت مجموعة القيم الجمالية مثل: (ممارسة المواهب والهوايات، المحافظة على سلامة الجسم، والاستمتاع بالخبرة الجديدة، والمحافظة على البيئة) في صدارة مجموعات القيم التي تضمّنتها مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، ونسبة إجمالية مقدارها (22.1%)، تلتها مجموعة القيم النظرية (المعرفية) مثل: (التفكير، والتخيّل والاستنتاج، وحب العلم والمعرفة، وحب المُطالعة)، ثم مجموعة القيم الذاتية مثل: (السعادة والسرور، والحرص والانتباه، والإرادة والتصميم، والتحصيل والنجاح)، ومجموعة القيم الاقتصادية مثل: (التخطيط والتنظيم، والعمل والإنتاج، والادخار، واحترام العمال وتقديرهم)، تبعثها مجموعة القيم الاجتماعية مثل: (مُساعدة الضعيف، التعاون، والمساواة، وتقبُّل آراء الآخرين، والصداقة)، فمجموعة القيم الأخلاقية مثل: (الكرم والعطاء، التضحية والإيثار، الأمانة، والوفاء، الاعتذار)، بينما حلّت مجموعتي القيم الدينية والسياسية، في آخر مرتبتين في ترتيب السلم القيمي المُقدّم في المجلة.

وبالعودة إلى نظرية ترتيب الأولويات، فإن القيم التي تُقدّمها مجلات الأطفال، تختلف من مُجتمع لآخر ومن بيئة لأخرى؛ تبعاً لترتيب السلم القيمي في المُجتمع الذي تصدر فيه المجلة؛ لذا تختلف هذه النتيجة عن نتيجة دراسة السندوبي (1983)، التي أظهرت اهتمام مجلتي "ميكي" و"سمير" الصادرتين في مصر، بنشر مجموعة القيم الاجتماعية الايجابية على صفحاتها، كما تختلف هذه النتيجة عن ما تم التوصل إليه في دراسة علي (1997)، من حيث تصدر القيم الدينية في كل من مجلة "علاء الدين" المصرية ومجلة "باسم" السعودية، وعن نتيجة دراسة الأنصاري

(2006)، التي كشفت عن اهتمام مجلة "براعم الإيمان" الكويتية، بنشر المضامين التي تتناول القيم الأخلاقية.

ووفقاً لنظرية الغرس الثقافي، أولى النظريات الإعلامية الثلاث التي استندت إليها الدراسة، نجد أنه يمكن لمجلات الأطفال إحداث الرنين للقيم الايجابية السائدة في المجتمع، عبر تقديم هذه القيم وتكثيف النشر حولها؛ بما يضمن على المدى البعيد، خلق اتجاهات سائدة لدى جمهور الأطفال، بأن هذه القيم هي القيم المثلى والمفضلة في مجتمعهم، وهو ما يتفق مع ما أشارت نتائج دراسة (بيلشز) (1978)، من حيث أن مجلات الأطفال تُسهم في رفع الوعي الثقافي والقيمي العام لدى جمهور الأطفال الذين يستخدمون هذه المجلات.

وفي ضوء هذه النتيجة التي توصلت إليها الدراسة، يمكن القول أن مجلة «حاتم» لم توازن بين مجموعات القيم التي قدمتها إلى الطفل الأردني؛ إذ تركّز اهتمامها على غرس القيم الجمالية، وهي القيم التي تُثَمّي الحس الجمالي والتذوق الفني لدى الفرد؛ فيُمارس هوايته الأدبية والفنية، ويشعر بالسعادة في رحلاته وخبراته الجديدة، ويتمتع بالجمال الطبيعي والفني؛ ما يُلهمه التعبير الذاتي المُبدع كما في الشعر والرسم وغير ذلك، في حين ضعف اهتمامها بتقديم مجموعات قيمة أخرى مُهمّة إلى الطفل الأردني، مثل:

- مجموعة القيم الاقتصادية، التي تُعنى بما يمس الفرد من أمور يومية حيوية، عبر احتكاكه بالمجتمع وتعامله مع أفراد، من ذوي المهن والأعمال اللازمة لاستمرارية الحياة على وجهها الأكمل.

- مجموعة القيم الاجتماعية، التي تُعنى بمجموعة الصفات النبيلة، التي لا بد أن يتحلى بها أفراد المُجتمع، وتنعكس من خلال تعاملاتهم القائمة على المحبة المُتبادلة والاحترام، بما يعود بالمنفعة المُتبادلة عبر المصلحة الجماعية لأفراد المُجتمع جميعاً.
 - مجموعة القيم الأخلاقية، التي تدعو إلى التمسك بالأخلاق الكريمة والخصال الحميدة التي يتحلى بها المُجتمع، لتسوده المحبة والإخاء والتعاون والتكاتف بين أفرادهِ.
 - مجموعة القيم السياسية (الوطنية)، التي توجّه الفرد نحو المواطنة الصالحة، والمُشاركة الفعّالة في شؤون مُجتمعهِ، وتحضّه على المُحافظة على وطنهِ، والعمل على رفعة شأنهِ، وإعلاء مراتبهِ.
- وتجدر الإشارة هنا، إلى حساسيّة مجموعة القيم السياسية (الوطنية) وأهميّتها 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.
- مجموعة القيم الدينية، التي تهتم بتعزيز علاقة الفرد مع الخالق عزّ وجل، وتدفعه إلى التمسك والالتزام بالتعاليم الدينية السمحة. وفي الفترة الراهنة، تبرز أهميّة غرس القيم الدينية القويمة لدى الأطفال، خاصة مع بداية انتشار الأفكار التضليلية البعيدة عن حقيقة تعاليم ديننا الإسلامي الحنيف.

نتائج الفرع الثاني من السؤال الرئيس الأول: ما مصادر المواد التحريرية التي تضمّنت المعلومات والقيم في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

جاء ترتيب مصادر المواد التحريرية التي تضمّنت المعلومات والقيم في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، على النحو الآتي: المواد التحريرية غير مُحددة المصدر في المرتبة الأولى وبنسبة مئوية مقدارها (29.2%)، تبعه محرر المجلة بنسبة (19.2%)، ثم مُعلن تجاري، ثم أحد قراء المجلة من الأطفال، فرسام، وكاتب سيناريو، ومترجم، تلاه أديب، وطبيب، وشاعر، ومصور، فيما حلّ مصدر آخر مُتمثّل (بمتحف الأطفال وباحثة) في المرتبة الأخيرة بنسبة (6%).

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أبو سنة (2004)، التي أظهرت أن المعلومات عن العالم الخارجي في مجلات الأطفال المصرية محل دراستها، كانت مُحددة القوائم بالاتصال أكثر من المعلومات غير مُحددة القوائم بالاتصال. كما تختلف النتيجة من حيث ترتيب المصادر، إذ تصدر القارئ ترتيب مصادر دراسة أبو سنة، تبعه المُحرر، ثم الرسام، فكانت القصة، وكاتب السيناريو، وأخيراً المصادر الأخرى.

وتبعاً لنظرية تحديد الأطر الإعلامية، ثالث نظرية إعلامية اعتمدت عليها الدراسة، فإن مصادر المواد التحريرية في أي صحيفة أو مجلة، تُعدّ واحدة من الأدوات التي يُمكن استخدامها في تشكيل الأطر الإعلامية.

وفي هذه الدراسة، تنوّعت المصادر التي اعتمدت عليها مجلة «حاتم» في تقديمها للمعلومات والقيم. 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.

نتائج الفرع الثالث من السؤال الرئيس الأول: ما المجال الجغرافي الذي غطّته المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

جاء المجال الجغرافي المحلي في صدارة المجالات الجغرافية، التي غطّتها المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك بنسبة مئوية بلغت (33.6%)، تبعه المجال الجغرافي غير المحدد في المرتبة الثانية، ثم المجال الجغرافي العالمي العام، فالمجال الجغرافي العربي، فيما حلّ المجال الجغرافي الدولي في المرتبة الأخيرة بنسبة (7.6%).

وتختلف هذه النتيجة عن ما توصلت إليه دراسة عبد الرحمن (2012)، التي كشفت عن سيطرة المجال العالمي على المضامين المعرفية، التي تُقدّمها مجلتي "ماجد" و"باسم" الخليجتين. وبالاستناد إلى نظرية ترتيب الأولويات أو (وضع الأجندة)، نجد أن مجالات الأطفال تتأثر بالواقع الاجتماعي الذي تصدّر فيه، ما يجعلها تعكس أولويات هذا المجتمع؛ بمعنى أن مجالات الأطفال تشقّق أجندتها من واقع مجتمعهما، من ثم تُقدّم محتوى هذا الواقع على صفحاتها.

ووفقاً لنظرية الغرس الثقافي، يُمكن القول أن مجلة «حاتم» اهتمّت بإكساب قرائها الأطفال المعرفة حول واقعهم الاجتماعي، من خلال تركيزها على البيئة المحليّة الأردنية في موادها التحريرية، وبالتالي إحداث الرنين لمعاني وقيم مُعيّنة، تعمل على تضخيم إدراك الأطفال للواقع الاجتماعي الذي يعيشون فيه.

بناءً على ما تقدّم، تكون مجلة «حاتم» قد نجحت بترتيب أولويات قرائها الأطفال، من حيث تركيزها على تغطية المجال الجغرافي المحلي في موادها التحريرية؛ بما يتناسب مع اهتمامات هؤلاء الأطفال ويلبّي فضولهم بالتعرّف على مجتمعهما الذي يعيشون فيه، دون إغفالها تغطية

المجالات العربية والدولية؛ الأمر الذي أسهم وفقاً لنظرية الغرس الثقافي، في التأثير على معرفتهم وإدراكهم للعالم المحيط بهم، خاصة وإن الأطفال يتسمون بالفضول وحب الاستطلاع والاكتشاف، ويتطلعون إلى معرفة الأخبار التي تهمهم في مجتمعهم والعالم من حولهم.

نتائج الفرع الرابع من السؤال الرئيس الأول: ما المستوى اللغوي الذي تم استخدامه في صياغة المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

اعتمدت مجلة الأطفال الأردنية «حاتم» على الفصيحة المعاصرة في تقديمها للمعلومات والقيم ضمن موادها التحريرية؛ إذ حازت الفصيحة المعاصرة على المرتبة الأولى بنسبة (93.4%) من إجمالي المستويات اللغوية التي تم استخدامها في المجلة، تلتها اللهجة العامية بنسبة (3.1%)، في حين جاءت اللغات الأخرى مُتمثلة (باللغة الانجليزية) في المرتبة الثالثة، فالمختلطة بين الفصيحة المعاصرة واللهجة العامية في المرتبة الرابعة، فيما حلت الفصيحة التراثية في المرتبة الأخيرة، وبنسبة مئوية لم تتجاوز (4.%) فقط.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الأنصاري (2005)، التي كشفت عن تصدر الفصيحة المُبسطة في تقديم المعلومات المتضمنة في مجلة "العربي الصغير" الكويتية، ومع نتيجة دراسة الأنصاري كذلك (2006)، التي أظهرت اعتماد مجلتي "براعم الإيمان" و"العربي الصغير" الكويتيين، على الفصيحة المُبسطة في تقديمهما للقيم، ومع نتيجة دراسة كل من الراشد والحמיד، (2011)، التي أسفرت عن نجاح مجلتي "باسم" و"وسنان" السعوديتين، في تقديم القيم الجمالية باللغة العربية الفصيحة المُبسطة، وبأسلوب تعبير سهل.

وبوجه عام، تُعدّ عملية استخدام اللغة بما يُفسّر الأحداث ويؤثر على مُدركات الجمهور لأهميّة القضايا المثارة، إحدى أهم خطوات عملية وضع الأجندة وفقاً لنظرية ترتيب الأولويات.

وعليه، تكون مجلة «حاتم» قد وقّعت في توظيفها للفصحى المُبسطة والواضحة؛ بما يؤثر إيجاباً على إدراك قرائها الأطفال للمعلومات والأفكار والمفاهيم الواردة فيها، وتبنيهم لما تضمّنته من مُثل وقيم وأخلاقيات؛ ذلك أن اختيار الألفاظ والعبارات السهلة والبسيطة من جهة، والدالة والمُعبرة من جهة ثانية، يُعدّ من أهم شروط استخدام اللغة في صُحف ومجلات الأطفال، وذلك بحسب نتائج دراسة (انتليتز) (1990)، التي أظهرت أن سهولة قراءة المجلة، تُعدّ من أهم الموصفات الإيجابية لمجلات الأطفال.

نتائج الفرع الخامس من السؤال الرئيس الأول: ما صور الفاعل التي تم تقديمها في المواد التحريرية المُتضمنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

ظهر الفاعل على صورة أو (هيئة) إنسان في المواد التحريرية المنشورة في مجلة الأطفال الأردنية مجلة «حاتم» بنسبة (57.3%)، توزعت على النحو الآتي: صور متنوّعة للإنسان أو (أكثر من شخصية إنسانية) بنسبة (24.6%)، ثم رجل بنسبة (23.4%)، وطفل بنسبة (20.2%)، وطفلة بنسبة (18.1%)، وأخيراً امرأة بنسبة مئوية بلغت (13.7%) من إجمالي نسب صور الإنسان، التي تضمّنتها المواد التحريرية المنشورة في المجلة.

من جهة ثانية، غاب الفاعل عن ما نسبته (17.1%) من المواد التحريرية التي تضمّنت المعلومات والقيم في مجلة «حاتم»، ثم جاءت صورة حيوان في المرتبة الثالثة، تلاها صورة جماد، فيما حلّت كل من الصور الأخرى مثل: (وحش، وغول، ودمية، ومارد المصباح السحري) ونبات في المرتبة الخامسة والأخيرة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة السندوبي، (1983)، التي أظهرت ارتفاع نسبة الاهتمام بإبراز البطولات الجماعية في مجلة "ميكي" المُترجمة، ومع نتيجة دراسة علي (1997)، من حيث

ظهور الفاعل أو (البطل) على صورة أو (هيئة) إنسان بأعلى نسب في مجلتي "علاء الدين" المصرية ومجلة "باسم" السعودية، وكذلك مع نتيجة دراسة كل من الراشد والحמיד، (2011)، التي كشفت عن تصدر الإنسان للشخصيات المُقدّمة في مجلتي "باسم" و"وسنان" السعوديتين. فيما تختلف هذه النتيجة عن ما توصلت إليه دراسة علي (1997)، التي أسفرت عن ظهور الدور الاجتماعي (الطفل)، أكثر من غيره من الأدوار الاجتماعية الأخرى المُقدّمة في مجلتي الدراسة.

وبالاستناد إلى نظرية الغرس الثقافي، فإنه يُمكن لمجلات الأطفال تعليم الطفل طبيعة الأدوار الاجتماعية التي ينبغي أن يقوم بها، بحسب مُتغيرات النوع الاجتماعي (الجنس)، والعمر، والطبقة الاجتماعية، التي ينتمي لها، وذلك من خلال ما تُقدّمه له المجلة من قصص، وحكايات، ومسلسلات مصورة وغيرها من الأشكال والفنون التحريرية الأخرى؛ الأمر الذي يُساعد الطفل على تشكيل صور ذهنية حول الموضوعات المطروحة في المجلة.

كما تستعين مجلات الأطفال -وفق النظرية ذاتها- بصور مألوفة لدى قرائها؛ لتُقرّب لهم المعاني والمفاهيم المُجرّدة مثل: الحق، والعدل، والخير، ونحوها من المعاني والمفاهيم الأخرى، التي يجهلها الأطفال بسبب ضعف ادراكاتهم؛ فعلى سبيل المثال: يُمكن تقديم صورة الشر على هيئة إنسان قبيح، وصورة الجمال على هيئة طفله جميلة، وصورة الخير على هيئة شيخ جليل، وهكذا.

وبحسب النظرية نفسها، فإن مجلات الأطفال تستخدم صور الحيوانات للدلالة على الرموز؛ فالكلب يرمز للوفاء، والأسد للشجاعة، والثعلب للمكر والخداع، والحمام للسلام.

وفي هذه الدراسة، فإن تصدر الإنسان لصور الفاعل التي تم تقديمها في مجلة «حاتم»، لهو دليل قوي على نجاح المجلة بتعريف الطفل بدوره الاجتماعي وبأدوار الآخرين، ونجاحها كذلك

يربط الطفل بالواقع الذي يعيش فيه بعيداً عن الخرافات والأوهام، إضافة إلى تنمية الروح الجماعية لدى قرائها الأطفال، ومساعدتهم على التكيف الاجتماعي.

على صعيد آخر، كشفت هذه النتيجة عن عدم تحيز المجلة لجنس اجتماعي دون الآخر من قرائها الأطفال؛ اتضح ذلك من خلال النسب المتقاربة لظهور الطفل والطفلة كصور للفاعل في موادها التحريرية المختلفة.

ويُشار إلى أن الطفل عموماً، يُفضل قراءة القصص التي تكون الشخصية الرئيسة فيها من نفس جنسه أو نوعه؛ كما أنه يُظهر ميلاً إلى قراءة القصص التي تكون شخصياتها في مثل عمره؛ ذلك أن الطفل يتخيّل نفسه البطل.

نتائج الفرع السادس من السؤال الرئيس الأول: ما اتجاه المواد التحريرية التي تضمّنت المعلومات والقيم في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

حاز الاتجاه المؤيد على المرتبة الأولى في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك بنسبة (48.0%)، تبعه الاتجاه المحايد في المرتبة الثانية، ثم الاتجاه المعارض، فيما كانت المرتبة الرابعة والأخيرة، من نصيب الاتجاه المختلط بنسبة (3.8%).

وقياساً على نظرية تحليل الأطر الإعلامية، التي تقوم على أساس أن الوسائل الإعلامية تُنظّم مضامينها في سياقات وأطر إعلامية مُحددة، تؤثر على كيفية تفسير الجمهور للقضايا والأحداث المختلفة من حوله، وبما أن اتجاه المضمون الإعلامي يُشير إلى عنصر القوة أو الإثارة، الذي عولجت به المادة الإعلامية المنشورة؛ فإن الدراسة تُشير إلى إمكانية إضافة (الاتجاه) إلى قائمة أدوات تشكيل الأطر الإعلامية المتعارف عليها؛ ذلك أن اتجاه النص الإعلامي يعكس

اهتمام القائم بالاتصال وتحمّسه للموضوع الذي يُقدّمه، وهو الأمر الذي ينتقل إلى الجمهور المُتلقي ليتبنّى بدوره الاتجاه ذاته نحو القضايا والأحداث، سواء بالتأييد أو بالرفض أو بالحياد.

وتأسيساً على ما تقدّم، ساد الاتجاه المؤيّد في المواد التحريرية التي تضمّنت المعلومات والقيم في مجلة «حاتم»؛ وهو ما يُمكن تعليقه بحرص مجلات الأطفال عموماً، على نشر المضامين ذات الأفكار الايجابية، التي من شأنها الإسهام في غرس القيم والمُثل العليا لدى الطفل، وتكوين اتجاهاته التي تتفق مع ثقافة مُجتمعه وقيمه وتوجهاته وتطلعاته، إلى جانب ترسيخ ما قدّمته من معلومات في أذهان قرائها الأطفال.

نتائج الفرع السابع من السؤال الرئيس الأول: ما أهداف المواد التحريرية التي تم نشرها في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

جاء هدف إيصال المعلومات في المرتبة الأولى بنسبة (37.2%)، تلاه هدف التسلية والترفيه في المرتبة الثانية بنسبة (13.6%)، فيما حاز هدف غرس القيم على المرتبة الثالثة بنسبته (11.5%)، تبعه هدف تنمية الميول والمهارات، وتنمية التذوق الجمالي، ونقل التراث، ثم تنمية الابتكار والإبداع، تبعه هدف إكساب سلوك وإعطاء قدوة، إلى أن حلّ هدف نقل عادات وتقاليده المُجتمع الأردني في المرتبة الرابعة عشرة والأخيرة بنسبة إجمالية لم تتجاوز (1.1%) فقط.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة كل من علي ورزق (1986)، التي كشفت عن اهتمام مجلات الأطفال الصادرة عن الهيئة العامة للاستعلامات في مصر بإمداد الطفل بالمعلومات، ومع نتيجة دراسة عبويني (2008)، التي أظهرت حصول هدف تزويد الطفل بالمعلومات على أعلى مرتبة، بين مجموعة الأهداف التي سعت إلى تحقيقها مجلة «حاتم» الأردنية، ومع نتيجة دراسة (أدامسكي) (2011)، التي خلصت إلى أن مجلات الأطفال تُعدّ مصدراً

مُهمًا لنقل المعرفة حول العالم للأطفال، فضلاً عن اتفاقها مع ما توصلت إليه دراسة عبد الرحمن (2012)، التي أسفرت عن تفوق تحقيق الهدف المعرفي في مجلتي "ماجد" و"باسم" الخليجيتين. وبالرجوع إلى نظرية ترتيب الأولويات، نجد أن صحافة الطفل عموماً، تهتم بترتيب أولويات قرائها الأطفال، من خلال تركيزها على تقديم منظومات مُتماسكة من المعارف، والحقائق، والمعلومات، حول مُختلف الموضوعات التي تهتم الأطفال؛ بقصد إثراء معارفهم، وتنمية قدراتهم الذهنية، وإكسابهم خبرات ومهارات ومفاهيم مُختلفة، تُسهم في إدراكهم للعلاقات بين الأشياء، وتُتيح لهم فرص التعرّف على ما يدور في العالم من حولهم.

وبالتطبيق على مجلة «حاتم»، نجدها رغم تركيزها الواضح على تقديم المعلومات إلى الطفل الأردني، إلا أنها لم تراعى التوازن من حيث نوعيّة المعلومات المُقدمة؛ إذ اهتمت بتقديم المعلومات الترفيهية بنسبة عالية بلغت (21.8%)، وذلك على حساب اهتمامها بتقديم المعلومات الدينية، والتاريخية، والأدبية، والجغرافية، التي وردت في المجلة بنسب ضئيلة، كما لوحظ شبه غياب للمعلومات الرياضية والسياسية عن صفحات المجلة، رغم أهميّة هذه المعلومات في بناء معارف الأطفال وتوسيع مداركهم في مُختلف المجالات؛ وربما يرجع السبب في ذلك، إلى عدم وجود أهداف مُحددة للمجلة أو خطة تنفيذ واضحة، مُرتبطة بمدى زمني مُحدد لتحقيق أهداف مُعيّنة.

نتائج الفرع الثامن من السؤال الرئيس الأول: ما الأسلوب الذي تم استخدامه في عرض المواد التحريرية المُتضمنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

استخدمت مجلة الأطفال الأردنية «حاتم» الأسلوب المُباشر في عرضها للمعلومات والقيم ضمن موادها التحريرية بنسبة مئوية بلغت (57.5%)، في حين بلغ استخدامها للأسلوب غير المُباشر نسبة (42.5%).

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الأنصاري (2005)، التي أظهرت سيطرة استخدام الأسلوب المباشر في عرض المعلومات المُقدّمة في مجلة "العربي الصغير" الكويتية، فيما تختلف مع ما توصلت إليه دراسة الأنصاري كذلك (2006)، التي كشفت عن اعتماد مجلتي "براعم الإيمان" و"العربي الصغير" الكويتيتين على الأسلوب غير المباشر في عرضهما للقيم. مما تقدّم، يُمكن القول أن نسب اعتماد مجلة حاتم على الأسلوبين (المباشر وغير المباشر) جاءت مُتقاربة إلى حدٍ ما؛ الأمر الذي يُمكن تفسيره باعتماد المجلة على الأسلوب المباشر في تقديمها للمعلومات، وعلى الأسلوب غير المباشر في عرضها للقيم؛ خاصة وأن طبيعة المعلومات تستلزم في أغلب الأحيان استخدام الأسلوب المباشر في عرضها، في حين أن القيم عادة ما تُقدم بشكل مُستتر أو غير مُباشر، خاصة وأن الأطفال ينفرون من النصائح المُباشرة في توجيههم الأخلاقي.

نتائج الفرع التاسع من السؤال الرئيس الأول: من الفئة المُستهدفة من جمهور الأطفال في المعلومات والقيم التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» من حيث النوع الاجتماعي (الجنس) والمرحلة العمرية التي ينتمون لها؟

جاء النوع الاجتماعي (الجنس) غير المُحدد في المرتبة الأولى بالنسبة لنوع جمهور الأطفال المُستهدف في المعلومات والقيم التي تضمّنتها مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك بنسبة مئوية عالية بلغت (93.6%)، فيما حلّت فئة الإناث في المرتبة الثانية، وفئة الذكور في المرتبة الثالثة والأخيرة.

ومن جانب آخر، حلّت مراحل الطفولة المُختلطة في الترتيب الأول، بالنسبة للمراحل العمرية التي استهدفتها المجلة في ما قدّمته من معلومات وقيم، وذلك بنسبة (35.8%)، تلتها

مرحلة الطفولة المتأخرة في الترتيب الثاني، ثم مرحلة الطفولة المتوسطة، فمرحلة المراهقة، وأخيراً المراحل العمرية الأخرى بنسبة (6.2%).

مما سبق، تكون هذه النتيجة قد كشفت عن عدم تحييز مجلة «حاتم» لنوع اجتماعي مُعيّن دون الآخر من قرائها الأطفال؛ إذ حازت فئة النوع الاجتماعي غير المُحدد، على المرتبة الأولى بنسبة مئوية فاقت (90%)، وهو ما يتنافى مع ما توصلت إليه دراسة كل من (مارتنسون وهيننت) (2008)، التي أظهرت أن مجلات الأطفال لا تختلف عن وسائل إعلام الأطفال الأخرى، في تقديمها لأنماط السلوك التقليدية بين الجنسين، وفي الحفاظ على القوالب النمطية المُتحيّزة ضد المرأة.

من جهة ثانية، أظهرت هذه النتيجة عدم نجاح مجلة «حاتم» في تحديد الشريحة العمرية المُستهدفة بفترة مُحددة من فترات مرحلة الطفولة؛ تبين ذلك من خلال حصول فئة المرحلة العمرية المُختلطة على أعلى نسبة مئوية بمقدار (35.8%)، من إجمالي المراحل العمرية التي توجّهت لها مضامين المجلة؛ وهو ما يعكس ضعف التخطيط للمجلة، وغياب أهدافها الواضحة، خاصة في ظل ما أشارت إليه الأدبيات عن استحالة نجاح مجلة واحدة، في التوجّه بفاعلية لكل مراحل الطفولة؛ بسبب اختلاف خصائص كل مرحلة، وتباين احتياجاتها، ورغباتها، وقدراتها على التلقي والإدراك.

مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرئيس الثاني: ما وسائل الإبراز التي تم استخدامها في تقديم المعلومات والقيم على صفحات مجلة «حاتم»؟

وتفرّع عن هذا السؤال ثمان أسئلة فرعية، هي:

نتائج الفرع الأول من السؤال الرئيس الثاني: ما الأشكال والفنون التحريرية التي تم استخدامها في عرض المعلومات والقيم المتضمنة في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

جاءت الفنون الصحفية في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (68.1%)، تلتها الفنون الأدبية بنسبة (16.4%)، فيما حلت الأشكال الأخرى في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (15.5%). وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أبو سنة (2004)، التي كشفت عن تفوق استخدام الأشكال الصحفية في كل من مجلة "سمير"، و"علاء الدين"، و"بلبل" المصرية، ومع نتيجة علي (1997)، التي أظهرت استخدام مجلة "علاء الدين" للفنون الصحفية المختلفة في تقديمها للقيم التربوية للأطفال.

وبحسب نظرية الغرس الثقافي، فإنه يُمكن لمجلات الأطفال إحداث الرنين لمعاني وقيم معيّنة، عبر التنوع في أساليب كتاباتها الصحفية. ومن جانب آخر، تُعدّ الأشكال والفنون التحريرية المتنوعة، من أبرز أدوات تشكيل الأطر وفقاً لنظرية تحليل الأطر الإعلامية؛ الأمر الذي يُفسّر ما أشارت إليه الأدبيات، فيما يتعلّق بقدرة صحافة الطفل على استيعاب ألواناً صحفية وأدبية عديدة. وبمنظرة سريعة على أبرز الأشكال والفنون التحريرية، التي تم استخدامها في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، يتضح الآتي:

أولاً: الفنون الصحفية: تصدر الإعلان المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (29.5%)، تلاه بريد القراء في المرتبة الثانية، ثم التقرير الصحفي في المرتبة الثالثة، في حين جاءت فئة الفنون

الصحفية الأخرى في المرتبة الرابعة، تبعها الخبر الصحفي والتحقيق الصحفي في المرتبتين الخامسة والسادسة على التوالي. أما المرتبة العاشرة والأخيرة، فكانت من نصيب الحديث الصحفي، الذي حصل على نسبة محدودة لم تتجاوز (8.%)، فيما غاب الكاريكاتير عن صفحات المجلة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة كل من الراشد والحديد، (2011)، التي أظهرت عدم مراعاة مجلتي "باسم" و"سنان" السعوديتين، لتحقيق التوازن في استخدامهما للأشكال الصحفية في مجال تقديم القيم الجمالية؛ إذ ركّزتا على استخدام بريد القراء، والصور والرسوم، والإعلانات، في حين لم تستخدم المقال، والحديث، والخبر، بالقدر الكافي.

فيما تختلف هذه النتيجة مع نتيجة أبو سنة (2004)، التي كشفت عن تصدر الخبر القصير للفنون الصحفية المستخدمة في مجلات الأطفال المصرية الثلاث محل دراستها، وعن نتائج دراسة عبويني (2008)، التي أسفرت عن حصول المقال على أعلى مرتبة في مجال (الجنس الكتابي) في مجلة «حاتم» الأردنية، ولعلّ هذا الاختلاف بين نتائج الدراستين مرده استبعاد الإعلان من التحليل في دراسة عبويني، فضلاً عن كون دراسة عبويني هي دراسة تربوية في حين أن دراستنا إعلامية؛ الأمر الذي ربما تسبب في اختلاف التعريفات الإجرائية لفئات التحليل المعتمدة في كلا الدراستين، فضلاً عن الفارق الزمني بين الدراستين؛ ما يُظهر احتمالية تغير الأشكال والفنون التحريرية المستخدمة في المجلة عن ذي قبل.

مما سبق، تكون مجلة «حاتم» قد اهتمت 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 للفنون الصحفية التي استخدمتها المجلة، مقابل ضعف اهتمامها بالخبر، والتحقيق، والمقال، والحديث، فضلاً عن إهمالها لفن الكاريكاتير

الصحفي، رغم ما يحمله من أهمية في تنميته خيال الطفل، وتحفيزه على التفكير الناقد والإبداعي، وقدرته على تشكيل الصور الذهنية لدى الطفل، عن المواقف والأفكار والقيم المُقدّمة 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 تحضّه على الشراء والاستهلاك، عوضاً عن غرس العادات الاستهلاكية الجيدة لديه، وصرفه عن البذخ والإسراف.

من ناحية أخرى، كشفت هذه النتيجة عن حصول بريد القراء على مرتبة مُتقدّمة بين الفنون الصحفية، التي استخدمتها مجلة «حاتم» لتقديم المعلومات والقيم؛ الأمر الذي يُمكن ربطه بأهمية بريد القراء بالنسبة للطفل، فهو يتيح له فرص المشاركة في تقديم الموضوعات، والاقتراحات، والمعلومات المُختلفة للمجلة، كما يدفعه للاهتمام بما تُقدّمه له المجلة من موضوعات متنوعة، ويحضّه على البحث والاستفسار عن المعلومات، ومن ثم إرسالها إلى مجلته ليُصار إلى نشرها على صفحاتها. ومن جهة ثانية، يُمكن الاستدلال من هذه النتيجة على مدى ارتباط الأطفال الأردنيين بمجلة «حاتم» وتعلقهم بها؛ ما دفعهم إلى مراسلتها لنشر أفكارهم ومقترحاتهم وإنتاجاتهم الأدبية والفنية ضمن موادها التحريرية.

ثانياً: الفنون الأدبية: جاءت القصة في المرتبة الأولى بنسبة (42.2%)، تلتها القصة المصورة في المرتبة الثانية، ثم المسلسل المصور في المرتبة الثالثة، والشعر في المرتبة الرابعة، فسير وتراجم في المرتبة الخامسة، فيما حلّت حكم وأمثال في المرتبة السادسة والأخيرة.

وتتفق هذه النتيجة مع كل من نتيجة دراسة السندوبي (1983)، التي أسفرت عن غلبة الطابع القصصي المصور على مضمون مجلتي "سمير" المصرية و"ميكي" المترجمة، ودراسة أبو سنة (2004)، التي بيّنت أن القصة جاءت في مقدمة الأشكال الأدبية المستخدمة في مجلات الأطفال المصرية الثلاث موضوع دراستها، كما اتفقت مع نتيجة دراسة الأنصاري (2006)، التي كشفت عن اهتمام مجلتي "براعم الإيمان" و"العربي الصغير" الكويتيتين بالشكل القصصي في تقديمهما للقيم الأخلاقية، ومع دراسة عبويني (2008)، التي أظهرت حصول القصة على أعلى مرتبة في مجال (الجنس الكتابي) في مجلة "وسام" الأردنية.

وتأتي هذه النتيجة منطقية، خاصة وأن الأسلوب القصصي يُعدّ من أنسب أساليب مخاطبة الطفل واستثارة اهتمامه؛ وذلك لما يحمله هذا الأسلوب من جاذبية خاصة لدى الأطفال، فضلاً عن دوره الإيجابي في زيادة وعيهم وغرس القيم لديهم، ونجاحه في تقديم المعلومات التي تستهدف تعديل السلوك، وهو ما أكدته نتائج دراسة كل من النجار والفحماوي (1978)، التي كشفت عن تصدر (قصة العدد) المرتبة الأولى بين الموضوعات المفضلة لدى الأطفال في مجلة "سامر" الأردنية.

ثالثاً: الأشكال التحريرية الأخرى: جاءت التسالي والألعاب في مقدمة الأشكال التحريرية التي استخدمتها المجلة في تقديمها للمعلومات والقيم، وذلك بنسبة مئوية بلغت (35.3%)، تليها أشكال أخرى في المرتبة الثانية، ثم فكاهات وطرائف، فمسابقات، ورسوم للتلوين، فيما حلت الكلمات المتقاطعة في المرتبة السابعة والأخيرة بنسبة (3.5%).

وتختلف هذه النتيجة عن ما توصلت إليه دراسة أبو سنة (2004)، التي أسفرت عن حلول بريد القراء في مقدمة الأشكال الأخرى المستخدمة في المجلات المصرية محل دراستها، ومن

الواضح أن الاختلاف بين النتيجتين، يعود إلى اختلاف الدراستين في تحديدهما لفئات التحليل الخاصة بكل منهما؛ ففي دراسة أبو سنة أدرج (بريد القراء) تحت الأشكال التحريرية الأخرى، في حين ارتأت دراستنا إدراجه تحت الفنون الصحفية.

ويتضح من هذه النتيجة، مدى تركيز مجلة «حاتم» على تحقيق وظيفة التسلية والترفيه لقارئها الأطفال؛ بما يدعم ما تُقدّمه لهم من معارف ومعلومات ومواد ثقافية متنوعة، ويُدخل في نفوسهم الفرح والبهجة.

نتائج الفرع الثاني من السؤال الرئيس الثاني: ما مواقع المواد التحريرية التي تضمّنت المعلومات والقيم على صفحات عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

جاء موقع النصف الأول من المجلة، في الترتيب الأول بالنسبة لمواقع عرض المعلومات القيم، التي تضمّنتها مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك بنسبة (44.3%)، تلاه النصف الثاني من المجلة، ثم صفحتا الوسط أو (قلب المجلة) في الترتيب الثالث، تبعه بطن الغلاف الأول، وبطن الغلاف الأخير، والغلاف الأول، فيما جاء الغلاف الأخير في الترتيب السادس والأخير.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أبو سنة (2004)، التي كشفت عن اتفاق المجلات المصرية الثلاث محل دراستها، على نشر موضوعات العالم الخارجي بالدرجة الأولى في نصف المجلة الثاني، وبالدرجة الثانية في نصف المجلة الأول.

وبحسب نظرية ترتيب الأولويات، فإنه يُمكن الاستدلال على أهميّة المادة الإعلامية، من خلال موقع أو مكان نشرها؛ فالموضوع الذي يُنشر على الصفحات الأولى في الجريدة أو في بداية نشرة الأخبار، يُعتبر موضوعاً مهماً بنظر الجمهور.

وفي الوقت نفسه، يُعدّ موقع نشر المادة الإعلامية وفقاً لنظرية تحليل الأطر الإعلامية، أحد الأدوات التي تستخدمها وسائل الإعلام في تشكيل أطرها الإعلامية؛ ذلك أن البعد الشكلي للموضوع مُتمثلاً في موقع التغطية، وحجمها، ومدى استخدام عناصر تيبوغرافية مُعيّنة؛ كالصور والعناوين وغيرها، يُعدّ من أبرز آليات التّأثير الإعلامي.

من هذا كله، يُمكن اعتبار أن مواقع عرض المعلومات والقيم على صفحات مجلة «حاتم»، جاء متفقاً مع الأهمية الصحفية لهذه المواقع، وقدرتها على جذب القارئ واسترعاء انتباهه لأهمية الموضوعات المنشورة.

نتائج الفرع الثالث من السؤال الرئيس الثاني: ما المساحة التي شغلتها المواد التحريرية المُتضمنة للمعلومات والقيم في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

جاءت مساحة الصفحة في الترتيب الأول بالنسبة للحيز الذي شغلته المعلومات والقيم المُتضمنة في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك بنسبة (41.6%)، في حين جاءت مساحة نصف صفحة فأكثر في الترتيب الثاني، ثم مساحة ربع صفحة فأكثر في الترتيب الثالث، تلتها مساحة صفحتين، ثم مساحة أكثر من صفحتين، فيما حلت مساحة أقل من ربع صفحة في الترتيب السادس والأخير، وبنسبة محدودة لم تتجاوز (7%).

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة علي (1997)، التي بيّنت أنه تم عرض أغلب القيم التربوية، التي تضمّنتها مجلتي "علاء الدين" المصرية و"باسم" السعودية، في مساحة أقل من نصف صفحة.

ووفقاً لنظرية ترتيب الأولويات، فإنه مساحة نشر المادة الإعلامية تعكس أهميتها وحجم بروزها؛ إذ كلما زادت المساحة المُتاحة لعرض المادة، كان ذلك دليلاً على ازدياد الاهتمام

بمضمونها. كما أن مساحة النشر، تُعدّ إحدى أدوات التأطير الإعلامي، بحسب نظرية الأطر الإعلامية.

وعليه، تكون مجلة «حاتم» قد وقّعت في استخدامها لإطار الصفحة الواحدة، في عرض ما قدمته من معلومات وقيم إلى قرائها الأطفال؛ ذلك أن الصفحة الكاملة تُمثّل مساحة مُناسبة، لعرض الأبعاد الموضوعية والشكلية للمادة التحريرية بشكلٍ مُتّكامل.

نتائج الفرع الرابع من السؤال الرئيس الثاني: ما أنواع عناوين المواد التحريرية التي تضمّنت المعلومات والقيم في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

حاز العنوان الرئيسي على المرتبة الأولى بنسبة إجمالية بلغت (61.0%)، في حين جاء العنوان الثابت في المرتبة الثانية، تلاه العنوان الفرعي، ثم العنوان الجانبي، فيما حلّ العنوان التمهيدي في المرتبة الخامسة، وأخيراً جاءت كل من فئة عنوان الغلاف وفئة بلا عنوان في المرتبة السادسة، وبنسبة (1.4%) لكل منهما.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أبو سنة (2004)، التي كشفت عن اهتمام كل من مجلة "سمير"، و"علاء الدين"، و"بلبل"، المصرية، بالعناوين الرئيسة والفرعية.

وبوجه عام، تُمثّل العناوين الصحفية بأنواعها المُختلفة، عنصر تيبوغرافي أساسي لبناء الصفحات، وتحديد هيكلها العام؛ بما يجذب انتباه القراء، ويلفت انتباههم، ويُثير رغبتهم في الاطلاع على ما تتضمنه الصحيفة أو المجلة من موضوعات. كما أنها تُعدّ واحدة من أبرز أدوات تشكيل الأطر الإعلامية، التي من شأنها تنظيم المضامين الصحفية بطريقة مُحددة، تؤثر على كيفية إدراك الجمهور المُتلقي للقضايا والأحداث المُختلفة، وتُساعد على تفسيرها.

في ضوء ما سبق، تكون مجلة الأطفال «حاتم»، قد اهتمت بتأطير ما قدّمته من مضامين متنوعة بعناوين رئيسة وثابتة وفرعية، أسهمت بتنظيم موضوعاتها، وسهّلت على قرائها الأطفال الوصول إلى ما يهتمهم من موضوعات.

نتائج الفرع الخامس من السؤال الرئيس الثاني: ما طبيعة الألوان التي تم استخدامها في إبراز المعلومات والقيم المتضمنة في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

حازت الألوان الصناعية على مركز الصدارة من حيث نوعيّة الألوان التي استخدمتها مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك بنسبة (52.6%)، تلتها الألوان المختلطة بين الطبيعية والصناعية، في حين حلّت الألوان الطبيعية في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (5.1%).

من جهة ثانية، جاءت الألوان المنفصلة في الترتيب الأول من حيث طريقة مزج الألوان التي تم استخدامها في المجلة، وذلك بنسبة مئوية بلغت (56.2%)، ثم الألوان المختلطة بين المنفصلة والمركبة في الترتيب الثاني، وأخيراً الألوان المركبة بنسبة (8.2%).

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أبو سنة (2004)، التي أظهرت اتفاق المجالات المصرية الثلاث محل دراستها، على استخدام الألوان المنفصلة أكثر من الألوان المركبة.

ومن المعروف أنه لا يمكن الاستغناء عن الألوان في المطبوعات الموجة إلى الطفل؛ لما تمتاز به الألوان من قدرة خاصة على جذب الطفل ولفت انتباهه، فضلاً عن قدرتها في إيصال المضامين. وعليه، تُشكّل الألوان عنصراً إخراجياً مهماً في مجلات الأطفال؛ فالألوان الزاهية تُعطي المجلة بريقاً يجذب انتباه الأطفال، ويُشجعهم على قراءة موضوعات المجلة.

وفي دراستنا، سيطرت الألوان (الصناعية المنفصلة) على طبيعة الألوان التي استخدمتها مجلة «حاتم» في تلوين وحداتها الطباعية، مقابل محدودية استخدام الألوان (الطبيعية المركبة)؛

الأمر الذي يعكس تفوق الرسوم الملونة على الصور الفوتوغرافية في المجلة، وهو ما يتفق تماماً مع مُتطلبات صحافة الطفل، التي تمتاز بالرسوم والألوان؛ بما يُضفي البهجة، والتشويق، والمتعة الفنية، والإحساس بالجمال والتذوق الفني.

نتائج الفرع السادس من السؤال الرئيس الثاني: ما أنواع الإطارات التي أحاطت بالوحدات الطباعية المتضمنة للمعلومات والقيم في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

حصلت الإطارات المُسطّحة على أعلى نسبة مقدارها (50.0%)، تلتها فئة بلا إطارات بنسبة (39.2%)، تبعها فئة الإطارات المُختلطة، ثم الإطارات المرسومة، والإطارات الزخرفية، في حين حلت الإطارات المُجسّمة في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة لم تتجاوز (0.7%) من إجمالي أنواع الإطارات، التي أحاطت بالوحدات الطباعية المنشورة في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم». وتتمثل وظيفة الإطارات كعنصر تبيوگرافي مُهم من عناصر الإخراج الصحفي، بإحاطة الوحدة الطباعية وفصلها عن جميع الوحدات الأخرى؛ بغرض فصل المواضيع عن بعضها البعض، كنوع من التصنيف والتبويب وتنظيم عملية القراءة وتسهيلها للمُتلقي. كما تُشكّل الإطارات وسيلة مُهمّة في إطار السعي إلى إبراز المضامين الصحفية؛ إذ إن ما بداخل الإطار يُلقّي أهميّة خاصة من القراء تفوق ما سواه.

وبالتطبيق على مجلة «حاتم»، نجد سيطرة استخدام الإطارات المُسطّحة وقلة استخدام الإطارات الزخرفية والمُجسّمة بالمُقابل؛ ما يعكس بساطة أسلوب الإخراج الصحفي المُستخدم، بما يتناسب مع فُدرات الطفل على استخدام عينيه، ويُساعده على التركيز، ويُيسر له القراءة. فيما يُمكن تفسير حصول فئة (بلا إطارات) على نسبة مرتفعة، بين أنواع الإطارات المُستخدمة في المجلة،

باعتقاد «حاتم» على مساحة الصفحة الكاملة لنشر أغلب موضوعاتها، الأمر الذي يُبرز المادة التحريرية ويفصلها عن المواد الأخرى، فلا يعود هناك حاجة مُلحة للإطارات.

نتائج الفرع السابع من السؤال الرئيس الثاني: ما نوعيّة الصور الفوتوغرافية التي رافقت المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

حلّت الصور الموضوعية في المرتبة الأولى بين أنواع الصور الفوتوغرافية، التي رافقت المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك بنسبة (38.0%)، تلتها الصور الشخصية في المرتبة الثانية، ثم الصور الإعلانية في المرتبة الثالثة، فيما جاءت الصور الإخبارية في المرتبة الرابعة، والصور الجمالية في المرتبة الخامسة والأخيرة. وتختلف هذه النتيجة عن نتيجة دراسة أبو سنة (2004)، التي أسفرت عن حصول الصور الخيرية على الترتيب الأول في المجلات المصرية الثلاث محل دراستها.

وتُعدّ الصور البصرية (المرئية) وفقاً لنظرية تحليل الأطر الإعلامية، واحدة من أهم الأدوات التي تستخدمها وسائل الإعلام في تشكيل أطرها الإعلامية؛ فمن خلال التكرار والتدعيم لكلمات وصور مُعيّنة، يتم إبراز أفكار مُعيّنة واستبعاد أفكار أخرى.

من هنا، تكون مجلة الأطفال «حاتم» قد عملت على تدعيم موضوعاتها بصور فوتوغرافية، تتصل بما تحمله من معاني وتُعبّر عنها؛ بما يُسهّم في شرح وتفسير ما تضمّنته تلك الموضوعات من معلومات إلى الطفل القارئ وتقريبها إلى ذهنه.

نتائج الفرع الثامن من السؤال الرئيس الثاني: ما نوعيّة الرسوم التي صاحبت المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عينة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

حازت الرسوم التعبيرية على المرتبة الأولى بنسبة (69.0%)، والرسوم الجمالية في المرتبة الثانية بنسبة (18.8%)، فيما حلت الرسوم التوضيحية في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية مقدارها (9%)، والرسوم الشخصية في المرتبة الرابعة والأخيرة بما نسبته (3.2%)، من إجمالي أنواع الرسوم، التي رافقت المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في مجلة الأطفال «حاتم». وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أبو سنة (2004)، التي أسفرت عن اعتماد المجالات المصرية الثلاث محل دراستها، على الرسوم التعبيرية والتوضيحية والشخصية، في حين لم يرد الكاريكاتير الا في مجلة "علاء الدين".

والرسوم كأحدى أدوات تشكيل الأطر الإعلامية، تمثل أهمية خاصة في مجلات الأطفال، تكاد تتفوق في تأثيراتها على المادة المكتوبة؛ لذا لا يُقتصر استخدامها على الناحية الجمالية فحسب، بل يتعداها إلى النواحي التعبيرية والتوضيحية والتشويقية؛ ذلك أن ألوانها تُضفي سحراً خاصاً وجاذبية على المادة التحريرية، كما تؤدي دوراً حيوياً في تكامل الصورة الذهنية لدى الطفل. ولعلّ تفوق الرسوم التعبيرية على أنواع الرسوم الأخرى المستخدمة في مجلة «حاتم»، يرتبط بتصدّر القصة، والقصة المصورة، والمسلسل المصور، للأشكال الأدبية التي تم استخدامها في عرض المعلومات والقيم المتضمنة في المجلة، والتي تستلزم جميعها أن تُصاحبها الرسوم التعبيرية؛ لجذب الطفل وتقريب المعنى له.

ثانياً: التوصيات

في ضوء ما أفضت إليه الدراسة من نتائج، توصي الباحثة مجلات الأطفال الأردنية، الصادر منها حالياً أو المحتمل صدورهما في المستقبل، بما فيها مجلة «حاتم» في حال تقرر إعادة إصدارها لاحقاً، بما يأتي:

1. تحديد الجمهور المُستهدف للمجلة بمرحلة مُحددة من مراحل الطفولة، مع مُراعاة 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 المُستهدفة على غلاف المجلة.

2. ضرورة العمل على تحقيق التوازن في نوعيّة المعلومات المُقدمة إلى الطفل الأردني، من خلال الاهتمام بالمعلومات الاقتصادية، والسياسية، والدينية، والتاريخية، والجغرافية، والأدبية، والرياضية؛ بما يعمل على تنمية وزيادة معارف الطفل وتوسيع مداركه، ويُتيح له فرص التعرف على ما يدور في العالم من حوله.

3. الاهتمام بنشر منظومات مُتماسكة من المعارف، والحقائق، والمعلومات، حول مُختلف الموضوعات التي تهم الأطفال، مع مُراعاة إخراجها فنياً؛ بما يُمكن الطفل من جمعها وترتيبها وتنسيقها، ومن ثم الاحتفاظ بها لتُشكّل بذلك نواة لمكتبته الخاصة.

4. ضرورة العمل على تحقيق التوازن في المجموعات القيمية المُقدمة إلى الطفل الأردني، من خلال الاهتمام بتقديم مجموعات القيم الاقتصادية، والسياسية (الوطنية)، والاجتماعية، والأخلاقية، والدينية؛ بما يعمل على تنمية شخصية الطفل وربطه بثقافته العربية وحضارته الإسلامية.

5. مُراعاة التدقيق في رسم الملامح النفسية والسلوكية للشخصيات المحورية في مجلات الأطفال الأردنية، بحيث تُقدّم أنموذجاً للطفل و(الطفلة) النابهين النشيطين، المُتحمسين للعمل والمُشاركة في الحياة العامة.

6. الاهتمام بالصور الفوتوغرافية والرسوم المُقدّمة في مجلات الأطفال الأردنية، من حيث تمثيلها الواقع والبيئة المحليّة، وتوفيرها لعناصر الخيال؛ ما يزيد من معرفة الطفل بالواقع والمُجتمع الذي يعيش فيه، ويُعزز قُدْرته على الخيال والإبداع، ويُنمّي إحساسه بالتفوق الجمالي والفني.

ثانياً: المُقترحات

استناداً إلى النتائج والتوصيات السابقة، تُقدّم الباحثة مجموعة المُقترحات الآتية:

1. استحداث مجلة أطفال أردنية (أو أكثر)، تُلبّي حاجات واهتمامات الطفل الأردني، وتُحاكي واقع بيئته وثقافته، وتُخاطب خصوصية هويته الأردنية، على أن تتولى مسؤولية إصدار هذه المجلات إحدى الهيئات المحليّة الرسمية، وأن تنطلق من فلسفة ورؤى مُحددة، وأهداف واضحة، وخطة عمل مرسومة، وفق الأسس العلمية المُعتمدة في مجال إصدار صُحف ومجلات الأطفال.
2. على الحكومة الأردنية دعم ناشري مجلات الأطفال المحليّة بما يكفل لها الاستمرار.
3. أن تتبنّى الجهات الحكومية والخاصة في المملكة، مسؤولية طبع مجلات الأطفال المحليّة، وطرحها في الأسواق بسعر يُناسب الجميع، مع ضرورة الاهتمام بوصولها إلى الطفل الأردني في كافة أرجاء الوطن.
4. على القائمين على إصدار مجلات الأطفال الأردنية، مُراعاة المراحل العمرية المُختلفة للأطفال، وتلبية حاجات واهتمامات كل مرحلة على حده.

5. عقد دورات تدريبية مُستمرة للمُشاركين في إعداد وإصدار مجلات الأطفال المحليّة؛ بهدف تأهيلهم وتنمية مهاراتهم ومعارفهم وتطويرهم مهنيّاً.
6. إشراك تربيّين وإعلاميين وكُتّاب أدب الطفل، في مُراجعة وتحليل ما تطرحه مجلات الأطفال الأردنيّة من موضوعات؛ للتأكد من مدى مُناسبة ما تُقدّمه من مضامين، لخصائص وحاجات مرحلة الطفولة.
7. تشجيع العاملين في مجلات الأطفال الأردنيّة من محرّرين، وصحفيّين، ومُخرجين، ورسامين وفنّيين، من خلال المُسابقات ورصد الجوائز.
8. تصميم برامج مدرسيّة لمناقشة ما تُقدّمه مجلات الأطفال المحليّة ونقدها؛ بهدف تنمية قُدّرات الأطفال على التقويم والنقد البناء والاختيار الذكي، بحيث لا يتقبلون ما يُقدّم لهم بشكل سلبيّ.
9. طرح مسابقات أكاديميّة تُعنى بإعلام وصحافة الطفل في كليات الإعلام الأردنيّة؛ بقصد رفد مؤسسات الإعلام الأردنيّة الموجهة إلى الطفل بملاكات مؤهلة علميّاً، تعمل على رفع سوية ما يُقدّم إلى الطفل الأردني من مضامين إعلاميّة منوّعة.
10. إعداد دراسة مسحية تهتم بدراسة واقع مجلات الأطفال الأردنيّة؛ للتعرف على وضعها الراهن وتشخيص المُشكلات ومُحاولة إيجاد حلول مُناسبة لها.
11. إعداد دراسة مُقارنة بين دور مجلات الأطفال الأردنيّة والعربيّة في مجال تقديم المعلومات والقيم إلى الطفل.
12. إعداد دراسة ميدانيّة تقيس مدى تأثير مضامين مجلات الأطفال الأردنيّة من وجهة نظر الأطفال أنفسهم وأولياء أمورهم في المُجتمع الأردنيّ.

قائمة المصادر والمراجع

القرآن الكريم

المراجع العربية:

- إبراهيم، إسماعيل، (2003). فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، ط.3، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- أبو أسعد، أحمد عبد اللطيف، والختاتنة، سامي محسن، (2012). علم نفس النمو، ط.1، عمان: مركز ديبونو لتعليم التفكير.
- أبو زيد، فاروق، (1990). فن الكتابة الصحفية، ط.4، القاهرة: عالم الكتب.
- أبو زيد، فاروق، وعبد المجيد، ليلي، (2009). الصحافة المتخصصة، ط.1، القاهرة: إصدارات الدار العربية للتعليم المفتوح.
- أبو سنة، نورة حمدي محمد، (2004). "دور مجلات الأطفال في إمداد الطفل بمعلومات عن العالم الخارجي"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة عين شمس، القاهرة: مصر.
- أبو عراق، سعادة عودة، (2012). الأدب وأدب الطفل العربي: الأردن أنموذجاً، ط.1، عمان: أمواج للطباعة والنشر والتوزيع.
- أبو علبة، محمد، (2005). "مجلات الأطفال في الأردن.. الواقع والطموح"، جريدة الرأي الأردني، عمان، ع. 12874، 2005/12/22، ص.40.
- أحمد، زكريا أحمد، (2012). نظريات الاتصال: مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام جمهورها، ط.1، القاهرة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.
- الأحمد، مالك إبراهيم، (1997). نحو مشروع مجلة رائدة للأطفال، سلسلة كتاب الأمة، ع.59، ط.1، الدوحة: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية.
- أحمد، نجلاء محمد علي، (2011). أدب الأطفال، ط.1، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع.

- الأخرس، محمود (1979). "أدب الأطفال في الأردن"، مجلة رسالة المكتبة، مج.32، ع.2-3، ص.36-42.
- أدهم، محمود، (1985). التعريف بالمجلة: ماهيتها. قصتها. مآلتها. خصائصها، القاهرة: دار الثقافة للطباعة والنشر.
- إسماعيل، محمود حسن، (1996). مناهج البحث في إعلام الطفل، ط.1، القاهرة: دار النشر للجامعات.
- إسماعيل، محمود حسن، (2003). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط.1، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- إسماعيل، محمود حسن، (2011). مناهج البحث الإعلامي، ط.1، القاهرة: دار الفكر العربي.
- الأنصاري، عيسى محمد (2005). "صحافة الأطفال ودورها في تزويد الطفل الكويتي بالمعلومات: دراسة على مجلة العربي الصغير". مجلة كلية التربية - جامعة بئر سعيد، مج.15، ع.1، ص.106-144.
- الأنصاري، عيسى محمد (2006). "القيم الأخلاقية المتضمنة في مجلات الأطفال الكويتية: دراسة تحليلية"، المجلة التربوية، ع.79، ص.5-99.
- البحيري، لمياء رشدي، (1999). "المعلومات العلمية والتكنولوجية في مجلات الأطفال المصرية: دراسة تحليلية لمجلتي سمير وعلاء الدين"، مجلة كلية التربية النوعية، مج.2، ع.1.
- بركات، فاطمة سعيد أحمد، (2010). الاتجاه نحو القراءة الحرة لدى الأطفال وعلاقته ببعض المتغيرات النفسية والديموغرافية، ط.1، القاهرة: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات.
- البشر، محمد بن سعود، (1997). مقدمة الاتصال السياسي، ط.1، الرياض: مكتبة العبيكان.
- البشري، قدرية محمد، وأخريات، (2011). أدب الأطفال وثقافتهم، ط.1، عمان: دار الخليج للنشر والتوزيع.
- البطش، محمد وليد، وجبريل، موسى، (1991). "التغير في التفضيلات القيمية عند الأفراد الأردنيين بتقدمهم في العمر"، مجلة أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج.7، ع.2، ص.45-81.

- البطش، محمد وليد، وعبد الرحمن، هاني، (1990). "البناء القيمي لدى طلبة الجامعة الأردنية". مجلة *دراسات*، السلسلة (أ): العلوم الإنسانية، مج.17، ع.3، ص.92-136.
- البكري، طارق احمد، (1999). "مجلات الأطفال في الكويت ودورها في بناء شخصية الطفل المسلم"، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة الإمام الأوزاعي، بيروت، لبنان.
- البكري، طارق احمد، (2011). براعم الإيمان: نموذج رائد لصحافة الأطفال الإسلامية، الكويت: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية.
- تقرير مجلس إدارة الرأي السنوي الثالث والعشرون عن السنة المنتهية في 31 كانون الأول 2008، (2008). عمان: المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي».
- جبارة، ماجد، (2006). "صحافة الطفل .. رسالة ثقافية أم مشروع تجاري؟"، جريدة *الرأي* الأردنية، عمان، ع. 13176، 2006/10/23، ص.32.
- جدعون، بثينة، (2011). "مجلات الأطفال في الأردن واقع وتحديات: مجلة حاتم نموذجاً"، في صالح، منير (محررة)، راهن أدب الأطفال في الأردن، ط.1، عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- جريدة الدستور الأردنية، (2011). "صحيفة زها للأطفال تصدر بحلتها الجديدة"، عمان، ع.15666- ملحق دروب، 2011/2/22، ص.9.
- جريدة الرأي الأردنية، (2010). "سلة العنب من تعريب صالح: باكورة إصدارات سلسلة «حاتم»"، عمان، ع.14443، 2010/4/27، ص.50.
- جريدة الرأي الأردنية، (2012). "مجلة حاتم"، عمان، ع.15199، 2012/6/2، ص.10.
- جريدة الرأي الأردنية، (2013). "عدد أخير من «حاتم»"، عمان، ع.15571، 2013/6/13، ص.1.
- جليبي، علي عبد الرزاق، (2003). دراسات في المجتمع والثقافة والشخصية، ط.2، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- حجاب، محمد منير، (2004). المعجم الإعلامي، ط.1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- حجاب، محمد منير، (2008). وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط.1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

- حجاب، محمد منير، (2010). نظريات الاتصال، ط.1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- حداد، علي، (2005). "أدب الطفل في التراث الشعبي العربي: المفهوم والخصوصيات التعبيرية"، مجلة الموقف الأدبي، ع.411، ص.15-43.
- حداد، نبيل، (2011). في الكتابة الصحفية: السمات، الأشكال، القضايا، المهارات، الدليل، ط.2، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.
- الحديدي، منى، (1992). "نحو مجلة عصرية ما بين التاسعة والحادية عشر"، في الحلقة الدراسية لعام 1990 حول مجلات الأطفال: (القاهرة 24-26 نوفمبر 1990)، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- حسن، علاء الدين معصوم، (2005). "صحافة الأطفال بين الواقع والآمال"، مجلة خطوة، ع.27، ص.28-29.
- الحسن، عيسى محمود، (2009). الصحافة المتخصصة، ط.2، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.
- حسين، سمير محمد، (1983). تحليل المضمون: تعريفاته ومفاهيمه ومحدداته استخداماته الأساسية، وحداته وفئاته، جوانبه المنهجية، تطبيقاته الإعلامية، ط.1، القاهرة: عالم الكتب.
- حسين، سمير محمد، (2006). دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، ط.3، القاهرة: عالم الكتب.
- الحصري، بسمة فرغلي عبد الرحيم، (2009). "مواجهة المشكلات السلوكية للأطفال من خلال العلاج بالقراءة"، المؤتمر القومي الثالث عشر لأخصائيي المكتبات والمعلومات في مصر، للفترة من 5 - 9 تموز/يوليو، بعنوان: "المكتبة والمجتمع في مصر"، جمعية الرعاية المتكاملة المركزية، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- حلاوة، محمد السيد، (2011). الأدب القصصي للطفل: منظور اجتماعي نفسي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع.
- حمام، فاديه كامل، ومصطفى، علي أحمد، (2013). علم نفس النمو، ط.2، الرياض: دار الزهراء للنشر والتوزيع.
- حمزة، عبد اللطيف، (2002). المدخل في فن التحرير الصحفي، ط.5، القاهرة: دار الفكري العربي.

- حوامدة، باسم علي، وآخرون، (2006). وسائل الإعلام والطفولة، ط.2، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.
- حناحنة، كوكب، (2005). "القائمون على المجالات يؤكدون تراجعها مقارنة بالنماذج العالمية"، جريدة الغد الأردنية - ملحق حياتنا، عمان، ع.306، 2005/6/2، ص.2.
- الحيارى، آلاء محمد، (2015). الإعلام المدرسي: الصحافة المدرسية، عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- الحيزان، محمد بن عبد العزيز، (2004). البحوث الإعلامية أسسها أساليبها مجالاتها، ط.2، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- الخصاونة، إبراهيم فؤاد، (2012). الصحافة المتخصصة، ط.1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- الخطة الإعلامية، (1974). عمان: وزارة الثقافة والإعلام الأردنية.
- خليفة، عبد اللطيف محمد، (1992). ارتقاء القيم: دراسة نفسية، سلسلة عالم المعرفة، ع.160، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- الدسوقي، زكريا، وعبد الدايم، صفاء. (2011). مدخل إلى إعلام الطفل، ط.1، القاهرة: عالم الكتب.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، (2012-أ). الخبر في وسائل الإعلام، ط.1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، (2012-ب). وسائل الإعلام والطفل، ط.1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، (2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، ط.1، عمان: داراليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- الراشد، مضايي عبد الرحمن، والحميد، سهير محمد، (2011). "دور المجلات السعودية في تنمية القيم الجمالية لدى الأطفال: دراسة تحليلية ناقدة في ضوء تطلعات العصر"، دراسات الطفولة، مج.14، ع.51، ص.27-53.

- راشد، نتيلة، (1992). "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.
- الرشق، تغريد، (2005). "زها" أول صحيفة مختصة بالأطفال في الوطن العربي"، جريدة الغد الأردنية - ملحق حياتنا، عمان، ع.511، 2005/12/26، ص.8.
- الرماضنة، أمّنة حسين، (2014). مجلات الأطفال في الأردن : دراسة أدبية فنية، ط.1، عمان: دار ابن بطوطة للنشر والتوزيع.
- الزبادي، أحمد محمد، وآخرون، (1989). أثر وسائل الإعلام على الطفل، ط.1، عمان: دار الأهلية للنشر والتوزيع.
- زغيب، شيماء نو الفقار، (2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط.1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- الزيات، غادة أحمد محمد حسن، (2002). "الإخراج الفني والرسوم التوضيحية في مجلة الناشيونال جيوغرافيك"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة حلوان، حلوان، مصر.
- سراج، عبد الله، حمود، (2005). "أهمية خصائص المعلومات في بناء اختيار قرارات المنظمة"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير، ع.4، ص.125-136.
- سعيد، سحر رؤوف، (2012). "المضامين التربوية السائدة في مضامين ملصقات الأطفال العراقية"، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، مج.20، ع.2، ص.562-584.
- سميسم، حميدة، (2002). الرأي العام وطرق قياسه، ط.1، عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
- السندوي، إيمان السعيد محمد، (1983). "دور مجلات الأطفال في تنمية القيم الاجتماعية لدى الأطفال المصريين: دراسة مقارنة وتطبيقية لمجلتي "سمير وميكي" في الفترة ما بين 1974 - 1979"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- السواعير، إبراهيم، (2010). "حاتم) تدشن موقعها .. وتطلق سلسلة إصداراتها"، جريدة الرأي الأردنية، عمان، ع.14463، 2010/5/17، ص.59.

- السواعير، إبراهيم، (2013). "كيالي: «حاتم» أول مجلة عربية للطفل تعقد ورشات صحفية في المدارس"، جريدة الرأي الأردنية، عمّان، ع.15420، ص.37.
- السويدان، طارق محمد، وباشراحيل، فيصل عمر، (2011). الطفل القارئ، ط.3، الكويت: شركة الإبداع الفكري للنشر والتوزيع.
- الشريف، عبد السلام، (1992). "الإخراج الصحفي لمجلات الأطفال"، في الحلقة الدراسية لعام 1990 حول مجلات الأطفال: (القاهرة 24-26 نوفمبر 1990)، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- شفيق، حسنين، (2006). الصحافة المتخصصة: المطبوعة والإلكترونية، ط.1، القاهرة: رحمة برس للطباعة والنشر.
- شوندي، حسن، وكريم، آزاده، (2012). "رؤية إلى العناصر الروائية"، فصلية دراسات الأدب المعاصر، ع.10، ص.49-ص.59.
- صالح، نجوى فوزي، ومطر، يوسف خليل، (2011). وسائل إعلام الطفل بين النظرية والتطبيق، ط.2، حوّل: مكتبة الطالب الجامعي.
- صالح، هيا، (2011). "مجلات الأطفال في الأردن: مجلة وسام نموذجاً"، في صالح، منير (محررة)، راهن أدب الأطفال في الأردن، ط.1، عمّان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- الصويغي، عبد العزيز سعيد، (1998). الإخراج الصحفي والتصميم بين الأفكار والأقلام والحواسيب، ط.1، بيروت: دار الملتقى للطباعة والنشر.
- الطرابيشي، مرفت محمد كامل (1999). "أثر التعرّض لصحافة الأطفال على إدراك القيم الدينية لدى الطفل المصري، دراسة ميدانية وفقاً لنظرية الغرس الثقافي"، مجلة كلية الآداب - جامعة الزقازيق، ع.25، ص.31-79.
- الطرابيشي، مرفت محمد كامل (2003). مدخل إلى صحافة الأطفال، ط.1، القاهرة: دار الفكر العربي.
- الطنباري، فانتن عبد الرحمن، (2004). "المعلومات والقيم التي يعكسها بريد القراء في مجلات الأطفال"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع.22، ص.164-208.

- عامر، ماجدة أحمد. (1991). "دور مجلات الأطفال في تبسيط العلوم: دراسة تطبيقية على مجلة سمير"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- عبد الرحمن، سناء جلال، (2012). "واقع صحافة الأطفال ودورها المعرفي في العالم العربي: دراسة تحليلية تفويمية"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، ع.3، ص.99-120.
- عبد الكافي، إسماعيل، عبد الفتاح، (2005). موسوعة مصطلحات الطفولة: اجتماعية، إعلامية، تربوية، نفسية، طبية: عربي- إنجليزي، الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب.
- عبد اللطيف، صلاح، (2004). الصحافة المتخصصة، ط.1، القاهرة: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية.
- عبد المجيد، ليلي (1992). "مجلات الأطفال في مصر والعالم العربي"، في الحلقة الدراسية لعام 1990 حول مجلات الأطفال: (القاهرة 24-26 نوفمبر 1990)، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- عبد المجيد، ليلي، وعلم الدين، محمود، (2004). فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.
- عبد المنعم، زينب محمد، وسامي، رشا محمود، (2012). تخطيط البرامج الإعلامية للطفل، ط.1، القاهرة: عالم الكتب.
- عبويني، عماد، (2008). "المضامين التربوية في مجلات الأطفال الأردنية - دراسة تحليل محتوى لمجلتي وسام وحاتم"، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.
- عبيد، عاطف عدلي العبد، (1997). مدخل إلى الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية، القاهرة: دار الفكر العربي.
- عزيز، سامي (1970). صحافة الأطفال، ط.1، القاهرة: عالم الكتب.
- العسكر، فهد بن عبد العزيز بدر، (1998). الإخراج الصحفي: أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، ط.1، الرياض: مكتبة العبيكان.
- عصفور، لبنى، (2010). "حاتم" تطلق موقعها الإلكتروني المنفصل وسلسلة كتب تعنى بالطفولة"، جريدة الغد الأردنية - ملحق حياتنا، عمان: ع.2086، 2010/5/17، ص.10.

- علم الدين، محمود، (1981). المجلة: التخطيط لإصدارها ومراحل إنتاجها، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- علي، أسامة عبد الرحيم، (1997). "تأثير الواقع الثقافي على بناء القيم التربوية في صحافة الأطفال: دراسة تحليلية مقارنة لعينة من مجلات الأطفال في مصر والسعودية"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر.
- علي، أسامة عبد الرحيم، (2006). القيم التربوية في صحافة الأطفال: دراسة في تأثير الواقع الثقافي، ط.1، القاهرة: إترك للنشر والتوزيع.
- علي، سلوى إمام، ورزق، سامية سليمان، (1986). "مجلات الأطفال الصادرة عن الهيئة العامة للاستعلامات ودورها في إمداد الطفل بالمعلومات والقيم المتضمنة"، مجلة النيل، الهيئة العامة للاستعلامات، مركز النيل للإعلام والتدريب، ع.28.
- عليان، رحي مصطفى، (2014). أدب الأطفال، ط.1، عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- عليان، رحي مصطفى، والطوباسي، عدنان محمود، (2005). الاتصال والعلاقات العامة، ط.1، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- عليوات، محمد، عدنان، (2007). مدخل إلى صحافة الأطفال، ط.1، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- عمر، السيد أحمد مصطفى، (2008). البحث الإعلامي: مفهومه .. إجراءاته .. ومناهجه، ط.3، حولي: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- عمرو، محمد جمال، (2003). "أضواء على صحافة الطفل في الأردن: وسام، حاتم، وبراعم عمان أنموذجاً"، في الزعبي، باسم، وعمرو، محمد جمال، (محررين)، أدب و مسرح الطفل في الأردن: أوراق ملتقيات عمان الإبداعية، ط.1، عمان: منشورات اللجنة الوطنية العليا لإعلان عمان عاصمة للثقافة العربية 2002.
- عويس، محمد، (1998). "دور صحافة الأطفال باعتبارها وسيلة إعلامية تربوية"، المجلة العربية، مج.22، ع.250، ص.56-57.
- الغباشي، شعيب، (2002). صحافة الأطفال في الوطن العربي، ط.1، القاهرة: عالم الكتب.
- الغباشي، شعيب، (2013). الخطاب الإعلامي والقضايا المعاصرة، ط.1، القاهرة: عالم الكتب.

- الفار، محمد جمال، (2014). معجم المصطلحات الإعلامية: أول معجم شامل في كل المصطلحات الإعلامية المتداولة في العالم و تعريفاتها، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- فهمي، نجوى عبد السلام عبد العزيز، (1988). "دور دور مجلات الأطفال في إمداد الطفل المصري بالمعلومات: دراسة تحليلية ميدانية"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- قاسم، عبد المجيد إبراهيم، (2011). "الطفولة: نظرة جديدة"، مجلة الفيصل، ع.417-418، ص.20-30.
- القبلاوي، منال، (2001). "مجلات الأطفال المحلية.. هل تلبي حاجات الطفل في عصر الانترنت؟"، جريدة الرأي الأردنية، عمان، ع.11254، 2001/7/2، ص.47.
- كنعان، أحمد علي، (1995). أدب الأطفال والقيم التربوية: دراسة تتضمن مفهوم الطفولة ونموها وحاجاتها وثقافتها وارتقاء القيم التربوية فيها، ط.1، دمشق: دار الفكر.
- كيالي، كريم، (2015). اتصال هاتفي، عمان، 2015/7/4.
- لانكستر، ولفرد، (1981). نظم استرجاع المعلومات، (ترجمة حشمت قاسم)، القاهرة: مكتبة غريب. (الكتاب الأصلي منشور سنة 1979).
- ليونهاردت، ماري، (2012). حب القراءة: 99 طريقة لجعل الأطفال يحبون القراءة، (ترجمة إبراهيم الغمري)، عمان: بيت الأفكار الدولية. (الكتاب الأصلي منشور سنة 1997).
- مزاهرة، منال هلال، (2012). نظريات الاتصال، ط.1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- المشرفي، انشراح إبراهيم، (2005). أدب الأطفال مدخل للتربية الإبداعية، ط.1، الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع.
- المشوح، بسمة، (2014). "نحو جيل قارئ: دور المكتبة في تحقيق التربية القرائية"، مجلة الرافد، ع.197، ص.20-25.
- المصلح، أحمد، (1996). "صحافة الأطفال في الأردن"، مجلة رسالة المكتبة، مج.31، ع.2، ص.36-40.

- المطيري، معصومة، (2010). "أثر وسائل الإعلام العربي على نشأة الطفل وعلاقته بالأسرة"، مؤتمر الأسرة والإعلام العربي: نحو أدوار جديدة للإعلام الأسري، للفترة من 2 - 3 أيار/ مايو، الدوحة، دولة قطر.
- مفلح، غازي (2007). دليل تدريس اللغة العربية في مناهج التعليم العام، ط.1، الرياض: مكتبة الرشد.
- مكاي، حسن عماد، والسيد، ليلي، (2009). نظريات الاتصال المعاصرة، ط.8، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- الموسى، عصام، (2009). المدخل في الاتصال الجماهيري، ط.6، عمان: إثراء للنشر والتوزيع.
- الموسوعة العربية العالمية، (1999). ط.2، الرياض: مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع.
- النجار، تغريد، والفحماوي، كمال، (1978). "دراسة موجزة حول صحافة الأطفال ودور مجلة سامر في هذا المجال"، دراسة صادرة عن مركز هيا الثقافي ومؤسسة سامر للصحافة، عمان: الأردن.
- نجيب، أحمد، (1982). فن الكتابة للأطفال، ط.5، القاهرة: دار الكاتب العربي للطباعة والنشر.
- النشرة الإعلامية الصادرة عن «الرأي»، (2008). عمان: المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي».
- النشرة الإعلامية الصادرة عن «الرأي»، (2012). عمان: المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي».
- نصر، حسني، وعبد الرحمن، سناء، (2009). التحرير الصحفي في عصر المعلومات: الخبر الصحفي، ط.2، العين: دار الكتاب الجامعي.
- النعيمي، حازم، (2011). "مجلات الأطفال العربية ودورها في تكوين المفاهيم"، في مفلح، أحمد (محرر)، الطفل في الوطن العربي: واقع واحتياجات، ط.1، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- النوباني، هالة، (2011). "مجلة براعم عمان واقع وطموح"، في صالح، منير (محررة)، راهن أدب الأطفال في الأردن، ط.1، عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- همام، طلعت، (1984). مائة سؤال عن الإخراج الصحفي، ط.1، عمان: دار الفرقان للنشر والتوزيع.
- همشري، عمر أحمد، (2003). التنشئة الاجتماعية للطفل، ط.1، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- هندي، صالح ذياب، (1995). أثر وسائل الإعلام على الطفل، ط.2، عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع.

- الهور، منير، (1996). "الخدمات المكتبية التي تقدمها مجلة وسام"، مجلة رسالة المكتبة، مج.31، ع.2، ص.41-46.
- الهيتي، عبد الرزاق علي، (2011). الصحافة المتخصصة، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- الهيتي، هادي نعمان (1986). أدب الأطفال: فلسفته، فنونه، وسائطه، ط.2، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- الهيتي، هادي نعمان، (1988). ثقافة الأطفال، سلسلة عالم المعرفة، ع.123، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- ويمر، روجر، ودومينيك، جوزيف، (2013). مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، (ترجمة صالح أبو أصبع وفاروق منصور)، ط.1، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية. (الكتاب الأصلي منشور سنة 2011).
- يوسف، عبد التواب، (2002-أ). أطفالنا وعصر العلم والمعرفة، سلسلة فصول في ثقافة الطفل، دمشق: دار الفكر المعاصر.
- يوسف، عبد التواب، (2002-ب). محاكمة مجلات الأطفال العربية، في العسكري، سليمان (محرر)، ثقافة الطفل العربي، الكويت: مجلة العربي.
- اليونس، يونس، وآخرون، (2006). "دراسة تقييمية شاملة لمجلة حاتم للأطفال الصادرة عن المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»"، مجلة دراسات: العلوم التربوية، مج.33، ع.1، ص.27-50.

مواقع الانترنت:

- الموقع الرسمي لأمانة عمان الكبرى، [On Line]، متاح على:
<http://www.ammancity.gov.jo/ar/resource/publications.asp>
- الموقع الرسمي لديوان التشريع والرأي، [On Line]، متاح على:
http://www.lob.gov.jo/ui/laws/search_no.jsp?no=43&year=1976
- الموقع الرسمي لمجلة فُلة - Fulla، متاح على: [On Line]، www.fulla.com
- الموقع الرسمي لمديرية الأمن العام، [On Line]، متاح على:
<http://www.amnuna.com/magazin.php?cat=8>

- الموقع الرسمي للمديرية العامة للدفاع المدني، [On Line]، متاح على:
<http://www.cdd.gov.jo/uploads/child%20mag%208.pdf>
- الموقع الرسمي لمنظمة الأمم المتحدة للطفولة - اليونيسيف، [On Line]، متاح على:
http://www.unicef.org/arabic/crc/files/crc_arabic.pdf
- الموقع الرسمي لمؤسسة الأشبال والزهرات التابعة لحركة فتح الفلسطينية، متاح على: [On Line]،
<http://www.azahrat.org/page-1720.html>
- الموقع الرسمي لوزارة للأوقاف المصرية، [On Line]، متاح على:
<http://www.awkafonline.com/portal/?p=10892>
- الموقع الرسمي لوزارة التنمية الاجتماعية في المملكة الأردنية الهاشمية، [On Line]، متاح على:
http://www.mosd.gov.jo/index.php?option=com_content&view=article&id=786
- الموقع الرسمي لوزارة الثقافة في المملكة الأردنية الهاشمية، [On Line]، متاح على:
<http://culture.gov.jo/new>

Foreign References:

- Abadie, E. (2011). "Historical Overview of Children's Magazines", (unpublished master's thesis), The University of Mississippi, Oxford, Mississippi: U.S.A.
- Antlitz, P. (1990). "*Children's Magazine Use in A Selected School*", (unpublished master's thesis), Long Island University, Northern Blvd, Brookville, New York: U.S.A.
- Avery, Gillian, (1988). "The History of American Children's Books", *Children's Literature*, Vol.16, pp. 193-197.
- Baxter, S. & Perkins, A. (2010). "Examining the Nature of Australian Child-directed Magazine Advertising". University of Newcastle, Callaghan, New South Wales: Australia.

- Baysha, O. & Hallahan, K. (2004). **"Media framing of the Ukrainian political crisis, 2000–2001"**, *Journalism Studies*, Vol.5, Issue 2, PP.233-246.

- Belsches, J. F. (1978). **"The Use of Children's Magazines in a Public Library"**, (unpublished master's thesis), University of North Carolina, Chapel Hill, North Carolina : U.S.A.

- Blanchard, M. A. (2013). **History of the Mass Media in the United States: An Encyclopedia**, 3rd edition, N.Y: Routledge.

- Bleakley, M. E., Westerberg, V. & Hopkins, K. D. (1988). **"The Effect of Character Sex on Story Interest and Comprehension in Children"**, *American Educational Research Journal*, vol. 25, Issue.1, pp.145-155.

- Buckland, M. (1991). **"Information as a Thing"**, *Journal of the American Society of Information Science*, Vol. 42, Issue.5, pp.351-360.

- Carter, N. L. (2009). **"A study of Japanese children's magazines 1888 - 1949"**, (unpublished doctoral dissertation), University of Pennsylvania, Pennsylvania: U.S.A.

- Cobb, C. J. (1986). **"Patterns of Newspaper Readership among Teenagers"**, *Communication Research*, Vol.13, Issue.2, pp.299-326.

- Dawson, J. (1998). **"Trade and Plumb-Cake in Lilliput: The Origins of Juvenile Consumerism and Early English Children's Periodicals"**, *Children's Literature in Education*, Vol. 29, Issue.4, pp.175-198.

- Dominick, J. R. (2008). **The Dynamics of Mass Communication**, 10th edition, New York: McGRAW-Hills Inc.

- Entman, R. M. (1991). **"Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents"**, *Journal of Communication*. Vol.41, Issue.4, PP. 6-27.

- Entman, R. M. (1993). **"Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm"**, *Journal of Communication*, Vol.43, Issue.4, PP.51–58.

- Frederick, W. (1984). **New Communications**, Belmont, California: Wadsworth Publishing Company Inc.

- Gamson, W. A. & Lasch, K. E. (1980). **"The Political Culture of Social Welfare Policy"**, CRSO Working Paper No.221, Michigan: Center for Research on Social Organization University of Michigan.

- Gamson, W. A. & Modigliani, A. (1987). **"The Changing Culture of Affirmative Action"**, *Research in Political Sociology*, Vol. 3, pp.137-177.

- Harris, A. J. & Sipay E. R. (1990). **How to Increase Reading Ability: A Guide to Developmental and Remedial Methods**, 9th Sub. edition, N.Y: Longman Publishing Group.

- Iyengar, S. (1979). **"Television News and Issue Salience A Reexamination of the Agenda-Setting Hypothesis"**, *American political quarterly*, Vol.7, Issue 4, PP.395-416.

- Iyengar, S. & Simon, A. (1993). **"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.

- Kelly, R. Gordon, (1984). **Children's periodicals of the United States: Historical Guides to the World's Periodicals and Newspapers**, Westport, Connecticut: Greenwood Press, Inc.

- Martinson, M. & Hinnant, A. (2008). "**Gender Depictions in Children's Magazines**", *The Annual Meeting of the International Communication Association*, during May 22, 2008, Montreal, Quebec: Canada.

- Matson, F. W. (Editor), (1964). **Periodicals of Special Interest to Blind Persons in Canada and the United States**, New York: American Foundation for the Blind, Inc.

- McQuail, D. (2010). **McQuail's Mass Communication Theory**, 6th edition, London: SAGE publications.

- Millet, B. (1987). "**Samir, Mickey, Sindbad et les autres. Histoire de la presse enfantine en Égypte**", Cedej, Dossiers du Cedej, Le Caire.

- Pugliese, G. (2009). "**Reading children: Constructions of childhood in England's nineteenth-century children's periodicals, 1855-1875**", (unpublished doctoral dissertation), State University of New York, Binghamton, New York : U.S.A.

- Scofield, M. E. (1986). "**An Evaluation of Magazines for The Very Young**", (unpublished master's thesis), Northern Michigan University, Marquette, Michigan: U.S.A.

- Severin, W. J. & Tankard, J. W. (2001). **Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media**, 5th.edition, New York: Addison Wesley Longman.

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

- Smith, D. M. (1982). **"Explaining everyday life: Some Aspects of Children's use of mass media for information"**, *International Communication Gazette*, Vol.30, Issue.2, pp.73-87.

- Teo, T. (2000). **"Eduard Spranger"**. In Kazdin A. E. (Editor.), **Encyclopedia of psychology**. Vol.7, pp.458-459. New York: Oxford University Press.

- Weaver, D., McCombs, M. & Spellman, C. (1975). **"Watergate and the Media. A case study of agenda-setting"**, *American Politics Quarterly*, Vol.3, pp.458-472.

- Wood, J. T. (2000). **Communication Theories in Action: An Introduction**, 2nd edition, Belmont: Wadsworth, a division of Thomson Learning.

- Zur, D. (2011). **"The Construction of the Child in Korean Children's Magazines, 1908-1950"**. (unpublished doctoral dissertation), University Of British Columbia, West Mall, Vancouver: BC Canada.

Websites:

- Bbibliothèque de Toulouse, **«Berquin et L'Ami des enfants»**, subtitle:**1850 - 1904: Les éditeurs à la conquête du jeune public**, [On Line], available on: http://www.bibliotheque.toulouse.fr/1850-1904_pg1.html

- **Dictionnaire des journaux: 1600-1789, «L'Ami des Enfants (1782-1783)»**, [On Line], available on: <http://dictionnaire-journaux.gazettes18e.fr/journal/0090-lami-des-enfants>

- **Intern Archive, «L'ami des enfants»**, [On Line], available on: <https://archive.org/details/lamidesenfants00berg>

- McLeod, K. & Nakamura, K. (2005). «**Deaf oriented magazines and newsletter**», *The Deaf Resource Library*, [On Line], available on: <http://www.deaflibrary.org/magazines.html>

- Melrose, K., (2011). «**Breaking: Wizard and ToyFare magazines fold**», *Comic Book Resources*, [On Line], available on: <http://robot6.comicbookresources.com/2011/01/breaking-wizard-magazine-folds-after-two-decades/>

- Nineteenth- Century American Children: & What They Read: Some of Their Magazine, «**The Juvenile magazine, England (1788)**», [On Line], available on: <http://www.merrycoz.org/Mags08.xhtml>

- **The official web site of American girl Magazine**, [On Line], available on: <http://www.americangirl.com/corporate/corporate-landing?section=about&id=13>

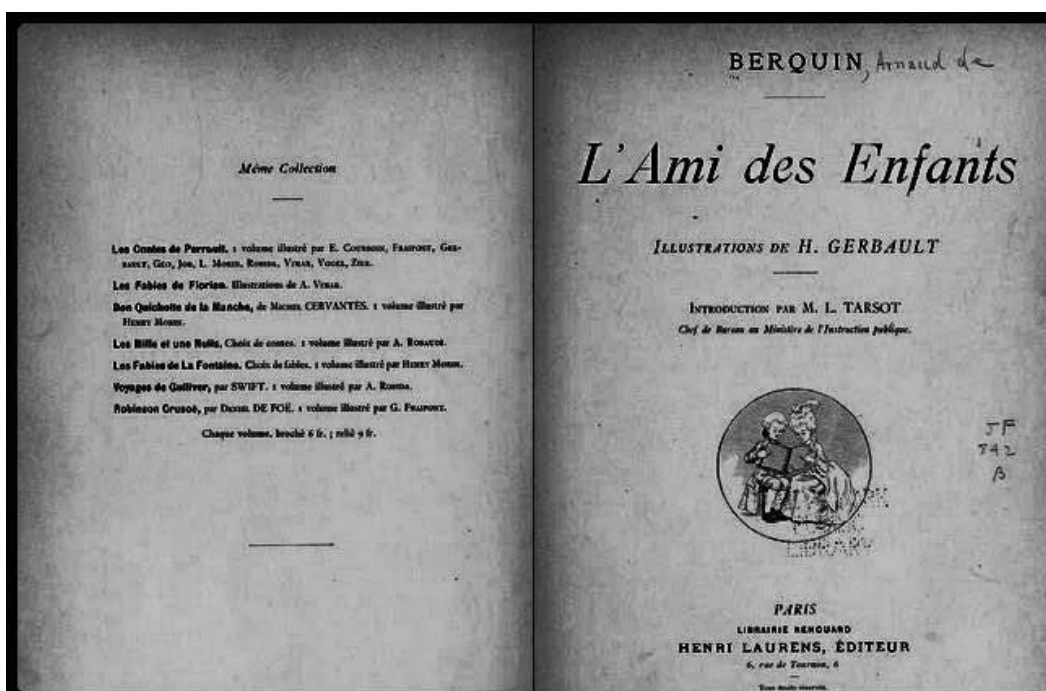
- **The official web site of Sports Illustrated Kids Magazine**, [On Line], available on: <http://www.sikids.com/about-us>

- **Wikipedia**, «**Arnaud Berquin**», [On Line], available on: https://en.wikipedia.org/wiki/Arnaud_Berquin

- **The official web site of Wizard: The Comics Magazine** [On Line], available on: <http://www.comicvine.com/wizard-the-comics-magazine/4050-18692/>

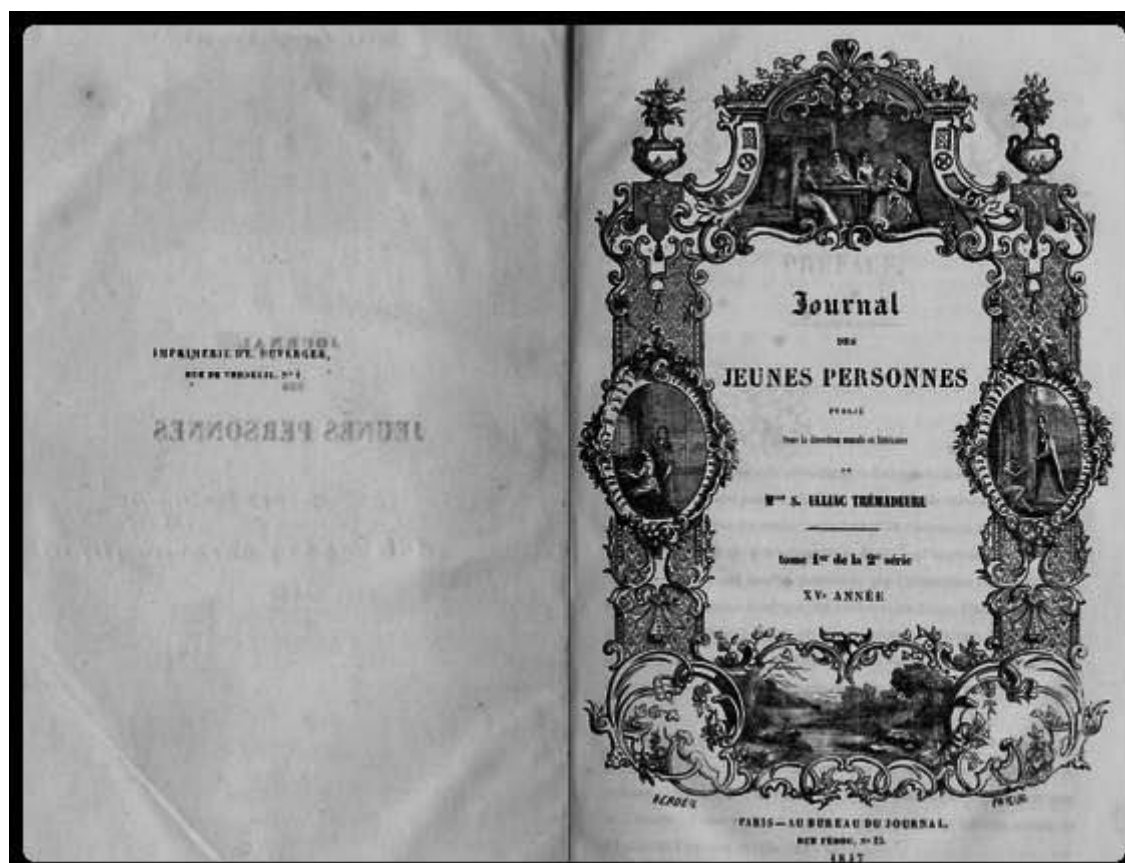
ملحق رقم (1)

غلاف مجلة "L'ami des Enfants" (صديق الأطفال) الفرنسية



ملحق رقم (2)

غلاف مجلة "Journal des Jeunes Personnes" الفرنسية



ملحق رقم (3)

غلاف مجلة "La Semaine Des Enfants" الفرنسية

DEUXIÈME VOLI N°R. N° 480. — Dix centimes. 4 MAI 1884.
Prix des Numéros 1 à 165 : 10 centimes.

LA SEMAINE DES ENFANTS

MAGASIN D'IMAGES ET DE LECTURES AMUSANTES ET INSTRUCTIVES.
PUBLICATION DE CH. LAMURE, IMPRIMERIE A PARIS.

On s'abonne à Paris : 25, Boulevard de Sévigné, chez M. Ch. Lamure, éditeur, rue de l'Étoile, 9, à la Librairie de M. L. Bachelin et Cie, boulevard Saint-Germain, 11, et chez tous les Libraires de la France et de l'Étranger. — Les abonnements se prennent de 1^{re} de chaque mois. Pour Paris six mois, 4 fr. ; un an, 10 fr. ; pour les départements, six mois, 5 fr. ; un an, 10 fr. — Les mandats doivent être adressés au directeur.

SOMMAIRE.

CONTES, HISTORIETTES, DRAMES : François le bonnet ; Le Bonnet d'âne blanc (suite et fin). — VARIÉTÉS : Georges d'Anchoise ;
Géométrie d'un moment merveilleusement amusante.

CONTES, HISTORIETTES, DRAMES.
FRANÇOIS LE BONNET.
Commencement d'amitié.

Christine était venue passer la journée chez sa cousine Gabrielle; elles travaillaient toutes deux avec ardeur dans la chambre de Gabrielle, pour habiller une

poupée que Mme de Cézière, mère de Gabrielle et tante de Christine, venait de lui donner; elles avaient taillé une chemise et un jupon lorsque un domestique entra.

« Mesdemoiselles, Mme de Cézière vous demande au jardin, sur la terrasse couverte.

GABRIELLE. Part-il y aller tout de suite? Y a-t-il quelqu'un?

LE DOMESTIQUE. De suite, mademoiselle; il y a un monsieur avec madame.

GABRIELLE. Allons, Christine, viens.

CHRISTINE. C'est ennuyeux! Je ne pourrai pas habiller ma poupée, qui est nue et qui a froid.



Venez travailler avec nous, (Page 14, col. 1.)

GABRIELLE. Que veux-tu? Il faut bien aller rejoindre maman, puisque elle nous fait demander.

CHRISTINE. Moi, seule à la maison, je ne pourrai pas l'habiller; je ne sais pas travailler. Mon Dieu! que je suis malheureuse de ne savoir rien faire.

GABRIELLE. Pourquoi ne demanderais-tu pas à ta bonne de lui faire une robe?

CHRISTINE. Ma bonne ne voudra pas; elle ne fait jamais rien pour m'écouter.

GABRIELLE. Comment faire, alors?... Si je t'en faisais une?

— Tu? tu pourrais? dit Christine en relevant la tête et en souriant.

GABRIELLE. Je crois qu'oui; j'essayerai toujours.

CHRISTINE. Tout de suite?

GABRIELLE. Non, pas tout de suite, puisque maman nous attend pour promener; mais, quand nous serons revenues, nous travaillerons à la robe.

CHRISTINE. Mais, en attendant, ma pauvre fille a froid.

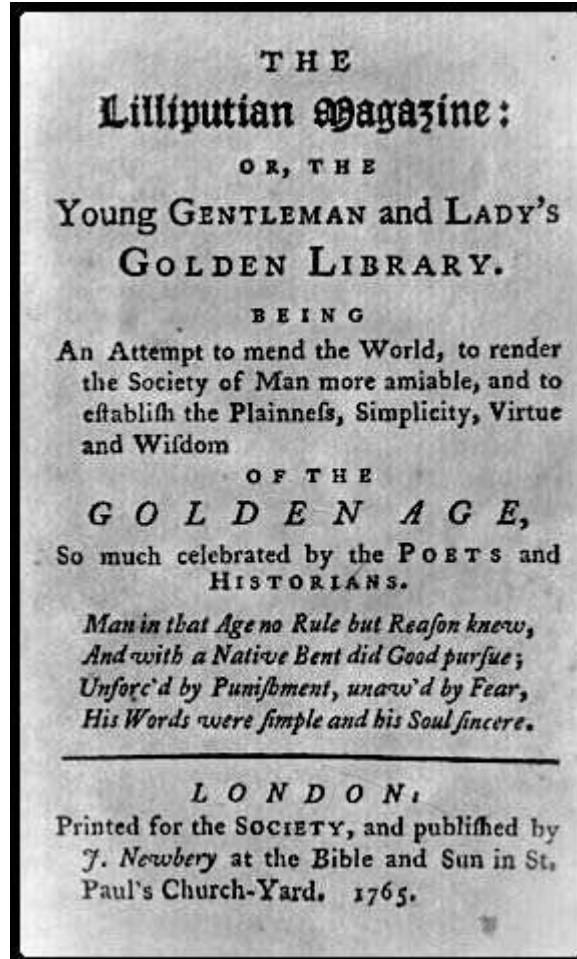
GABRIELLE. Je vais l'envelopper dans ce vieux petit manteau; tu vas voir; donne-la-moi.

Gabrielle prend la poupée, l'enveloppe de son mieux et la met dans un panier.

GABRIELLE. Là! elle est très-bien! Viens, à présent; maman nous attend. Dépêchons-nous.

ملحق رقم (4)

غلاف مجلة "The Lilliputian Magazine" البريطانية



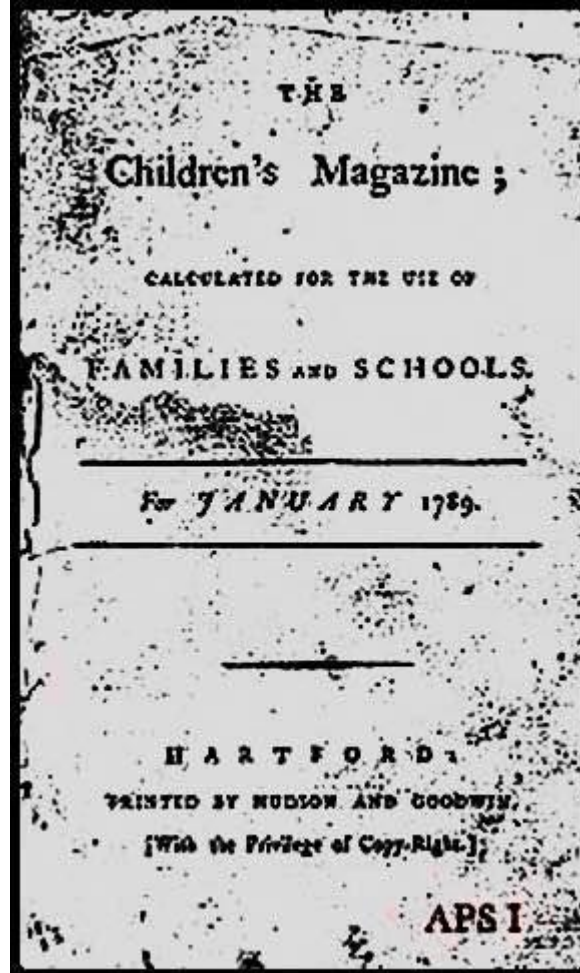
ملحق رقم (5)

شعار مجلة "The Juvenile Magazine" البريطانية



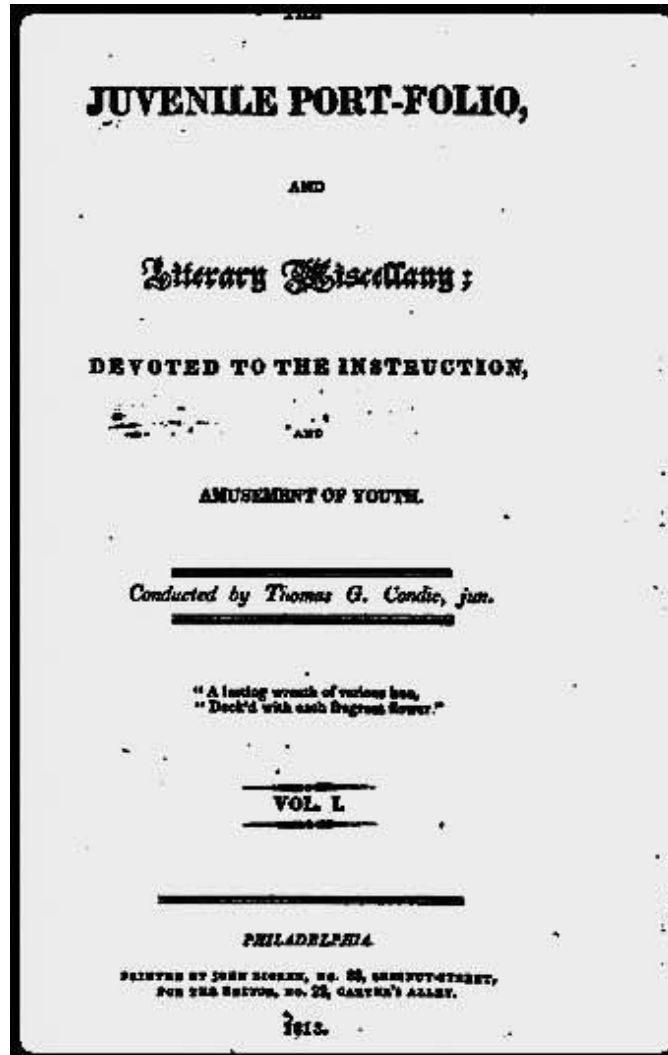
ملحق رقم (6)

غلاف مجلة "The Children Magazine" الأمريكية

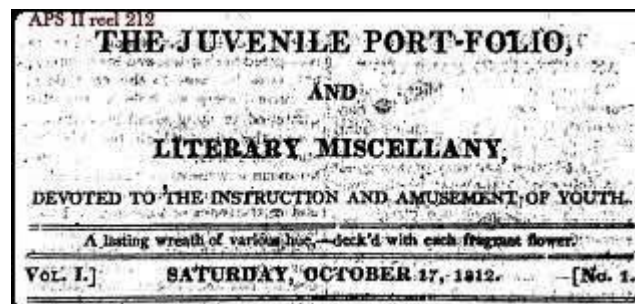


ملحق رقم (7)

غلاف مجلة "The Juvenile Port-Folio" الأمريكية



شعار مجلة "The Juvenile Port-Folio" الأمريكية



ملحق رقم (8)

بطل مجلة «حاتم»



ملحق رقم (9)

خبر صحفي حول قرار «الرأي» بإيقاف مجلة «حاتم»



تاريخ النشر: 2013/6/13.

ملحق رقم (10)

غلاف العدد الأخير من مجلة «حاتم»



ملحق رقم (11)

قائمة بأسماء مُحكمي أداة الدراسة

الرقم	الاسم	الرتبة العلمية	التخصص العلمي	جهة العمل	الدولة
1	حميدة سميسم	أستاذ	دعاية ورأي عام	جامعة الشرق الأوسط	الأردن
2	أديب خضور	أستاذ	تحرير إعلامي	جامعة الشرق الأوسط/ سابقاً	الأردن
3	تيسير أبو عرجة	أستاذ	تاريخ الصحافة	جامعة البترا	الأردن
4	عطا الله الرمحين	أستاذ	إعلام ورأي عام	جامعة الشرق الأوسط/ سابقاً	الأردن
5	محمود عرّاتي	أستاذ	علم اجتماع	جامعة عمر المختار/ سابقاً	ليبيا
6	غازي خليفة	أستاذ	مناهج وطُرق التدريس	جامعة الشرق الأوسط	الأردن
7	رائد البياتي	أستاذ مُشارك	إذاعة وتلفزيون	جامعة الشرق الأوسط	الأردن
8	كامل خورشيد	أستاذ مُشارك	إعلام	جامعة الشرق الأوسط	الأردن
9	صباح ياسين	أستاذ مُساعد	صحافة ونشر	جامعة الشرق الأوسط	الأردن
10	محمد سلطان	أستاذ مُساعد	علاقات عامة	جامعة البترا	الأردن
11	عبد الكريم الدبيسي	أستاذ مُساعد	إعلام	جامعة البترا	الأردن
12	سَهير السوداني	أستاذ مُساعد	علم نفس إعلامي	جامعة البترا	الأردن
13	إكرام الجندي	أستاذ مُساعد	رياض أطفال	جامعة جازان	السعودية
14	لمياء المهدي	أستاذ مُساعد	تربية فنية	جامعة حلوان	مصر
15	دعاء عادل	مُحاضرة	إعلام	جامعة جازان	السعودية