العنف في الإعلانات التليفزيونية وأثره على السلوك العدواني لعينة من الأطفال

د. أميرة عبدالعزيز العربى
أستاذ خدمة الجماعة المساعد المعهد العالى للخدمة الإجتماعية
د. زكريا إبراهيم الدسوقى
مدرس الإعلام معهد الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس
حنان عبدالمجيد العواك

الملخص:

يمكن بلورة المشكلة البحثية فى التساؤل التالي "ما أثر العنف فى الإعلانات التليفزيونية على السلوك العدوانى لعينة من الأطفال (٦- ٩) سنوات".

أهمية الدراسة:

ربما تساعد النتائج الاختصاصيين فى مجال تربية الطفل على تصميم برامج تدخلية لخفض السلوك العدوانى لدى الأطفال.

أهداف الدراسة:

الوقوف على أثر العنف فى الإعلانات التليفزيونية على السلوك العدوانى لعينة من الأطفال.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى تعتمد على منهج المسح الميدانى بشقية التحليلى والميدانى.

مجتمع وعينة الدراسة:

يمثل المجتمع البشرى فى هذه الدراسة جمهور الأطفال، تكونت عينة الدراسة من عشرين طفلاً وطفلة (١٠ ذكور، و١٠ إناث)؛ ممن تراوحت أعمارهم من ٦ إلى ٩ سنوات، وقد تم اختيارهم اختياراً عمدياً عشوائياً بسيطاً من مدرسة راجاك للغات بمدينة القاهرة.

أدوات الدراسة:

صحيفة الاستبيان، قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان للأطفال ممن تراوحت أعمارهم من ٦ إلى ٩ سنوات.

نتائج الدراسة:

أوضحت الدراسة أن الإعلانات التليفزيونية تحظى بنسبة مشاهدة عالية لدى الأطفال عينه الدراسة، كما أكدت الدراسة على وجود علاقة بين كثافة مشاهدة الإعلانات التليفزيونية وزيادة نسبة العنف لدى الأطفال. كما يعتمدالأطفال على أفكار الإعلانات التى يشاهدونها للتصرف فى المواقف التى يتعرضون لها فى الحياة وبالتالى يجب توجيه القائمين عليها لضرورة الاهتمام بمضمون هذه الإعلانات من أجل تقليل مشاهد العنف التى ثبت أثرها على الأطفال من خلال هذه الدراسة.

المقدمة:

يلعب التليفزيون دوراً كبيراً فى تكوين شخصية الطفل وتشكيل علاقاته بالآخرين؛ حيث أصبح امتداداً لدور التنشئة الاجتماعية. كما يعد الطفل من الفئات الأكثر تقبلاً لما يقدمه التليفزيون وسريع التأثر به، وتتضاعف خطورة التأثير المحتمل لمشاهدة العنف التليفزيونى للوقت الذى يقضيه فى مشاهدة التليفزيون.

ويشير مضمون معظم مشاهد العنف فى التليفزيون إلى أن القوة هى السبيل الوحيد لفض كل المنازعات، وتكمن الخطورة فى ذلك أن تقليد الطفل ما يراه ويعتبره صورة من صور الرجولة والشهامة.

حيث تسعى الدراسة الحالية للكشف عن أثر مشاهدة العنف فى الإعلانات التليفزيونية، وما يترتب على هذا من سلوك عدوانى لدى طفل المرحلة المتوسطة (٦- ٩) سنوات.

مشكلة الدراسة:

أصبحت البرامج الحاوية على القتل والتدمير والضرب والسطو والهجوم على الشرطة وشتى أنواع العنف ظاهرة خطيرة ومريبة فى التليفزيون، وقد انتشرت انتشاراً سريعاً وكبيراً. ومما لا شك فيه أن هذه المشاهد لها أثرها الخطير فى نشوء السلوك العدوانى لدى الطفل، إضافة إلى هذا، أصبحت أفلام العنف تحقق رواجاً وسوقاً كبيراً؛ خاصة فى الدول النامية، ويفضل الطفل هذه الأفلام ويقبلون عليها ويعرفون أبطالها ويتأثرون بما يقدم من سلوكيات عنيفة وإثارة. ومن ثم، أصبح من الأهمية بمكان الكشف عن أثر العنف فى الإعلانات التليفزيونية على السلوك العدوانى لدى مجموعة من الأطفال ممن تراوحت أعمارهم من (٦- ٩) سنوات؛ حيث تعد هذه المرحلة النمائية، مرحلة الطفولة المتوسطة، ذات أهمية خاصة فى تشكيل المفاهيم والاتجاهات والقيم دون غيرها من المراحل النمائية الأخرى، وتتلخص مشكلة الدراسة فى التساؤل الرئيسى التالى ما أثر العنف فى الإعلانات التليفزيونية على السلوك العدوانى لعينة من الأطفال (٦- ٩) سنوات.

أهمية الدراسة:

ترى الباحثة أن النتائج التى سوف تسفر عنها الدراسة الحالية ربما تكشف لنا ما تبثه الإعلانات التليفزيونية من صور للعنف وما ترتب على هذا من توليد سلوك عدوانى لدى الأطفال ممن تتراوح أعمارهم من ٦ إلى ٩ سنوات، وهذا سوف يساعد القائمين على تصميم الإعلانات التليفزيونية من محاولة تقليل المضامين العنيفة داخل هذه الإعلانات حتى يؤدى هذا إلى تقليل أو تحجيم السلوك العدوانى لدى الطفل. إضافة إلى هذا، ربما تساعد النتائج الاختصاصيين فى مجال تربية الطفل على تصميم برامج تدخلية لخفض السلوك العدوانى لدى الأطفال.

أهداف الدراسة:

١. التعرف على معدل مشاهدة الأطفال للإعلانات التليفزيونية.
٢. الكشف عن العلاقة بين العنف فى الإعلانات التليفزيونية والسلوك العدوانى لدى الأطفال.

الإطار المعرفى للدراسة:

منذ أوائل الخمسينات ركزت معظم البحوث الخاصة بآثار وسائل الإعلام على التليفزيون كوسيلة، وعلى الطفل كجمهور مستهدف، والعنف كموضوع للدراسة، ويؤرخ عدد من الباحثين لأول توثيق مدعم بالحقائق ينشر عن العنف فى برامج التليفزيون فى عام ١٩٥٤. وكشفت عن احتواء الدراما التليفزيونية على كثير من العنف الذى يبدو متكرراً فى البرامج الموجهة للأطفال، ثم جاءت بعده دراسات Gerbner ومساعديه وكانت أكثر علانية وانتشاراً، غير أن البعض يرجعون بدايات الدراسات المهتمة برصد مدى تأثير العنف التليفزيونى على المشاهدين الصغار تحديداً إلى بداية الستينات ويتخذون من دراسة Bandura عام ١٩٦١ والتى تناولت تأثير مشاهد العنف على الأطفال البداية الحقيقية لهذه الدراسات وقد توصلت دراسة باندورا إلى تأثير اللقطات العنيفة المصورة على تصرفات الأطفال حيث تجعلهم أكثر عدوانية (إيزابيل بورديل، ١٩٩٤، ١٠٦)[٢].

وفى عام ١٩٦٨ شكل الرئيس الأمريكى جونسون اللجنة القومية لدراسة أسباب العنف وكيفية منع الجريمة فى الولايات المتحدة وقد عرض جانباً من تقريره فى كتاب ضخم صدر عام ١٩٦٩ تحت عنوان "العنف ووسائل الإعلام" Violence and the Media واشتمل هذا الكتاب على مقالات تربط بين العنف فى وسائل الإعلام والسلوك الاجتماعى الضار كما أشار التقرير إلى أن صور العنف فى التليفزيون تسيطر على خريطة البرامج (حوالى ٨٠%) من البرامج تتضمن أحداث عنف. كما أشار التقرير إلى أن العنف التليفزيونى هو الذى أسهم فى زيادة الاضطرابات فى الشوارع الأمريكية (حسين مكاوي؛ وليلى السيد، ١٩٩٨، ٣٥٩)[٥].

وفى الفترة من ١٩٦٩- ١٩٧٢ تولدت مناقشات سياسية حول العنف، وطلبت اللجان الحكومية من بعض علماء الاجتماع إجراء بحوث ودراسات تساعد فى توفير رؤى واضحة للعلاقة بين وسائل الإعلام والعنف الحقيقى فى المجتمعات، وتمثلت نتائج هذه الجهود البحثية فى مجموعة من التقارير الشاملة.

كذلك أسهم جورج جربنر بدراسات مهمة للعنف التليفزيوني؛ حيث قام بتحليل محتوى برامج التليفزيون الأمريكية لمعرفة حجم العنف المقدم على مدار الأسبوع، ولاحظ أن من كل عشرة برامج ترفيهية يوجد ثمانية برامج تحتوى على العنف، ويعرض التليفزيون ثمانية مشاهد عنف كل ساعة فى المتوسط، وأن ثلاثة أرباع الشخصيات التى تمارس العنف كانوا من الذكور من الطبقات الوسطى أو العليا فى المجتمع وأن أعلى نسبة عنف فى البرامج توجد فى الكارتون[٦].

هذا وقد وضع جورج جربنر وزملاؤه قاموس العنف Violence Index وهو عبارة عن أسلوب لحساب عدد مرات تكرار العنف فى التليفزيون من خلال مقياس يمكن تطبيقه على جميع البرامج (Gerbner, et al., 1980)[١٣]. ورغم العديد من التحذيرات، فإن نسبة العنف المقدمة فى برامج الأطفال الأمريكية وفقاً لإحصاءات عام ١٩٩٣ وصلت هذه النسبة إلى ٩٩,٩%، مما دفع الرئيس كلينتون إلى مطالبة القائمين على هذه البرامج، بضرورة التقليل من مشاهد العنف؛ لما لها من آثار سلبية على الأطفال. وكذلك أشار تقرير لهيئة الإذاعة البريطانية BBC إلى أن حادث اعتداء يقع فى بريطانيا كل خمس عشرة دقيقة بزيادة نسبتها ٥٠% من عام ١٩٩٢ وأن أكثر البرامج المثيرة للعنف هى البرامج المستوردة من الولايات المتحدة، وقد استجابت الحكومة البريطانية مؤخراً لتحذيرات العلماء، واتخذت عدة إجراءات للحد من التأثيرات السلبية لبرامج العنف على الأطفال، مثل خفض استيراد الأفلام من الولايات المتحدة، ووضع علامة أعلى الشاشة عند عرض الأفلام التى تحتوى على مشاهد عنف (سوزان القليني؛ وهبة الله السمري، ١٩٩٧، ٩٨)[٨]. ولعل ارتفاع نسبة العنف فى الأفلام الأجنبية المستوردة وخاصة الأمريكية أحد الأسباب التى تدفع بعض الشباب إلى تقليدها، والتعلق بأبطال هذه الأفلام ومحاكاة سلوكهم، حتى لو خالف ذلك قيم ومتطلبات حياتهم (صالح هندي، ١٩٩٠، ١٢٢)[٩]. ودراسة الرقابة الجنائية بمصلحة الأمن العام بوزارة الداخلية المصرية، والتى أشارت إلى أن معدلات الجريمة ارتفعت بشكل ملحوظ عام ١٩٨٥ وببحث أسباب هذه الجرائم، أشارت الدراسة إلى أن أفلام العنف المقدمة فى التليفزيون تساعد على شرح طرق ارتكاب الجريمة، وتؤثر بشكل سلبى على صغار السن والشباب مما يدفعهم إلى محاكاة ما يشاهدونه (عدلى رضا، ١٩٩٤، ٧٤)[١٠].

الدراسات السابقة:

- المحور الأول: دراسات تناولت أثر التليفزيون على سلوك الطفل:

١. دراسة توماس (١٩٨١)[١٧] Thomas: عن مدى إدراك الآباء لتأثير التليفزيون على أطفال المدرسة الابتدائية وإدراكهم لجوانب مشاهدة أطفالهم للتليفزيون. هدفت الدراسة إلى التعرف على كمية الوقت الذى يقضيه الأطفال فى مشاهدة التليفزيون، وكمية ونوعية العنف المعروض وتأثيره على الأطفال، وقدرة الأطفال على فهم المضامين الأخلاقية لما يرونه على شاشة التليفزيون، وتأثير مشاهدة التليفزيون على الأطفال، وأهمية مراقبة الوالدين وتفاعلهم مع ما يراه أبنائهم. ولإجراء الدراسة تم تصميم صحيفة استبيان بمساعدة مجموعة من الخبراء فى مجال التليفزيون ومن لهم علاقة بالطفل، مثل مجموعات من الآباء ومديرى التليفزيون التعليمى وممثلين لمحطات التليفزيون القومية التعليمية مثل ABC، NBC، CBC، وأطباء نفسيين للأطفال. وقد أشرفت عينة عشوائية من الآباء على تطبيق هذا الاستبيان. وتكونت العينة من ثلاثمائة من آباء وأمهات لأطفال المدرسة الابتدائية من ثلاثة مجتمعات فى ولاية ماساشونتيس. وحاولت الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية:

أ. هل الأمهات أم الآباء أكثر إدراكاً لتأثير مشاهدة التليفزيون على الأطفال؟

ب. هل كمية ما يشاهده الآباء من برامج التليفزيون لها علاقة بدرجة وعى الآباء بتأثير التليفزيون على الأطفال؟

ج. هل هناك اختلاف ملحوظ فى درجة وعى الأمهات لتأثير مشاهدة التليفزيون على الأطفال بالنظر إلى الوقت الذى تقضيه الأمهات فى العمل بعيداً عن المنزل؟

وتوصلت الدراسة إلى أن الآباء على وعى بتأثير التليفزيون على الأطفال، حيث توصل إلى أن ٨٤% من الآباء وافقوا على أن كمية الوقت الذى يقضيه الأطفال فى مشاهدة التليفزيون له علاقة بالتأثير عليهم، وإن ٨٣,٤% وافقوا على نوعية وكمية العنف المشاهد من قبل الأطفال، وأن ٩٠,٣% وافقوا على أن الآباء فى حاجة إلى أن يشرفوا على عادات مشاهدة أطفالهم للتليفزيون، ولابد أن يتفاعلوا معهم حول البرامج التى يشاهدونها معاً.

إضافة إلى هذا، كشفت الدراسة عن أن الأمهات أكثر وعياً من الآباء بتأثير التليفزيون على الأطفال، كما وجدت علاقة عكسية بين كمية الوقت الذى يقضيه الآباء فى مشاهدة التليفزيون وإدراكهم ووعيهم بتأثيره على أطفال المرحلة الابتدائية من التعليم، فقد تبين أنه كلما زاد وقت مشاهدة الآباء قلت استجاباتهم فى الاستبيان، كما وجد اختلافاً بسيطاً فى درجة الوعى بين الأمهات اللاتى يعملن

جزءاً من الوقت والأمهات غير العاملات، فالأمهات العاملات وقتاً طويلاً أقل إدراكاً لتأثير التليفزيون على الأطفال.

٢. دراسة جرير وآخرون (١٩٨٢)[١٤] Greer, et al.: عن آثار شكل الإعلان التليفزيونى وموقعه على الانتباه والسلوك الاجتماعى للأطفال. هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير شكل الإعلان وموقعه فى بداية ونهاية برامج التليفزيون على درجة انتباه الأطفال فضلاً عن التعرف على أثر محتوى الإعلان وطريقة عرضه على السلوك الاجتماعى للأطفال. وتكونت عينة الدراسة من (٦٤) طفلاً وطفلة، وجرى تقسيمهم بالتساوى إلى مجموعتين؛ إحدهما تجريبية والأخرى ضابطة، وبلغ متوسط العمر الزمنى للأطفال من (٤) إلى (٦) سنوات، وتم استخدام أسلوب الملاحظة كأداة لمتابعة سلوك الأطفال الاجتماعي؛ حيث قام الأطفال عينة الدراسة ذكوراً وإناثاً بمشاهدة الإعلانات التجارية التليفزيونية والتى تختلف فى شكلها وملامحها ومحتواها عن برامج التليفزيون الأخرى، حيث كانت تعرض الإعلانات عبر برامج الأطفال فى بداية ونهاية البرامج، وعُرض على أطفال المجموعة التجريبية إعلانات ذات أشكال وشخصيات مختلفة واستخدموا الكاميرا فيها استخدامات مختلفة فى جلسات اللعب الحر للأطفال المشاهدين؛ حيث كانت تراقب أنماط وأساليب سلوكهم. وتم رصد وتسجيل السلوك الاجتماعى الخاص بالسلوك العدوانى واللعب الخيالى والتلقائى للكشف عن التفاعل والتواصل الاجتماعى الإيجابى ومستوى النشاط الحركي. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها أن الأطفال الذين شاهدوا الإعلانات التجارية التى تتسم بالأصوات المرتفعة والحركات السريعة اتسم سلوكهم أثناء التفاعل بين الأفراد بالعدوان والشغب والتذمر.

٣. دراسة هولمان (١٩٩٠)[١٥] Holman: عن أثر التليفزيون فى مرحلة الطفولة المبكرة. هدفت الدراسة إلى التعرف على المشكلات التى يشجع التليفزيون على ظهورها لدى الأطفال، وكذلك التعرف على القيم الاجتماعية الإيجابية التى يساعد على تقويتها. ولتحقيق هذا، تم تطبيق استبيان مفتوح للتعرف على أراء عينة عشوائية بلغت (٥١٨) طفلاً وطفلة، ممن تراوحت أعمارهم من (٧) إلى (١٠) سنوات من مختلف المدارس الابتدائية باستراليا حول المشكلات التى تنجم عن أثر مشاهدة برامج التليفزيون والقيم التى تساعد على تقويتها ودعمها. وأنتهت النتائج إلى أن التليفزيون يشجع على ظهور بعض المشكلات المتعددة مثل سوء التغذية واستهلاك المخدرات والعنف؛ إلى جانب الآثار الإيجابية للتليفزيون؛ حيث يعزز ويقوى الثقافة والخبرات الحضارية، والقيم الاجتماعية الإيجابية.

- المحور الثاني: دراسات تناولت أثر العنف فى الإعلانات التليفزيونية على السلوك العدوانى للطفل:

١. دراسة هوستون- ستين وآخرون (١٩٧٨)[١٦] Huston, Stein, et al.: عن أثر العنف على برامج التليفزيون على السلوك الاجتماعى واللعب التخيلى لدى الأطفال فى مرحلة ما قبل المدرسة. هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر مشاهدة العنف فى برامج التليفزيون على السلوك الاجتماعى واللعب التخيلى لدى الأطفال فى مرحلة ما قبل المدرسة. وتمت ملاحظة سلوكيات الأطفال أثناء اللعب قبل وبعد مشاهدة برامج العنف. وأوضحت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة بين مستوى السلوك العدوانى ومشاهدة برامج العنف فى التليفزيون حيث أوضحت نتائج الدراسة ارتفاع مستوى السلوك العدوانى بعد مشاهدة هذه البرامج.

٢. دراسة كارينز (١٩٩٠)[١١] Carines: عن أثر التعرض للأخبار بالتليفزيون على إدراكات الأطفال للعنف فى شمال أيرلندا. ناقشت الدراسة أثر التعرض للأخبار بالتليفزيون على إدراكات الأطفال لمستوى العنف. وتكونت عينة الدراسة من (٥٧٠) طفلاً والذين تم تقسيمهم بناء على مستوى العنف لديهم (مرتفعي، متوسطي، ومنخفضى العنف) من الذكور والإناث. وأوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة بين ارتفاع مستويات العنف وبين عدد مرات التعرض للأخبار فى التليفزيون. كما وجدت الدراسة فروقاً بين الذكور والإناث.

٣. دراسة كرومب (١٩٩٥)[١٢] Crump: عن آثار العنف التليفزيونى على الأطفال. ركزت الدراسة على أثر مشاهدة العنف فى التليفزيون على الأطفال

وعواقب ذلك فيما يخص سلوك الطفل العدواني. وحاولت الدراسة استكشاف أهم خصائص الأطفال والعوامل المرتبطة بالسلوك العدوانى لدى هؤلاء الأطفال. وأوضحت نتائج الدراسة أن عوامل العمر، مستوى الذكاء، التوحد مع شخصيات التليفزيون، وكمية ومدى الزمن الذى يقضيه الطفل أمام التليفزيون واعتقاد الطفل بأن ما يحدث فى التليفزيون واقعى هى أقوى العوامل المؤثرة على وجود أثر للعنف التليفزيونى على السلوك. وأوصت الدراسة بضرورة إعداد برامج إرشادية لتدريب الأطفال والآباء من أجل خفض أثر العنف المشاهد فى التليفزيون.

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

- العنف: "مفهوم يدل على انفجار القوة التى تعتدى بطريقة مباشرة على الأشخاص وأمتعتهم، سواء كانوا أفراداً أو جماعات، من أجل السيطرة عليهم عن طريق القتل أو الإخضاع أو الهزيمة"(٣).
- الإعلان التليفزيوني: "نشر البيانات والمعلومات عن السلع والخدمات أو التعريف بها على شاشة التليفزيون مقابل أجر مدفوع بقصد خلق حالة من الرضا والقبول النفسى للجماهير سواء كانوا كباراً أو صغاراً(٤). ويقصد به فى الدراسة الحالية الشكل الفنى المقدم عن طريق التليفزيون لصور وأشكال العنف المختلفة، ويستخدم عناصر الجذب والإثارة واستخدام اللون والحركة والصوت لإحداث التأثير فى المشاهدين سواء كانوا صغاراً أم كباراً.
- السلوك العدواني: "سلوك متعمد يهدف إلى الإساءة للآخرين أو الذات، باستخدام اللفظ أو الفعل، مما يؤدى إلى حدوث ضرر بدنى أو نفسى أو مادى"(١). ويقصد بالسلوك العدوانى فى الدراسة الحالية الدرجة التى يحصل عليها الطفل على مقياس السلوك العدوانى المستخدم فى الدراسة الحالي.
- الطفل: يقصد بالطفل فى هذه الدراسة هو ذلك الطفل الذى يتراوح عمره من ٦ إلى ٩ سنوات، وهذا المدى العمرى يمثل مرحلة الطفولة المتوسطة من المراحل النمائية.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وذلك لعينة من الأطفال فى المرحلة العمرية من ٦ إلى ٩ سنوات (ذكور-إناث) من محافظة القاهرة.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة فى جمهور الأطفال، تكونت عينة الدراسة من عشرين طفلاً وطفلة (١٠ ذكور، و١٠ إناث)؛ ممن تراوحت أعمارهم من ٦ إلى ٩ سنوات، وقد تم اختيارهم اختياراً عمدياً عشوائياً بسيطاً من مدرسة راجاك للغات بمدينة القاهرة.

أدوات الدراسة:

١. مقياس السلوك العدواني: قام رشاد على موسى (٢٠٠٨)(٧) بتصميم مقياس السلوك العدوانى من خلال الاستفادة من مقياس التفضيل الشخصي؛ الذى يقيس عدد من متغيرات الشخصية فى ضوء مجموعة من الحاجات النفسية التى حددها موراى وزملاءه، وأطلق عليها الحاجات نفس الألفاظ التى استخدمها موراي، وقد كان العدوان أحد هذه المتغيرات المقيسة. وتم تحديد العدوان فى هذا المقياس باعتباره حالة ظهور الغضب وانتقاد الآخرين علناً.

٢. استمارة استبيان: قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان للأطفال ممن تراوحت أعمارهم من ٦ إلى ٩ سنوات.

اختبارا الصدق والثبات لصحيفة الإستبيان: بعد عرض الاستبيان على هيئة الإشراف على الدراسة لإبداء الملاحظات بالإضافة أو الحذف لبعض الأسئلة والتغيير فى صياغة البعض الآخر وإضافة بدائل لبعض الإجابات وتم عمل التعديلات اللازمة بناء على ذلك، قامت الباحثة باختبار صدق الاستمارة بعرضها على مجموعة من الأساتذة والمتخصصين (المحكمين)، وقد قامت الباحثة بتعديل الاستمارة بناء على ملاحظات الأساتذة (المحكمين).

أساليب المعالجة الإحصائية:

استخدم الباحث الجداول التكرارية البسيطة (العدد والنسب المئوية). مقياس اختبار (ت) T.test لدراسة مدى وجود فروق إحصائية بين متغيرات الدراسة واختبار مستوى الدلالة الإحصائية.

نتائج الدراسة:

- معدل مشاهدة المبحوثين للإعلانات التليفزيونية:

جدول (١) معدل مشاهدة المبحوثين للإعلانات التليفزيونية وفقاً للنوع

العينة / معدل المشاهدة	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	٦	٦٠	٧	٧٠	١٣	٦٥
أحياناً	٤	٤٠	٣	٣٠	٧	٣٥
الإجمالي	١٠	١٠٠	١٠	٣٠	٢٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق ارتفاع مشاهدة المبحوثين (الذكور والإناث) عينة الدراسة للإعلانات التليفزيونية، حيث يشاهد ٦٥% منهم هذه الإعلانات بصفة دائمة، وفى المقابل يشاهد ٣٥% من المبحوثين الإعلانات التليفزيونية أحياناً.

- أكثر مشاهد العنف التى يفضل المبحوثين مشاهدتها فى تلك الإعلانات من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (٢) أكثر مشاهد العنف التى يفضل المبحوثين مشاهدتها فى تلك الإعلانات وفقاً للنوع

العينة / المشاهد	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مشاهد التعذيب	١٠	١٠٠	١٠	١٠٠	٢٠	١٠٠
مشاهد مطاردات ومعارك	١٠	١٠٠	١٠	١٠٠	٢٠	١٠٠
مشاهد الضرب	١٠	١٠٠	٩	٩٠	١٩	٩٥
مشاهد القتل	١٠	١٠٠	٩	٩٠	١٩	٩٥
جملة من سئلوا	١٠	١٠٠	١٠	١٠٠	٢٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن (مشاهد التعذيب) و(مشاهد المطاردات والمعارك) جاءت فى مقدمة أكثر مشاهد العنف التى يفضل المبحوثين مشاهدتها فى تلك الإعلانات بنسبة ١٠٠%، وجاءت (مشاهد الضرب) فى المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٩٥%، وأخيراً لم تحظ (مشاهد التخريب) و(مشاهد إرتكاب جرائم) و(مشاهد حريق) بأى نسبة تفضيل لدى المبحوثين.

- الإعلانات التليفزيونية التى شاهدها المبحوثين فى الفترة الأخيرة من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (٣) الإعلانات التليفزيونية التى شاهدها المبحوثين فى الفترة الأخيرة من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

العينة / الإعلانات	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
شيبسى	٦	٦٠	٦	٦٠	١٢	٦٠
باندا	٢	٢٠	٢	٢٠	٤	٢٠
دوريتوس	٢	٢٠	٢	٢٠	٤	٢٠
الإجمالي	١٠	١٠٠	١٠	١٠٠	٢٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن (إعلان شيبسى) احتل مقدمة الإعلانات التليفزيونية التى شاهدها المبحوثين فى الفترة الأخيرة بنسبة ٦٠%، وفى المقابل جاء (إعلان باندا) و(إعلان دوريتوس) بنسبة بلغت٢٠%.

- رأى المبحوثين فى العنف المقدم بالإعلانات التليفزيونية من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (٤) رأى المبحوثين فى العنف المقدم بالإعلانات التليفزيونية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

العينة / رأى المبحوثين	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
عنفاً ضرورياً وكان لابد أن يحدث	٨	٨٠	٨	٨٠	١٦	٨٠
عنفاً شديداً لم يكن له داعى	٠	٠	٢	٢٠	٢	١٠
لا تعتبره عنفاً على الإطلاق	٢	٢٠	٠	٠	٢	١٠
الإجمالي	١٠	١٠٠	١٠	١٠٠	٢٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن أكثر من نصف العينة ٨٠% يرون أن العنف المقدم بالإعلانات التليفزيونية جاء (عنفاً ضرورياً وكان لابد أن يحدث)، وفى المقابل جاء (عنفاً شديداً لم يكن له داعى) و(لا تعتبره عنفاً على الإطلاق) بنسبة بلغت١٠%.

- مدى إعتماد المبحوثين على أفكار الإعلانات التى يشاهدونها للتصرف فى المواقف التى يتعرضون لها:

جدول (٥) مدى إعتماد المبحوثين على أفكار الإعلانات التى يشاهدونها للتصرف فى المواقف التى يتعرضون لها من وجهه نظر المبحوثين وفقاً للنوع

العينة / الإعتماد	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	٤	٤٠	٣	٣٠	٧	٣٥
أحياناً	٦	٦٠	٧	٧٠	١٣	٦٥
الإجمالي	١٠	١٠٠	١٠	١٠٠	٢٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن أكثر من نصف العينة ٦٥% يعتمدون على أفكار الإعلانات التى يشاهدونها للتصرف فى المواقف التى يتعرضون لها أحياناً، وفى المقابل نجد ٣٥% من المبحوثين يعتمدون على أفكار الإعلانات التى يشاهدونها للتصرف فى المواقف التى يتعرضون لها دائماً.

المراجع:

١. إبراهيم أحمد محمد عطية. مدى فاعلية برنامج مقترح لتعديل السلوك العدواني لدى ضعاف السمع، **رسالة دكتوراه** غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٢، ٢٠.

٢. إيزابيل، بورديل. تأثير العنف التليفزيوني (ترجمة: غصون عمار)، **الثقافة العلمية**، العدد (٦٦)، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٩٤.

٣. جون لوكا. **آليات العنف في ظاهرة العنف السياسي من منظور مقارن** (تحرير وتقديم: نفين عبد المنعم مسعد)، القاهرة: مركز البحوث السياسية، ١٩٩٣، ٣٣.

٤. حامد عبدالسلام زهران: **علم نفس النمو**: الطفولة والمراهقة، القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٧، ٣٢٩.

٥. حسن عماد مكاوي؛ ليلى حسن السيد. **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨.
٦. حسن عماد مكاوي؛ ليلى حسن السيد. المرجع السابق، ص٣٥٩.
٧. رشاد علي عبدالعزيز موسى. **سيكولوجية القهر الأسري**، القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٨، صص٤١٢-٤١٤.
٨. سوزان القليني؛ وهبة الله بهجت السمري. تأثير مشاهدة العنف في أفلام الكرتون بالتليفزيون المصري على الأطفال، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأول، يناير، ١٩٩٧.
٩. صالح دياب هندي. **أثر وسائل الإعلام على الطفل**، عمان: جمعية عمال المطابع التعاونية، ١٩٩٠.
١٠. عدلي سيد رضا. السلوكيات التي يكتسبها الأطفال من المواد التي تعرض العنف في التليفزيون، **بحوث الاتصال**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد (١١)، يوليو ١٩٩٤.
11. Carins, E. Impact of television news exposure on children's perceptions of violence in Northern Ireland. **Journal of Social Psychology**, 1990, 130(4): 447-452.
12. Crump, C. **Television violence and behavior: The effects of television violence on children**. Eric Database, ED 28677, 1995.
13. Gerbner G. L., Moigon, M. Signorielli N. The Mainstreaming of American violence profile. **Journal of Communication**, 30(3), 1980.
14. Greer, Douglas, et al. The effects of t.v . commercial form and commercial placement on children's social behaviour and attention. **Child Development**, 1982, 53, 611-619.
15. Holman, Jacqueline. **Television and Early Childhood**. Australia: Books Company, 1990.
16. Huston – Stein, A. et al. **The effects of action and violence in television programs on the social behavior and imaginative play of preschool**. Children. Eric Database ed 184524, 1978.
17. Thomas, McGrath. A study of parental awareness of use of T.V. and its influency on elementary school children. **Education Reading**, 1981, 42, 97.

Summary

The effect of violence in television commercials on aggressive behavior among a sample of children 6-9 years

The problem can develop researchin the following question "What is the impact of violence in TV adson the aggressive behavior of a sample of children (6-9) years".

Importance of the study

Results may help professionalsin the field of child-rearing on the design of intervention programs to reduce aggressive behavior in children.

objectives of the study:

To stand on the impact of violence in TV commercials on the aggressive behavior of a sample of children.

Type of study:

This study is of descriptive studies that rely on field survey method, both analytical and field.

Community and sample:

A human society in this study audience of children, study sample consisted of twenty boys and girls (10 Males, 10 Females); who ranged in age from 6 to 9 years, has been selected choice intentional random fraction of theschool daunting for Languages Cairo city.

Study tools:

Paper questionnaire, the researcher designed a questionnaire for children who ranged in age from 6 to 9 years.

Conclusion of study:

The study showed that TV commercialsare by watching high in children, the study sample, as the study of a relationship between the intensity of View the TV commercialsand the increase of violence in children. As Iatmdalotafal the ideas of the ads that they see to act in situations that are in her life and therefore must be directed to those who made it to the need for attention to the content of these ads in order to reduce scenes of violence which have proven their impact on children through this study.