

الاتساق القيمي في اعلانات العاب الاطفال الالكترونية الموردة للعراق

Formats values in advertising E-kids games Imported to Iraq

م.رباب كريم كيطان

Lecture: Rabab KaremGetan

جامعة ديالى – كلية الفنون الجميلة

قسم الفنون السمعية والمرئية

Diyala University – College of Fine Art

Audio & Visual Arts Department

الكلمة المفتاح : الاعلانات، الاتساق القيمي

Keywords :Advertisements, Formats values

ملخص البحث :

هدف البحث تعرف مدى اتساق القيم المتوافرة في إعلانات العاب الاطفال الالكترونية والموردة للعراق مع القيم الثقافية لمجتمعنا العراقي ، والكشف عن نسب ورود هذه القيم في إعلانات العاب الاطفال الالكترونية.وقد اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي لعينات البحث البالغة 8 إعلانات ، وباعتماد أداة البحث الخاصة باتساق القيم ، وبعد التحليل توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج منها عدم اتساق القيم الثقافية الواردة في إعلانات العاب الأطفال مع القيم الثقافية لمجتمعنا العراقي ، كما توصلت للبحث لمجموعة من الاستنتاجات الخاصة والعامه ، وفي محصلة الدراسة قدم البحث عدد من التوصيات منها :ضرورة ان يأخذ الاعلام العراقي دوره في توعية الاسر العراقية بخطورة بعض الألعاب الالكترونية وخاصة ما يتسم منها بالعنف والاثارة بمختلف أنواعها .

Abstract:

The goal of this research ,know the consistency of the available formats values in advertising E-kids games Imported to Iraqwith Iraqi cultural values of our society, and the disclosure of the receipt of these values in the E -kids games. Find descriptive and analytical approach to research samples of an 8 ads have been adopted, and the adoption of special research consistently valuable tool, and after analysis of the study findings to a set of conclusions, including inconsistency cultural values contained in the ads E -kids games with the cultural values of the Iraqi society, as research found a group of private and public conclusions and in the outcome of the study, the research presents a number of recommendations, including: the need to take the Iraqi media role in educating Iraqi families seriousness of some E-Kids games, especially when they were violent and excitement of various kinds.

مقدمة :

برزت في اعقاب ثورة الاتصالات في العالم في العقد الأخير من القرن العشرين ، وبعد انتشار وسائل الاعلام الحديثة والتكنولوجيات الرقمية في شتى ارجاء الأرض وظهور (القرية العالمية) شكوك ومخاوف كثيرة بين شعوب العالم لاسيما المجتمعات النامية حول تأثير وسائل الاعلام والتكنولوجيات الحديثة المستوردة على قيمها الثقافية الوطنية وتقاليدھا وتراثھا وعلى تغير التركيبة الاجتماعية في العالم ،حيث أصبحت هذه الوسائل والتكنولوجيات القوة المؤثرة في النظام الاجتماعي العالمي بسبب انتشارها اللامحدود وتغلغلها في الدول النامية ، وكونها مصدر للمواد الإعلامية (الاعلانية والترفيهية والثقافية) .

ان من بين مهام المواد الإعلامية التي تتمثل في بحثنا هذا بالإعلانات هي دفع المتلقي الى شراء المنتجات المعلن عنها ، حيث تتوقف فاعلية الإعلان (جذب الانتباه ونقل المعلومات)، على الرسالة الاعلانية واللغة التي يحاور بها المتلقي سواء اكانت لغة لفظية ام رمزية و شكلية ، تصب بالمحصلة في مصلحة المعلن ، وهذه الرسائل قد لا تتسق في مضمونها وشكلها مع القيم الثقافية لمجتمعنا العراقي (العربي و الإسلامي).

ان تنشئة الطفل العربي في ظل ثقافة التكنولوجيا تتطلب تصحيح منهج التلقي من الاتصال البصري الى التواصل ، ووضع أسس لبناء ثقافة خاصة بالتلقي لدى الطفل العربي ، حيث ان سبل تكيف النشء مع تطور المجتمعات ومع العالم المعاصر تشير الى أهمية نقل افضل ما في المجتمع للأجيال المقبلة ، كما يتعين عليها تهيئة الأطفال لمواجهة المشكلات التي ستقابلهم في مرحلة الكبر .

المبحث الأول (مشكلة البحث وأهميته واهدافه ومنهجه)

مشكلة البحث:

لا يوجد مجتمع انساني يخلو من القيم التي تعطي لحياة افراده معنى وغرضاً، وقد تكون هناك اختلافات كبيرة بين القيم من مجتمع لأخر، ولكن هذا لا يمنع من ان وجود القيم وضرورة اتساقها يعتبران من الأسس المهمة والجوهرية في كل مجتمع، حيث تشكل القيم مكوناً رئيسياً للبناء الثقافي للمجتمع وتلعب دوراً هاماً في الحفاظ عليه وتدعم وجوده.

يتحدد الإطار العام لمشكلة البحث في أهمية تعرف القيم الثقافية المتوافرة فياعلانات العاب الأطفال الالكترونية الموردة للعراق ومدى اتساق هذه القيم مع القيم الثقافية لمجتمعنا العراقي (العربيوالإسلامي).

أهمية البحث:

تتلخص أهمية البحثبطبيعة الموضوع الذي يتناوله ، وهو التعرف على القيم الثقافية المتحققة في عينة من إعلانات العاب الأطفال الالكترونية ومدى اتساقها مع القيم الثقافية لمجتمعنا العراقي (العربي والاسلامي) ، خصوصاً وان هناك اهتمام كبير من قبل الاسر العراقية بـ (مرحلة الطفولة) ، اذ تعتبر من اهم مراحل حياة الانسان حيث انها الركيزة الأولى لبناء الشخصية وفيها يتكون الضمير ، ويكتسب الطفل القيم والسلوكيات ومعايير الصواب والخطأ من خلال اكتشافه لعالمه الخارجي ، وارتباطه بالمحيطين به وتقليده لسلوكهم وهي ايضاً مرحلة تكوينية للفرد يتم فيها نموه الجسمي والعقلي والانفعالي والاجتماعي وتؤثر تأثيراً عميقاً في حياة الشخص المستقبلية بمراحلها المختلفة . وبالتالي يعد هذا البحث على درجة من الأهمية في مجتمعنا لكونه يشخص نوع (مضمون) الرسالة الاعلانية التي تحتويها

المواد الاعلانية الموجهة لطفل العربي ومدى اتساق هذه الرسائل والتي تتمثل بالقيم الثقافية مع قيمنا وعاداتنا وسلوكنا في مرحلة مهمة من مراحل نشأة الانسان، الا وهي مرحلة الطفولة.

أهداف البحث :

تمثلت اهداف البحث:

- تعرف مدى اتساق القيم المتوافرة في إعلانات الألعاب الالكترونية الموردة للعراق مع القيم الثقافية لمجتمعنا العراقي (العربي والإسلامي).
- الكشف عن نسب ورود هذه القيم في إعلانات العاب الاطفال الالكترونية الموردة للعراق -عينات البحث.

حدود البحث:

تحدد البحث الحالي في تحليل الاتساق القيمي الثقافي في إعلانات العاب الأطفال الالكترونية الموردة للعراق، من خلال تحليل عينة مقصودة من إعلانات الألعاب الالكترونية والتي يتم تشغيلها بواسطة جهاز **Xbox 360** عرضها بواسطة شاشة تلفزيونية ومخصصة للفئة العمرية (12-6 سنة).

منهج البحث :

ان طبيعة مشكلة البحث الحالية تطلبت اتباع المنهج الوصفي التحليلي وذلك لتحليل مضمون عينة من إعلانات العاب الأطفال الالكترونية الموردة للعراق من حيث الاتساق القيمي وباستخدام أسلوب تحليل المضمون.

مجتمع البحث:

تمثل مجتمع البحث الحالي في دراسة الاتساق القيمي في إعلانات العاب الأطفال الالكترونية الموردة الى العراق ونظرا لاتساع مجتمع البحث من حيث اتساع منظومة القيم القابلة للدراسة في كل لعبة ، اقتصر البحث على **القيم الثقافية** فقط، كما ان كثرة الألعاب الالكترونية الموردة للعراق واختلاف اصداراتها لكل سنة ، فضلا عن تعدد الإعلانات لكل لعبة ،وتعدد أجهزة التشغيل الخاصة بكل لعبة ، لذا اقتصرنا للدراسة على العاب الأطفال التي يتم تشغيلها بواسطة جهاز **Xbox 360** والتي يتم عرضها بواسطة أي شاشة تلفزيونية مصاحبة لهذا الجهاز.

عينة البحث:

تكونت عينة البحث من مجموعة من إعلانات لعبة السيارات الكبرى (**5 grand theft auto V**) الشهيرة والمتداولة بكثرة لدى الأطفال اصدار عام 2013، وعددها (8) إعلانات ، تم اختيارها من القرص المدمج للعبة والخاص بجهاز **Xbox 360** والتي يتم مشاهدتها من خلال شاشة جهاز التلفاز⁽²⁾. راجع جدول (1) :

(1) من بين العاب الفيديو (الاكشن) من نوع العالم المفتوح وهي لعبة مخصصة لمنصات الجيل السابع وقد صدرت هذه النسخة في عام 2013 ، وتقع احداث اللعبة في مدينة سان اندرياس الخيالية – جنوب كاليفورنيا ، وتعتمد مبدأ اللعب التعاوني والتنافسي لثلاث مجرمين يقومون بعدد من المهام ، الرئيسية منها سرقة السيارات .

راجع https://en.wikipedia.org/wiki/Grand_Theft_Auto_V

(2) قد يتبادر للذهن بان لعبة (سرقة السيارات الكبرى) هي لعبة بطبيعتها تعتمد على مفهوم اجرامي وبالتالي تحوي مسبقاً قيم سلبية ، لكن طبيعة اللعبة واسمها لا يعني انها خالية من القيم الثقافية المتنوعة او القيم التي يعتقد مصنعو هذه اللعبة بانها ملائمة لمجتمعهم وطبيعتهم .

جدول (1)

إعلانات لعبة grand theft auto V 5

ت	اسم الإعلان	وصف الإعلان
1	Grand theft auto	سارق مع كلب شرس يحمل عصا الكولف بيده
2		سارق يحمل مسدس مع فتاة جميلة تحمل سكين
3		معركة مع الشرطة بالأسلحة الخفيفة داخل المدينة ويتضمن المشهد احتراق مروحية الشرطة
4		مجموعة ابطال اللعبة
5		سارقان يلبسان اقنعة داخل مصرف ويحملان أسلحة
6		شخصيات اللعبة مع كلبهم يتجولون داخل المدينة ويحملون الأسلحة
7		سارق يقوم بكسر زجاج السيارة في الشارع العام
8		شرطة تقبض على فتاة جميلة – احدى شخصيات اللعبة

المبحث الثاني (خلفية نظرية ودراسات سابقة)

الاتساق القيمي والقيم الثقافية :

الاتساق القيمي مفهوم يدل على مجموعة من التصورات والمفاهيم التي تكون اطاراً للمعايير والاحكام والمثل والمعتقدات والتفضيلات التي تتكون لدى الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية، بحيث تمكنه من اختيار اهداف وتوجهات لحياته ويراها جديرة بتوظيف امكاناته وتتجسد من خلال الاهتمامات او الاتجاهات او السلوك العملي او اللفظي بطريقة مباشرة وغير مباشرة.

والقيم هي منظومة من المعتقدات والدوافع والاهداف ذات صبغة عقلية وجدانية، تقررها الجماعة ويتشربها الفرد عبر مراحل عمره، وتمثل اطاراً مرجعياً يحكم ويوجه تصرفاته، ويمكن قياسها من خلال ما يعبر عنه الفرد من الفاظ وما يصدر عنه من سلوك. (خلف وكيطان ، 2016 ، ص 172-173) .

ومن ذلك نجد ان الآراء قد تباينت حول تعريف القيم فمنها ما يهتم بالأحكام ومنها ما يهتم بالمعتقدات ومنها ما يهتم بالاتجاهات ومنها ما يهتم بالسلوك .ومن ذلك ما نجده عند شبل بدران (1994) اذ يعرف القيم : على انها مجموع ما يتعلم وينقل من نشاط حركي وعادات وتقاليد وقيم واتجاهات ومعتقدات وتراث حضاري وفكري واجتماعي لامة من الأمم والذي ينقل من عصر الى عصر او من بيئة الى بيئة ويتشكل في صورة تراث اجتماعي ينقل الى الأجيال المتعاقبة (بدران ، 1994 ، ص105) . اما أبو هلال(1992) فقد عرفها على انها محددات وموجهات للسلوك وممارساته(أبو هلال،1992،ص79).

وتعرف زينب عرفات جودة (2006) ، القيم الثقافية بانها عبارة عن احكام ومعايير واتجاهات ودوافع ومعتقدات تكتسب من خلال مؤسسات تنشئة وتربية الطفل في صورة صريحة او ضمنية بهدف ضبط وتوجيه ودفع سلوكه في الاتجاه الذي يرغبه المجتمع ويرتضيه لأفراده وتكون مستمدة من العقيدة والتقاليد والأعراف وتحظى بقبول غالبية افراد المجتمع وتقاس من خلال مظاهر السلوك وبذلك تمثل جزءاً اصيلاً من المجتمع . (جودة ، ص 2006 ، ص 74) .

وتعرف علياء عبد الفتاح القيم الثقافية بانها : مجموعة المعتقدات والأفكار والمبادئ والمعايير والاسس الثقافية التي تربط الفرد بهويته وتربط المجتمع بتقاليده وتنظم العلاقات بينهم ، أي انها عبارة عن نموذج منظم ومتكامل من التصورات والمفاهيم الصريحة او الضمنية يحدد ما هو مرغوب فيه ثقافياً ، ويؤثر في اختيار الأهداف والأساليب والوسائل الخاصة بالفعل في جماعة او مجتمع ما ، وهذا النموذج يتكون من عناصر ومكونات الثقافة وهي كالاتي : قيم دينية واجتماعية واخلاقية واقتصادية ، وعلمية وجمالية واسرية وسياسية . (رمضان ، 2003 ، ص 41) .

فالقيم الثقافية بذلكهي النسيج الكلي الذي يضم الاحكام والمعتقدات والمعايير والاتجاهات التي يكتسبها الطفل من المجتمع المحيط به ومن المؤسسات القائمة على تنشئة وتربية الطفل وتظهر في السلوكيات التي يريها المجتمع وافراده . (ك ، 2012 ، عبد الرحيم) .

وكما يشير كمال الدين حسين (2000) :الى ان الثقافة العامة تختلف من مجتمع لآخر حتى ثقافة الطفل تختلف من مجتمع لآخر تبعاً لاختلاف العناصر الثقافية العامة في كل مجتمع ، وحتى في حدود الثقافة العامة الواحدة نجد ان ثقافة الطفل بكل عناصرها تختلف ايضاً من مرحلة عمرية لأخرى . (حسين ، 2000 ، ص 29) .
عموما فانه يمكن تلخيص مكونات القيم الثقافية بـ:

- المكون المعرفي : ويشمل المعارف والمعلومات النظرية وعن طريقه يمكن تعليم القيم ويتصل هذا المكون بالقيمة المراد تعلمها .
 - المكون الوجداني : ويشمل الانفعالات والمشاعر والاحاسيس الداخلية وفي هذا الجانب يشعر الفرد بالسعادة لاختيار القيمة .
 - المكون السلوكي : وهذا الجانب هو الذي تظهر فيه القيمة مترجمة الى سلوك ظاهر ويتصل هذا الجانب بممارسة القيمة . (فهمي ، 1998 ، ص 58) .
- اما فيما يخص تصنيف القيم فهناك الكثير من الدراسات التي قامت بتصنيف القيم ومنها ما تم تصنيفه على أساس الابعاد او على أساس تصنيف القيم الثقافية في ضوء تحقيق النمو الشامل للطفل وغيرها من التصنيفات، وفي دراستنا الحالية اعتمدنا تصنيف القيم الثقافية على وفق تصنيف عبد الرحيم (2012) لتصنيف القيم الثقافية، لملائمته لطبيعة البحث الحالي⁽³⁾. وكما مبين في الجدول رقم (2)

(3) راجع عبد الرحيم ، ابتسام رمضان محمد ، " فاعلية برنامج تروحي باستخدام أغاني والعباب الأطفال الشعبية لتنمية بعض القيم الثقافية "، (رسالة ماجستير غير منشورة) ، كلية رياض الأطفال ، جامعة القاهرة ، 2012 ، ص

جدول (2)

الابعاد الرئيسية ومضمون القيم الثقافية

الحب	القيم الأخلاقية
التعاون	
العمل	
الصدق	
الأمانة	
النظام	القيم الجمالية
الوعي الجمالي	
النظافة	القيم الصحية
الغذاء	
اللياقة البدنية	
العدل	القيم السياسية
المساواة	

اذ ان القيم الأخلاقية هي مجموعة من المعايير التي تحكم السلوك يضعها المجتمع ويلتزم بها الافراد في تصرفاتهم وتكون ذات تأثير مباشر على سلوك الافراد وفعالهم ، حيث تعكس اهتمام الفرد ومشاعره وميوله تجاه الاخرين .وهي تتمثل بقيم الحب و التعاون والصدق والأمانة وقيمة العمل والطاعة .اما القيم الجمالية فهي تتضمن قيم النظام والوعي الجمالي .والقيم الصحية تتضمن قيمة النظافة والغذاء واللياقة البدنية ،والقيم السياسية والتي تتمثل بمجموعة القيم التي تساهم في اعداد الطفل للمشاركة السياسية داخل المجتمع كالديمقراطية او العدل والمساواة .(عبد الرحيم ، 2012 ، ص: ك-و)

الاسرة وترسيخ القيم الثقافية لدى الطفل:

تعد مرحلة الطفولة من اهم مراحل النمو في تكوين الشخصية حيث ان ما يكتسبه الطفل من خبرات ومعاني ودلالات وقيم في هذه المرحلة يظل ثابتاً في ذهنه وسلوكه في المراحل التالية.ولهذا فان غرس القيم في النشء احد الأهداف الرئيسية التي تهتم بها التربية، وذلك ان الفرد الذي يفقد قيمه يفقد اتزانه، والقيم بالنسبة للمجتمع كأعمدة البناء التي تحمل البناية بأكملها، فغرس القيم ضرورة فردية واجتماعية في ان واحد . وتلعب القيم الثقافية دوراً أساسياً في حياة الفرد لذلك يسعى لاكتسابها والعمل من خلالها لأنها تقوم بدور أساسي في بناء الشخصية، الذي يعتمد تكامله وصحته النفسية على اتساق نظام القيم لديه ، كما ان تناقص القيم واضطرابها لدى الفرد يؤدي الى القلق والسلوك غير السوي .(عبد الكافي ، 2006 ، ص 3) .

ان أساليب التنشئة في ظل الثقافة الالكترونية هي تلك الأساليب الوافدة علينا من خلال ما يعرف بعصر " الموجة الثالثة " وهي التي يخوضها الانسان حالياً وقد بدأت منذ عدة عقود وهي مرحلة ما بعد التصنيع او العصر المعلوماتي الذي نعيشه حالياً والتي تؤثر في تشكيل شخصية أطفالنا ، فأطفالنا اليوم يعيشون في العصر المعلوماتي

الذي رافقته ثورتان تكنولوجيتان هما ثورة الاتصالات وثورة في تقنية المعلومات من خلال الأجهزة الالكترونية المختلفة ، سواء كانت هذه الأجهزة حاسبات الية متصلة بالانترنت ، او أجهزة الألعاب الالكترونية الأخرى .

عموما ان وسائل الاتصال البصرية ومنها (الألعاب الالكترونية) اصبحت في الوقت الحاضر بما لها من تأثير شريكة للأسرة والمدرسة في تربية الطفل وترسيخ منظومة القيم لديه ، لان هذه الألعاب ممكن ان تكون عاملا مؤثراً بطريقة مباشرة وغير مباشرة في عقل الطفل ووجدانه ، ومثل هذا التأثير الذي يستجيب له الطفل بسهولة يحقق اهدافه المبتغاة منه ، ولاسيما ان عقل الطفل في هذه المرحلة خامة لينة يمكن تشكيلها بالصورة التي نريد ، والألعاب الالكترونية المخصصة للطفل تمثل احدى الوسائل التي تغذي ميله الفطري الى المتعة الفنية حيث تفتح امام خياله مجالاً للانطلاق في عالم الطفولة . (خلف وكيطان ، 2016 ، ص 170-171) .

فبالأسرة هي الأساس الأول لتكوين شخصية الطفل واكسابه القيم والسلوكيات حيث تقوم الاسرة في المرحلة المبكرة من حياة الطفل بعملية التشكيل الاجتماعي طبقاً لثقافة المجتمع وطريقة الحياة السائدة بين افراده لكي يتحول من كائن بيولوجي الى كائن انساني اجتماعي وتختلف القيم باختلاف الطبقات الاجتماعية وان الوالدين هما المسؤولين عن اكساب الطفل للقيم لان الطفل يعيش معهم ويقلدهم في كل سلوكياتهم ويقوم الوالدين بتعديل سلوكه وتدريبه حتى يتعرف على ما هو مرغوب فيه وما هو غير مرغوب عنه من قيم واتجاهات وسلوك ، ويكون غياب القدوة او النموذج له تأثير سلبي في اكتساب القيم ومشاركة الوالدين في مشاهدة شاشة التلفزيون مع الأطفال له أثر حيث يساعدهم على المناقشة وتقييم ما يتعلمه الطفل . (أبو زيد ، 2002 ، ص 447) .

العاب الأطفال الالكترونية:

هناك العديد من التعاريف التي تطرقت الى تعريف اللعب ومن هذه التعاريف ، ما عرفته كاترين تايلور ، اذ ترى ان اللعب : بانه انفاص الحياة بالنسبة للطفل أي انه حياته وليس مجرد طريقة لتمضية الوقت واشغال الذات فاللعب للطفل هو كالتربية والاستكشاف والتعبير الذاتي والترويح والعمل للكبار . كما عرف **ويني كومين Weiny Comin** ، اللعب : بانه أي نشاط يمارسه الطفل دون اية ضغوط عليه من البيئة المحيطة به والمتمثلة في بيئته العائلية والاجتماعية والطبيعية (اللابايدي وخاليله ، 1993) .

ويرى سالين وزيمرمان (2004) الألعاب بانها نشاط ينخرط فيه اللاعبون في نزاع مفتعل ، محكوم بقواعد معينة ، بشكليؤدي إلى نتائج قابلة للقياس الكمي . (Salen& Zimmerman,2004,p.80)

لقد نجحت صناعة التقنيات الرقمية ومنها الألعاب الالكترونية والمحوسبة في جذب هؤلاء المستهلكين الصغار من الناحية الفنية للعبة حيث اصبح اللعب اسهل من السابق ، فالفرد لا يحتاج الى معرفة بالجهاز المشغل للعبة لكي يتمكن من اللعب . اذ شاع استخدام الألعاب الالكترونية لدرجة انه لا نجد مركزاً للألعاب او للترفيه يخلو منها بل لا نكاد نجد منزلاً خال منها كذلك ، مما جعلها متاحة للجميع وخاصة الأطفال بتشجيع من الإباء احياناً ، او من اقرانهم على استخدامها وتبادل الأقراص المدمجة الخاصة بها احياناً أخرى .

و الألعاب الالكترونية من اكثر الألعاب شيوعاً في هذا العصر وتسمى احياناً العاب الفيديو او العاب الحاسب الالي وكلها تجتمع في عرض احداث على الشاشة وتمكين اللاعب من التحكم في مجريات هذه الاحداث فيما يعرف بالعلاقة التفاعلية Interactive . وتتكون هذه الألعاب من عنصرين :

- **الأول:** جهاز مستضيف ، وهو اما يكون حاسباً شخصياً او جهازاً إلكترونياً مرتبطاً بشاشة التلفزيون ، ومن اشهر هذه الأجهزة ما يعرف باليستيشن PlayStation الذي انتجته شركة سوني اليابانية ، وجهاز الاكس بوكس Xbox من انتاج شركة مايكروسوفت والذي طورته بالتعاون مع آي بي إم ، ATI ، و SiS .

- **العنصر الثاني:** برمجيات حاسوبية مخزنة في الغالب على قرص مدمج (سي دي CD) وتحمل على الجهاز المستضيف ليتحول الى لعبة يحمل خصائصها وينفذ الأوامر المخزنة على القرص المدمج . وتتغير اللعبة كلما تغير القرص المدمج او البرمجيات الخاصة بها ، ونجد احياناً هذين العنصرين مدمجين في جهاز واحد فقط خاص بلعبة محددة وهذا ما نجده في مراكز الألعاب العامة حيث يكون كل جهاز مخصص للعبة الإلكترونية واحدة .

وتستخدم الألعاب الإلكترونية على العموم لواحد او اكثر من الغايات التالية :

الأول : التسلية : وهو الغالب مثل العاب المصارعة وكرة القدم وسباق السيارات والحروب .

الثاني : إعادة تاهيل ، وهي عبارة عن العاب صممت لإعادتها تاهيل مصابين بمرض حركي او عصبي وتستخدم للرفع من درجة التوافق الحركي البصري والتحكم في بعض الأطراف المصابة .

الثالث : التعليم ، كتعليم علوم معينة كالرياضيات والعلوم واللغات الأجنبية وبقية العلوم الأخرى .

لقد باتت التكنولوجيا الإلكترونية الرقمية ترسم حضوراً بديلاً وثقافة بديلة وميادين عمل بديلة واساليب علاقات بديلة ، وحياة افتراضية بديلة . والتي تلقى اقبالا غير مسبوق من الأطفال والمراهقين والشباب في كافة الدول على اختلاف الثقافات والايديولوجيات، فمجال توظيف التكنولوجيا الحديثة لإيجاد الواقع الافتراضي وتضمينه في الألعاب المختلفة للأطفال في اتساع مستمر ومتسارع، نلاحظ ذلك في طرح وإنتاج الألعاب المختلفة التي تمتلئ بها المحلات المتخصصة ، وكذلك النوادي وصلالات العاب الكمبيوتر والفيديو التي انتشرت بمختلف المجتمعات . (بركات و توفيق ، 2009 ، ص 6-7)

ان اللعبة الإلكترونية ليست تسلية بريئة بل هي وسيلة إعلامية تتضمن رسائل مشفرة ومرمزة يهدف المرسل من خلالها الى تحقيق اهداف وغايات ثقافية وسياسية ودينية ، فواعد اللعبة تفرض على اللاعب تقمص الشخصية المفروضة عليه وانغماس في واقع معين من الحرب الفكرية او العسكرية او الثقافية او الأيديولوجية كما تكمن الخطورة أيضا في إمكانية تقريب اللاعب بين الخيال والواقع الى درجة انه يحاول تطبيق مضامين هذه الألعاب في حياته اليومية مما يعني تنميط السلوك على النحو الذي يرغب فيه صانعو الألعاب . (قويدر ، 2012 ، ص 14-15)

وعلى الرغم من الفوائد التي قد تتضمنها بعض الألعاب الإلكترونية إلا أن سلبياتها⁽⁴⁾ ربما تكون أكثر من إيجابياتها لأن معظم الألعاب المستخدمة من قبل الأطفال والمراهقين ذات مضامين سلبية تؤثر عليهم في جميع مراحل النمو لديهم، بالإضافة إلى أن نسبة كبيرة من الألعاب الإلكترونية تعتمد على التسلية والاستمتاع بقتل الآخرين وتدمير أملاكهم والاعتداء عليهم بدون وجه حق، كما تعلم الأطفال والمراهقين أساليب ارتكاب الجريمة وفنونها وحيلها

(4) راجع مقالة عبد العزيز الساحلي " الألعاب الإلكترونية ..برمجة جديدة لعقول الشباب والصغار "، في صحيفة المدينة (صحيفة يومية تصدر عن مؤسسة المدينة للصحافة والنشر) ، العدد 19281 في 2016-2-6 .

- وتنمي في عقولهم قدرات ومهارات العنف والعدوان ونتيجتها الجريمة وهذه القدرات تكتسب من خلال الاعتياد على ممارسة تلك الألعاب ، ومن بين الآثار السلبية للألعاب الالكترونية الناشئة عن الافراط فيها :
- تربية اللاعبين الوحشية والعنف والقتل لان معظم هذه الألعاب تعتمد اعتماداً مباشراً على فكرة الجريمة والقتل والدماء ومن اسمائها (ليلة العفاريث) ، (رومبي أكل اللحوم) .
 - إشاعة الصور العارية التي تتضمن مشاهد خلعية ، والعاب المصارعة : حشرت فيها المصارعات من النساء وهن كاسيات عاريات .
 - ادمان اللعب وإهمال الواجبات مما يؤدي الى تدني الطلاب الدراسي ورسوبهم في الدراسة.
 - وكذلك ايضاً زيادة نسبة الجرائم والعادات السيئة، ففي دراسة غربية ذكر ان نسبة جرائم الأطفال ارتفعت الى 44% بعد اغراقهم بهذه الألعاب الالكترونية ومن هذه الجرائم: أطفال يحرقون آخرين، وطفل يقتل والديه، وأطفال يؤذون فتيات صغيرات. (عبد الجبار ، 2016 ، ص 75) .

عموماً لو كان للألعاب الإلكترونية ضوابط رقابية⁽⁵⁾ يحرص على تنفيذها بموجب تراخيص نظامية وبإشراف تربوي لكان لها بعض الإيجابيات، بحيث يستطيع الطفل أن يقضي فيها جزءاً من وقت فراغه دون خوف أو قلق عليه، فيمارس ألعاباً شيقة كالألعاب الرياضية، وألعاب الذاكرة وتنشيط الفكر، وألعاب التفكير الإبداعي.

اعلام الطفل المستورد:

للأعلام أهمية بالغة في الحياة اليومية وله دور فعال في بناء مجتمع متحضر مبني على أسس علمية بحتة. والاعلام مرتبط ومتأثر بشكل او بأخر بالنظم الاجتماعية التي ينتمي اليها . فالأعلام ليس حالة ظرفية، وانما هو يتولى نقل اراء ومعتقدات جيل الى جيل اخر، وينمي العلاقة بينهما، وبالتالي فهمة الاعلام والإعلاميين، يجب ان تستوعب الانسان منذ مجيئه الى الحياة بل ومنذ أيام الحمل والولادة والرضاعة وفترة الطفولة المبكرة وحتى الكبر .

ويلعب اعلام الطفل المستورد دوراً خطيراً في تنشئة الطفل التنشئة الاجتماعية والثقافية المنحرفة، فكثير من أفلام الكرتون والألعاب الالكترونية تحوي مشاهد مخلة بالحياء وهدامة للقيم الدينية السوية ومتعارضة مع الهوية الحضارية للطفل العربي و المسلم، تسعى الى إقناعه بانها القيم الحقيقية السائدة في الواقع والانعكاس الواضح لما عليه المجتمع، واعداد وترويض الطفل مبكراً للتعايش معها في كبره. ونحن نعلم بان هذه الألعاب او الأفلام موجهة بالأساس الى أطفال العالم الثالث وأبناء المسلمين، وتتضمن دعوات مشبوهة ومبطنه الى التبشير والدعاية للمجتمع الغربي وثقافته ، من خلال تمجيد القوة والنمط الاستهلاكي في العيش والمنفعة الخاصة .

ان الألعاب الالكترونية و أفلام الكرتون والرسوم المتحركة الموجهة للأطفال تصبح خطراً حقيقياً حينما تخرج عن سياقها الحضاري الذي نشأت فيه. وتتحول الى سموم قاتلة، ووجه الخطر في هذا الامر ان المرسل والرسالة يحافظان على جوهرهما، ويتغير المرسل اليه ، وهو هنا الطفل ، ليكون ابن حضارة مغايرة ، يتلقى رسالة غريبة من

(5) يرى الدكتور أندرسون أستاذ علم النفس في جامعة أيوا الامريكية وزملائه الباحثون في عدد من البحوث التي قاموا بها على تأثير العاب الفيديو انها تعرض على العنف ولها تأثير اشد من تأثير أفلام العنف لان الألعاب تفاعلية بينما دور المشاهد للأفلام سلبي .
<http://www.psychology.iastate.edu/faculty/caa>

مرسل غريب عنه ، ويحاول هضمها في اطار خصوصيته وهويته ، فتصبح الرسالة في هذه الحالة مثل الدواء الذي صنع لداء معين ، ويتم تناوله لدفع داء اخر ، فتصبح النتيجة داء جديداً.

ولنا ان نتصور حجم الأذى والسلبيات التي تنتج عن الألعاب الالكترونية وأفلام الكرتون المستوردة والمبدجة على الطفل المسلم الذي يتأثر بها. فمثل هذه الألعاب والأفلام تجعل الطفل المسلم يتلقى قيماً وعادات وافكاراً غريبة عن البيئة والثقافة العربية الإسلامية التي يعيش في كنفها ، لكنه يتعامل معها ببراءته المعهودة المستسلمة ، فتنمو لديه دوافع نفسية متناقضة ، بين ما يتلقاه على شاشة التلفزيون ، وما يعيشه داخل الاسرة والبيئة والمجتمع ، فيكون ذلك بداية الانحراف والوعي غير السوي⁽⁶⁾. فالطفل في سنواته الأولى يكون قابلاً لتقبل أي شيء يقدم له ، لأنه يعيش مرحلة التعرف ، ويبدأ خطواته الأولى في الإحساس بما يلمسه او يراه او يسمعه ، ويتأثر – بشكل ملحوظ – بما يحيط به من مؤثرات ثقافية مسموعة او مرئية او مقروءة ، فيتفاعل معها بتلقائية ويسير في نسقها ، حتى يصبح من الصعب التخلص كلياً او جزئياً من آثارها السلبية على شخصيته ونموه ووعيه .(عبد الجبار ، 2016، ص 49-50) .

مفهوم الإعلانات :

الاعلان نشاط انساني قديم قدم المجتمعات الانسانية، اذ مارسه كل مجتمع بما اتفق مع ظروف العصر وماتوافر فيه من وسائل اتصال ، وجاء تطور الاعلان في العصر الحديث انعكاساً لعوامل عدة حتى اصبح جزءاً من حياتنا اليومية. ويتميز هذا العصر (كما ذكرنا سابقاً) بكونه عصر الاتصال والتواصل ، حيث اصبحت كل الظواهر المتعلقة بالتواصل الانساني في مختلف اشكاله توصف بالانفجار ، محددة بذلك الكثير من جوانب الحياة الاجتماعية بشكل ثنائي بمظاهر التواصل واشكاله .

فالإعلان له اهمية متزايدة في ظل التطورات السريعة والهائلة في الساحة الاتصالية ولاسيما بعد تنوع الوظائف المنوط بها تجارياً وسياسياً وخدمياً وتنموياً وغيرها والتي اثرت على زيادة الانتاج والاهتمام بتوزيع المنتجات على نطاق واسع لتكون في متناول الجمهور المستهلك مما استلزم الاهتمام بأخبار الجمهور المستهلك عن طريق الاعلان. (خلف وكيطان ، 2016، ص 113).

وقد وردت عدة تعاريف للإعلان منها ما عرفته جمعية التسويق الامريكية للإعلان، بانه يمثل مختلف نواحي النشاط التي تؤدي الى نشر او اذاعة الرسائل الاعلانية المرئية او المسموعة على الجمهور لغرض حثه على شراء سلع او خدمات او من اجل التقبل لأفكار او اشخاص او منشآت ملعن عنها(محمود، 2000، ص81).

كما يفهم بشكل اخر على انه نشاط اتصالي يهدف الى الاعلام عن سلعة او خدمة معينة، والترويج لها عبر وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة مقابل أجر معين بهدف التأثير على المستهلك ودفعه للقيام بعمل او سلوك مقصود ومحدد.(الموسى ، 2009، ص35).

(6) راجع مقالة " الألعاب الالكترونية للأطفال ..الخطر الصامت " ، صحيفة الرياض ، العدد 16416 في يوم الثلاثاء 4-يونيو – 2013 ، حول أن بعض "الألعاب الإلكترونية" قد تفقد بعض ممارسيها إلى ارتكاب عدد من الممارسات السلوكية والامنية السلبية، وذلك بقيادة سيارته على أرض الواقع بطريقة متهوره، وتوجيه بعض العبارات السلبية لقائدي السيارات الأخرى، وغير ذلك من الممارسات السلبية. التسليية والاستمتاع بقتل الآخرين وتدمير أملاكهم والاعتداء عليهم بدون وجه حق، كما أنها تُعَلِّم الأطفال والمراهقين أساليب ارتكاب الجريمة وفنونها وحيلها وتنمي في عقولهم قدرات ومهارات العنف والاعتداء على الآخرين.

فالإعلان هو مجموعة الأنشطة التي تهدف الى الاتصال والمخاطبة الشفوية او المرئية لمجموعة مختارة او غير مختارة من الافراد بغرض اخبارهم والتأثير فيهم لشراء سلعة او التعامل وطلب الخدمة او تغيير اتجاهاتهم نحو افكار معينة. (الحديدي،2002،ص28).

ان الإعلان يحمل معاني وتعريف كثيرة لأنه عملية اتصال هدفها التأثير على المشتري من خلال اساليب وطرق ووسائل غير شخصية يقوم بها البائع او من يكلفه البائع لغرض الترويج لبضاعته او خدماته من خلال مختلف وسائل الاتصال، فالإعلان عملية اتصال غير شخصي من خلال وسائل الاتصال المختلفة بواسطة معلنين يدفعون ثمنا لتوصيل معلومة معينة الى فئات معينة من المستهلكين. (محمود، 2000،ص93).

ويلعب الاعلان في العصر الحاضر دوراً ذا اهمية فعالة ومؤثرة في حياتنا، فلا يمكن تخيل يوماً يمر بدون اعلان عن منتج او نشاط ما ، وفي ظل التطورات المختلفة – سواء اكانت اقتصادية ام اجتماعية – تغيرت معها مفاهيم وانماط الاعلان عما كان قديماً فبات يغلب عليه سرعة الايقاع والخيال ، ومن ثم تنوعت فروع ومجالاته. (صادق ،ص2012،9).

وفيما يخص دراستنا الحالية فان نوع الإعلان المقصود هنا هو من نوع الإعلان المرئي المصاحب للعبة الالكترونية والذي يعرض من خلال شاشة التلفزيون وعلى أساس ان أجهزة الألعاب الالكترونية تحتاج الى شاشة عرض او جهاز تلفزيون وبذلك يمكن التعبير عن نوع الإعلان بكونه اعلان شاشة التلفزيون الذي يعبر عن طبيعة المجتمع الذي انتج فيه ، فهو النافذة التي تطل من خلالها مختلف الجنسيات على ذلك المجتمع. (صادق ،ص2012،9).

عموما ادخل التلفزيون كوسيلة اعلانية الى جانب الوسائل الاخرى المعروفة في معظم دول العالم ، وازداد اقبال المعلنين على استعمال هذه الوسيلة لدرجة ان كثيرا منهم في امريكا واروبا اصبحوا يخصصون الجزء الاكبر من ميزانياتهم الاعلانية لتقديم الاعلان عن طريق شاشة التلفزيون ، ويلعب التلفزيون دورا بالغ الحيوية في مجالات الاعلام والاتصال الجماهيري والاعلان ، حيث يعتبر الاعلان التلفزيوني من انجح الوسائل ، نظراً لما يحدثه من تأثير سريع وفعال على المتلقي ، وذلك لانه يخاطب حاستي السمع والبصر معاً وهو ما تفتقده باقي الوسائل الاعلانية الاخرى . (صادق ،ص2012،9).

تأثير اعلان الشاشة والعباب الأطفال الالكترونية على الطفل :

هناك العديد من الدراسات الاجنبية والعربية حول تأثير شاشة التلفزيون على الاطفال ومن هذه الدراسات دراسة جاكلين هولمان (1990) بعنوان اثر التلفزيون في مرحلة الطفولة المبكرة ، وتهدف الى التعرف على المشكلات التي يشجع التلفزيون على ظهورها لدى الاطفال والتعرف على القيم الاجتماعية الايجابية التي يساعد التلفزيون على ظهور بعض المشكلات المتعددة مثل : سوء التغذية ، واستهلاك المخدرات ، والعنف الى جانب الآثار الايجابية للتلفزيون حيث يعزز ويقوي الثقافة والخبرات الحضارية والقيم الاجتماعية الايجابية .وان مركز الصدارة الذي احتلته شاشة التلفزيون لم يكن وليد الصدفة ، بل كان انعكاساً حتمياً للإمكانيات الفنية والتقنية الجماهيرية التي يتمتع بها ، ولاشك ان النجاح الذي حققه التلفزيون انعكس بدرجة هائلة على الإعلان ، ولتأكيد الدور الذي لعبه ولايزال يلعبه التلفزيون كوسيلة إعلانية ، يكفي فقط تصور ما الذي يمكن ان يكون عليه الحال في المجتمع لو لم يكن من المسموح استخدام شاشته للإعلان من خلالها (صادق، 2012 ،ص 19-21).

اذ يعتبر التلفزيون من اخطر الوسائل الإعلامية ، لان تأثيره يفوق تأثير الوسائل الإعلامية الأخرى ، حتى لقب (بالوالد الثالث) الذي يحتل مرتبة مهمة في الاسرة ، تلي مرتبة الاب والام ، وهو ليس ضيفاً دائماً على الاسرة فحسب بل مشارك في مسؤولية اعداد وتربية الأطفال . (عبد الجبار ، 2016 ، ص 83) .

وتمتع شاشة التلفزيون بمجموعة من الخصائص والمميزات على مستوى التقنية والتنفيذ جعلت منه وسيلة إعلانية مؤثرة نافست بشدة ما سبقها من وسائل اتصال ، ومع دخول التلفزيون عصر القنوات الفضائية والقنوات المتخصصة وامتداد الارسال في اغلب القنوات على مدى الأربع والعشرين ساعة أدى ذلك الى الغاء الحواجز والمسافات واختلاف اللغات بين الشعوب .

ويعتمد الإعلان على شاشة التلفزيون ومنها اعلان الالعاب الالكترونية على قوة الإيحاء الشعورية ونظرية التكمص الوجداني في التأثير على المشاهد واقناعه بالسلعة او الخدمة المعلن عنها ودفعه نحو اتخاذ قرار الشراء ، فنحن نردد الاغاني والموسيقى والعبارات التي نسمعها في الإعلان اذا ما لفت انتباهنا وأثارت الفكرة الاعلانية إحساسا او شعورا ما بداخلنا . (صادق ، 2012 ، ص 14-15) .

ومن اهم المميزات التي تتميز بها شاشة التلفزيون كوسيلة إعلانية :

- تستحوذ على المشاهدين من خلال التركيز على الصور الناطقة مما يوفر كثيرا من الخبرات الثقافية والترفيهية دون ان يبذلوا جهدا للحصول عليها .
- يستقبل المشاهد الرسالة الاعلانية وهو في حالة استرخاء وهدوء ذهني وذلك يجعله من اكثر الوسائل تأثيرا على المتلقي .
- تعتبر وسيلة إعلانية لا تحتاج الى مجهود فعلي فعلى خلاف معظم الوسائل الأخرى فان المجهود الوحيد الذي يبذله المشاهد هو ان يظل يشاهد شاشة التلفزيون ، ولان الإعلانات يتم تقديمها اثناء البرامج او بعد انتهائها او في بدايتها ، فان من الطبيعي ان يتعرض لها المشاهد ، وان تتسلل له بدون بذل مجهود لمقاومتها .
- اكتسبت هذه الاعلانات ميزة القابلية للتصديق على مدار السنوات السابقة عن طريق اعتماد الإعلانات على الصورة والصوت وهو ما تفتقده الوسائل الأخرى .
- تعتبر الوسيلة الاعلانية الأكثر تطبيقاً للضرورات الخمس وهي : جذب الانتباه ، اثارة الاهتمام ، خلق الرغبة والاقناع ، الحث على الشراء ، فلا توجد وسيلة إعلانية في الوقت الحالي تضاهي التلفزيون في ذلك لانه يعتمد على الصورة المتحركة والصوت معاً .
- تجمع شاشة التلفزيون بين الصورة والصوت والحركة الحية بمعنى ان " التلفزيون يخاطب حاستي السمع والبصر " وذلك يجعل الإعلان يبدو وكأنه مشهداً متكاملماً مما يمنحه قدرة كبيرة على الاقناع والتأثير ، ومما لاشك فيه ان العنصر المرئي هو حجر الزاوية في التعبير والاقناع من خلال الصور المتحركة ، وهو ما يوضح أهمية الصورة المتحركة في عملية الاتصال الاعلاني حيث تتميز بجذب الانتباه والتركيز لانها تشغل حواس الانسان البصرية والسمعية واشتغال هاتان الحاستان ينسجم انسجاماً كاملاً مما يساعد على الجلوس المطول لرؤية البرامج او المسلسلات ومن ثم الإعلان .

- يمكن للصور المتحركة ان تختصر الزمن بمعنى انها تستطيع ان تقدم في خلال ثواني فترات زمنية مختلفة يتحرك معها خيال المشاهد .(صادق ، 2012 ، ص 16-17).
- اما السليبات التي يمكن مشاهدتها عبر شاشة التلفزيون وفي دراستنا إعلانات العاب الأطفال المصاحبة للألعاب الالكترونية المعروضة من خلال شاشة التلفزيون ، فان كثير من الإعلانات الحالية المقدمة تعتمد اثاره الغرائز المختلفة بما لا يتناسب مع العادات والتقاليد الخاصة بمجتمعنا، كما تظهر بعض الإعلانات بصورة غير لائقة من خلال استخدام الأصوات الصاخبة او الموسيقى غير الملائمة للمنتج .(صادق ، 2012 ، ص 20) .
- وأخيرا يمكن القول بانه ينتشر في المجتمعات العربية التعامل مع شاشة التلفزيون (بما في ذلك شرائط الفيديو وأجهزة الألعاب الالكترونية) كجليس للأطفال على اعتبار ان التلفزيون يقدم تسلية (لا ضرر منها) للأطفال الذين مازال (عقلم صغيرا) ووقتهم طويلاً ولا يجدونما ينشغلون به دون التسبب في مشكلات ، على اية حال فقد ذاع هذا السلوك لانشغال الوالدين عن أبنائهم بأمر الحياة اليومية من العمل والتواصل الاجتماعي واصبح دورهم الراعي وليس المربي وقد يريح هذا الحل الالهي (متاعب) أطفالهم ، ولكن الثمن يكون كبيراً ، ويصبح ، الثمن فادحاً عند تعرض الأطفال الصغار لبرامج تلفزيونية غير مناسبة للأطفال على الاطلاق ، وفي أحيان غير مناسبة حتى للكبار ، حيث يصبح التلفزيون احياناً محور اجتماع الاسرة بكاملها ، يجلسون امامه دون حراك، لساعات طويلة.(عبد الجبار، 2016، 83-84) .

الدراسات السابقة

بعد الاطلاع على ادبيات ومصادر ومراجع التخصص بحثاً عن الدراسات السابقة التي بحثت في مجال الاتساق القيمي في إعلانات العاب الأطفال الالكترونية ،وتحديداً الألعاب الالكترونية الموردة للعراق، لم تجد الباحثة اي دراسة محلية او عربية مشابهة بحثت في موضوع البحث، غير ان هناك دراسات محلية و عربية بحثت في بعض المفاهيم الواردة في هذه الدراسة ومنها دراسات بحثت في مجال القيم او الإعلانات وغيرها من الدراسات التي بحثت في العاب الأطفال المختلفة ولمختلف التخصصات الاجتماعية والنفسية والإعلامية والتربوية ، وقد استفادت الباحثة من هذه الدراسات في تعزيز المفاهيم النظرية والتعرف على منهجية هذه الدراسات من حيث المشكلة البحثية والاهداف والمجتمع البحثي واعداد الأدوات واستحصال النتائج ، الا انه يمكن القول بان جميع هذه الدراسات تختلف عن الدراسة الحالية من حيث العنوان والمشكلة البحثية والاهداف واجراءات البحث ، وبالتالي لم تجد الباحثة دراسة سابقة مطابقة او مشابهة للدراسة الحالية .

المبحث الثالث(الاطار الميداني للبحث)

اجراءات البحث :

اداة التحليل :

من متطلبات إجراءات البحث هو تبني أداة محكمة لتحديد القيم الثقافية في إعلانات العاب الأطفال الموردة للعراق والتي تمثلت في عينة البحث في إعلانات لعبة السيارات الكبرى ، وبعد الاطلاع على الدراسات والادبيات التي تناولت اعداد أدوات البحث ومنها دراسة عبد الرحيم (2012) ، قامت الباحثة باعداد أداة استمارة تحليل لتكرارات

القيم الثقافية الواردة في كل اعلان من الإعلانات الثمانية التي تم اختيارها بصورة قصدية وبعد عرضها على الخبراء (7)، تمت الموافقة عليها بدون أي تعديل لكونها جاءت ملائمة لطبيعة البحث الحالي .

بعدها قامت الباحثة بأعداد استمارة لتحليل المحتوى ، والتي يتم فيها انزال البيانات والمعلومات التي يتم الحصول عليها من إعلانات العاب الأطفال الالكترونية (لعبة **grand theft auto V 5**) الخاصة بالأطفال ، فأصبحت الاستمارة بشكلها النهائي مقسمة الى عدة فقرات ومن (4) فئات رئيسية وهي فئة القيمة الاخلاقية والتي تتكون من (5) محاور ، وفئة القيمة الجمالية والتي تتكون من محورين ، وفئة القيمة الصحية من (3) محاور ، وفئة القيمة السياسية وتتألف من محورين ، ليصبح عدد الفئات الاجمالي (4) فئات وعدد المحاور الاجمالي (12) محوراً. راجع ملحق (1).

خطوات التحليل :

في الدراسة الحالية ولما له علاقة بأهداف البحث ومنهجيتها تبعت الباحثة اسلوب تحليل المحتوى (المضمون) ، حيث اعتبرت لعبة **grand theft auto V 5** والموحدة للعراق ، هي فئة التحليل الرئيسية ، مع اختيار (8) إعلانات من هذه اللعبة بصورة قصدية لمعرفة مدى توافر القيم الثقافية في كل اعلان من الإعلانات المختارة ، وبما يتسق مع القيم الثقافية في مجتمعنا العراقي ، وقد اعطي لكل اعلان وزناً واحداً اي وحدة قيمة واحدة في حالة تحقق وجود محور القيمة الوارد في اداة التحليل ، وبالتالي رصد تكرارات ظهور فئات التحليل في مجموعة إعلانات العاب الأطفال الالكترونية فيما يخص العاب الاكشن (في البحث تمثل بإعلانات لعبة السيارات الكبرى) وعددها (8) إعلانات (راجع ملحق 2) .

وقد تم تحليل الإعلانات على وفق الاجراءات العملية الآتية :

- تم مشاهدة **grand theft auto V 5** بكافة تفاصيلها ولأكثر من مرة بغية تعرف الفكرة الرئيسية للعبة.
- تم تحديد الفئة العمرية التي تستهدفها اللعبة ، وهي (الاطفال) و لفئة العمرية (6-12).
- تم اجراء مسح لعدد الإعلانات الواردة في اللعبة وطبيعتها وتكرار الإعلان لأكثر من مرة ومن ثم القيام بعملية تحليل اولية على كل اعلان من عينات البحث .
- جمع التكرارات التي تنتمي الى كل قيمة من القيم الثقافية في كل اعلان من إعلانات اللعبة وفي المحصلة وضعها في جدول للقيم يتضمن مجموع التكرارات امام كل قيمة .

الوسائل الاحصائية:

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على استخدام طريقة التكرارات والنسب المئوية لقياس الفئات محل البحث والتحليل (فئات القيم الثقافية ومحاورها الفرعية) وبعد تقرير النتائج في استمارات اعدت لهذا الغرض خرجت الباحثة بمجموعة من النتائج والاستنتاجات.

(7) الخبراء الذين تم الاستعانة بهم في اعداد استمارة التحليل (أ.د.ابراهيم نعمة محمود ، أ.م.د. نجم عبدالله عسكر ، أ.م.د. نعيم قاسم خلف) جامعة ديالى ، كلية الفنون الجميلة ومن تخصصات الفنون السمعية والمرئية والتقنيات التربوية والتصميم .

النتائج

هدفت الدراسة الى تعرف مدى اتساق القيم المتوافرة في إعلانات الألعاب الالكترونية الموردة للعراق مع القيم الثقافية لمجتمعنا العراقي (العربي والإسلامي) والكشف عن نسب ورود هذه القيم في إعلانات العابالاطفال الالكترونية عينات البحث ، وبعد تحليل المحتوى ، فان الدراسة توصلت الى النتائج الآتية :

أولاً: محور القيم الثقافية (القيم الأخلاقية) :

الجدول رقم (3)

التكرارات والنسب المئوية لفئة منظومة القيم الثقافية- الأخلاقية

في إعلانات الألعاب الالكترونية (8) عينات الدراسة

القيمة	ع 1	ع 2	ع 3	ع 4	ع 5	ع 6	ع 7	ع 8	ك	%
1	*	*		*		*			3	37.5
2	*	*	*	*	*	*			6	75
3								*	1	12.5
4								*	1	12.5
5								*	1	12.5
الكلي	1	2	1	2	1	2		3	12	30%

ع: موقع ك: تكرار %: النسبة المئوية

يتبين من نتائج جدول رقم (3) فيما يخص القيم الثقافية – الاخلاقية ، بان نسبة محور الحب جاءت متدنية ونسبة مقدارها 37.5 % ، وربما يعود سبب تدني هذه القيمة لكون الإعلانات في هذه اللعبة الالكترونية تتضمن مشاهد عنف ودمار وسرقة وهي تشير الى الكراهية وسوء السلوك لدى المجرمين ، ومن جانب اخر نجد انه اعلى نسبة في هذا الفئة جاءت بمقدار 75% وتمثلت بمحور التعاون ، ورغم ارتفاع هذه النسبة ، الا انه قد لا تمثل قيمة متسقة مع قيمنا فيما يخص اللعبة محل الدراسة لكونها تمثل قيمة للتعاون بين المجرمين داخل اللعبة ، وقد تساوت محاور قيمة العمل والصدق والأمانة بنسبها المتدنية والتي مثلت 12.5 لكل منهما ، وهذا ما يدل على ان الإعلانات الواردة في هكذا إعلانات لا تمثل قيم أخلاقية عالية ، لكونها تحث بشكل او باخر على قيم ثقافية لا تتسق

مع قيمنا الثقافية ، التي تم التطرق اليها في الاطار النظري للدراسة ومنها القيم التي يشجع عليها مجتمعنا وديننا الحنيف والتي تنطلق من قيم العمل والصدق والأمانة .وفي المحصلة فان مجموع تكرار هذه الفئة من القيم الثقافية – الأخلاقية ، قد تكررت بمقدار 12 مرة وهي ما تمثل نسبة 30 % من قيمة تكرارات الإعلانات ضمن هذه الفئة، وهي نسبة غير مقبولة .مما يعزز مفهوم عدم وجود اتساق قيمي بين إعلانات الألعاب الموردة للعراق مع القيم الثقافية العراقية (العربية والإسلامية) .

ثانياً: محور القيم الثقافية (القيمالجمالية) :

الجدول رقم (4)

التكرارات والنسب المئوية لفئة منظومة القيم الثقافية – الجمالية

في إعلانات الألعاب الالكترونية (8) عينات الدراسة

القيمة	ع 1	ع 2	ع 3	ع 4	ع 5	ع 6	ع 7	ع 8	ك	%
1		*							1	12.5
2								*	1	12.5
الكلي		1						1	2	12.5%

ع: موقع ك: تكرار % : النسبة المئوية

يتبين من نتائج جدول رقم (4) فيما يخص فئة القيم الثقافية – الجمالية ، بان نسبة محاور قيمة النظام والوعي الجمالي قد جاءت بمقدار 12.5 % من مجموع قيم هذه الفئة وهي نسبة متدنية ، وقد مثلت هذه النسبة أيضا 12.5 % من قيمة تكرارات الإعلانات .وفي هذا الجانب ايضاً يتضح بان الوعي الجمالي والنظام غير متوافرة في هذا النوع من إعلانات العاب الأطفال الالكترونية لكونها العاب اكشن تعتمد في جانب منها على إحلال الفوضى من خلال الدمار والسرققة والتخريب .

ثالثاً: محور القيم الثقافية (القيماصحية) :

الجدول رقم (5)

التكرارات والنسب المئوية لفئة منظومة القيم الثقافية – الصحية

في إعلانات الألعاب الالكترونية (8) عينات الدراسة

القيمة	1 ع	2 ع	3 ع	4 ع	5 ع	6 ع	7 ع	8 ع	ك	%
1	*	*	*	*	*	*		*	4	50
2										0
3	*					*			2	25
الكلي	1	1		1		2		1	6	25%

% : النسبة المئوية

ك: تكرار

ع: موقع

من خلال الرجوع الى النتائج المتحصلة من الجدول رقم (4) الخاص بفئة القيم الصحية ، نجد ان هناك جانب إيجابي في إعلانات العاب الأطفال ومنها إعلانات لعبة السيارات ، اذا نجد ان محور قيمة النظافة قد مثلت 50% من مجموع تكرارات الإعلانات وهي نسبة جيدة وذات اتساق متوسط ، ورغم ان قيمنا الثقافية – الصحية تدعو الى النظافة ، الا ان هكذا نسبة في مثل هكذا العاب تعتبر نسبة جيدة ، بينما نجد ان محور الغذاء قد انعدمت في هذه الإعلانات ، وقد مثل محور اللياقة البدنية مانسبته 25% من مجموع تكرارات هذه الفئة في إعلانات اللعبة .وفي جميع الأحوال ، تظهر النتائج عدم وجود اتساق قيمي بين الإعلانات الواردة في هذه اللعبة ضمن فئة (القيم الثقافية – الصحية) وبين قيمنا الثقافية العربية الإسلامية .

رابعاً: محور القيم الثقافية (القيم السياسية) :

الجدول رقم (6)

التكرارات والنسب المئوية لفئة منظومة القيم الثقافية – السياسية
في إعلانات الألعاب الإلكترونية (8) عينات الدراسة

القيمة	ع 1	ع 2	ع 3	ع 4	ع 5	ع 6	ع 7	ع 8	ك	%
1								*	1	12.5
2				*				*	2	25
الكلي				1				2	3	18.75%

ك: تكرار

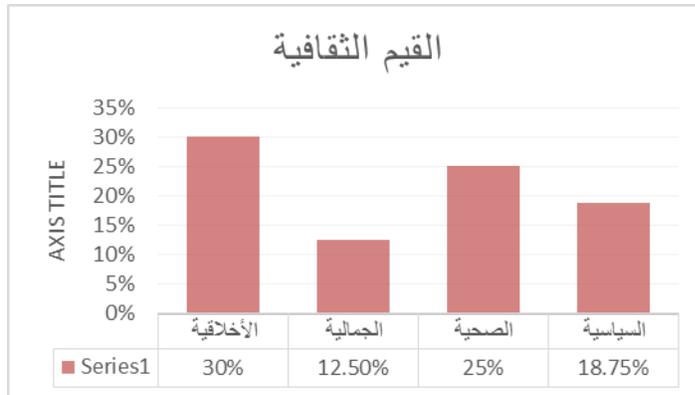
ع: موقع

% : النسبة المئوية

يتبين من الجدول رقم (6) بان نسبة قيمة محور العدل ضمن فئة القيم السياسية قد مثلت 12.5 % من مجموع تكرار الإعلانات الواردة في لعبة السيارات ، اما محور المساواة فقد مثل 25% وهي نسبة جاءت لتساوي العلاقة بين المجرمين ، وكذلك بين رجال الشرطة ، وتعتبر متدنية ، واذا ما عرفنا ان نسبة تكرار هذه الفئة الكلية تمثل 18.75 % من مجموع تكرارات فئات الإعلانات الواردة ضمنها ، فاننا سوف نكتشف بعدم اتساق القيم الثقافية الواردة في إعلانات هذه اللعبة مع القيم الثقافية في مجتمعنا لكونها نسب متدنية ، اذا ان تقاليدنا وعاداتنا وتعاليمنا الإسلامية تدعو الى المساواة والعدل ، على عكس القيم المستوردة التي لم تشير الى هذا الموضوع .
وأخيراً في هذا الجانب ولإثبات صحة فرضية مشكلة البحث وبالرجوع الى الشكل رقم (1)

شكل (1)

التكرارات والنسب المئوية لمحاور القيم الثقافية



يتبين بان فئة القيمة الأخلاقية قد مثلت مانسبته 30% من محاور القيم موضوع أداة البحث وتليها القيم الصحية بنسبة 25% ومن ثم القيم السياسية بفأتها العدل والمساواة وبنسبة 18.75 % ، وفي نهاية النتائج جاءت القيم الجمالية بنسبة 12.5 % ، وهذه النتيجة تثبت صحة فرضية مشكلة البحث بعدم اتساق القيم الثقافية الواردة في إعلانات العاب الأطفال الالكترونية مع قيمنا الثقافية ، لانها بشكل او باخر لا تركز على هذه القيم الثقافية بمحاورها وفئاتها ، وانما تركز على قيم العنف والعدوان والاثارة الجسدية والاعراء وغيرها من السلوكيات السلبية التي لا تتناسب وتتناسق مع قيم مجتمعنا العراقي (العربي والإسلامي) .

الاستنتاجات الخاصة بنتائج البحث :

- يتبين من خلال الاطار النظري بان القيم الثقافية هي القيم الأخلاقية والجمالية والصحية والسياسية ، وهي تتضمن فئات مختلفة منها الحب والتعاون والعمل والصدق والأمانة بالنسبة للقيم الأخلاقية ، والنظام والوعي الجمالي بالنسبة للقيم الجمالية ، والنظافة والغذاء واللياقة البدنية بالنسبة للقيم الصحية والعدل والمساواة بالنسبة للقيم السياسية .
- من خلال النتائج ايضا جاءت من حيث تسلسل محاور القيم الثقافية (القيم الأخلاقية والصحية ومن ثم السياسية و الجمالية) .
- اتضح من خلال نتائج البحث بان الاداة التي استخدمتها الباحثة في هذه الدراسة (اداة اتساق القيم الثقافية) قد لبت الغرض الذي استخدمت من اجله وبالتالي حققت احد اهداف البحث المتوخاة .
- ان نسب القيم الثقافية الواردة في إعلانات العاب الأطفال والتي تمثلت بعينة البحث بلعبة grand theft auto V 5 كانت متدنية جدا ، وربما هذا ما قصد به مصنعو ومبرمجو هذه اللعبة او القائمين على اعلاناتها ، بعدم تشجيع القيم الثقافية الحميدة والتي تشجع على السلوك السوي ، وبالتالي فانها لا تتسق وقيمنا الثقافية السائدة في مجتمعاتنا .

الاستنتاجات العامة :

- ان العولمة الإعلامية واتساع انتشار ثقافة الإعلانات الالكترونية وغزوها اغلب البيوت بمختلف التسميات ، تدعونا اليوم الى التفكير في دخول التسابق الحضاري ، ووضع حلول بديلة للتصدي للأعلام الهجين عن قيمنا الثقافية والسائدة في مجتمعاتنا .
- ان عملية الغرس الثقافي تبدأ لدى الطفل بتكوين صورة ذهنية عن المجتمعات التي يحاكيها وغالبا ما تكون من خارج منظومته الاجتماعية والثقافية مثال ذلك الألعاب الالكترونية وما تحتويه من مضامين ورسائل إعلانية (قيم غير متسقة مع قيم مجتمعه) ، وهي مع الأسف تحمل كثيرا من القيم التي لا تناسب فكرنا وقيمنا .
- عادة يتعلم الطفل كثير من العادات العدوانية بمشاهدة النماذج العدوانية ، التي يتفاعل معها الطفل ويعيش في عالمها ، ليس فقط من خلال اللعبة ومحاكاتها للأعمال العدوانية بل من خلال الإعلانات التي ترد فيها او يروج عنها حتى في مواقع أخرى .

- ان السلوكيات والانماط الثقافية والقيمية في المنتج الأجنبي من خلال شخصيات محببة للطفل ، تستخدم كنموذج قووة يحتذي الطفل بسلوكها البطولي ، ويتصور نفسه محل هذه الشخصية ، يسلك سلوكها ويقتنع بأرائها وفي الوقت نفسه تقدم القيم الأجنبية في المنتج الأجنبي بصورة تجذب انتباه الطفل .
- يحاول مصنعو الألعاب ان ينقلوا اخلاق حياة البيئات الغربية الى مجتمعا ، ونقل قيم جديدة وتقاليد غريبة تؤدي الى التصادم بين القديم والحديث ، وخلخلة نسق القيم في عقول الأطفال من خلال المفاهيم الأجنبية التي تؤدي الى اكتساب الأطفال سلوكيات وقيم مخيفة يصعب تداركها اذا ما انتشرت في مجتمعاتنا العربية – الإسلامية .

التوصيات :

- توصي الباحثة بتشجيع المبرمجين العراقيين على القيام بتصميم وكتابة برامج والعباب الكترونية تركز على القيم الثقافية التي تتسق مع مجتمعا العربي والإسلامي مع الحفاظ على عنصري التشويق والتسلية .
- توصي الباحثة بضرورة ان يأخذ الاعلام العراقي دوره في توعية الاسر بخطورة بعض الألعاب الالكترونية وخاصة ما يتسم منها بالعنف والاثارة بمختلف أنواعها .

المصادر

- أبو زيد ، سميرة ، " دور الاسرة في تكوين القيم الأخلاقية لأبنائهم من خلال المواقف الحياتية " ، المؤتمر الثالث عن منظومة التربية الخلقية ، 2002 .
- بدران ، شبل ، " دراسات أدبية ونقدية " ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 1994 .
- بركات ، وجدي محمد و توفيق ، توفيق عبد المنعم ، " الأطفال والعوالم الافتراضية ..امال واطار " ، مؤتمر الطفولة في عالم متغير ، الجمعية البحرينية لتنمية الطفولة . 18-19\5\2009
- جودة ، زينب عرفات ، " فاعلية برنامج من خلال الحكايات الشعبية في اكتساب بعض القيم الثقافية لدى أطفال الروضة " ، (رسالة ماجستير غير منشورة) كلية رياض الأطفال ، جامعة القاهرة ، 2006 .
- الحديدي ، منى ، " الاعلان " ، ط2 ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، 2002 .
- حسين ، كمال الدين ، " مدخل في ادب الأطفال " ، مطبعة العمرانية للاوفيسيت ، مصر ، 2000 .
- خلف ، نمير قاسم. كيطان ، رباب كريم ، " الاتصال البصري في الفن والاعلام " ، صفحات للدراسات والنشر ، الامارات العربية المتحدة ، دبي ، 2016 .
- رمضان ، علياء عبد الفتاح ، " القيم الثقافية التي تعكسها الدراما العربية والأجنبية بالتلفزيون المصري للمراهقين " رسالة ماجستير غير منشورة) ، معهد دراسات الطفولة ، جامعة القاهرة ، 2003 .
- صادق ، رانيا ممدوح ، " الإعلان التلفزيوني - التصميم والإنتاج " ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2012 .
- عبد الجبار ، مروة ، " الطفل في الاعلام " ، ليدي للطباعة والنشر ، بيروت ، لبنان ، 2016
- عبد الرحيم ، ابتسام رمضان محمد ، " فاعلية برنامج ترويجي بأستخدام أعاني والعباب الأطفال الشعبية لتنمية بعض القيم الثقافية " ، (رسالة ماجستير غير منشورة) ، كلية رياض الأطفال ، جامعة القاهرة ، 2012 .

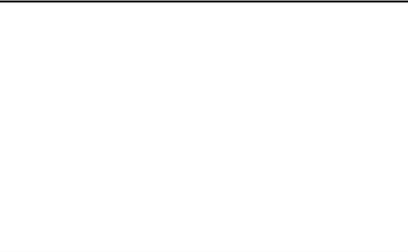
- عبد الكافي ، إسماعيل عبد الفتاح ، " القيم الساسية في الإسلام " ، دار التعارف ، بيروت ، 2006 .
- فهمي ، نورهان منير حسن ، " التدخل المهني للخدمة الاجتماعية في دعم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين " ، (أطروحة دكتوراه غير منشورة) ، جامعة القاهرة ، 1998 .
- قويدر ، مريم ، " اثر الألعاب الالكترونية على السلوكيات لدى الأطفال " ، كلية العلوم الساسية والاعلام ، جامعة الجزائر ، 2012 .
- اللبابيدي ، عفاف وخلايله ، عبد الكريم ، " سيكولوجية اللعب " ، دار الفكر ، بيروت ، 1993 .
- محمود ، شريف اسامة ، " مستقبل الصحافة المطبوعة والصحيفة الالكترونية " ، بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب ، 2000 .
- الموسى ، عصام ، " مدخل الى الاتصال الجماهيري " ، الطبعة السابعة ، عمان ، دار اثناء للنشر والتوزيع ، 2009 .
- Salen ، K. ، & Zimmerman ، E. (2004). "Rules of play: Game design fundamentals " . Cambridge ، MA: MIT Press.

الملاحق

ملحق (1) أداة البحث الخاصة بتحليل القيم الثقافية

غير متحقق	متحقق	فئة القيمة	ت	القيمة
		الحب	1	القيم الأخلاقية
		التعاون	2	
		العمل	3	
		الصدق	4	
		الأمانة	5	
		النظام	6	القيم الجمالية
		الوعي الجمالي	7	
		النظافة	8	القيم الصحية
		الغذاء	9	
		اللياقة البدنية	10	
		العدل	11	القيم السياسية
		المساواة	12	

ملحق (2) عينات البحث من إعلانات لعبة 5 grand theft auto V

		
<p>اعلان 3</p>	<p>اعلان 2</p>	<p>اعلان 1</p>
		
<p>اعلان 6</p>	<p>اعلان 5</p>	<p>اعلان 4</p>
		
	<p>اعلان 8</p>	<p>اعلان 7</p>