



المخلص التنفيذي

لمشروع المسح الميداني للقيم

برعاية



حمد الحصيني وعائلته الخيرية

Hamad Al Hussaini & His Family Charity

مُقَدِّمَةٌ

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله ﷺ وبعد :

بعد رحلة ستة أشهر من البحث العلمي التطبيقي في النتاج القيمي بأبعاده المختلفة ، استطاع الفريق العلمي بيت الخبرة

(قيم) بجامعة الملك عبدالعزيز من إخراج المشروع في ستة وثائق أساسية شملت :

1- وثيقة التعريف بالمشروع ومنهجية العمل الذي قام عليها

2- مصفوفة القيم المقترحة للمرحلة العمرية من سن 14- 25 سنة

3- تحليل قاعدة بيانات الدراسات والأبحاث

4- تحليل قاعدة بيانات المشاريع والمبادرات

5- تحليل قاعدة بيانات الإنتاج الإعلامي القيمي

6- تحليل قاعدة بيانات الجهات والأفراد المهتمين بالقيم



وحيث أن الوثائق السابقة شملت الأساليب والإجراءات وكافة النتائج والتوصيات ، ارتأى فريق العمل إعداد ملخص تنفيذي لكافة وثائق المشروع بهدف سهولة الاستفادة من مخرجات هذا المشروع النوعي وتحويلها إلى مشاريع تطبيقية على أرض الواقع وقد جاءت محاور هذا الملخص على النحو التالي:

أولاً: المشروع في أرقام

ثانياً: ملخص مصفوفة القيم للمرحلة العمرية من 14-25 سنة

ثالثاً: أهم النتائج في جميع مجالات المشروع

رابعاً: أهم التوصيات العملية والمشاريع التطبيقية التي يمكن أن تمثل المرحلة الثانية للمشروع.



أولاً :
المشروع في أرقام

أولاً : إحصائيات المشروع

مخرجات المشروع

تم تحديد (6) مخرجات للمشروع تم ذكرها سابقاً

عدد إحصائيات المشروع

تم رصد (519) إحصائية مستنبطة من تحليل مجالات المشروع الأربعة وكل منها ذات أهمية بالغة في القراءة والتحليل

إجمالي عدد المواد المسجلة

تم تسجيل ما يقارب (4016) مادة في جميع مجالات المشروع ، علماً بأن التسجيل ما زال مستمراً



عدد فريق العمل في المشروع

بلغ عدد فريق العمل في المشروع أكثر من (42) متخصص في مختلف المجالات العلمية والتنفيذية

عدد ساعات العمل

استغرق العمل في المشروع أكثر من (1024) ساعة في جميع مراحل المشروع

التخصصات

بلغت تخصصات فريق عمل المشروع (6) تخصصات علمية ذات علاقة وطيدة بالمشروع ومخرجاته

ثانياً: إحصائيات المجالات



المشاريع والمبادرات

عدد عناصر الإدخال (14) عنصر
عدد محاور التحليل (12) محور



الجهات والأفراد

عدد عناصر الإدخال (12) عنصر



الدراسات والأبحاث

عدد عناصر الإدخال (12) عنصر
عدد محاور التحليل (11) محور



الإعلام

عدد عناصر الإدخال (12) عنصر
عدد محاور التحليل (12) محور



ثانياً: مصفوفة القيم

المصفوفة القيمية



القيم العليا	العبودية	التزكية	الاستخلاف
القيم الفرعية	تعظيم الله	المسؤولية الذاتية	الاحترام
	المراقبة	الثقة بالنفس	الرفق
	الخوف	الأمانة	التعاون
	الرجاء	الصدق	العفو
	محبة الرسول ﷺ	الصبر	التعايش
	الاستقامة	العلم	الانتماء
	بر الوالدين	الطموح	المحبة (الأخوة)
		المبادرة	الايثار
		الإيجابية	الكرم
		الكرامة المالية	العدل
		الإبداع	الشورى
		القناعة	النفع المتعدي
		المثابرة	الاعتذار
		الجمال (النظافة)	الحلم
		الاتقان	التواضع
		الإنتاجية	الشكر
			الوفاء

بعد ذكر المصفوفة القيمية لكامل المرحلة العمرية ، من المناسبة ذكر ما يناسب كل مرحلة وفقاً لخصائصها ومتطلباتها ، مع مراعاة أن القيم الممتدة بين المرحلتين يتم استمرار تعزيزها وفقاً للأساليب والاستراتيجيات التي تناسب كل مرحلة، فالبناء القيمي للقيمة لا يتوقف عند مرحلة من مراحل عمر الإنسان بل يستمر لكافة مراحل عمره

المرحلة العمرية / القيم	العبودية	التزكية	الاستخلاف
من سن 15 – 18 سنة	تعظيم الله	المسؤولية الذاتية	الاحترام
	المراقبة	الثقة بالنفس	الرفق
	الخوف	الأمانة	التعاون
	الرجاء	الصدق	العفو
	محبة الرسول ﷺ	الصبر	التعايش
	الاستقامة	العلم	الانتماء
	بر الوالدين	الطموح	المحبة (الأخوة)
		المبادرة	الايثار
		الإيجابية	الشورى
		الإبداع	النفق المتعدي
		المثابرة	الاعتذار
		الجمال (النظافة)	الحلم
		الاتقان	التواضع
			الشكر
			الوفاء
من سن 19 – 25 سنة	جميع القيم السابقة تستمر في هذه المرحلة	جميع القيم السابقة مع	جميع القيم السابقة مع
		الإيجابية	التعايش
		الكرامة المالية	الكرم
		القناعة	العدل
		الإنتاجية	الحلم



ثالثاً:
أهم النتائج في جميع
مجالات المشروع

أهم النتائج

بالتأمل في النتائج المرصودة في جميع مجالات المشروع يمكن تحديد أهم النتائج في كل مجال والتي يمكن أن تكون مؤثرة في صناعة البرامج القيمية للمرحلة القادمة ، وذلك على النحو التالي :

أ – مجال الدراسات والأبحاث

بعد دراسة وتحليل قاعدة البيانات للدراسات والأبحاث يمكن تحديد أهم النتائج ، فيما يلي :

1. تصدرت مصر والسعودية والأردن قائمة الدول العربية في مجال الأبحاث المهمة بالقيم.
2. هناك انخفاض في أعداد الأبحاث القيمية التي تستهدف الأطفال مقابل الأبحاث التي تستهدف الرجال والنساء.
3. مالت أغلب الأبحاث والدراسات في القيم إلى الجانب النظري وبما يمثل 53% من عينة الدراسة ، وهذا مؤشر غير إيجابي إجمالاً.
4. يتضح أن النشاط البحثي في مجال القيم بدأ في الضعف في الخمس سنوات الأخيرة ، حيث أن ما سجلته القاعدة هذه السنوات مثل فقط 35% من القاعدة أي بما يعادل 860 بحثاً فقط ، وهذا أمر يتطلب الدراسة والتأمل.

الجهات داخل المملكة

5. نظراً لكون أغلب الأبحاث النظرية انعكس ذلك على استخدام الأدوات العلمية في بناء القيم في تلك الأبحاث ، حيث أظهرت النتائج أن الأبحاث التي لم تطبق أدوات واضحة في بناء القيم مثلت 52% من إجمالي القاعدة ، وهذا يظهر ضعفاً عاماً في النتاج البحثي.
6. احتلت الأبحاث التي لا يمكن تحويل نتائجها إلى برامج تطبيقية المرتبة الأولى وبواقع 52% وهذا مؤشر أيضاً غير إيجابي ، حيث يؤكد أن أغلب الأبحاث القيمية نظرية.
7. مثلت الأبحاث التي لم تقدم تصور جديداً وإبداعياً في تعزيز القيم النسبة العظمى بنسبة 41% ، وهذا أيضاً مؤشر غير إيجابي إجمالاً.

أهم النتائج

ب - مجال المشاريع والمبادرات

من أهم النتائج في مجال المشاريع والمبادرات ، ما يلي :

ندرة في المشاريع التي تعزز القيم في التعامل مع المولى سبحانه .

التركيز على الأساليب التوعوية المباشرة في تعزيز القيم في أغلب المشاريع

عدم وجود معايير ومؤشرات واضحة لبناء المشاريع القيمية

عدم وجود أدوات قياس علمية مقننة لقياس مخرجات تلك المشاريع

كثير من المشاريع المطبقة يمكن أن تساهم في تعزيز رؤية 2030 م

هناك حراك قيمي في القطاع الحكومي من خلال الوزارات المختلفة وفي مقدمتها وزارة التعليم

هناك قلة وندرة في البرامج القيمية في مدن الأطراف مع تركيز وكثافة في المدن الرئيسية

هناك تفوق وزيادة في المشاريع القيمية المقدمة لفئة الإناث على حساب الذكور

أغلب المشاريع استهدفت المراحل العمرية المتقدمة من سن 14-25 سنة في حين لم تكن البرامج في مرحلة الطفولة بالقدر الكافي

الجهات داخل المملكة

ج - مجال الإنتاج الإعلامي القيمي

من أهم النتائج في مجال الإنتاج الإعلامي القيمي ، ما يلي :

برز التأثير الإعلامي القيمي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 54% متقدماً على كافة الوسائل الأخرى

أسلوب الحديث المباشر هو الأسلوب الأكثر شيوعاً في البرامج القيمية في حين ضعف وجود الدراما القيمية وغيرها من الأساليب الإعلامية الأخرى المعززة للقيم

الجانب التربوي في المضامين الإعلامية القيمية تقدم على سائر الجوانب الأخرى

محاكاة النماذج الواقعية أكثر الأساليب استخداماً في البرامج الإعلامية القيمية

ندرة أو ضعف عنصر الابتكار في البرامج الإعلامية القيمية

أغلب البرامج الإعلامية القيمية استهدفت المرحلة العمرية من 14-25 سنة في حين أن برامج الأطفال لم تحصل على اهتمام مناسب



رابعاً:

التوصيات العملية للمشروع

في كل وثيقة من وثائق المشروع حسب مجالاته تمت الإشارة إلى جملة من التوصيات والمقترحات ، لكن في هذا المخلص سيتم التركيز على أهم التوصيات في كل المجالات على وجه العموم ، يرى الفريق العلمي بأنها مهمة لإطلاق المراحل القادمة بعد هذا المشروع المبارك.

المحور الأول : التأهيل:

وفقاً لنتائج التحليل في قواعد البيانات ظهرت مشكلة التأهيل العلمي والعملية لتنفيذ المشاريع القيمة ولمعالجة هذه المشكلة يقترح الفريق العلمي عدة برامج وذلك على النحو التالي :

1. إعداد الدليل الإجرائي لتنفيذ المشاريع القيمة

وهو عبارة عن دليل عملي يشمل على :

أ – الكفايات اللازمة للقائمين على المشاريع القيمة

ب – الخطوات العملية لتنفيذ المشاريع القيمة

ج – أدوات قياس وتقويم المشاريع القيمة

د – قياس الأثر الاجتماعي للمشاريع القيمة

التوصيات العملية

2. إطلاق برنامج رخصة إدارة المشاريع القيمة لتأهيل الخبراء في مجال القيم وهو عبارة عن برنامج تدريبي مكثف يساهم في تزويد القائمين على المشاريع القيمة بالكفايات اللازمة لتنفيذ المشاريع بكفاءة وتميز

3. إطلاق جائزة المشاريع القيمة الإبداعية

وهي عبارة عن جائزة سنوية مخصصة للمشاريع والبرامج القيمة ، تمنح للفائزين وفق معايير وأدوات علمية محددة، وتشمل :

أ – الإنتاج الإعلامي القيبي

ب – الإنتاج العلمي (الأبحاث والدراسات)

ج – الإنتاج التطبيقي (المبادرات والمشاريع)

4. الملتقى السنوي للمشاريع القيمية

وهو عبارة عن لقاء سنوي للمهتمين بالقيم ، وذلك بهدف عرض برامجهم ومشاريعهم القيمية ، وتبادل الخبرات فيما بينهم ، ويتسم الملتقى بالواقعية وعرض النماذج الحية والتطبيقية بعيداً عن التنظير والدراسات

5. إصدار المجلة العلمية في الأبحاث القيمية التطبيقية

إطلاق مجلة علمية متخصصة في مجال الأبحاث القيمية التطبيقية فقط من خلال التعاون مع إحدى الجامعات المحلية أو العربية المعتمدة في وزارة التعليم

6. الهاتف الاستشاري للمشاريع القيمية

عبارة عن آلية تواصل مباشرة مع الخبراء والمتخصصين في المجال القيمي ، من خلال الاستشارات المباشرة بين من يقوم على تنفيذ المشاريع والخبراء في هذا المجال

7. تنفيذ مشروع (PMO) في الجهات المهتمة بالقيم وتهدف إلى تأسيس فريق متخصص في القيم في كل كيان تربوي، يمثل مكتب إدارة المشاريع القيمية.

التوصيات العملية

المحور الثاني : الإنتاج الإعلامي

وفقاً لنتائج تحليل قاعدة البيانات للمشروع ، اتضح وجود عدة إشكاليات تحتاج إلى معالجة ، ولذلك يقترح الفريق العلمي لمعالجة هذه الإشكاليات ، فيما يلي :

1. إطلاق منصة إلكترونية تفاعلية (بوابة إلكترونية) تهدف البوابة إلى إظهار كل النتاج الإعلامي أمام المستخدمين بآليات تفاعلية مناسبة
2. إطلاق أطلس القيم في المملكة العربية السعودية ، وهي أول مبادرة تحدد الحراك القيمي في كل مناطق المملكة من خلال تطبيق إلكتروني ابتكاري
3. المسارات الإعلامية القيمية

وهي عبارة عن مبادرات إعلامية نوعية وفقاً لعدد المسارات من أهمها :

1. البرامج الكرتونية القيمية
 2. تصميم منصات إلكترونية لتقديم ألعاب مثل UNREAL ENGLISH UNIRY
 3. المقاطع القصيرة القيمية في وسائل التواصل الاجتماعي
 4. تحفيز المشاهير لنشر المقاطع الإعلامية القيمية
4. برنامج تدريبي متخصص لإعداد خبراء الإنتاج الإعلامي القيمي

التوصيات العملية

المحور الثالث : التمكين

أبرزت نتائج دراسة قاعدة البيانات الحاجة الماسة إلى وجود كيانات مستقلة أو مشتركة مع جهات أخرى ، ومن هنا يقترح الفريق العلمي بعض المشاريع تحقق التمكين في المجال القيمي :

1- إنشاء الكيانات المتخصصة في القيم

حيث يتم إعداد تصور لإنشاء كيانات متخصصة في القيم تغطي المناطق والجهات التي لا توجد بها جهات متخصصة

2- التحالفات (مشروع التجسير)

عقد تحالفات بين الجهات التربوية في المناطق المختلفة من خلال تنظيم إجرائي يساهم في تكاتف الجهود وتوزيع الفيات المجتمعية ونحوها

3. النمذجة :

نمذجة المشاريع القيمية الناجحة لكل فئة من فئات المجتمع (الأطفال – الشباب – النساء) وكذلك نمذجة في مجالات القيمية المختلفة. ويحسن الإشارة إلى أن جميع ما ذكر من التوصيات العملية لدى بيت الخبرة قيم تصور مكتمل عن كل مشروع مقترح ويمكن تقديمه بشكل مفصل لأي جهة راغبة في دعمه.

الخاتمة

في خاتمة هذا الملخص التنفيذي فإن الفريق العلمي بيت الخبرة قيم يشكر المولى سبحانه على التوفيق للانتهاء من هذا العمل المبارك النوعي ، كما يسرنا شكر مؤسسة الحصيني الخيرية على مبادرتها لدعم المشروع .
ونسأل الله أن يجعل العمل خالصاً لوجهه ، موجباً لرضوانه سبحانه ، وأن يكون هذا المشروع خارطة الطريق وبوصلة الاتجاه لكل من يعمل في المجال القيمي.
والله الهادي إلى سواء السبيل ...

المشرف العام على المشروع
د . فؤاد بن صدقة مرداد

