

التأثيرات غير المرغوبة لتعرض الأطفال للأغاني الشعبية

أ.د. فائق عبدالرحمن محمد الطنباري
 أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس عميد معهد الإعلام وفنون الاتصال بالسادس من أكتوبر سابقا
 أ.د. وائل اسماعيل حسن عبدالباري
 أستاذ الإعلام كلية البنات للآداب والعلوم والتربية جامعة عين شمس
 أسماء حلمي محب حجاب مصطفى

الملخص

تهدف الدراسة إلى التعرف على التأثيرات غير المرغوبة لتعرض الأطفال للأغاني الشعبية على اليوتيوب، وتتضمن التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، والتأثيرات السلوكية الغير مرغوبة الناتجة من تعرض الأطفال للأغاني الشعبية.

وتتنمى هذه الدراسة للدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج المسح الإعلامي، وتتمثل عينة الدراسة التحليلية في تحليل بعض الأغاني الشعبية على اليوتيوب عددها ٣٠ أغنية وتعتمد على عينه قوامها ٣٥٠ مفردة في المرحلة العمرية من (١٢- ١٥) سنة، وتعتمد الدراسة على أداة صحيفة تحليل مضمون واستمارة استبيان من إعداد الباحثة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الأطفال عينة الدراسة للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب وبين تأثيراتها المعرفية عليهم، حيث بلغت قيمة (R) ٠,٢١٤١ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستويات الدلالة ٠,٠١ مما يدل على صحة الفرض الأول، ووجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الأطفال للدراسة للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب وبين تأثيراتها على سلوكياتهم، حيث بلغت قيمة (R) ٠,١٢٩٦ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستويات الدلالة ٠,٠٥ مما يدل على صحة الفرض الثاني، وعدم وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الأطفال "عينة الدراسة" للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب وبين تأثيراتها على وجدانهم، حيث بلغت قيمة (R) ٠,٠٥٧٠٨١ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، مما يدل على عدم صحة الفرض الثالث، وأن نسبة من يستخدمون موقع اليوتيوب (دائماً) من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤٣,٧%، وبلغت نسبة من يستخدمون موقع اليوتيوب بصفة غير منتظمة (أحياناً) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٥٤,٣%، بينما بلغت نسبة من (لا) يستخدمون موقع اليوتيوب من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢,٠%.

The undesirable effects of children's exposure to popular songs

The study aims to identify the undesirable effects of children's exposure to popular songs on YouTube, including the cognitive effects, emotional effects, and unwanted behavioral effects of children's exposure to popular songs.

This study belongs to the descriptive studies and is based on the methodology of the media survey. The sample of the analytical study is the analysis of some of the popular songs on Youtube, which are (30) songs and based on the eye 350 single in the age range of (12- 15) years, and depend on A study on newspaper content analysis tool and questionnaires prepared by the researcher.

The study reached a number of results, the most important of which are, There is a significant positive correlation between the rate of exposure of children "sample" of popular songs and festivals on the site of YouTube and their cognitive effects, where the value of (R) 0.2141 ** which is a statistical value at the levels of significance of 0.01. The existence of a positive correlation between the children of the study sample of popular songs and festivals on the site of YouTube and their effects on their behavior. The value of (R) is 0.1296, The absence of a positive correlation between the children of the "sample of the study" of the popular songs and festivals on the site of YouTube and its effects on their conscience, where the value of (R) 0.057081 which is not statistically significant at any level of significance, Hypothesis, The percentage of those who use YouTube (always) of the total sample of the study sample was 43.7%, and the percentage of those who use YouTube YouTube (irregular) of the total vocabulary of the study sample 54.3%, while the proportion of (not) use the site YouTube YouTube of the total vocabulary of the study sample 2.0%.

بنسبة ٦١,٥% يليه في الترتيب الثاني المضمون العاطفي بنسبة ٣١,٣% يليه في الترتيب الثالث الأغاني الدينية بنسبة ٣,٧% يليه في الترتيب الرابع الأغاني التراثية بنسبة ٢,٠٩% يليه في الترتيب الأخير الأغاني الوطنية ١,٢٥%.

٢. دراسة نشوى عبدالعاطي عبدالوهاب بوبكر^(٩) عن "علاقة مشاهدة المراهقين من (١٥- ١٧) سنة للأغاني الشعبية على اليوتيوب بمنظومة القيم لديهم" (٢٠١٦)، وقد استهدفت الدراسة التعرف على مانتضمنه الأغاني الشعبية المعروضة على اليوتيوب من قيم ومعرفة تأثير الأغاني الشعبية المعروضة على اليوتيوب على بعض القيم لدى عينة من المراهقين، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح، اعتمدت على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من المراهقين تتراوح أعمارهم من (١٥- ١٧) سنة في محافظة بنى سويف، واستخدمت استمارة استبيان وتحليل مضمون. ومن أهم نتائج الدراسة أن الدراسة أثبتت وجود علاقة سلبية بين مشاهدة المراهقين للأغاني المعروضة على اليوتيوب ومنظومة القيم لديهم، وأشارت إلى أن نسبة من يرون أن القيم والسلوكيات المقدمة من خلال الأغاني الشعبية تؤثر على قيمهم الشخصية دائما بلغت ٢٣,٦٤% وبلغت نسبة من يرون أن القيم والسلوكيات المقدمة من خلال الأغاني الشعبية يمكن أن تؤثر على قيمهم الشخصية أحيانا ٧٠% بينما بلغت نسبة من يرون أن القيم والسلوكيات المقدمة من خلال الأغاني الشعبية يمكن أن لا تؤثر على قيمهم الشخصية بنسبة ٦,٣٦%، وجاءت أنواع القيم كسلوكيات سلبية في أغلب تكرارات الأغنية الشعبية محل التحليل في المرتبة الأولى، يليها في الترتيب الثاني القيم الإيجابية، بينما في الترتيب الثالث كانت القيم غير واضحة.

٣. دراسة شيرين محمد بالمنعم خليفة خليفة^(٩) عن "صورة الجيش المصرى كما تكسها الأغاني المقدمة على اليوتيوب وعلاقتها بصورته الذهنية لدى المراهقين" (٢٠١٥) وقد استهدفت هذه الدراسة التعرف على ملامح صورة الجيش المصرى في الأغاني المقدمة على موقع اليوتيوب والكشف أيضا عن العلاقة بين الصورة الإعلامية المقدمة عن الجيش المصرى في الأغاني عينة الدراسة والصورة الذهنية المتكونة لدى المبحوثين عن الجيش المصرى، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، استخدمت منهج المسح الإعلاني بشقيه التحليلي والميداني اعتمدت على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة استخدمت تحليل المضمون واستمارة استبيان. ومن أهم نتائج الدراسة أن نسبة ٧٣,٧٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة يشاهدون الأغاني التي تعكس صورة الجيش المصرى على موقع اليوتيوب موزعة بين ٧٠% ذكور من إجمالي مفردات عينة الذكور، مقابل ٧٧,٥% إناث من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت المقاطع "العنانية والموسيقية" في الترتيب الثاني من حيث كونها أكثر مقاطع الفيديو التي يفضل المبحوثون مشاهدتها على موقع اليوتيوب، وأكدت نتائج الدراسة الميدانية أن العبارات التي تعكس صورة إيجابية عن الجيش المصرى حصلت على النسب الأعلى مما يعكس إيجابية الصورة التي يكونها المبحوثون الذين يشاهدون الأغاني عينة الدراسة عن الجيش المصرى.

٤. دراسة نادية عبدالمجيد مدين^(٨) عن "فاعلية استخدام أغاني الأطفال في التكيف الاجتماعي للأطفال ذوى الإعاقة الذهنية البسيطة" (٢٠١٥) والتي استهدفت التعرف على مدى فاعلية استخدام أغاني الأطفال في التكيف الاجتماعي للأطفال ذوى الإعاقة الذهنية البسيطة، تستخدم الدراسة المنهج التجريبي وبلغت عينة الدراسة ٢٢ مفردة من الأطفال ذوى الإعاقة الذهنية البسيطة وتتراوح أعمارهم من (٧- ١٢) سنة، واستخدمت استمارة جمع البيانات ومقياس السلوك التكيفي، ومن أهم نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والقياس البعدى على مقياس السلوك التكيفي بأبعاده الخمسة على المجموعة التجريبية لصالح القياس البعدى على مقياس السلوك التكيفي بأبعاده الخمسة على المجموعة التجريبية لصالح القياس البعدى عند مستوى معنوية اقل من ٠,٠٥ وبناء على ذلك يتم قبول الفرض السابق.

تعلم الأغاني الشعبية دورا هاما وبارزا في حياة الشعوب و باعتبار أن الأغنية الشعبية مرتبطة بدورة حياة الانسان وبأغلب مناسباته سواء دينية أو قومية فهي تستوعب قطاعات كبيرة من الناس، ولدى مختلف الشعوب تطرح ضمن موضوعاتها هموم الإنسان وطموحاته لتحقيق حياة خالية من الملل والأحزان، فهي لم تنشأ من أجل الاستمتاع والتسلية في أوقات الفراغ فقط، وإنما تساهم في التحفيز على العمل والإنتاج وإشباع الحاجات الروحية النفسية للإنسان.^(٩)

ومع تطور الأغنية الشعبيه وانتشارها نجد أن الأطفال يجذبون إليها بشكل كبير جدا ويرددونها بما فيها من ألفاظ خادشة للحياء ويستمررون في ترديد تلك الألفاظ في يومهم لأنها كلمات موجودة في أغنية شعبية تبت وتذاع في كل مكان فلقد أصبنا نعيش في عصر الحرية الإباحية ونجد ذلك في ظل غياب أغاني الأطفال الخاصه بهم على الساحة فنجد أن الأغنية الشعبية تستمد وجودها من الإطار الثقافي الذي يعيش فيه الناس فهي تعبر عن أحوالهم وظروفهم الإجتماعية كالمعاناة من الحياة كما في أغنية كتاب حياتي لحسن الأسمر أو أغنية أخرى تصف الحياة بشكل جديد مثل أغنية زحمة يادنيا زحمة للمطرب أحمد عدوية وتعبر عن الحياة الإقتصادية والثقافية والسياسية أيضا أو نقد النساء بشكل ساخر.

مشكلة الدراسة:

تتلخص مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي ما التأثيرات غير المرغوبة التي يكتسبها المبحوثين من تعرضهم للأغاني الشعبية على اليوتيوب؟ و يبنثق عن هذا التساؤل بعض الأسئلة الفرعية الآتية:

١. لماذا يتعرض الأطفال عينة الدراسة لهذه النوعية من الأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube؟
٢. مع من تتشاهد الأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على التأثيرات غير المرغوبة التي تتركها الأغاني الشعبية لدى الأطفال في المرحلة العمرية من (١٢- ١٥) سنة.

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من محاولة الكشف عن التأثيرات الغير مرغوبة التي تتركها الأغاني الشعبية لدى الأطفال من (١٢- ١٥) سنة ونتيجة لقلّة الدراسات السابقة التي تناولت الأغاني الشعبية والمهرجانات فمعظم الدراسات كانت عن الأغاني المصورة المقدمة للأطفال من خلال التلفزيون.

الدراسات السابقة:

١. دراسة سعاد محمد بدير محمد^(٩) عن "القيم المتضمنة في الأغاني الشعبية بالقنوات الفضائية الغنائية وتأثيرها على الجمهور المصرى" (٢٠١٦): استهدفت الدراسة التعرف على القيم المتضمنة في الأغاني الشعبية بالقنوات الفضائية واعتمدت على منهج المسح بشقيه وهي من الدراسات الوصفية واستخدمت عينة قوامها ٤٥٠ مفردة من سن (١٥- ٥٥) سنة، من أهم نتائج الدراسة أن السلوكيات السلبية المتضمنة بالأغاني الشعبية جاءت في الترتيب الأول حيث بلغ تكررها ٨٤٤، حيث احتل سلوك ألفاظ غير لائقة وتدنى الذوق العام في الترتيب الأول بنسبة ٢٢,٢% و يليه سلوك الإعتماد على مظاهر الإثارة في الترتيب الثاني بنسبة ١٥,٥% ثم سلوك شرب الخمر والمخدرات والتدخين في الترتيب الثالث بنسبة ١٠,٦% ثم جاء الرقص بالسلح في الترتيب الرابع بنسبة ٨,١%، وجاءت القيم الإيجابية المتضمنة في الأغاني المعروضة بالقنوات الفضائية الغنائية في الترتيب الثاني حيث بلغ تكررها ٧١٣، حيث جاءت قيمة النصح والإرشاد في الترتيب الأول بنسبة ١٣,٣% يليها قيمة الصبر في الترتيب الثاني بنسبة ٧,٩% ثم في المرتبة الثالثة جاءت قيمة الحب بنسبة ٧,٢% يليها في الترتيب الرابع قيمة الرحمة ٦,٧% يليها قيمة الإخلاص والقناعة في الترتيب الخامس بنسبة ٥,١%، وأشارت النتائج لإرتفاع نسبة المضمون الإجتماعى حيث جاء في الترتيب الأول

المعلومات والمعارف التي يحصل عليها الفرد عن الآخرين تكون دقة الصورة الذهنية التي يكونها عنهم.

٢. التأثيرات الوجدانية Affective Dimension: يقصد بهذا البعد الميل لموضوع أو لشخص ما أو كرهه، إذ أن الصورة الذهنية تتأثر بالمشاعر والعواطف، ويرتبط هذا البعد بالبعد المعرفي، حيث تؤثر المعلومات المدركة في مدى قبولنا أو رفضنا للأشياء.^(٧)

٣. التأثيرات السلوكية Behavioral Dimension: يظهر هذا البعد في ممارسة بعض السلوكيات سواء كانت مباشرة و ظاهرة مثل (تقليد بعض حركات المطربين أو لبس بعض ملابسهم أو إكسسواراتهم)، أو سلوكيات باطنة مثل (التقييم السلبي أو الإندراء).^(٨) ويعرف المعجم التعليم والتعلم التأثيرات بأنها فاعلية العامل المؤثر وتحقيقه للنتائج الموضوعية له.^(٩)

نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج المسح الإعلامي.

متغيرات الدراسة:

١ المتغير المستقل: يتمثل في تعرض الأطفال للأغاني الشعبية على موقع اليوتيوب Youtube.

٢ المتغير التابع: يتمثل في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الغير مرغوبة.

حدود الدراسة:

١ الحدود الموضوعية: متمثلة في الدور الذي تقوم به الأغاني الشعبية التي تعرض على اليوتيوب وتأثيراتها غير المرغوبة على الأطفال.

٢ الحدود الزمانية: طبقت الدراسة في الفترة الزمنية من بداية شهر يناير ٢٠١٧ حتى نهايتها.

٣ الحدود المكانية: تم تطبيق الدراسة للتعرف على التأثيرات غير المرغوبة لتعرض الأطفال للأغاني الشعبية على اليوتيوب وذلك في محافظة القليوبية.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في بعض الأغاني الشعبية التي يتعرض لها الأطفال على موقع اليوتيوب Youtube، وتمثل عينة الدراسة من الأطفال من سن (١٢-١٥) وعددهم ٣٥٠ مفرد.

أدوات الدراسة:

تعتمد الدراسة على أداة استمارة استبيان، والتي قامت الباحثة بإعدادها، حيث تم استخدامها في الإجابة على تساؤلات الدراسة، والتحقق من صحة الفروض.

نتائج الدراسة:

١ مدى استخدام الأطفال عينة الدراسة لموقع اليوتيوب Youtube:

جدول (١) مدى استخدام الأطفال عينة الدراسة لموقع اليوتيوب وفقا للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي
	ك	%	ك	%	
مدى الاستخدام					
دائما	٨٢	٤٦,١	٧١	٤٦,٣	١٥٣
أحيانا	٩٣	٥٢,٢	٩٧	٥٦,٤	١٩٠
لا	٣	١,٧	٤	٢,٣	٧
الإجمالي	١٧٨	١٠٠	١٧٢	١٠٠	٣٥٠

قيمة كا^٢ ٠,٩١٥ درجة الحرية ٢ معامل التوافق = ٠,٠٥١ مستوى الدلالة غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون موقع اليوتيوب Youtube (دائما) من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤٦,٣%، موزعة بين ٤٦,١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٦,٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمون موقع اليوتيوب Youtube بصفة غير منتظمة (أحيانا) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٥٤,٣% موزعة بين ٥٢,٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٦,٤% من إجمالي مفردات عينة

٥. دراسة Jan Van Den Bulck and Katheen Beullens^(١١) عن "التعرض للتلفزيون والأغاني المصورة وإرتفاع استخدام المراهقين للكحول" (٢٠٠٥) واستهدفت الدراسة اختبار العلاقة بين مشاهدة التلفزيون والأغاني المصورة وبين معدل استهلاك الكحول لدى عينة عشوائية من المراهقين، اعتمدت الدراسة على عينة قوامها ١٦٤٨ من طلبة المرحلة الثانوية في كل من فلوريدا وبلجيكا مقسمين إلى ٥٤,٦% للذكور و ٥٤,٤% للإناث، اعتمدت الدراسة على الاستبيان، وتعد هذه الدراسة من الدراسات المتابعة وامتدت على مرحلتين الأولى في فبراير ٢٠٠٣، والثانية في فبراير ٢٠٠٤، ومن أهم نتائج الدراسة أن أكثر من ثلث العينة بنسبة بلغت ٣٥,٦% بأنهم يشاهدون الأغاني المصورة بصفة يومية في حين أشار ٦٣,٣% من العينة يشاهدونها على الأقل عدة مرات في الأسبوع، وجدت اختلافات ملحوظة في معدل استهلاك الكحول تختلف باختلاف النوع والمرحلة العمرية لعينة الدراسة، ويزداد معدل الاستهلاك بزيادة مشاهدة التلفزيون والأغاني المصورة فلا يمكن اعتبار ذلك برهان قاطع على وجود علاقة سببية بل تعطي دعما على أن مشاهدة التلفزيون بوجه عام، والأغاني المصورة بشكل خاص قد تشجع المراهقين على استهلاك الكحول وتحفز لديهم الدافع لشرب الكحول عموما.

٦. دراسة Debashis Deb Aikat^(١٢) عن "تدفق أنواع العنف البصري في الاغاني المصورة عبر شبكة الانترنت" (٢٠٠٤)، واستهدفت هذه الدراسة قياس العنف المجدد في الأغاني المصورة في أربعة مواقع الكترونية لشبكات الموسيقى التلفزيونية هي BET.com و Country.com و VH-1.com و MTV.com واعتمدت على عينة قوامها ٩٥١ أغنية مصورة التي بثت في الفترة ما بين ٧ يوليو حتى ٩ يوليو ٢٠٠١ من الساعة الواحدة حتى الخامسة بعد الظهر بهدف تحديد أكثر الأنواع الموسيقية عنفا بالإضافة إلى تحديد طبيعة أفعال العنف ومدتها والقائم بها في الأغاني المصورة على شبكة الإنترنت معتمدا على مدخل Cross Disciplinary، ومن أهم نتائج الدراسة وجود ١٨٥ فعلا للعنف بنسبة ١٦,٤% من إجمالي عينة الدراسة وهذا يعني وجود فعل عنف كل خمس أغاني مصورة تم تحليلها، واحتل موقع MTV الترتيب الأول من حيث تقديم العنف بنسبة ٦٢% يليه موقع BET.com بنسبة ١٦% كما وجد أن موسيقى Hard Rock كانت من أكثر الأنواع الموسيقية التي تحتوي على مستويات عالية من العنف بنسبة ٧٢% يليها موسيقى Rap/ Hip Hop بنسبة ٤٧% من إجمالي أفعال العنف المقدم في عينة الدراسة.

التعريفات الإجرائية:

١ الأغنية الشعبية: المقصود هنا الأغنية الشعبية المنتشرة في الآونة الأخيرة على اليوتيوب. وتعرف الاغنية الشعبية إجرائيا بأنها عبارة عن تداخل الكلمات والعبارات الغير مفهومة مع بعضها البعض والتي لم تؤدي إلى الوصول إلى فكرة أو هدف في النهاية فبعضها يؤدي إلى الإسفاف في التعبير والتلاعب بالألفاظ الغير مفهومة وتنتقل عن طريق الرواية الشفهية ومرتبطة بالمناسبات المختلفة للفرد وتعبر عن إحساسه وتجعله يعيش في عالم آخر غير الذي يعيش فيه ويكون فيها بعض القيم والسلوكيات السلبية التي يكتسبها الأطفال. وهي تستخدم كلمات شائعة سهلة وبسيطة يسهل حفظها من قبل الأطفال.

٢ التأثيرات: هي القدرة على إحداث تغيير في الآخرين هذا التغيير إما أن يرقى إلى أعلى مستويات البناء الإنساني ليكون على مستوى الروح وذلك يجعل التغيير أرسخ وأعمق وأثبت ويحدد مستويات التأثير قوة مصدر التأثير ورغبة التأثير.^(١٣) وهي إما تأثيرات (معرفية، وجدانية، سلوكية).

١. التأثيرات المعرفية^(١٤) Cognitive Dimension: يقصد بهذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعا أو قضية أو شخص ما، وتعتبر هذه المعلومات هي الأساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين وعن الموضوعات والقضايا المختلفة، وبناء على دقة

وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٨٢ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع (ذكور- إناث) ومدى مشاهدة الأطفال (إجمالي مفردات عينة من يستخدمون موقع اليوتيوب Youtube) للاستماع للأغاني الشعبية والمهرجانات عليه.

معدل تعرض الأطفال عينة الدراسة للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube:

جدول (٣) معدل تعرض الأطفال عينة الدراسة للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي
	ك	%	ك	%	
معدل الاستماع	٤٥	٢٧,٣	٣٢	٢٠,٣	٧٧
أقل من ساعة	٧٢	٤٣,٦	٥٧	٣٦,١	١٢٩
من ساعة إلى ساعتين	٤٨	٢٩,١	٦٩	٤٣,٧	١١٧
ساعتين فأكثر	١٦٥	١٠٠	١٥٨	١٠٠	٣٢٣
الإجمالي					

قيمة كا^٢ ٧,٥٦٠ درجة الحرية ٢ معامل التوافق = ٠,١٥١ مستوى الدلالة * عند ٠,٠٥. تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستمعون إلى الأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube (أقل من ساعة) من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٢٣,٨%، موزعة بين ٢٧,٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٠,٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستمعون إلى الأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube (من ساعة إلى ساعتين) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٩,٩% موزعة بين ٤٣,٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٦,١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستمعون إلى الأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube (ساعتين فأكثر) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٦,٢% موزعة بين ٢٩,١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٣,٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية ٢، وجد أنها ٧,٥٦٠ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,١٥١ تقريباً مما يؤكد على وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع (ذكور- إناث) ومعدل استماع الأطفال (إجمالي مفردات عينة من يستخدمون موقع اليوتيوب) للاستماع للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع Youtube.

م أهم أسباب تعرض الأطفال عينة الدراسة للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube:

جدول (٤) أهم أسباب تعرض الأطفال عينة الدراسة للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube وفقاً للنوع.

الأسباب	النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	قيمة (Z)	الدلالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
كلماتها	٣٧	٢٢,٤	٥٧	٣٦,١	٩٤	٢٩,١	١,٢٢٦	غير دالة	٥	
ألحانها	٦٠	٣٦,٤	٥٩	٣٧,٣	١١٩	٣٦,٨	٠,٠٨٧	غير دالة	٢	
الفيديو كليب الخاص بها	٥٨	٣٥,٢	٣٧	٢٣,٤	٩٥	٢٩,٤	١,٠٥٤	غير دالة	٤	
المطرب	٣٥	٢١,٢	٣٨	٢٤,١	٧٣	٢٢,٦	٠,٢٥٥	غير دالة	٦	
تغير الحالة المزاجية بالنسبة لي	٥٣	٣٢,١	٥٩	٣٧,٣	١١٢	٣٤,٧	٠,٤٦٩	غير دالة	٣	
تعدت على سماعها	٧٤	٤٤,٨	٥٦	٣٥,٤	١٣٠	٤٠,٢	٠,٨٤٤	غير دالة	١	
جملة من سئلوا			١٦٥		١٥٨		٣٢٣			

عينة يستمعون للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube، موزعة بين ٣٦,٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٧,٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٠٨٧ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثالث "تغير الحالة المزاجية بالنسبة لي"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٤,٧% من إجمالي عينة من يستمعون للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube موزعة بين ٣٢,١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٧,٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٤٦٩

الإناث، بينما بلغت نسبة من (لا) يستخدمون موقع اليوتيوب Youtube من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٠% موزعة بين ١٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٣,٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية ٢، وجد أنها ٠,٩١٥ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٥١ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع (ذكور- إناث) ومدى استخدام الأطفال (إجمالي مفردات عينة الدراسة) لموقع اليوتيوب Youtube.

م مدى مشاهدة الأطفال عينة الدراسة للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube:

جدول (٢) مدى مشاهدة الأطفال عينة الدراسة للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي
	ك	%	ك	%	
مدى المشاهدة	٧٠	٤٠,٠	٥٤	٣٢,١	١٢٤
دائماً	٩٥	٥٤,٣	١٠٤	٦١,٩	١٩٩
أحياناً	١٠	٥,٧	١٠	٦,٠	٢٠
لا	١٧٥	١٠٠	١٦٨	١٠٠	٣٤٣
الإجمالي					

قيمة كا^٢ ٢,٣٢٩ درجة الحرية ٢ معامل التوافق = ٠,٠٨٢ مستوى الدلالة غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يشاهدون الأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube (دائماً) من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٣٦,٢%، موزعة بين ٤٠,٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٢,١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يشاهدون الأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube بصفة غير منتظمة (أحياناً) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٥٨,٠% موزعة بين ٥٤,٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦١,٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من (لا) يشاهدون الأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٥,٨% موزعة بين ٥,٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦,٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية ٢، وجد أنها ٢,٣٢٩

م أهم أسباب تعرض الأطفال عينة الدراسة للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube:

جدول (٤) أهم أسباب تعرض الأطفال عينة الدراسة للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube وفقاً للنوع.

الأسباب	النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	قيمة (Z)	الدلالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
كلماتها	٣٧	٢٢,٤	٥٧	٣٦,١	٩٤	٢٩,١	١,٢٢٦	غير دالة	٥	
ألحانها	٦٠	٣٦,٤	٥٩	٣٧,٣	١١٩	٣٦,٨	٠,٠٨٧	غير دالة	٢	
الفيديو كليب الخاص بها	٥٨	٣٥,٢	٣٧	٢٣,٤	٩٥	٢٩,٤	١,٠٥٤	غير دالة	٤	
المطرب	٣٥	٢١,٢	٣٨	٢٤,١	٧٣	٢٢,٦	٠,٢٥٥	غير دالة	٦	
تغير الحالة المزاجية بالنسبة لي	٥٣	٣٢,١	٥٩	٣٧,٣	١١٢	٣٤,٧	٠,٤٦٩	غير دالة	٣	
تعدت على سماعها	٧٤	٤٤,٨	٥٦	٣٥,٤	١٣٠	٤٠,٢	٠,٨٤٤	غير دالة	١	
جملة من سئلوا			١٦٥		١٥٨		٣٢٣			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب تعرض الأطفال عينة الدراسة للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول من هذه الأسباب "تعدت على سماعها"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٠,٢% من إجمالي عينة من يستمعون للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube، موزعة بين ٤٤,٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٥,٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٨٤٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني "ألحانها"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٦,٨% من إجمالي

٤. شيرين محمد عبدالمنعم خليفة خليفة. "صورة الجيش المصرى كما تعكسها الاغانى المقدمة على اليوتيوب وعلاقتها بصورته الذهنية لدى المراهقين"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة)، ٢٠١٥.
٥. عاطف مصطفى على. مجلة علوم وفنون الموسيقى، المجلد ١٦، يونيو. الجزء ثانى. (القاهرة: ٢٠٠٧). ص ٧٠.
٦. مجدى عزيز ابراهيم. معجم المصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلم، ط١، (القاهرة: عالم الكتب)، ٢٠٠٩، ص ١٤١.
٧. ميرال مصطفى عبدالفتاح. صورة العرب فى الفضائيات الإخبارية الأجنبية، (القاهرة: دار العالم العربى)، ٢٠١٣.
٨. نادية عبدالمجيد بيومى مدين. "فاعلية استخدام أغاني الأطفال فى التكيف الاجتماعى للأطفال ذوى الإعاقة الذهنية البسيطة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة)، ٢٠١٥.
٩. نشوى عبدالعاطى عبدالوهاب ابوبكر. "علاقة مشاهدة المراهقين (١٥- ١٧) سنه للأغانى الشعبية على اليوتيوب بمنظومة القيم لديهم"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة)، ٢٠١٦.
10. Debashis Deb Aikat; "Streaming violent Genres on- line; visual images in music videos on BET.com, country.com, MTV.com and VH-1.com, **Popular music and society**, Vol. 27, no2, June, pp221- 240.2004.
11. Jan Van Den Bulck and Katheen Beullens; Television and Music Video Exposure and Adolescent, alcohol use while going out, **Alcohol and Alcoholism**, Vol 40, No3.2005.
12. <http://www.manaraty.com/eju/>, 14/ 5/ 2014.

وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الرابع "الفيديو كليب الخاص بها"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٩,٤% من إجمالى عينة من يستمعون للأغانى الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube موزعة بين ٣٥,٢% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٢٣,٤% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ١,٠٥٤، وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الخامس "كلماتها"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٩,١% من إجمالى عينة من يستمعون للأغانى الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube موزعة بين ٢٢,٤% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٣٦,١% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ١,٢٢٦، وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب السادس "المطرب"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٢,٦% من إجمالى عينة من يستمعون للأغانى الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب Youtube، موزعة بين ٢١,٢% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٢٤,١% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٢٥٥، وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

خاتمة الدراسة:

فى ختام هذه الدراسة يتضح أن الأغانى الشعبية لها دور كبير فى حياة الأطفال حيث أظهرت نتائج الدراسة تأثير الأغانى الشعبية غير المرغوبة (معرفياً، وسلوكياً) على الأطفال، فيجب الاهتمام بها واعدادها جيداً، وفى ذات السياق فإنه من الضروى ألا يتم ترك الأطفال يشاهدون مضامين تلك الأغانى الشعبية دون قيام الأهالى بالمتابعة والرقابة، فعلى الرغم مما تقدمه بعض الأغانى الشعبية من مضامين هامة إلا أن هناك بعض القيم والسلوكيات السلبية تقدم من خلال تلك الأغانى الشعبية، وبالتالي تسليم عقول أطفالنا لتلك الأغانى الشعبية به شئ من الخطورة مما يستدعى ضرورة مراجعة آلية استخدامهم للأغانى الشعبية المعروضة على موقع اليوتيوب Youtube.

مقترحات الدراسة:

توصى الدراسة بما يلي:

١. تقديم مزيد من الدراسات حول الأغانى الشعبية، من أجل التعرف على أهداف تلك الأغانى، وطبيعتها، وسمات الشكل والمضمون، ورصد أوجه التميز والقصور بها.
٢. عمل مزيد من الدراسات المتعمقة حول تعرض الأطفال للأغانى الشعبية وربطها بمتغيرات إعلامية أخرى، للتعرف على تأثير وسائل الإعلام فى تنمية وغرس القيم والسلوكيات الحميدة لدى النشء تحديداً، بوصف تلك المرحلة هى الأهم فى تكوين شخصيات الأطفال.

المراجع:

١. أيمن منصور ندا. الصورة الذهنية والإعلامية: عوامل تشكيل واستراتيجيات التغيير: كيف يرانا الغرب؟، (المدينة برس: ٢٠٠٤).
٢. سعاد محمد بدير محمد. "القيم المتضمنة فى الأغانى الشعبية بالقنوات الفضائية الغنائية وتأثيرها على الجمهور المصرى"، ماجستير غير منشورة، (كلية الإعلام: جامعة الأزهر)، ٢٠١٦.
٣. شادن نصير. صورة الشرطة عند الجمهور: الصورة الذهنية والرأى العام، (القاهرة: ايتراك للنشر والتوزيع)، ٢٠٠٤.