



عمادة البحث العلمي  
DEANSHIP OF SCIENTIFIC RESEARCH



كلية التربية والتعليم  
FACULTY OF EDUCATION

## فاعلية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية لشركات الاتصالدراسة حالة شركة زين للهاتف النقال في الفترة (2012م – 2013م )

شذى عبد الرازق محمد خير

### المستخلص :

جاءت هذه الدراسة لمعرفة دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات بالتطبيق علي شركة زين للهاتف السيار ومدى تطبيقه في شركات الاتصال ومعرفة المشاكل والصعوبات التي تواجه إدارة العلاقات العامة وإيجاد الحلول لها والتي تسهم بدورها في زيادة فاعلية العلاقات العامة مما يترتب عليه تقديم خدمات جيدة للمشركين وبالتالي بناء صورة ذهنية ايجابية عن الشركة في أذهان مشركيها والمحافظة عليها .

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي واعتمدت في جمع البيانات علي أدواتي الاستبيان والمقابلة .

وكشفت الدراسة عدة نتائج أهمها :

أن إدارة العلاقات العامة تواجه مشكلة عدم فهم الجمهور لوظيفة العلاقات العامة،

قلة العاملين المتخصصين في المجال (3%) ، هناك معوقات كثيرة و يتطلب تذليلها ووضع خطة للاتصال الفعال في أنشطة وبرامج العلاقات العامة بالشركة.

الكلمات المفتاحية: الأنشطة والبرامج، الصورة الذهنية ، الاتصال الفعال .

### :ABSTRACT

The study Investigated the role Of Public Relations In building the perceived Mental Image of Communication Companies with particular reference to Zain Mobile Company .The purpose was to identify the Scientific concept Of public relations extent of its application in communication companies besides the method used in the process of communication were investigated as well.The study also tried to identify the problems and difficulties that in the administration of public relations in the company in order find solution efficiency of performance of public relations .Consequently, the good services to the subscribers(customers)of the company will create and maintain perception and image for the company in the minds of these customerData was collected by means of questionnaire, an interview and an ervation.

Findings revealed many , results, the most important of which were :the problem of misunderstanding the meaning of the mental image. in addition, the by the customers of the job of public relations finding also showed the scarcity of the qualified personnel in the field of public relations who represent only 3% of the staff of the public relations. also there many obstacles need to

effective communication needs to be formulated through programming be addressed and a plan for and activities of public relations, in the company.

المقدمة :

إن أهمية العلاقات العامة لم تعد تحتاج إلي تأكيد بعد التطور الذي حدث لها خلال العصور التي مرت بها والتطور الذي حققته خلال النصف الثاني من القرن العشرين ، ونعيش الآن عصر العلاقات العامة بعد أن أصبحت من أقوى أساليب الاتصال في تحسين وبناء الصورة الذهنية للمؤسسات خاصة مع تطور فن صناعة المعلومة و تقدم وسائل الاتصال وثورة المعلومات لان العلاقات العامة (Public Relations) أضحت علم جوهره الاتصال الفعال ، وما يجعل العلاقات العامة قادرة علي تغيير الآراء والاتجاهات هو تواصلها مع المجتمع بكافة أشكاله وقدرتها علي قياس الرأي العام وتحسين الصورة الذهنية وإيجاد الطرق المناسبة لمعالجة القضايا .

العالم الآن يعيش حرب الصورة القومية والنمطية وتنسم هذه الحرب بالاستمرارية فهي التي تسبق الحرب الفعلية وتصاحبها وتستمر بعدها لفترات طويلة وقد استخدمت صورة الذات وصورة العدو في كل الصراعات عبر التاريخ ، وتكمن أهمية العلاقات فيما تؤديه من دور في تكوين السمعة الطيبة والصورة الذهنية الممتازة لدي الرأي العام عن المؤسسة علي أساس توفير الحقائق والمعلومات الصادقة التي تؤدي إلي محو الصورة النمطية التي تتكون بسبب عدم معرفة الآخر أو الجهل بثقافته واعتماد الأحكام الجاهزة التي تعيق الاتصال الفعال وعكس الصور الذهنية الطيبة عن المؤسسات .

إن تزايد الاهتمام ببناء الصورة الذهنية من أهم أسباب تطور العلاقات العامة كعلم وكمهنة خاصة في عصرنا هذا والذي أتسم بثورة المعلومات وتقدم تكنولوجيا الاتصال وهذا ما قاد المؤسسات للاهتمام أكثر بالدور المتعاظم الذي تؤديه العلاقات العامة في بناء صورة ذهنية طيبة عن المؤسسة في أذهان جماهيرها . هذه الدراسة تقف علي أداء إدارة العلاقات العامة بشركة زين ومعرفة دورها في بناء الصورة الذهنية لدي مشتركيها .

المشكلة :

تسعي الباحثة من خلال هذه الدراسة للتعرف علي المفهوم السائد للعلاقات العامة لدى الإدارة العليا والوسيطه والعاملين بشركة زين ، ومدى إمكانية إدارة العلاقات العامة علي القيام بالوظيفة الاتصالية بأنواعها المختلفة (صاعد، هابط ، أفقي ) ومعرفة الأنشطة والبرامج والمهام التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة (البحوث ، التخطيط ، الاتصال ) من أجل تحقيق صورة ذهنية طيبة لشركة زين لدي مشتركيها .

الأهمية :

تأتي أهمية هذه الدراسة لتكشف عن قدرة العلاقات العامة من خلال أنشطتها علي بناء وتحسين صورة المؤسسة الخدمية كما تسعي إلي إحداث تأثير إيجابي من قبل مسؤولي العلاقات العامة علي جمهور مشتركين مؤسساتهم . حيث تلقي هذه الدراسة الضوء علي دور أجهزة العلاقات العامة في بناء وتحسن الصورة الذهنية لدي جمهور مؤسساتهم .

الأهداف :

الوقوف علي أهم ملامح الصورة الذهنية لشركة زين

التعرف علي أفضل الأساليب والوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة ومدى إسهامها في رسم الصورة الذهنية الطيبة بحق شركة زين .

الخروج بنتائج علمية وتوصيات عليها تسهم في إيجاد حل لمشكلة البحث . -

الدراسات السابقة :

دراسة :عديل أحمد الشارمان (2002م) :

تناولت الدراسة الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى المواطن القطري وقد هدفت هذه الدراسة للوقوف علي ملامح الصورة الذهنية لرجل الشرطة في قطر ، والكشف عن العوامل الحسية للصورة الذهنية السلبية أو الايجابية لدى الجمهور عن رجال الشرطة وتأثير هذه العوامل على الغايات التي ينشدها رجال الأمن ، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي ومنهج المسح حيث توصل للنتائج الآتية :

أن صورة رجل الشرطة لدى المواطن القطري ايجابية .

أغلب أفراد العينة قد تم تخويفهم بالشرطة في مرحلة الطفولة .

أغلب أفراد العينة راضون عن أداء رجل الشرطة وسلوكه باستثناء نزاهته وحياده .

دراسة : مها الطيب عبد الله (2007م) .

جاءت حول فاعلية العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للشركة وذلك بهدف مدي فهم المسؤولين لطبيعة العلاقات العامة والإدارة المنوط بها في المؤسسات السودانية الخاصة والعامة .

مستخدمة المنهج الوصفي وخرجت الدراسة بالنتائج التالية:

أوضحت الدراسة اقتناع القيادات العليا الإدارية في المؤسسات الحكومية بالسودان بضرورة وجود إدارة للعلاقات العامة .

تأكيد القيادات الإدارية على تحديد أساليب تخطيط نشاط العلاقات العامة .

دراسة نصر الدين عبد القادر قروني (2004م) :

جاءت الدراسة حول فاعلية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للسودان دراسة حالة أنشطة مجلس الإعلام الخارجي .

وقد هدفت الدراسة للتعرف على العلاقات العامة بمجلس الإعلام الخارجي ، الوقوف علي الصورة الذهنية الموجودة الآن عن السودان لدى العاملين بمجلس الإعلام الخارجي ، وقد استخدم الباحث الوصفي التحليلي وخلصت الدراسة إلي :-

أن 98% من مجتمع البحث يرى أن هناك جهات تقوم بنفس نشاط مجلس الإعلام الخارجي .

الصورة الذهنية الخارجية عن السودان ليست متوافقة مع ما يبذله مجلس الإعلام الخارجي بنسبة بلغت 96% .

دراسة السماني محمد حمد النيل (2012م) :

تناولت هذه الدراسة فاعلية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية ، دراسة حالة شرطة الجمارك السودانية ، وقد هدفت الدراسة للتعرف على أهم المشكلات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بشرطة الجمارك كذلك الوقوف علي الوسائل التي تتعرف بها العلاقات العامة على صورة شرطة الجمارك في أذهان المتعاملين معها استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وتوصل للنتائج التالية :-

أن العلاقات العامة بشرطة الجمارك قد أدت دورا كبيرا في تحسين الصورة الذهنية لشرطة الجمارك . إن إدارة العلاقات العامة والإعلام تواجه مشكلة عدم فهم الجمهور لوظيفة العلاقات العامة .

أولا : الجانب النظري

1/ تعريف الصورة الذهنية

هنالك تعريفات عدة للصورة الذهنية ويرى الدكتور محمد منير حجاب " أن الصورة الذهنية هي الانطباع الذي يكونه الفرد عن الأشياء المحيطة به متأثرا بالمعلومات المختزنة عنها ، وفهمه لها بذلك فان الصورة الذهنية نتائج تفاعل المعرفة والإدراك . وهذه الصورة الذهنية للأشياء والموضوعات المحيطة من حولنا تؤثر مرة أخرى في إدراكنا لها ، بالتالي تقويمها تقويما صحيحا فمن خلال المعلومات الناقصة أو الاعتقاد السالب عن احدي الموضوعات أن يتكون إدراك خاطئ يؤثر في تصورنا عن هذا الموضوع ، وبالتالي

فان هذه الصورة تؤثر بعد ذلك في التعرض إلي كل ما يرتبط بهذا الموضوع من معلومات أو معارف أو معتقدات أو اتجاهات ، وتظل هذه الصورة غير الصحيحة إلي أن يتم تصحيحها من خلال استكمال المعلومات أو تعديل الاعتقادات ، أو تصحيح إدراك الصورة وعندها تظهر دائرة العلاقة بين المعرفة والإدراك ، والصورة الذهنية التي تؤثر في تعرض الفرد أو إدراكه للموضوعات (1) ( محمد منير ، 2007م ، ص67).

بينما عرفها كينيث بودلنج بأنها " مجموعة الانطباعات الذاتية التي تتكون عنه في أذهان الناخبين ، وهذه الانطباعات يمكن أن تكون أفكار عن القيم السياسية للمرشح أو عن شخصية أو مقدراته القيادية "

ويري بودلنج : أن الصورة الذهنية تتبني علي خبرات الإنسان السابقة منذ لحظة الميلاد وربما قبل ذلك والإنسان جنين في بطن أمه .فكل تجربة جديدة تجد مكانها في التصور الذي تكونه عن العالم وكل رسالة جديدة تحتل مكانها المخصص لها بحيث تدعم التجربة وتؤيد التصور الأساسي الذي كونه

ويستنتج من ذلك أن أي تجربة جديدة يتم استقبالها وتفسيرها بطريقة من ثلاث طرق

أما أن تصيف للتصور الحالي الموجود معلومات جديدة

أو تدعم التصور الحالي

أو تحديث مراجعات طفيفة علي هذا التصور.

ب / العلاقات العامة وبناء الصورة الذهنية

العلاقات العامة هي عبارة عن الجهد التخطيطي والمتواصل لإنشاء والمحافظة علي السمعة الطيبة والفهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها.

وتعد الصورة الذهنية من الأهمية بمكان للعلاقات العامة ، فالصورة الذهنية تقوم بعكس الواقع وهي تحمل المعلومات عنه إلي العقل الإنساني الذي لا يواجه العقل مباشرة إنما يواجهه بطريقة غير مباشرة وهي الوصف . والعلاقات العامة تقوم بجزء كبير من وظيفتها عبر التقديم غير المباشر للواقع، ويرى بول جارنيت pulcarntt احد رواد العلاقات العامة والذي تولي مسئوليتها في شركة جنرال موتورز الأمريكية في عام 1931م ان العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية وإنما هي جهود مستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التي تحظى باحترامه .

وقد أكد هذا التعريف علي أهمية الجهود التي تبذل من اجل بناء أو تكوين صورة طيبة في أذهان الجماهير التي تعبر عن الواقع العقلي المشرف للمؤسسة أو الشركة بلا خداع أو تزييف . ومن ثم فان مفهوم الصورة التي تسعى العلاقات العامة إلي بلورتها في أذهان الجماهير، تستند إلي الحقيقة وتلتزم بالصدق والصراحة والوضوح ، وهي مبادئ أساسية أجمعت عليها دساتير العلاقات العامة في المجتمعات المختلفة ، وبما أن الصورة الذهنية هي الهدف والمحور الأساسي التي تركز عليه وظيفة العلاقات العامة

تكوين الصورة الذهنية عملية حركية تتغير حسب تطور الواقع الاجتماعي وتغير الأوضاع الاقتصادية والظروف السياسية والثقافية ولذلك فهي لا تتصف بالثبات والجمود ، وإنما تتسم بالمرونة والتفاعل المستمر فتتطور وتنمو وتتسع وتتعدد وتعمق وتقبل التغيرات طوال الحياة ، ولذلك فالصورة الذهنية نتاج عمليات تفاعلية نتيجة تأثير معارف الإنسان بعوامل عدة منها المكان الذي يحيا فيه ، وموقعه من العالم الخارجي، والعلاقات الشخصية وروابط الأسرة والجيران والأصدقاء المحيطين به ، والزمان والمعلومات التاريخية والاجتماعية التي تحصل عليها .

ويؤسس الإنسان صورته الذهنية عن الأشياء أو الأشخاص عن طريق التجارب وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم ، ونتيجة خبرات الفرد وإطلاعه تكون هنالك صورة ذهنية مختزنة تتضمن معارف ومعلومات بانتظار صورة وافدة جديدة والتي يمكن أن تؤثر في الصورة المختزنة ، ولذلك فإن نوعية المعلومات المختزنة لدينا عن الآخرين ، هي التي تقرر صورهم في عقولنا ، فإن كانت هذه المعلومات ايجابية كانت الصورة الذهنية ايجابية والعكس صحيح ، أيضا هذا لا يعني عدم وجود بعض الصور الغامضة أو غير واضحة المعالم بسبب تناقض في المعلومات التي تلقاها الفرد ، فالتناسق والانسجام في محتويات الصورة من حيث نوعية المعلومات

والتجارب الشخصية المباشرة تؤدي إلى تكوين صورة قوية متماسكة ، وهذا ينعكس بدوره على الوضع النفسي للفرد ، فيبدو في حقيقته شخصا مستقرا نفسيا . ومن هنا نلاحظ قيام دول عدة بإعداد أبنائها إعدادا مناسباً وتسعى إلى تكوين صورة ايجابية قوية في عقولهم عن بلده للحد الذي يجعل فيه الفرد يتمتع بحصانة أو مناعة نسبية إزاء أي توجيهات وحتى في حالة وجود دليل متناقض وتجربة متناقض لتلك الصورة ، وقد تشكل إضافة معلومات جديدة زيادة في وضوح الصورة وبلورتها ، وفي حالات أخرى تؤدي المعلومات الجديدة إلى إدخال بعض الشك والغموض في الصورة الذهنية الحالية (2) ( عبد الرازق الديلمي ، 2006م ، ص68 ).

وقد أثبتت الدراسات أهمية التخطيط العلمي في بناء الصورة الذهنية للفرد أو المنظمة أو الشركة أو الدولة وضرورة قيام العلاقات بدور فعال في هذا المجال – كما ان دور العلاقات العامة أن يستند إلى جانب واقع مشرق في كافة المجالات التي يمهد لما تقوم به ، يؤيدها ويتصدى له ولمحاولات التشكيك أو التشويه التي يبذلها الخصوم أو المناقسون ، ويحقق التوافق المستمر مع المتغيرات السريعة التي يشهدها العالم من حولنا في كافة المجالات . ولقد أعلن فولتير أن الطريقة الوحيدة التي تجعل بها الناس يتحدثون عنك بصورة حسنة هي أن تتصرف بطريقة طيبة .

وما تجدر الإشارة إليه هنا أن العلاقات العامة يجب أن تستند إلى المعلومات والحقائق الصادقة ، وهي تعمل على بناء وتحسين صورة المنظمة أو الشركة لدى جماهيرها .

فالخداع وتزييف الحقائق والمبالغة في التلميع والتحريف نهائيته قصيرة واجلها محدودة ، ولا بد للجمهور أن يكشف حقيقتها مهما طال وقتها ، عندها تنقلب الأمور رأساً على عقب ، وتتعرض صورة المؤسسة أو الشركة للاهتزاز والتشويه في أذهان جماهيرها وزبائنها وتفقد ثقتها ، مما يعني أنها ستعيش أزمة حقيقية ، قد تكلف المنظمة أو الشركة جهوداً ونفقات طائلة ووقت طويل من الزمن حتى تعمل على استعادة صورتها في الأذهان ذلك أن عملية بناء الصورة الذهنية وتشكيلها أسهل بكثير من عملية استعادتها.

وتعد الصورة الذهنية الهدف الأساسي للعلاقات العامة فهي التي تعكس الواقع وهي التي تحمل المعلومات عنه إلى العقل الإنساني الذي لا يواجه الواقع مباشرة وإنما يواجهه بطريقة غير مباشرة هو الوصف ، والعلاقات العامة تقوم بجزء كبير من وظيفتها من خلال التقديم غير المباشر للواقع ( على عوجة ، 1983، ص 163 )

بما أن الصورة هي الهدف والمحور الأساسي الذي تركز عليه وظيفة العلاقات العامة والمشتغلين بها ، فإن من الطبيعي أن تحتل الصورة الأهمية القصوى في الدراسات الإعلامية حيث ركزت هذه الدراسة على مفهوم الصورة الذهنية بالدراسة والتحليل وسعت إلى أبراز دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية لشركة زين .(محمد ، 2001م، ص197 )

والتي تعني بها في هذه الدراسة الانطباعات أو الصورة التي تتكون عند الأفراد أو المؤسسات أو الشعوب إزاء أشخاص آخرين أو مؤسسات أو شعوب أخرى ، وهذه هي الوظيفة الأساسية للعلاقات العامة بقدرتها على بناء صورة ذهنية ايجابية للجهة التي تتبع لها ، وتقوم كل مؤسسة ببناء جهاز للعلاقات العامة ليساهم في نشر المعلومات والرسائل التي تساهم في بناء صورة ايجابية للمؤسسة .

الأنشطة والبرامج :

هي ما تقوم به إدارة العلاقات العامة وتكون هناك خطة عمل واضحة لأجهزة العلاقات العامة ويقول ( ديمول ) عن هذه البرامج والأنشطة : ( يجب تصميمها بقصد تحقيق أغراض دفاعية أو هجومية ، فالناحية الهجومية تهدف إلى زيادة النفوذ والهيبة والناحية الدفاعية تعمل على الحماية من الهجوم ( 4 ) ( علي ألباز ، 2002م ، ص100) .

الاتصال الفعال :

يرى روبنسون وآخرون أن مفهوم العلاقات العامة يتشكل من الأتي : (5) (سليمان صالح ، ط1 ) .

1/ إن الاتصال يمثل بعداً مهماً في عملية العلاقات العامة ، ويقصد به الإعلام في اتجاهات الرأي العام بهدف تكوين رأي ايجابي .

2/ تعتمد العلاقات العامة على تكوين وتطبيق الأساليب النظرية والعملية في تكوين الانطباعات وتشكيل الاتجاهات

لذا فان فهم السلوك البشري يمثل ركيزة أساسية لنجاح أي برامج للعلاقات العامة .

3/ تنطوي عملية العلاقات العامة على بعد إداري ، فهي كأى نشاط مؤسسي آخر يحتاج إلى تخطيط وتنظيم ورقابة وتنسيق وغيره من العمليات الإدارية لذا فإنها تحتاج إلى مهارات إدارية .

4/ يؤدي العنصر الإنساني وأصول المهنة دوران أساسيان في ممارسة نشاط العلاقات العامة .

تمثل عملية التغذية العكسية أهمية خاصة في نظام الاتصال خاصة بالعلاقات العامة لان ذلك يمثل ردود فعل الجماهير مما يساعد علي التعرف علي المشكلات .

بناء على ما سبق ترى الباحثة أن وجود العلاقات العامة أصبح أمرا حتميا في أي مؤسسة تسعى للنجاح واثبات وجودها في سوق العمل ، وبالتالي يمكنها المساهمة في خلق علاقات طيبة للمؤسسة في المجال الذي تتعامل فيه وذلك متى ما تم تطبيقها بالمفهوم العلمي الصحيح لزيادة فعاليتها وشدة تأثيرها علي الرأي العام وبالتالي تحقيق أغراضها المنشودة .

ثانيا الجانب التطبيقي :

دور العلاقات العامة بشركة زين في تحسين الصورة الذهنية للشركة

تعد إدارة العلاقات العامة بشركة زين للهاتف النقال إدارة تعني بالأنشطة الاجتماعية والترفيهية والرياضية بالشركة ، وتعتمد الجهود التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالشركة علي الاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي حيث يعمل بشركة زين مجموعة كبيرة من العاملين من مستويات إدارية مختلفة يعملون من أجل تحقيق أهداف الشركة وفي ذات الوقت من أجل تحقيق أهدافهم الخاصة .

وإيماننا من إدارة الشركة إن تحقيق أهداف الشركة لايد أن يبدأ من تحقيق أهداف العاملين بها ، فالإدارة تعمل علي التوفيق والمواءمة بين الهدفين وذلك من خلال الاتصال المستمر بالموظفين ، حيث يعتبر ذلك أساس التخطيط الفعال معهم لان إمدادهم بالمعلومات وتحقيق الروابط بينهم ورفع الروح المعنوية لهم بتحفيظهم على الصعيدين المادي والمعنوي وذلك عبر الجو المريح والمكاتب والتجهيزات الحديثة التي تساعدهم على أداء العمل ، ولم تخرج العلاقات العامة من دورها الطبيعي في تسويق وترويج خدمات الهاتف النقال في السودان وفي كل وسائل الإعلام ، كما قامت بتجهيز زيارات ميدانية في العاصمة والولايات وتضمنت برامج مباشرة للترويج والدعاية لخدمة الهاتف النقال وأثرها في تغيير حياة الناس والمجتمع ككل لعالم أرحب وأوسع.(6) (مقابلة ، دفع الله محمد نور ، ) .

كذلك نقل رسالة الشركة بصورة مستمرة للفتوات الإعلامية والمجتمع الخارجي كما تشرف على مجمل العمل الإعلامي ومتابعة ما ينشر في وسائل الإعلام المختلفة عن الشركة وعرضه على الإدارة وإعداد الردود . ومن ثم إنشاء علاقات ممتدة ووطيدة مع الأطراف الخارجية التي تتعامل معها الشركة ، كما تقوم بإصدار الكتيبات والنشرات الدورية ، وعقد الندوات والمؤتمرات وتجهيز وتنفيذ المعارض المحلية والإقليمية ، وتحليل المعلومات التي تنشر عن الشركة وصورتها وتقدمها للإدارة. كما تقوم هذه الإدارة بتنظيم واستقبال زيارات الوفود والزوار وترتيب إقامتهم.

مهام ووظائف إدارة العلاقات العامة بشركة زين :

تقوم إدارة العلاقات العامة بعدد من الوظائف والمهام علي النحو التالي :

- القيام بالأنشطة الاجتماعية والترفيهية بالشركة .
- بحث شكاوي العاملين والمتعاملين مع الشركة ومحاولة إزالة أسبابها .
- إعداد برامج الاحتفالات القومية والدينية مع جهود المنظمات الأخرى في هذا المجال .
- تقديم الإعانات المالية للعاملين بعد القيام بالبحوث الاجتماعية عليهم .
- نقل صورة كاملة عن اتجاهات الجمهور نحو سياسة الشركة وعرضه على الإدارة العليا .

- تنظيم الزيارات الداخلية والاتصال بالأجهزة الأخرى لانجاز أعمال الشركة .

دور العلاقات العامة في توصيل رسالة الشركة عبر المشاريع المجتمعية

تلعب العلاقات العامة بشركة زين دورا كبيرا في إظهار مشاريع ومبادرات وأنشطة المسؤولية الاجتماعية وذلك من أجل بناء صورة ذهنية طيبة عن الشركة وربطها بمجتمعها المحلي ، إلى جانب صندوق التنمية الاجتماعية فان للشركة مشاريع وبرامج لخدمة المجتمع المحلي ودائما ما يرافق تدشين مشاريع الشركة في جانب المسؤولية الاجتماعية حملات علاقات عامة وحملات إعلانية وفعاليات ونقل الأخبار والمؤتمرات المصاحبة والورش عبر وسائل الإعلام المختلفة . (مقابلة مع الأستاذ دفع الله محمد نور ، مدير العلاقات العامة بشركة زين ) . وتري إدارة العلاقات العامة إن دورها الحقيقي يتمثل في نقل الصورة الحقيقية الصادقة لأي مشترك أو مؤسسة كما يتطلب نقل رأي الجمهور واحتياجاته إلى المؤسسة لكي تعمل الشركة إلى توافيق ما قد يتعارض ومصالحه الجمهور كما تقوم بتعديل السياسات وأساليب التنفيذ بما يضمن تحقيق الدور الذي وجدت لأدائه تجاه جمهورها وتجاه منسوبيها وذلك يحتم عليها توجيه سياساتها نحو العمل بمبدأ مراعاة المصالح المشتركة للشركة ومنسوبيها من جهة والجهات الخارجية من جهة أخرى والقيام بالدور الذي يؤدي إلى ازدهار أداء المؤسسة والارتقاء بعلاقاتها مع مشركيها ، ويلقي على عاتق العلاقات العامة مسؤولية تحديد الأعمال والسياسات التي تؤثر سلبا أو إيجابا على مصلحة الجمهور الداخلي والخارجي (7) ( دفع الله محمد، سابق ) .

وتستخدم إدارة العلاقات العامة وسائل عديدة للاتصال بجمهورها الداخلي ( الموظفين ) والجمهور الخارجي ( الجهات الاعتبارية ، المؤسسات الأخرى ، المشتركين ) ومن هذه الوسائل الاتصالية التلفون وزاد من فاعلية التلفون التطورات العديدة التي لحقت به كالتلفون المرئي الذي يمكن خبير العلاقات العامة من رؤية الشخص الذي يتحدث معه مما يعزز الحوار بين الطرفين ويعكس صورة ذهنية طيبة عن المؤسسة كذلك تستخدم الإدارة اتصالات الحاسب الآلي والبريد الإلكتروني والفاكس ميللي ، كما تعتمد إدارة العلاقات العامة على وسائل الاتصال الاجتماعي بصورة كبيرة في نقل رسائلها للجمهور الداخلي والخارجي على السواء ولها تأثير كبير في الوقت الحاضر ومن خلالها يمكن توصيل الآلاف الرسائل في وقت واحد ، ولشركة زين صفحة للتواصل الاجتماعي ( زين فيسبوك ) حيث تتواصل الشركة مع منسوبيها ومشركيها من خلال هذه الصفحة وبها عدد من المسابقات لتعزيز الصلة بالمشركين و لتستمتع لأرائهم ومقترحاتهم ومشكلاتهم وعرضها على الإدارة لتقوم بحلها على الفور مما يخلق صورة ذهنية طيبة وعلاقة تواصلية مع الشركة ومشركيها . (8) ( دفع الله محمد ، سابق ) .

الدراسة والتحليل :

اعتمدت الباحثة بصورة أساسية على الاستبانة إلى جانب الوسائل الأخرى حيث تم إعدادها وفق مناهج البحث العلمي ومن ثم عرضها على محكمين وتوزيعها على مجتمع البحث عن طريق عينة شملت العاملين في شركة زين للهاتف السيار وعددهم ( 31 ) مبحوث .

أساليب المعالجة الإحصائية : spss

استخدمت الباحثة التكرارات والنسب المئوية لجميع محاور استبانته الدراسة ، ولمعالجة البيانات إحصائيا قامت الباحثة باستخدام الحاسب الآلي من خلال برنامج ( spss ) والذي يستخدم عادة في جميع البحوث العلمية التي تشتمل على عدة بيانات رقمية ، وله قدرة فائقة على معالجة البيانات وتوافقها مع معظم البرمجيات المشهورة، كما يعتبر أداة فاعلة لتحليل شتى أنواع البحوث العلمية .

بعد أن فرغت الباحثة من البيانات وتوزيعها وجدولتها واستخلاص النتائج تمت كتابة التوصيات ، ولطبيعة هذه الورقة أقدم تحليلا للنتائج والأسئلة الأساسية للاستبانة والتي جاءت كالآتي :

جدول رقم ( 1 ) لأفراد عينة الدراسة وفق متغير سنوات الخدمة

الخبرة	النسبة المئوية
العملية	العدد

أقل من 5سنة	9	29.0
من 5-10 سنة	6	51.6%
من 11-15 سنة	6	19.4%
المجموع	31	100%

يتضح من الجدول أعلاه أن (9) أفراد وبنسبة (29.0%) لهم سنوات خبرة أقل من 5سنوات و(6) أفراد وبنسبة (51.6%) لهم سنوات خبرة تتراوح ما بين 5-10سنة و (6) أفراد من العينة وبنسبة (19.4) لهم سنوات خبرة تتراوح ما بين 11-15 سنة ، ولا يوجد أي فرد من عينة الدراسة له سنوات خبرة أكثر من ذلك لان الشركة تعتمد في عملها على عنصر الشباب وذلك واضح من خلال العمر .

جدول رقم (2) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير هل تلقيت تدريب في العلاقات العامة من قبل أي مؤسسة

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
نعم	5	16.1
لا	26	83.9
المجموع	31	100

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين حول السؤال هل تلقيت تدريباً في العلاقات العامة من قبل أي مؤسسة؟.

حيث يلاحظ أن (5) من أفراد العينة بنسبة (16.1) أجابوا بأنهم قد تلقوا تدريباً في مجال العلاقات العامة قبل مجيئهم إلى شركة زين ، في حين أن (26) فرداً وبنسبة (83.9) أجابوا بأنهم لم يتلقوا تدريباً في العلاقات العامة قبل مجيئهم إلى شركة زين مما يؤشر إلى أن أغلب المبحوثين لأول مرة لم يتلقوا تدريباً في العلاقات العامة وهذا مؤشر يفرض على إدارة العلاقات العامة بالشركة تكثيف تدريب كوادرها في مجال العلاقات العامة .

جدول رقم (3) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير ما هي وسائل الإعلام التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة بالشركة لبناء صورة طيبة عنها؟.

الوسيلة	العدد	ج
الصحف	1	3.2
المطبوعات والمنشورات	2	6.5
مجلة المنشأة	1	3.2
أخري	27	87.1
المجموع		100

حيث تلاحظ أن فردا واحدا وبنسبة (3.2) أجاب بان الصحف هي الوسيلة التي تستخدمها العلاقات العامة بالشركة لبناء صورة ذهنية طيبة عنها و(2) وبنسبة (6.5) أجابوا بأن المطبوعات والمنشورات هي الوسائل التي تستخدمها الشركة لبناء صورة طيبة عنها ، في حين أن (27) فردا وبنسبة (1.87) أجابوا بأن هنالك وسائل أخرى تستخدمها إدارة العلاقات العامة في بناء صورة طيبة عنها مثل الرسائل القصيرة والرسائل البريد الالكتروني مما يؤشر إلي أن إدارة العلاقات العامة تعتمد علي ذاتها للترويج وبناء الصورة الذهنية الطيبة عنها بالنسبة للجمهور وأيضا يدل علي أن الإدارة تستخدم جميع وسائل الإعلام لإيصال رسائلها للجمهور ، لكن تلاحظ غياب وسيلتي الإذاعة والتلفزيون .

جدول رقم ( 4 ) يوضح إجابات المبحوثين علي أسئلة الاستبيان ما هي الأنشطة التي يتم تنفيذها للتعرف علي الصورة الذهنية بالشركة

الأشطة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا
من خلال قياس الرأي العام	29.0	38.7	12.9	16.1	3.2
من خلال الاطباعات الذاتية عن الجمهور	6.5	38.7	22.7	16.1	6.5
من خلال البرامج الاجتماعية ندوات محاضرات ، لقاءات جماهيرية	19.4	61.3	6.5	12.9	00
من خلال النشر الصحفي	25.8	25.8	61.3	12.9	00
من واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية	84.4	38.7	12.9	00	00

تحليل المتغير من خلال قياس الرأي العام يوضح إجابات المبحوثين ما إذا كان قياس الرأي العام يعتبر من الأنشطة التي يتم تنفيذها للتعرف علي الصورة الذهنية للشركة حيث تلاحظ أن (9) أفراد وبنسبة 29.0 من المبحوثين يوافقون بشدة علي أن قياس الرأي العام يعتبر من الأنشطة التي يتم تنفيذها للتعرف علي الصورة الذهنية بالشركة ، و(2) فردا وبنسبة 38.7 يوافقون علي أن قياس الرأي العام يعتبر من الأنشطة التي يتم تنفيذها للتعرف علي الصورة الذهنية بالشركة ، (4) أفراد وبنسبة 12.9 محايدون علي قياس الرأي العام يعتبر من الأنشطة التي يتم تنفيذها للتعرف علي الصورة الذهنية للشركة ، و(5) أفراد وبنسبة 16.1 لا يوافقون علي أن قياس الرأي العام يعتبر من الأنشطة التي يتم تنفيذها للتعرف علي الصورة الذهنية للشركة ، وفردا (1) وبنسبة 3.2 لا يوافق بشدة علي أن قياس الرأي العام يعتبر من الأنشطة التي يتم تنفيذها للتعرف علي الصورة الذهنية للشركة .

كيف يتم التعرف علي الصورة الذهنية لشركة زين :

الصورة الذهنية	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا
من خلال بحوث الصورة الذهنية	19	38	35.5	6.5	00

00	12.9	12.9	54.8	.4	من خلال ما ينشر عن زين في الصحافة
				19	
00	6.5	6.5	45.8	32.3	من خلال ما ينشر عن زين في الراديو والتلفزيون
	6.5	6.5	45.2	41.9	من واقع التعامل مع المشتركين

يوضح الجدول من خلال تحليل المتغير حول إجابات المبحوثين حول ما إذا كان بحوث الصورة الذهنية تعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية بالشركة حيث تلاحظ أن (6) أفراد وبنسبة (19.4) من المبحوثين يوافقون وبشدة على أن بحوث الصورة الذهنية تعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة و(12) فردا وبنسبة 38.7 يوافقون على أن بحوث الصورة تعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية بالشركة و(11) فردا وبنسبة 35.5 محايدون على أن بحوث الصورة الذهنية تعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة ولا يوجد أي فرد لا يوافق بشدة على أن بحوث الصورة الذهنية تعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة .  
المتغير ب من خلال ما ينشر عن زين في الصحافة :

حيث نلاحظ أن (6) أفراد وبنسبة 19.4 من المبحوثين يوافقون وبشدة على أن ما ينشر عن زين في الصحافة يعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة ، و(17) فردا وبنسبة 54.8 يوافقون على أن ما ينشر في الصحافة عن زين يعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة ، بينما أن هناك (4) أفراد وبنسبة 12.9 محايدون على أن ما ينشر عن زين في الصحافة يعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة وكذلك (4) أفراد وبنسبة 12.8 لا يوافقون على أن ما ينشر في الصحافة عن زين يعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة والملاحظ انه قد تساوي عدد المحايدون والرافضون فيما ما ينشر عن زين في الصحافة ، ولا يوجد أي فرد لا يوافق بشدة على أن ما ينشر عن زين في الصحافة يعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة .

المتغير ج من خلال ما ينشر عن زين في الراديو والتلفزيون :

حيث تلاحظ إن (10) أفراد وبنسبة 32.3 من المبحوثين يوافقون وبشدة على أن ما ينشر عن زين في الراديو والتلفزيون يعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة و(17) فردا وبنسبة 54.8 يوافقون على أن ما ينشر عن زين في الراديو والتلفزيون يعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة و(2) فردا وبنسبة 6.5 محايدون على أن ما ينشر عن زين في الراديو والتلفزيون يعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة وكذلك (2) فردا وبنسبة 6.5 من المبحوثين لا يوافقون على أن ما ينشر عن زين في الراديو والتلفزيون يعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة ولا يوجد أي فرد لا يوافق وبشدة على أن ما ينشر عن زين في الراديو والتلفزيون يعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة .

المتغير د من خلال واقع التعامل المشتركين :

حيث نلاحظ أن (13) فردا وبنسبة 41.9 من المبحوثين يوافقون وبشدة على أن واقع التعامل مع المشتركين يعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة و(14) فردا وبنسبة 45.2 % يوافقون على أن واقع التعامل مع المشتركين يعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة و(2) وبنسبة 6.5 % محايدون على أن واقع التعامل مع المشتركين يعتبر من طرق التعرف على الصورة

الذهنية للشركة و(2) فردا من المبحوثين وبنسبة 6.5% من المبحوثين لا يوافقون علي أن واقع التعامل مع المشتركين يعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة ولا يوجد أي فرد من المبحوثين يوافق وبشدة على أن واقع التعامل مع المشتركين يعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة .

النتائج : -

أثبتت الدراسة أن (55% ) من أفراد العينة يرون أن العلاقات العامة بالشركة تعتمد علي ما ينشر في الصحافة والتلفزيون عن شركة زين يعتبر من طرق التعرف على الصورة الذهنية للشركة .

قلة استخدام بحوث الرأي العام في التعرف على الصورة الذهنية .

أثبتت الدراسة أن (84% ) من العاملين بشركة زين لم يتلقوا دورات تدريبية متخصصة في مجال العلاقات العامة قبل التحاقهم بالشركة وهذا يحتم على إدارة العلاقات العامة بل مزيد من الجهد في تأهيل وتدريب كوادرها .

كشفت الدراسة علي أن إدارة العلاقات العامة تعتمد على التخطيط بصورة كبيرة في تسيير أعمالها .

ساهمت العلاقات العامة إلي حد كبير في تشكيل صورة ذهنية طيبة عن شركة زين .

التوصيات :-

الاهتمام بالبحوث والدراسات الميدانية والاستفادة من مراكز البحث العلمي لتنفيذ أنشطة وبرامج العلاقات العامة .

ضرورة أن يشغل المناصب في إدارة العلاقات العامة بالشركة متخصصين في المجال .

على إدارة العلاقات العامة في الشركة شرح وترسيخ مفهوم ووظائف العلاقات العامة للجمهور المتعامل معها .

تذليل العوائق والعقبات التي تعترض تنفيذ أنشطة وبرامج العلاقات العامة .

ضرورة أن تضع إدارة العلاقات العامة في حساباتها مناقشة سلبيات وإيجابيات خدماتها دون إغفال السلبيات لان هذا يساعد على تعزيز الثقة بين الشركة وجمهورها.

المراجع :

1/ أحمد إبراهيم أبو سن ، العلاقات العامة في الدولة الحديثة ، (القاهرة 1986 م ) .

2/ أحمد بدر ، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي ، ( دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة) .

3/ أحمد كمال أحمد ، العلاقات العامة في المجالات الاجتماعية والإنسانية ، (القاهرة مكتبة القاهرة الحديثة 1997م ) .

4/ علي عوجة الأسس العلمية للعلاقات العامة ط4 (القاهرة : عالم الكتب ، 1983م ) .

5/ سليمان صالح ، وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية ط1 (الكويت مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، 2005م ) .

6/ سمير محمد حسين ، دراسات في العلاقات العامة ، (القاهرة عالم الكتب 1992م ) .

7/ حمدي شعبان ، وظيفة العلاقات العامة ، الشركة العربية العامة المتحدة ، القاهرة .

الدراسات العلمية :

1/ عديل أحمد الشارمان ، الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدي المواطن القطري ،رسالة ماجستير غير منشورة جامعة أم درمان الإسلامية ، كلية الإعلام 2002م .

2/ مها الطيب عبد الله فاعلية العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية في المؤسسات ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة امدرمان الإسلامية ، كلية الإعلام ، 2007م.

3/ نصر الدين عبد القادر قروني ، فاعلية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للسودان ، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة امدرمان الإسلامية 2004م .

4/السماني محمد حمد النيل ، فاعلية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية لشرطة الجمارك ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة إفريقيا العالمية ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، 2012م .

المقابلات : مقابلة مع الاستاذ دفع الله محمد نور ،مدير العلاقات العامة بشركة زين بتاريخ 15 /فبراير 2016م ، الساعة 12ظ.

التراجم العربية :

دون الينغ غراهام ، تكوين سمعة الشركة الهوية والصورة والأداء ( العبيكان ، الرياض ، 2003م . ) .

التقارير والدوريات :

التقرير السنوي لشركة زين 2002م .

فعاليات شركة زين المجتمعية للعام 2014م .

الصحف والمجلات :

مجلة علوم الاتصال، تصدرها أكاديمية السودان لعلوم الاتصال، العدد الأول،( مطابع السودان للعملة، 2009م).

Face book – com / Zain Sud.

WWW.ZainSud.Com. 1-

أهمية التربية الموسيقية في تشكيل شخصية الطفل في السودان

منى أحمد محمد صالح و محمد سيف الدين على التجاني

1.2.3جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا – كلية الموسيقى والدراما.

المستخلص:

يهدف هذا البحث الى التعرف على أغنية الطفل السوداني والتي تتنوع بتنوع البيئات السودانية من حيث ألحانها وإيقاعاتها وعكسها لخصائص البيئات التي تعبر عنها وللخصائص والقيم التربوية التي تشترك فيها كل تلك البيئات عبر الأجيال المتوالية.

وقد تناول الباحث نماذج من الأناشيديمستعينا بالتدوين الموسيقي مستخدماً طرائق المنهج الوصفي في تحليل محتوى المادة العلمية، وفي الختام تم عرض النتائج والتوصيات ومكتبة البحث.

الكلمات المفتاحية: تربيوي، أناشيد، القيم، المجتمع

## :ABSTRACT

The research aims at identifying the various songs of the Sudanese child which differ according to the differences of to Various Sudanese environments. These songs differ in their Rhythm and tones. The difference is due to the differences of the various environments. Also, they reflect the common characteristic and values acquired through the various generations. The researcher selected examples of these songs relating on written music and using the descriptive method in analyzing the contents.

In the end the recommendation and references were put forward.

Educational, Hymns, Values, Society. :Key words

المقدمة :

أن أغاني الأطفال في السودان تلعب دوراً مهماً في التربية والتنشئة الاجتماعية لما تتسم بها من معاني وكلمات لها دلالات ووقع جميل عند الإستماع كما تحمل الكثير من المعاني والقيم التعليمية والتربوية التي ترسخ القيم والفضائل والعادات والأعراف السودانية وتعيش في وجدان الإنسان قديماً من الأزمان كما تقوم بدور فعال في الربط بين الثقافات السودانية المختلفة لما لها من صفات الوزن والإيقاع المناسب وعن طريقها يحدث التآلف والتعارف بين الثقافات المتعددة وتوظيف تلك الأغاني للقيم والمعاني التي تتضمنها كعوامل مهمة في أساليب التربية العامة والاجتماعية والثقافية والفنية في السودان.

مشكلة البحث- :

تكمن مشكلة البحث في أن أغاني الأطفال في السودان لم تحظى بالإهتمام الكافي من قبل المتخصصين في مجال الموسيقى، كما أن المنهج التعليمي لا تتوفر فيه الخبرات الموسيقية التي تعلم العادات والتقاليد والموروثات السودانية بأسس وتقنيات علمية تواكب توظيف الخبرات الوافدة، ونظراً لما تتضمنه الأغاني من عناصر ومكونات متعددة تلعب أدواراً مهمة في تنشئة الأطفال، إلى جانب أن الكوادر المخصصة لتنفيذ المنهج التعليمي في كافة المراحل التعليمية في السودان لا تتوفر فيها الخبرات الموسيقية التي تقوم بتعليم التربية الموسيقية بطرق ملائمة، رأت الباحثة ضرورة البحث في هذا المجال .

أهداف البحث-:

- 1- التعرف على أنواع أغاني الأطفال في السودان .
- 2- تحديد العناصر والمكونات الأساسية لأغاني الأطفال في السودان .
- 3- تحديد معوقات إنتاج أغاني الأطفال في السودان.
- 4- التوصل الى طرق وأساليب حماية وحفظ أغاني الأطفال في السودان.
- 5- تسليط الضوء على متطلبات تنفيذ المنهج التعليمي في مجال الموسيقى في المراحل التعليمية.

أهمية البحث-:

- 1- يعتبر هذا البحث من البحوث التي توثق القيم التربوية في مكونات أغاني الأطفال في السودان.
- 2- كما يسهم في إثراء المكتبة السودانية في هذا المجال المهم وتنمية إبداعاته وابتكاراته.

منهج البحث - وصفي - تحليلي

مصطلحات البحث:-

الخبرات الموسيقية : الخبرة لغة هي المعرفة تعريف الدارسين بعناصر اللغة الموسيقية- قراءة – كتابة – عزف، وتنمية الإدراك الحسي وإدراك العناصر الموسيقية والذوق الموسيقي .

توظيف المضامين الموسيقية : إستثمار كفايات الطفل الموسيقية عبر تفعيل قدراته السمعية والصوتية والجسدية ( غناء – عزف – حركة – إصغاء ( وإيقاظ ملكات الموسيقى الأكثر عمقاً ) كالإبتكار والإرتجال والمخيلة ( وتنمية قدراته المعرفية.

أدب الأطفال : شكل من أشكال التعبير الفني له قواعده ومناهجه من الكلمة المنطوقة أو المسموعة أو المرئية ويأتي في صورة ( قصة أو حكاية أو مسرحية أو مغامرات أو بطولات أو أنشودة أو أغنية ( ويعتبر وسيطاً تربوياً).

العمليات العقلية : هي برمجة المعلومات من أحداث تدور داخل الدماغ وتمر بعدة مراحل الإنتباه والتركيز والندكر والإدراك الحسي والتصوير والذكاء ورد الفعل وأجهزة الحس.

الدراسات السابقة :

الدراسات السابقة التي إجريت في مجال البحث أو التي لها علاقة بموضوع البحث عددها اربعة دراسات:-

الدارسة الأولى

عنوان الدراسة - :التربية الموسيقية في رياض الأطفال

إعداد الدارس : يوسف حسن الصديق

الدرجة العلمية : درجة الماجستير في التربية الموسيقية

أسم الجامعة : جامعة الزعيم الأزهرى، كلية التربية، أم درمان، 2003 ميلادية

أهداف الدراسة - :

1 - التعرف على خصائص أغنية الطفل في مرحلة رياض الأطفال.

2 - التعرف على التطورات التي طرأت على أغنية الطفل.

3- التعرف على الأغاني الموروثة للأطفال من سن ثلاث سنوات الى ست سنوات.

نتائج الدراسة:

1- أهمية استخدام آلات الباند

2- إدخال عنصر اللعب أثناء تدريس مادة التربية الموسيقية وأن يتخلل ذلك أغنية من المشرف ومن بعده الأطفال .

ترى الباحثة أن الدراسة السابقة أفادت البحث الراهن في عدة جوانب مثل :

1 -اختيار أغاني الأطفال والألحان الشعبية سهلة الحفظ قليلة الزخرفة والحليات لتوصيل الهدف التربوى

2-المراعاة فى إختيار الألحان الطبقة الصوتية المناسبة لمنطقة المجال الصوتي للطفل

3- كلمات أغاني الأطفال أن تكون سهلة النطق.

الدراسة الثانية : -

عنوان الدراسة :- المشاكل التي تواجه التربية الموسيقية في مرحلة الأساس

إعداد الدارس : عيسى محمد أحمد

الدرجة العلمية :الماجستير فى الموسيقى

أسم الجامعة :جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ,كلية الدراسات العليا ,الخرطوم 2003 ,ميلادية.

أهداف الدراسة :

1 -إبراز دور التربية الموسيقية والتعرف على أهدافها الخاصة وخصائصها المعرفية والتربوية لتلاميذ مرحلة تعليم الأساس .

2 -التعرف على الأسباب والمعوقات التي حالت دون إدراج مادة التربية الموسيقية فى الجدول المدرسي .

3 -لفت نظر الجهات المعنية الى أهمية التربية الموسيقية وتأكيد دورها فى رفع قدرات التلاميذ.

نتائج الدراسة:

1 -لاتوجد حصص لمادة التربية الموسيقية بمرحلة الأساس فى الجدول الدراسي.

2-اتجاهات المعلمين نحو الموسيقى إيجابيه ويؤكدون على دورها التربوى فى رفع قدرات التلاميذ فى مختلف النواحي.

3- إيجابية إتجاهات آباء التلاميذ نحو الموسيقى وأهميتها .

ترى الباحثة أن الدراسة السابقة أفادت البحث الراهن في عدة جوانب كما يلي:

1 - الإهتمام بالطفل باعتباره محور أساس في النظام التربوى.

2 - إدراج أغنية الطفل والنشيد ضمن فقرات طابور الصباح

3 -أهتم البحث الراهن بدور الأعلام) القنوات الفضائية والوسائل التعليمية والإذاعة والأقرص المدمجه والكاسيت والكمبيوتر والإنترنت والشبكة العنكبوتية وهو ماتناولته الدراسة السابقة أيضاً .

4 - التركيز على جوانب التعاون مع الجهات ذات العلاقة بأغنية الطفل وتخصيص مسابقه ذات قيم تربوية موسيقية تسهم في الإرتقاء بأغنية الطفل وهي نقطة مهمة إتفقت مع البحث الراهن .

الدراسة الثالثة- :

1- عنوان الدراسة :إستخدام التربية الموسيقية فى توصيل مواد الحلقة الأولى من مرحلة تعليم الأساس.

2- إعداد الدارس :كمال الرفاعي بابكر إبراهيم .

الدرجة العلمية :الماجستير فى الموسيقى .

أسم الجامعة : جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ,كلية الدراسات العليا ,الخرطوم 2004 ,ميلادية .

أهداف الدراسة :

- 1 - التعرف على مدى مساهمة ومساعدة مادة التربية الموسيقية في توصيل مواد الحلقة الأولى من مرحلة تعليم الأساس.
- 2 - التعرف على مدى فعالية التربية الموسيقية في زيادة التحصيل الدراسي لدى تلاميذ مرحلة تعليم الأساس.
- 3 - التعرف على اتجاهات تلاميذ مرحلة تعليم الأساس نحو استخدام مادة التربية الموسيقية في توصيل ودراسة مواد أخرى بصورة حديثة ومقبولة ومحبة خاصة مواد الحلقة الأولى من مرحلة تعليم الأساس.
- 4 - التعرف على اتجاهات أولياء الأمور نحو تدريس أبنائهم للتربية الموسيقية في الفئة العمرية من ست سنوات الى تسع سنوات .
- 5 - استخدام مادة التربية الموسيقية في توصيل مواد الحلقة الأولى من مرحلة تعليم الأساس.

نتائج الدراسة :

1- التعرف على اتجاهات معلمي مواد الحلقة الأولى من مرحلة تعليم الأساس في التحصيل الأكاديمي لمواد الحلقة الأولى مشفوعاً بنتائج الفصل الرابع.

2 - ساهمت التربية الموسيقية في تحبيب التلميذ لمدرسته ومنتزاهه في الحضور والمشاركة والمطالبة بإعطائه الفرصة لتلحين الأناشيد.

3- زيادة الإيجابية بنسبة ظاهرة كما هو موضح في الجدول والعبارات المختلفة للإستبيانات المطروحة.

مدى الإستفادة من هذه الدراسة :

إتفقت الدراسة السابقة مع البحث الراهن في عدة جوانب:-

1 - ترى الباحثة أن هذه الدراسة تلتقى مع دراستها في الإهتمام بأغاني الأطفال والأناشيد لأنها تستهويهم منذ الصغر خاصة أغاني الإعلانات التجارية وأغاني برامج الأطفال ومقدمة المسلسلات التلفازية.

2 - الربط بين العملية الربوية والعملية التعليمية لتحقيق الأهداف المنشودة والمخطط لها.

3 - يجب إستغلال هذا الميل عند الأطفال لإثراء المكتبة السودانية بأغاني وأناشيد ذات ألحان تعزز جوانب القيم التربوية والتعليمية والروحية والتطور التكنولوجي.

الدراسة الرابعة- :

1 - عنوان الدراسة :أغاني المهرجان الاردني لأغنية الطفل نموذجاً .

2- إعداد الدارس :ساهرة النابلسي .

3- التاريخ 1999 ميلادية .

أهداف الدراسة :

1 - أغاني الأطفال والأناشيد حققت كثيراً من المفاهيم المعرفية .

- 2- معظم عوامل تعزيز التطور المعرفي عند الأطفال.
- 3- ورافقتها بقية الوسائل كبرامج الاعلام ومناهج الأطفال وكتبهم وقصصهم،
- 4- ولكن يبقى أثر الأغنية هو الأقوى لأنها موزونة سهلة الحفظ، الكلمات جميلة وصور ذهنية يتخيلها الطفل بالحجم والشكل واللون الذي يريده هو .

نتائج الدراسة :

- 1- أن هدف أغاني وأناشيد الأطفال لتعزيز المحصول اللغوي وتعديل السلوك.
- 2- إكتساب الخبرات والمعارف والمفاهيم إضافة للتمتع والسعادة.
- 3- أنها أداة تعليمية وأداة ذاتية يتعلم الطفل تلقائياً في أثناء ترده لهذه الأغاني وتعلمه مستمر.
- 4- لقد حققت أغاني وأناشيد مهرجانات الطفل أهدافها بنسبة عالية.
- 5- تعتبر هذه المهرجانات حركة رائدة وإنجاز أردني اذا تفتقر المكتبة العربية لأغاني وأناشيد ملحنة خاصة بالأطفال.

مدى الإستفادة من هذه الدراسة

التقلت الدراسات الآتي:-

في الإهتمام بأغاني الأطفال لأنها تستهويهم منذ الصغر خاصة الأغاني الملحنة و أغاني الإعلانات التجارية ومقدمات المسلسلات التلفزيونية.

لهذا يجب إستغلال الميل الطبيعي عندهم بإثراء المكتبة العربية والسودانية بأغاني ملحنة تعزز جميع الجوانب التربوية والتعليمية والإجتماعية وحفظ التراث.

أن أغاني الأطفال ليست وليدة هذا العصر ولم تأت من فراغ بل إرتبطت ارتباطاً وثيقاً بثقافة وقيم ومعتقدات كل مجتمع على حده .  
تعتبر أغاني الأطفال من أهم الأساليب والطرق الفعالة المنهجية واللامنهجية لتحقيق أهداف تربوية ونفسية وتعليمية وإجتماعية للأطفال.  
أدب الأطفال:

أدب الأطفال هو شكل من أشكال التعبير الفني الذي تشكل الكلمة أحد أهم أدواته، له قواعده ومناهجه، ومنها ما يتصل باللغة للسن المعينة للتأليف لها مع المضمون والمناسبة لكل مرحلة من مراحل الطفولة ويتضح ذلك في أسلوب القصة، أو في فن الحكاية للقصة المسموعة من الكلمة المنطوقة أو المسموعة أو المرئية، الذي قد يأتي في صورة مسرحية أو قصة مغامرات أو بطولات أو قصة تاريخية أو تهذيبية أو أنشودة أو أغنية تستهوي الأطفال أو خلاف ذلك من الصور العديدة من أنواع التأليف الفني.

1- أن أدب الأطفال يعتبر وسيطاً تربوياً يتيح الفرصة أمام الأطفال لمعرفة الإجابات عن أسئلتهم وإستفساراتهم ومحاولات الإستكشاف وإستخدام الخيال وحب الإستطلاع وإيجاد الدافع للإنجاز والتحرر من الأساليب المعتادة للتفكير لمزيد من المعرفة لنفسه وبينته. بذلك ينمي سمات الإبداع فيه لأن أدب الأطفال هو مادة خصبة لبناء قوة الإبداع والإبتكار والموهبة). المشرفي 2008، ميلادية، (16)

2- وتفجير الطاقات الكامنة لديهم وتمهيداً لإعادة صيغة القدرة النقدية والتحليلية للتسلح بها، في مواجهة الحياة وهذا يتم عن طريق القصص والحكايات وسير العظماء والتأمل الواعي الذي تتضمنه الأشعار وألحان الغناء .

أن الإبداع معناه تجسيد حلم الطفولة وجعل الأدب معادلاً حقيقياً وفنياً وإنسانياً حيث الوصول بالطفل الى معاشته لتحويل قيم الحلم وجمالياته ورعاية إنطلاقه الى سلوك وفكر ناضج ووعي سليم وتخيل رشيد وتلك هي أهم عناصر ومقومات بناء شخصية الطفل في ظل عصر الثورة المعلوماتية .

يعتبر فن الموسيقى من اسامى الفنون الجميلة، حيث يتميز بطبيعة خاصة لاتوجد في الفنون الأخرى، فهو فن الجمال السمعي الذي يستطيع أن يستوعبه الإنسان في جميع بقاع الأرض بالرغم من إختلاف اللغات والعادات والتقاليد التي توجد بين الدول.

الخبرات الموسيقية وغاياتها في العملية التربوية والتعليمية:

تمثل الغايات وأهداف التربية عموماً والخبرات الموسيقية بصورة خاصة، فالغايات تحدد التوجه الأساسي للبرنامج التربوي، وتسعى الخبرات الموسيقية لتحقيق الغايات التالية:

1- غرس العقيدة والأخلاق الدينية في الأطفال.

2- رياضة عقول الأطفال.

3- تقوية روح الجماعة.

4- حفظ التراث الشعبي المحلي الخاص بالأطفال.

5- تشجيع الإبداع وتنمية القدرات والمهارات.

لذا يجب التطرق الى معرفة مفهوم المنهج وتطوره ما بين القديم والحديث فالمنهج مجموعة الخبرات التربوية الثقافية والاجتماعية والرياضية والفنية التي تهيئها المدرسة داخلها وخارجها للمتعلم بقصد مساعدته على النمو الشامل في مختلف النواحي وتعديل سلوكه طبقاً لأهدافهم التربوية.

وكان المنهج القديم عبارة عن مجموعة المواد التي يتعين على المتعلم أن يقرأها ويستظهرها حين يطلب إليه ذلك، أي ينصب اهتمام المدرسة نحو المواد الدارسية في ذاتها مع إغفال النشاط خارج الفصل والمدرسة.

أما المنهج الحديث فأصبح لا يقتصر على المواد الدارسية وحدها، بل يشمل أيضاً مجهوات التلميذ وأنشطته في المدرسة والمجتمع ، فالأسلوب التربوي الحديث يقدم للطفل الحقائق والمعلومات عن طريق الألعاب الموسيقية تجاوباً مع طبيعته، كما أن القصص الحركية توسع مدارك الطفل، بالإضافة الى الأنشطة والأغنية المدرسية حيث يمكن أستغلالها في تجسيم المعاني، وأبرز النواحي التربوية فيها. ويتضمن المنهج الحديث تحديد الأهداف التربوية، وترجمتها الى مواقف تعليمية في العملية التربوية. زيتون، 2006 ميلادية ص(5)

أغاني وأناشيد الأطفال:

أناشيد وأغاني الأطفال لون من ألوان الأدب تعمل جميعها على تصوير جوانب الحياة ويعبر عن العواطف الإنسانية والحياة الاجتماعية ويرسم الطريق الى المثل العليا في أسلوب يصل في تأثيره الى أعماق النفس بالعديد من الإنفعالات التي تساعد على تكوين اتجاهات واضحة وقيم متعددة وينقل الأفكار لتقديم الخبرات البشرية في صورة مهيبة من خلال التعبير اللغوي سواء كان شعراً أو نثراً .

كما ان النشيد والأغنية يصاغان في قالب أدبي واحد وفي مرحلة النمو المبكر للطفل إذ يميل سماعه الى نغم الجرس الذي يصدر عن القوافي أو الأوزان أو الجناس أو حسن التقسيم أو التصريح أو روعة التصوير، أن أغنيته الطفل عبارة عن موضوع أو فكرة لها هدف وتمثل صورة من صور الإبداع الفني فالطفل يقبل على النشيد والأغنية لحبه الغريزي للنغم والموسيقى، تصاغ بأسلوب موسيقى لذا أن عناصر التأثير في النشء تدرك بالإحساس فتساعد على مخاطبة حواسه وتحفز إستجاباتها، في مجال السلوكيات والمفاهيم الرياضية والعلمية والاجتماعية والوطنية والدينية وتشتي جوانب المعرفة التي تهتم الطفل وترتبط بخيراته الا أن معظمها يصاغ في قالب قصصي بجانب الطابع

التعليمي والتربوي لهذه الأغاني، لذلك فالقصص والشخصيات تشكل أقصر المواقف البسيطة التي تصاغ في حبكة وأفكار يمكن للطفل إدراكها بسهولة .

الأغنية نموذج طيب للمادة الترويحية وتضم عناصر الجاذبية لأنها موسيقى تصدر أنغاماً منسقة متوافقة تترتاح إليها الأذن وتستسيغها وتتقبلها، وتلتقي الكلمات والموسيقى واللحن مع الأصوات والأداء وتتصافر لتقدم مادة ترويحية جذابة وممتعة للطفل، لذلك أغاني وأناشيد الأطفال تعتبر من الإبداعات المنظومة التي يتعامل معها الطفل حتى من قبل أن يدرك معانيها أو يتمكن من أدائها ودلالة على ذلك الأغاني الشعبية التي تغنى للطفل والتي يعتبرها البعض بوابات تعرف الطفل على الشعر كأغاني المهدي كالهدهدة والترقيص). المشرفي 2008، ميلادية، (17)

أغاني وأناشيد الأطفال تجمع ما بين النظم والموسيقى النظم في صياغتها اللفظية واللحن في الموسيقى المصاحبة لأدائها ويعتبرها البعض بدايات الخبرات الأدبية المبكرة التي يتعامل معها الصغار وتمهيداً لتعاملهم مع الشعر فيما بعد ويغلب الجانب التعليمي على أغاني وأناشيد الأطفال لما فيها من إمتاع وترفيه للطفل يوظف لدعم وتعزيز العملية التربوية والتعليمية اعتماداً على حب الطفل للغناء والإيقاع، وتنوع المجالات التعليمية والتربوية التي تؤدي فيها الأغاني والأناشيد وبناءً على ذلك يعتبر الغناء من الأنشطة التربوية المهمة التي تقدم داخل الروضة، حيث إنها نشاط ينغمس فيه الطفل بكل حواسه بشكل عفوي وتلقائي وينطلق بحرية للتعبير عن مشاعره، مما يشكل راحة نفسية عميقة للطفل، إضافة إلى ذلك تلعب الأغنية دوراً مهماً في استثارة فضول الطفل ورغبته في دراسة موضوع ما(المشرفي، 2008 ميلادية، ص(85)

وقد أثبتت الدراسات أن الغناء كوسيلة يعزز تعلم الأطفال في مرحلة الروضة حيث إن الأغنية تنبع من صلب المحاور التعليمية وتساعد على تركيز المفاهيم في ذهن الطفل من خلال التكرار ومثال لذلك :

نشيد بسم الله قيمة دينية (الامين بشرى ،بدون تاريخ ) (صفحة1)

أيقظهم جميعاً ليقبلوا سريعاً وقبل أكل الزاد تغسل الأيدي

ثم نسمي الله لنعمه أسداها لنطرد الشيطان لنرضي الرحمن

أكل بيمني من الذي يلني حتى إذا شبعنا لربنا حمدنا

نحمده بالنعم قد حباننا بالكرم ونطلب المزيد والفوز والتأييد

نموذج (1) نشيد بسم الله قيمة دينية

أ / أنواع أغاني الأطفال.

تشتمل أغاني الأطفال على أنواع مختلفة مثل الأغاني التربوية والتراثية والدينية وأغاني الألعاب وأغاني الأحاجي والأغاني القصصية، أن الإغنية مظهر من مظاهر الموسيقى تستعين بالشعر عادة، وهناك عدة أنواع من أغاني الأطفال يرتبط بعضها بمرحلة معينة من عمر الطفل ويرتبط بعضها الآخر بالطبيعة أو البيئة التي يعيش فيها أو بألوان لعبه المختلفة ومن هذه الأغاني إختارات الباحثة مايلي- :

1- أغاني المهدي والهدهدة:

تغنيها الأمهات لأطفالهن الصغار حيث يطرق الغناء أذان الأطفال منذ أيام المهدي الأولى فينصت الأطفال على أصوات الأمهات اللواتي يغنين أغنيات ذات إيقاع رتيب في الغالب لتهدئة الطفل وبث الطمأنينة في نفسه ليخلد إلى النوم وذلك لأن الأطفال في هذا العمر ميالون الى الإيقاع الذي يجعلهم يكفون عن البكاء ويهدؤون وقد يستسلمون للنوم العميق حيث تأخذ الأم بالربيت على ظهر طفلها بركة وهز مهده ذات اليمين وذات الشمال في حركة راتيه متكررة . المشرفي 2008، ميلادية (100)

مثال لذلك نموذج بعنوان :النوم النوم (تستخدمه الأم لتتويم أطفالها)



وكمان عقولنا تسلم هبلا هبلا هبلا هوب

ونبقى بابلد عنوان للحضارة

تنشأ أغاني اللعب والأغاني التنافسية وأغاني الرقص نتيجة للعلاقة الوثيقة بين الإيقاع واللعب حيث يظل الطفل يأنس الى الإيقاعات من خلال سنوات نموه وبذلك يكون إحساسه لإيقاعيً سليماً، ويلعب دوراً في حياته الإيقاعية والحركية والحسية. مثال لذلك (أغنية شليل وبنو)

1 - أغنيات تنشأ نتيجة التفاعل بين الطفل والمجتمع وظروفه الاجتماعية:-

مثال لذلك نموذج بعنوان : أغنية شهر رمضان (الامين - بشرى)

ظهر هلال هتف بلال

هبلا هبلا يا أخوان هبلا نفرح في رمضان

شهر الصوم والإحسان فيه الخير والقرآن

نموذج رقم (5) قيمة أخلاقية دينية روحية

ترتبط هذه الأغنيات بمناسبات وعادات شعبية مختلفة كأغاني السبوع) السماوية (وأغاني العديلة والمناسبات التي ترتبط بمرور العام) العام الهجرى (وتتابعه كأغاني الأعياد الدورية) عيد الاستقلال (ورمضان والأضحى ويدخل في إطار ذلك أهمية الموسيقى كأداة تسهم في رقى ذوق الأطفال وأمزجتهم بطابع فني وتهيء الفرص لحسن استخدام أوقات الفراغ وإكتشاف الإمكانيات والطاقات حيث يشارك الطفل في الأغاني الجماعية التي تكسبه شعوراً بكيانه كوحدة لها دورها في الجماعة). الظاهر 2000 ميلادية صفحة (77)

1- الأغنيات والأناشيد الوطنية :أغاني ترتبط بوصف حب و عراقة الوطن.

مثال لذلك نموذج بعنوان ( يلا نعمل للوطن)

شوفوا بلدتنا الجميلة بيبها نسعد يا أهل

إنتي يا عزة أرضنا ليك رافعين الشعل

نحن أطفالك كبرنا جينا نحملك بالعمل

يلا نعمل للوطن يلا ما نضيع زمن أصلوا ما دايرين ثمن

يا جمال جنة بلادنا أنتي يا أعظم أمل

جينا نحملك بي دمانا نحمي نيلك والأهل

نحمي سودانا وأصالته نحمي سودانا البطل

يلا نعمل للوطن

يلا ما نضيع زمن

أصلوا ما دايرين ثمن

قيمة سلوكية

## نموذج رقم (6)

ب / العناصر والمكونات الأساسية لأغاني الأطفال (الشعر واللحن والإيقاع)

- 1 - ارتبطت أغاني الأطفال ارتباطاً وثيقاً بثقافة وقيم ومعتقدات كل مجتمع وتعتبر من أهم الأساليب والطرق الفعالة لتحقيق أهداف.
- 2- ذات قيم تربوية ونفسية وتعليمية وإجتماعية للأطفال بطرق علمية وفنية متخصصة ودقيقة.
- 3- تلعب اللغوة دوراً كبيراً في الأغنية السودانية والعربية بصفة عامة وفي أغنية الطفل بصفة خاصة ولعل الارتباط بين الأداء اللغوي والأداء الموسيقي ارتباطاً يولد النجاح الفني المتكامل. مثال لذلك أغنية) خواطر فيل ( مالها من كلمات ذات مدلول ثقافي وقيم إجتماعية وعندما نفذت موسيقياً وغنائياً حباها الأطفال لان معانيها بسيطة والفيل يشكل دلالة مهمة لدى الأطفال من ضخامة قوة تحمل.
- 4 - كذلك التدرج من المفردات المباشرة الى المفردات المتجددة على اللغة والتي تعكس تطور الحياة ووسائل التعبير.
- 5- أسلوب التأليف النغمي يقرب من طبيعة الألحان الشعبية الموروثة. مثال لذلك أغنية ( جلاله ود الشريف رأيه كمل جيبو للاشلايته من دار قمر .

6 - الحركة النغمية تكون متجاورة بقدر الإمكان ويكون لكل حركة صوتية لغوية Syllable حركة نغمية ثلاث الحركة اللغوية , وذلك أن توافق إيقاع الكلمة إيقاع النغم كأن يتحاشى أن يجمل أشكال زمنية سريعة متتالية في حركات مد صوتية بينما يجعل بالمقابل نغمات متتالية على العديد من الحركات النغمية حركة صوتية لغوية واحدة). الظاهر (2000 ميلادية صفحة(78)

مثال لذلك نموذج أغنية : بلبل الحبيب

بلبل الحبيب مابالك كئيب

طر بين الغصون وأرجع في المغيب

بلبل الحبيب بلبل الحبيب بلبل الحبيب

## نموذج رقم(7)

تري الباحثة أن الخبرات الموسيقية وغاياتها في العملية التربوية والتعليمية تمثل الغايات والأهداف التي تتضمن تنشئة الطفل بمراحله المختلفة وهي كما يلي:-

الأهداف الأخلاقية:

تبصير الأطفال بالقيم الأخلاقية الفاضلة، وتنمية حب الوطن والصفات الطيبة، والإبتعاد عن الصفات المذمومة، وجوانب الإنحراف الخلقى، الأداب الطعام.

الأهداف الروحية:

- تحقيق التوازن بين الإتجاهات المادية السائدة في العصر الحديث وبين القيم الدينية والروحية، وتوضيح الرؤية، التي لا يستطيع الإنسان أن يحقق السعادة الحقيقية بدونها، وأنه ليس هناك تعارض بين العلم والإيمان، والتفكير العلمي والمناهج الروحية.

- فالدين يحث على طلب العلم والتفكير والتأمل والبحث والإكتشاف. والعلم يدعم الإيمان ويرسخ فواعده قال تعالى ( وإنما يخشى الله من عباده العلماء(1)

أهداف إجتماعية:

تعريف الطفل بمجتمعه ومقومات هذا المجتمع وأهدافه ومؤسسته وما يجب أن يسود فيه من قيم وصفات، ليكتشف جوانب الحياة الاجتماعية، ليندمج فيها ويتجاوب مع أفراد المجتمع ( ك.ر داوي، 1995، صفحة (53)

#### الأهداف القومية:

تعنى الأهداف القومية بتعريف الطفل في وطنه الصغير (الأسرة (وطنه الكبير) السودان (وأنه جزء من الوطن العربي الكبير الذي تربط القومية العربية بين أجزائه، وتدعم أو اصغر وحدته لغة ودين وقيم روحية وتاريخ واحد وتراث مشترك أو متقارب وموقع جغرافي أفريقي متصل يمتد من البحر الأحمر ومن المحيط إلى الخليج وهذا الوطن الكبير يملك إمكانات الحياة ومقوماتها من ثروات تتمثل في المزارع والبتروول والثروات الحيوانية والسمكية وخلاف ذلك وأنه منبع حضارة الجنس البشري منذ أقدم العصور) أفريقيا وأن حضارة العرب الزاهرة كانت نواة الحضارة الأوروبية.

#### الأهداف العقلية:

من خلال الإنتاج الأدبي إتيج للطفل في أسلوبه وتفكيره فرصة طيبة لنشاط عقلي مثمر في مجالات التخيل والتذكر وتركيز الإنتباه والربط بين الأحداث وفهم الأفكار والحكم على الأمور وحسن التعليل والإستنتاج، مما ساعد على النحو الأتي:-

- 1- العمليات العقلية وتطويرها .
  - 2- تزويد الأطفال بالمعلومات العامة والحقائق المختلفة عن المجتمع الذي يعيشون فيه، وعن العالم من حولهم، العولمة.
  - 3- تزويد الطفل بالحقائق والقوانين العلمية، وربطه بالتطورات العلمية المختلفة، كما في القصص العلمية مثال لذلك قصص) ابن النفيس والغارابي وأبن الهيثم.
  - 4- تزويد الطفل بالقيم والفضائل وتحذيره من الرذائل والصفات المذمومة ليعتاد احترام العادات والتقاليد والأعراف التي تسود المجتمع كما في القصص الاجتماعية والحكايات والقصص الشعبي (مثل) قصة فاطمة السمحة.
  - 5- تدعيم عقيدة الأطفال وإعطائهم جرعات متدرجة ومناسبة عن الدين والوجدانية وربطهم بالقرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، كما في القصص القرآنية) قصة سيدنا يوسف وأهل الكهف). (محمد، بدون تاريخ صفحة (6)
  - 6- غرس حب الوطن في نفوس الأطفال والمحافظة على المرافق العامة للدولة، والولاء لها، كما في قصص البطولات الحربية والقصص القومية مثال لذلك) على عبد اللطيف وعبد الله التعايشي وعثمان دقنة .
- الأسلوب التربوي الحديث يقدم للطفل الحقائق والمعلومات كمنهج عن طريق الألعاب الموسيقية)جواباً مع طبيعته، كما أن القصص الحركية توسع مداركه بالإضافة إلى الأنشودة والأغنية المدرسية.
- 7- حيث يمكن إستغلالها في تجسيم المعاني وإبراز النواحي التربوية من خلال مضمونها الأدبي، ويتضمن المنهج الحديث تحديد الأهداف التربوية، وترجمة هذه الأهداف الى مواقف تعليمية تتصل بالحياة خارج المدرسة ( السودان قطر مترامي الأطراف تتنوع فيه الأدوات والتقاليد والثقافات والموروثات والتي تؤثر كثيراً في التربية فجدد الأحاجي المعروفة والقصص والألعاب الغنائية والتمثيلية والرقص مثل قصص، الثعلب فات، فات، وإفتحوا لي الباب عايز مفتاح.

سلوى يا سلوى ,مالك بتيكي ,ولعبة إبرتي الخياطة ,وانا الصقر البخطفها, ولعبة برلة برلة ,برلالا (والعاب السباق والجرى مثل لعبة ) الكراسي وكركعت ,والقط والفار ,عسكر وحرامية ,ولعبة شليل ,سكج بكج , ولعبة أم حفر ( فلفلت ,وكمبلت ,قنب وقوم ,السيجة ) وغيرها . (محمد ,بدون تأريخ ,صفحة(7 )

في الختام ترى الباحثة أن أنواع وطرق نشر أغاني الأطفال وأهدافها التربوية تحت على:-

- 1 - تنمية التنوع و غرس القيم النبيلة السامية الحسية منها والحركية والأخلاقية والانفعالية والسلوكية والدينية والزمنية والبيئية والاجتماعية.
- 2 - إكساب الخبرات والمعارف والمفاهيم من خلال ما يناسب الطفل من نصوص شعرية والحن غنائية.
- 3 - تساعد على فهم الثقافات والحضارات الأخرى تأخذ بيده ليكون مواطناً صالحاً في مجتمعه عنصراً ببناءً .
- 4- إثراء المخزون الغنائي لدى الطفل لان من أهداف أغاني الأطفال تعزيز المحصول اللغوي إضافة للمتعة والسعادة لأنها أداة تعليمية وذاتية يتعلم الطفل تلقائياً أثناء ترديده لهذه الأغاني التي لها دوراً مهماً في تنشئة الاطفال نشأة سليمة ومعافاة.

نتائج البحث

النتائج كالتالي :

أولاً - : في مادة التأليف الموسيقي السوداني

- 1- تهتم مادة التأليف الموسيقي بمعرفة الالحن المتنوعة للإستفادة منها في مواقف موسيقية مختلفة كما جاء في النموذج رقم (1) بعنوان)بسم الله بسم الله .

2 - يمكن الإستفادة من ألحان التراث الغنائي الدارج والأغاني المشهورة ويكون موضوعاتها تتفق مع أغاني الأطفال المطلوبة كما جاء في أغاني المهد والهددة النموذج رقم (2) بعنوان) النوم النوم. 3 - . يمكن إبتكار ألحان سهلة لخدمة المواقف اللحنية المختلفة كما جاء في أغاني تتردد من خلال تعامله مع البيئة كما ورد في النموذج رقم (3) أو عك تقطع صفقة شجرة (أو أغاني تنشأ نتيجة لعلاقة وثيقة بين الإيقاع واللعب مثل النموذج رقم (4) الرياضة (أو أغاني تنشأ نتيجة التفاعل بين الطفل والمجتمع النموذج رقم (5) شهر رمضان (أو غناء وطني ترتبط بحب وعراقة الوطن النموذج رقم (6) بلا نعمل للوطن.

يمكن تأليف الحان تتفق مع النماذج السابقة وتهتم بما يلي:-

- 1- إختيار المقام المناسب للموقف الموسيقي السلوكي المطلوب.
- 2- إختيار الضرب السوداني والميزان المناسب للتعبير عن هذه الأغاني.
- 3- إختيار السرعة المناسبة للتعبير عن هذه الأغاني.

4- دراسة الأساليب السابقة في توظيف الألحان الشعبية والتقليدية والمبتكرة للمواقف الموسيقية المختلفة.

التوصيات

- 1- تصوير أغاني الأطفال بأسلوب تربوي جذاب بإستخدام التكنولوجيا الحديثة لجذب إنتباه الأطفال وتوجيههم للسلوكيات السليمة.
- 2- وضع لائحة عبر الجهات المتخصصة وتعتمد في مجلس المصنفات الأدبية تختص بالمواصفات النموذجية لأغنية الطفل الجيدة يضعها المتخصصون والخبراء في مجال الطفولة والإعلام والموسيقى ومنع بث أو إذاعة أية أغنية تخالف تلك المواصفات.

3- يجب الاهتمام بالمكتبة الموسيقية الملحقة بالمدرسة أو الروضة وتزويدها بأغاني الأطفال التي تتضمن القيم التربوية لكي يتكامل دور المؤسسة التعليمية مع وسائل الإعلام والأسرة في إنشاء جيل يتحلى بالأخلاق الطيبة.

4- الاهتمام بالكيف لا بالكم في مضمون الأغنية التلفزيونية وانتقاء الكلمات الهادفة لغرس المبادئ والقيم والعادات الحميدة منذ الصغر.

هوامش ومراجع البحث

أولاً هوامش البحث

(1) أغنية أوعك تقطع صفقة شجرة: كلمات والحن عبد الحميد الشبلي، وهو خريج المعهد العالي للموسيقى والمسرح وله إسهامات في أغنية الطفل وقد أسس مجموعة الأطفال الغنائية بأسم ألوان الطيف وله عدة تسجيلات في الإذاعة والتلفاز.

(2) أغنية الرياضة: كلمات وغناء حنان النيل، وهي خريجة المعهد العالي للموسيقى والمسرح ولها إسهامات عديدة في أغنية الطفل، لحن وتوزيع موسيقي عبد الله ابراهيم شمو، خريج المعهد العالي للموسيقى والمسرح وله إسهامات والتأليف الموسيقي في الإذاعة والتلفاز.

(3) أغنية شهر يارمضان: لحن رجاء موسى عبدالله وهي خريجة كلية الموسيقى والدارما ولها إسهامات عديدة في أغنية الطفل، والتأليف الموسيقي.

(4) أغنية يلا نعمل للوطن: كلمات والحن عبد الحميد الشبلي، وهو خريج المعهد العالي للموسيقى والمسرح وله إسهامات في أغنية الطفل وقد أسس مجموعة الأطفال الغنائية بأسم ألوان الطيف وله عدة تسجيلات في الإذاعة والتلفاز.

(5) أغنية بلبلى الحبيب: لحن منى أحمد محمد صالح وهي خريجة كلية الموسيقى والدارما ولها إسهامات عديدة في أغنية الطفل.

(6) جلالة ود الشريف. مارش ود الشريف وهو عبارة عن هجاء عندما كلف المهدي، ود الشريف لإخضاع منطقة دار قمر فقابلته القائد جقود وهزموه وفر ود الشريف ووقعت منه الشلاية) شال (فقطمت فيه هذه الكلمات) ود الشريف رأيه كمل جيبو لى شلايتو من دار قمر – يا عباد الله حلوني من جقود، كدى يا عباد الله حلوني من جقود.

ثانياً مصادر ومراجع البحث

(1) القرآن الكريم، سورة فاطر، الآية 28

ثالثاً مراجع البحث باللغة العربية

(2) إنشراح المشرفى: أدب الأطفال مدخل التربية الإبداعية، سوريا، 2009 ميلادية،

(3) محمد الظاهر: أغنية الطفل فى ظل المتغيرات التقنية، المهرجان الأدرنى السادس لإغنية الطفل، مؤسسة نور الحسين، المملكة الاردنية الهاشمية 2000 ميلادية.

(4) أز هري التجاني عوض السيد، وعادل أحمد كرادوي، وأشرف خليل شريف، ومحمد عثمان الحسن، ومحمد خيرى بابكر: دليل تنظيمات النشى والأطفال، الطبعة الأولى، دار هابل للطباعة، الخرطوم، 1995 ميلادية.

(5) هدى خليفة محمد) بوفيسور د: (مناهج الموسيقى المدرسية ودورها فى حياة الطفل، كلية التربية، جامعة حلوان، القاهرة، بدون تأريخ.

(6) كوكب محمد الأمين وأمانى بشرى، مرشد المعلمة لأناشيد والعباب الأطفال، المستوى الثانى، بدون تأشير، بدون تأريخ.

(7) ثريا الشيخ ابو بكر علي، توظيف الأغنية الشعبية لنشر ثقافة السلام فى السودان، درجة الدكتوراة فى دراسات السلام، غير منشورة، الخرطوم، يوليو 2012 ميلادية.

الملاحق



التدوين الموسيقي لأغنية المهد النوم النوم ( على , 2012 ) صفحة ( 79 )

نموذج رقم (2) تدوين أغنية النوم النوم

لتدوين الموسيقي لأغنية : أوعك تقطع صفقة شجرة

نموذج رقم (3) تدوين أغنية أوعك تقطع صفقة شجرة

أوعك تقطع صفقة شجرة

[x.viii.vv.vv.vv]



تدوين الموسيقي لأغنية : الرياضة

Score

[Title]

[Composer]



## نموذج (4) تدوين أغنية الرياضة

لتدوين الموسيقى لأغنية شهر رمضان



نموذج رقم (5) تدوين أغنية شهر رمضان

التدوين الموسيقي : لأغنية ( يلا نعمل للوطن

يلا نعمل للوطن

كلمات والحنان : عبد الحميد الشيلي



نموذج رقم (6) تدوين أغنية يلا نعمل للوطن

التدوين الموسيقي : لأغنية بليلي الحبيب(صالح(2015)

نموذج رقم (7) تدوين أغنية بلبلى الحبيب