دراسة تحليلية للعنف المقدم بعينة

من إعلانات الأفلام المصرية

إعداد الباحثة

ريهام عبد الرازق محمود خطاب

إشراف

أستاذ دكتور/ اعتماد خلف معبد

أستاذ متفرغ بقسم الإعلام و ثقافة الأطفال

بمعهد الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس

دكتورة / غادة حسام الدين محمد

مدرس بقسم الإذاعة و التلفزيون

بالمعهد العالي للإعلام و فنون الاتصال

من الملاحظ ان العنف اصبح من العناصر الاساسية التي توجد في الإعلان الفيلمي ، فجميع انواع الافلام(التراجيدي و الكوميدي و الميلودراما) اصبحت تتعامل مع مظاهر العنف كوسيلة لكسب المشاهد ، مما يؤكد أن صانعي الافلام كثيرا ما يفوتهم ان تناول العنف سلاح ذو حدين فهو من ادوات الاثارة و التشويق في الفيلم و لكنه في الوقت ذاته قد يعطي انطباع ان العنف مظهر طبيعي في المجتمع .و يقدم هذا العنف بطريقة مركزة جذابة من خلال الموسيقي و سرعة اللقطات في إعلان الفيلم. و لذلك تري الباحثة اهمية دراسة العنف بالإعلان الفيلمي للوقوف على مدي تأثيره السلبي على المشاهد.

و من هنا تنبثق مشكلة الدراسة وهي:كيفية استخدام العنف كوسيلة جذب في الإعلان الفيلمي ؟

تهتم الدراسة بالتعرف على تأثير الإعلان الفيلمي على المشاهد وخاصة الاطفال ، باكسابهم بعض السلوكيات ، لأنه يتكرر باستمرار طول فترة عرض الفيلم بالسينما ، فالمشاهد الذي لم يذهب لمشاهدة الفيلم فقد تعرض لبعض اللقطات الخاصة به بطريقة مكثفة . تكونت عينة البحث من ثلاثة اعلانات فيلمية كنموذج للانواع الافلام الثلاثة ( الكوميدي و التراجيدي و الميلودراما ) و قد تم تحليل مضمنهم من خلال استمارة تحليل مضمون.

نتائج الدراسة :

\*يوظف العنف بجميع الإعلانات الفيلمية لانواع الافلام المختلفة الكوميدية و التراجيدية و الميلودراما التي تحتوي على عنف وفقا لنوع الفيلم .

\* العنف المقدم بالافلام الكوميديا يقدم من خلال وسائل و ادوات بسيطة تعطي انطباع ان استخدام العنف غير سلبي ، بل هو اسلوب مرح يتقبله الاخر ، مما يشجع المشاهد على تقليد هذا الاسلوب.

\*أوضحت نسبة اللقطات التي يوجد بها البطل و ليس بها عنف بالإعلان الفيلمي بالفيلم الميلودراما و كانت نسبتها 75% ان العنف من المجتمع و ليس من البطل ، مما يعكس انه مظهر من المظاهر الطبيعية بالمجتمع . و هذا يساعد المشاهد على تقبل العنف وممارسته .

An Analytical Study

Violence In A Sample Of Egyptian Movie Trailers

Violence has become the basic elements that exist in the movie trailers,in all kinds of movies (tragic and comic and melodrama). Violence is used as a means to earn a viewer, which confirms that the filmmakers often miss that violence double-edged sword is of tools excitement and thrill in the film, but at the same time it might give the impression that violence is a natural appearance in the community. For this reason the researcher see the importance of studying violence in movie trailers to find out the extent of its negative impact on the children .The main question of the study is :How to use violence as a means of attraction in movie trailers?

The goal of the study is to identify the manifestations of violence presented in the movie trailers . the sample of the study contains of 3 movie trailers (comedy , tragedy & melodrama ).

The results: 1- Violence is found in movie trailers in different kinds of films , comedy and tragedy and melodrama .They use violence in different ways according the type of the film.2-violence comedy films is provided through the simple means and tools which gives the impression that violence is not a negative means ,but it is a fun style acceptable from the other. This encourages the viewer to imitate this style.3-in the movie trailers of the melodrama film ,75% of the shouts presents the hero without any violence actions. This reflects that violence is an element in the society take place through many people .This helps the viewer to accept and practice violence.

المقدمة

يعد الإعلان الفيلمي trailer film بمثابة الباب الرئيسي لمشاهدة الفيلم حيث يقدم أول انطباع عن الفيلم و مدلولاته و الأفكار التي سوف يطرحها ، فيتفاعل المشاهد مع التأثيرات التي أوجدها الإعلان لصالح الشخصيات أو الفكرة العامة للفيلم ، ثم يقرر مشاهدة الفيلم أو عدم مشاهدته . و لذلك يستخدم الإعلان الفيلمي كثير من وسائل الجذب عن طريق الصورة أو الصوت أو الموسيقي مما يؤكد على أهميته كقالب فني له دوره المهم في تكوين الصورة الذهنية عند الصغار و الكبار .

و من هذه الصور الذهنية مظاهر العنف المقدم من خلال الأفلام ،فإذا نظرنا بعين فاحصة للأفلام نجد الاستخدام المُفرِط للعنف، سواء الواضح (المباشر ) أو الخفي (غير المباشر). و قد أكدت كثير من الدراسات أن هذه المشاهد لها آثارها السلبية في تربية الأطفال و الشباب، وخاصة عند التعرض المنتظم لها ، حيث كانت عاملاً مهماً في ظهور السلوك العدواني عند الأطفال . والمشكلة في هذا اللون من الأفلام أنها تقدم دلالات مختلفة عن الواقع ، فهي تصور المجرمين أذكياء و أقوياء يحصلون على المال بأقل مجهود، ويهاجمون رجال الشرطة، بل يتغلبون عليهم في كثير من الأحيان ، ولولا المصادفة أحياناً لما تمكنت الأجهزة الأمنية من القبض أو القضاء عليهم ، بالإضافة إلى أن بعض الأفراد قد يتأثرون بقدرات وذكاء المجرم، كما تعرضه الوسيلة الإعلامية فيتقمصون شخصيته، و يحاكون بعض سلوكياته العنيفة. و لذلك أصبح كثير من المخرجين لا يقبلون عملاً إلا إذا تضمن مشاهد عنيفة . كما صارت بعض المحطات التليفزيونية ترفض الأعمال الدرامية إذا خلت من مواقف العنف طمعاً في الربح المادي .(27)

ومن الملاحظ أن العنف أصبح من العناصر الأساسية التي توجد في الإعلان الفيلمي ، فجميع أنواع الأفلام(التراجيدي و الكوميدي و الميلودراما) أصبحت تتعامل مع مظاهر العنف كوسيلة لكسب المشاهد ، مما يؤكد أن صانعي الأفلام كثيرا ما يفوتهم أن تناول العنف سلاح ذو حدين فهو من أدوات الإثارة و التشويق في الفيلم و لكنه في الوقت ذاته قد يعطي انطباع أن العنف مظهر طبيعي في المجتمع .

و يقدم هذا العنف بطريقة مركزة جذابة من خلال الموسيقي و سرعة اللقطات في إعلان الفيلم. و لذلك تري الباحثة أهمية دراسة العنف بالإعلان الفيلمي للوقوف على مدي تأثيره السلبي على المشاهد.

مشكلة الدراسة

أصبح العنف يشكل مضمون مؤثر لإثراء العمل الفني بالإعلام الحديث، فالحياة العادية السوية لا تشكل مادة للإعلامي ،فذهاب الطلاب اليومي إلى المدرسة وخروج الناس إلى العمل أو إلى السوق والحياة العائلية في البيت، أي كل مظاهر الحياة المسالمة اليومية لا تشكل مادة مغرية للإعلامي.(28) و لذلك يستخدم العنف في الإعلان الفيلمي حيث إنه يهدف الى جذب المشاهد لرؤية الفيلم أو تقديم العنف كعنصر واقعي بالمجتمع .

و من هنا تنبثق مشكلة الدراسة وهي:

كيفية استخدام العنف كوسيلة جذب في الإعلان الفيلمي ؟

أهمية الدراسة

التعرف على تأثير الإعلان الفيلمي على المشاهد وخاصة الأطفال ، بإكسابهم بعض السلوكيات ، لأنه يتكرر باستمرار طول فترة عرض الفيلم بالسينما ، فالمشاهد الذي لم يذهب لمشاهدة الفيلم فقد تعرض لبعض اللقطات الخاصة به بطريقة مكثفة .

قلة الاهتمام بدراسة هذا القالب الفني سواء من قبل الدراسات الإعلامية أو النقدية على الرغم من أهميته و دلالاته باستثناء القليل من الأعمال المثيرة (25)

أهداف الدراسة

التعرف على مظاهر العنف المقدمة في إعلانات الأفلام

1. تحديد مدي التوافق بين العنف المقدم بالإعلان التليفزيوني و رسالة الفيلم

الاطار النظري للدراسة

**يحدد روبرت ليبرت R. libert   تأثر مشاهدة العنف التليفزيوني في ثلاثة محاور تتمثل في:**

**أولا: الإثارة : يثير المضمون العنيف المشاهد ، وبعد فترة قصيرة يحتمل أن يتصرف هذا المشاهد بشكل أكثر عدوانية لأنه سبقت إثارته وفي حالات نادرة قد يحدث انحراف وهذا هو مقابل الإثارة التي تكون جزءا أساسيا في التسلية .**

**ثانيا :- تقليد العنف المشاهد : يمكن تقليد العنف المشاهد إذا ما توافرت الظروف القاسية مثل النموذج الذي قدم في التليفزيون ، فالأطفال والبالغون يمكن أن يتصرفوا بعدوانية وطريقة معادية للمجتمع نتيجة تعرضهم للعنف المقدم في التليفزيون .**

**ثالثا : نقل الاتجاهات والقيم : ينقل العنف التليفزيوني الاتجاهات والقيم الخاصة بالعنف والعدوان والسلوك المضاد للمجتمع ورغم أن الصغار والبالغين يدركون أن المادة المقدمة في التليفزيون مجرد قصة فإنهم ينظرون إلى الأدوار المقدمة والعلاقات بين الشخصيات كأنها أموراً واقعية بالإضافة إلى أن إعجابهم بالشخصية يجعلهم يستحسنون قيامها بالعدوان وممارساتها العنيفة**(21)

و يؤكد زكريا لال أن مشاهدة الشخص لنماذج العنف في التليفزيون أو السينما، يجعله أكثر ميلاً للعنف من خلال آليات ثلاث هى:

\*   التعلم بالملاحظة Observational Learning: حيث يتعلم الشخص من مشاهد العنف التي يراها طرقاً جديدة لإيذاء الآخرين لم يكن يعرفها من قبل.

\*   الانفلات Disinhibition: بمعنى أن الضوابط والموانع التي تعتبر حاجزاً بين الإنسان والعنف تضعف تدريجياً كلما تعرض لمشاهد لعنف يمارسها الآخرون أمامه على الشاشة.

\*   تقليل الحساسية Desensitization: حيث تقل حساسية الشخص للآثار المؤلمة للعنف وللمعاناة التي يعانيها ضحية هذا العنف كلما تكررت عليه مشاهد العنف، فيصبح بذلك أكثر إقداماً على العنف دون الإحساس بالألم أو تأنيب الضمير.(6)

و من التأثيرات السلبية للعنفأ ينشأ الأطفال في حالة من الخوف والقلق النفسي المستمر تحسباً لتعرضهم للعنف ويؤثر هذا على صحتهم النفسية وقدرتهم على النمو السليم(6)

اما عن أسباب هذا التأثير فيمكن توضحها من خلال

**فقد أكد المعهد القومي للصحة العقلية National Institute of mental health تأثير العنف التليفزيوني على المشاهدين بعد جمع المعلومات من 2500 دراسة عن العنف في التليفزيون و قد اكدت نتائجها : (26)**

**1-توجد علاقة مباشرة بين العنف التليفزيوني والسلوك العدواني ولكن يصعب التنبؤ بشخصية الذين يتأثرون وكيفية حدوث التأثير .**

**2- يعد المشاهدون للتلفزيون بكثافة أكثر خوفا وأقل ثقة في الآخرين من المشاهدين قليل المشاهدة.**

**3- الأطفال الذين يشاهدون برامج موالية للمجتمع يكونوا أكثر احتمالاً للتصرف بطريقة مسئولة**(23)

و هناك أكثر من نظرية تتناول تفسير التأثر بالعنف، وبالنظر إلى طبيعة التأثيرات المتولدة عن المضامين التليفزيونية، والمتغيرات التي تحكم هذه التأثيرات، يمكن اعتبار المدرسة الإعلامية الحديثة التي اشارت الى أن البيئة الاجتماعية للطفل وخصائصه النفسية والإطار المعرفي، وكثافة المشاهدة وأسلوبها وتفضيلاته لبرامج معينة، ملائمة لدراسة تأثر الأطفال بالعنف التليفزيوني وتفسيره من خلال اعتماد كل من نظرية (الغرس الثقافي)، ونظرية (التعلم الاجتماعي)، ونظرية(الإحباط)، باعتبارهن يتوافقن إلى حد كبير مع هذه النظرية الحديثة لتفسير الأثر التليفزيوني.

أولا نظرية الغرس الثقافي:

يعرف الغرس الثقافي بأنه غرس و تنمية مكونات معرفية و نفسية تقوم بها مصادر المعلومات و الخبرة لدي من يتعرض لوسائل الإعلام و هو مصطلح يشير الى ان النظرية تحاول تفسير الآثار الاجتماعية و المعرفية لوسائل الاتصال خاصة التليفزيون و مفهوم الغرس يشير الى عملية أوسع بكثير من التنشئة الاجتماعية (14)

و لذلك انطلقت دراسات جربنر في البدايات الأولي من التليفزيون كقوة مسيطرة في تشكيل المجتمع الحديث ،و قام ببحث تأثيرات التليفزيون على المجتمع الامريكي عندما اجتاحت الولايات المتحدة موجة من العنف و الجرائم ، لذلك ربطت بشكل وثيق نطرية الغرس الثقافي بالعنف .(16)

في عام 1968 أجرى جاربنر عملية إستطلاع لإثبات هذه النظرية . ومن نتائج هذه الدراسة وضع مشاهدي التليفزيون في ثلاث فئات : ١- المشاهدون بمعدل بسيط (أقل من 2 ساعة في اليوم) . ٢- المشاهدون بمعدل متوسط (2-4 ساعات في اليوم) . ٣- المشاهدون (أكثر من 4 ساعات يوميا) .و قد وجد أن المشاهدين بمعدل غزير تكون معتقداتهم وآرائهم مماثلة لتلك التي صورت على التليفزيون بدلاً من العالم الحقيقي؛ مما يدل على تأثير مركب من تأثير وسائل الإعلام.(24)

وتركز نظرية الغرس على أربعة افتراضات أساسية

أصبح الأفراد في المجتمعات الحديثة يعتمدون على المصادر البديلة للخبرة الذاتية –

وعلى رأسها وسائل الإعلام – في بناء مدركات مشتركة للواقع الفعلي.

2- أصبح التليفزيون يشكل نظرتنا للعالم من خلال تكرار تقديمه للنماذج المصورة.

3-يستوعب المشاهدون المفاهيم المقدمة لهم على شاشة التليفزيون لأنهم يستخدمونه

لساعات طويلة دون انتقاء بشكل مستمر ومتكرر

4- يقوم العنف التليفزيوني بدور أساسي في تكوين نظرة المشاهدين نحو الواقع.

وهكذا فإن تكرار التعرض لفترات طويلة لمضامين العنف يخلق استعدادا لدى الأطفال للعنف

والعدوان، وتعتبر أن العالم الرمزي العنيف المقدم في البرامج والأفلام والرسوم المتحركة يشكل مدركات الأطفال نحو العالم الواقعي فيرونه أكثر عنفًا. (12)

**وطبقاً لنظرية الغرس الثقافي فإن التليفزيون يمد الناس ببيئة رمزية قريبة ومتسقة مع الواقع الاجتماعي تزودهم بالأعراف والمعايير عن المعتقدات نحو مواقف الحياة الواقعية ، فيعد التليفزيون عالم في حد ذاته.**(19)

ومن أهم المفاهيم في نظرية الغرس إدراك الواقع (Perceived Reality) وقد حظي هذا المفهوم باهتمام الباحثين وقد قدم بوتر ثلاثة أبعاد لمفهوم إدراك الواقع منها

١. النافذة السحرية :(Magic Window)ويشير بعد النافذة السحرية إلى الدرجة التي يعتقد

عندها المشاهد أن محتوى التليفزيون هو تمثيل للحياة الحقيقية، ويستمد هذا المفهوم أسسه من

الدراسات التي أجريت حول الأطفال والتليفزيون فالأطفال نضجهم العقلي منخفض ، ومن ثم

فإنهم ينظرون إلى التليفزيون كنافذة سحرية تقدم لهم صورا صادقة عن العالم.

٢. التوحد :(Identity)ويركز هذا البعد بصفة أساسية على الدرجة التي يطور بها المشاهد

علاقته مع الشخصيات التليفزيونية فالذين يتابعون الشخصيات التليفزيونية ربما يجدون أنفسهم

يفكرون ويتحدثون عن هذه الشخصيات كأنها شخصيات حقيقية ويعرفونها ، ولا يعني هذا

بطبيعة الحال أن الشخص الذي يبني علاقة تألف وتقارب مع شخصية أو عدة شخصيات

تليفزيونية هو شخص غير متوازن عقليا أو أنه غير قادر على التفرقة بين عالم التليفزيون

والعالم الحقيقي، وإنما هو شخص يخلق إحساسا قويا بواقعية الشخصيات المقدمة من خلال

التليفزيون وتشابهها مع بعض الشخصيات في العالم التليفزيوني.(12)

و هذه ينقلنا الى نظرية التعليم الاجتماعي

ثانيا : نظرية التعلم الاجتماعي او نظرية النموذج (social learning theory) :

يعتبر (باندورا –Bandura ) أول من وضع نظرية التعلم الاجتماعي ، ويشير فيها الى ان كثيرا من أنواع السلوك مرضية كانت أم عادية قد تكونت بفعل التعلم من الأخرين عن طريق الملاحظة او المحاكاة او النمذجية.(12)

ويرى ( باندورا ) ان ( الأطفال يتعلمون سلوك العدوان عن طريق ملاحظة نماذج العدوان عند الابوين ومن ملاحظة التليفزيون والسينما ومن القصص التي يقرءونها ومن الحكايات التي يسمعونها اذ يحصلون على نماذج السلوك العدواني التي يقلدونها او يحصلون على المعلومات التي تمكنهم من الاعتداء على غيرهم او على أنفسهم). (18)

أي أن عملية التعلم تتم من خلال (نماذج ) تتخذ كقدوة في سلوكها ، ان تعبير نظرية النموذج مفيد في وصف تطبيق النظرية العامة للتعلم الاجتماعي وذلك بالنسبة لاكتساب نماذج جديدة من السلوك نتيجة لما تقدمه وسائل الاتصال ، كما ان وسائل الاتصال ، تعتبر مصدرا جاهزا ومتاحا وجذابا لهذه النماذج ، فهي تقدم نماذج رمزية لكل أشكال السلوك تقريبا ، ويمكن تلخيص عملية النموذج بما يلي :

1- يلاحظ احد افراد جمهور المشاهدين شخصا ( نموذجا ) يشترك في نموذج للتعرف في محتوى اعلامي .

2- يتعرف الملاحظ على النموذج ويتماثل معه او يعتقد انه يشبه النموذج ، او يريد ان يكون مثل النموذج ،او يرى النموذج جذابا وانه جدير بان يقلده .

3- ويدرك وهو واع ، او يصل الى استنتاج بدون وعي ، أن الشخص الذي يلاحظه ، او ان السلوك الموصوف سيكون مفيدا له .

4- ويتذكر الشخص تصرفات النموذج عندما يواجه الظروف التي تحدثنا عنها (موقف التأثير) ويتخذ السلوك الذي اقتنع به كوسيلة للاستجابة لهذا الموقف .

5- وعند اتخاذ هذا السلوك في مواجهة موقف التاثير يؤدي ذلك الى شعور الفرد ببعض الراحة او الرضا .

6- ويزيد إعادة الدعم الايجابي من احتمال استخدام الفرد هذا النشاط السلوكي باستمرار كوسيلة للاستجابة لمواقف مشابهة. (15)

وهناك عدة عوامل تؤثر في التعلم بالملاحظة و النمذجة منها:

أ - النموذج وخصائصه ، يمكن أن يكون النموذج حيا واقعيا مثل والدي الحدث أو رفاقه او أي شخص آخر ، كما يمكن ان يكون رمزيا مثل أبطال الأفلام في السينما والتليفزيون .

ب- الملاحظ وخصائصه : يمكن ان يكون الملاحظ او المقلد طفلا او مراهقا أو راشدا لكن اغلب المقلدين هم أطفال ومراهقون ( احداث ) .

جـ-السلوك الملاحظ وخصائصه : أن السلوك الذي يحتمل ان يقلد اكثر من غيره هو

1-السلوك الجديد يقلد أكثر من السلوك العادي .

2-السلوك الذي يؤدي الى الرضا الذاتي .

3-السلوك نفسه إذا ظهر من نماذج متعددة .

4-السلوك الذي يعتبره المقلد نموذجا لجماعة ينتمي اليها او يرغب في ذلك .

د- نتائج السلوك : اذا اصبح الملاحظ في موقف لا يتوقع فيه العقاب لسلوكه المقلد فان احتمال التقليد يزداد ، كما انه حتى لو علم المقلد بنتائج سلوك النموذج دون ان يراها فان النتائج تميل لان تبقى ويؤثر الثواب والعقاب على استجابات الملاحظ بنفس الشكل الذي يؤثران فيه على استجابة النموذج. (2)

ويميز ( باندورا ) في نظريته بين اكتساب الفرد للسلوك العدواني وتأديته له فاكتساب الفرد لهذا السلوك لا يعني بالضرورة انه سوف يقوم به فقيامه بسلوك النموذج يتوقف على نحو مباشر على توقعاته لنتائج التقليد والنتائج التي تترتب على سلوك النموذج. (20)

وباختصار يرى ( باندورا ) بان الاحداث ممكن ان يتعلموا السلوك العنيف من خلال التقليد والمحاكاة لنماذج تقدم هذا العنف في وسائل الاتصال ، وتتأثر عملية التقليد بمدى تعلقهم بهذه النماذج وميولهم تجاه العنف وعملية الثواب والعقاب التي يواجهونها عند القيام بذلك السلوك .

ثالثا :نظرية التعزيز – (Reinforcement theory ) :

ترى هذه النظرية ان العنف التليفزيوني يعزز انماط السلوك الموجود اصلا عند المشاهد ، والتعزيز لا يعني احتمال زيادة او نقص العدوانية عند ذلك المشاهد بل انه يؤكد له صحة الاستنتاجات والافتراضات التي توصل اليها سابقا عن طبيعة الحياة والعنف ، و بالتأكيد فان المعايير والقيم وسمات الشخصية نفسها وتأثيرات المعارف و الاصدقاء تلعب جميعها دورا مهما في حجم التعزيز نفسه عند المشاهد (8)، وعليه فان التعرض للعنف المرئي يؤكد صحة الاتجاه العدواني الموجود عند الشخص ويجد المتلقي الراحة النفسية عندما يجد التناغم في الاعتقادات والقيم والتصرفات الموجودة عنده والمتشبع بها وتلك التي تعرضها وسائل الاتصال مزخرفة بطبيعة الحال بالخيال والدراما والى غير ذلك ، وهنا يجد المشاهد ضالته ويعزز قناعاته وميوله ورغباته إذ يتبادر له انه على صواب وباقي المجتمع على خطأ.( 13)

ووفقا لأصحاب هذه النظرية وعلى رأسهم ( كلابر – Klapper ) ينحصر التعزيز في المشاهدين الذين ينقصهم الاستقرار الشخصي والاجتماعي ، فالنشء و بالاخص ( الأطفال والمراهقون ) الذين يفتقدون لروابط العلاقات القوية والمستقرة التي تربطهم مع العائلة و الاصدقاء والمعلمين وغيرهم والذين لم يحددوا خطوطا عامة لمدى مساهمتهم في العدوان والذين لا يخضعون لرقابة وتوجيه كافيين من الجماعة حول استعمال العنف ، قد تملأ برامج العنف التي يشاهدونها الفراغ الموجود في حياتهم ، الى الحد الذي يعتبرون فيه معتقدات و افعال الشخصيات التي تمارس العنف في التليفزيون موجهات و نماذجا لسلوكهم ، وفي مثل هذه الحالات فان تأثير العنف المشاهد يتغذى بالتعزيز ليحدث زيادة في مستوى احتمالات السلوك العدواني لدى هؤلاء المشاهدين.(15)

رابعا :نظرية اثارة الحوافز العدوانية ( Aggressive cues theory ) :

ان المثابرة على مشاهدة العنف في وسائل الاتصال تؤدي الى ارتفاع حدة الإثارة النفسية والعاطفية عند المتلقي وهذا بدوره سوف ينعكس على شكل ( استجابة ) سلوك عدواني، وتتلاحم عوامل عدة منها الاحباط والشعور بالتهميش وسوء المعاملة وانعدام الحنان والعطف العائلي والفراغ الروحي ، كل هذه العوامل مشتركة فضلاً عن أن التعرض لمواد العنف تؤدي في النهاية الى التقليد على ارض الواقع لما شاهده الطفل في الدراما وفي افلام الخيال. (13)

ان الامر الاكثر اهمية في هذا المجال هو ان شخصيات العنف في وسائل الاتصال تقدم بشكل مبرر ومقبول اجتماعيا ، في هذه الحالة ( مثل الدفاع عن النفس ) تزداد احتمالات الاستجابة العدوانية وذلك لان المشاهدين قد يتبنون مثل هذا التبرير في سلوكهم العدواني كذلك يمكن وفقا لـ ( بركوفتس ) وزملائه ان يؤثر عاملا اخر في طبيعة الاستجابة للعنف الاتصالي هو مدى تشابه الصورة المعروضة مع الظروف المثيرة للغضب التي يحاول المشاهدون التغلب عليها.(15)

و من الناحية العملية تري الباحثة امكانة تطبيق هذه النظريات من خلال الإعلان الفيلمي و ذلك لعدة اسباب:

1. يتكون الإعلان الفيلمي من سلسلة من اللقطات المتتالية التي يتم اقتباسها من الفيلم ، الغرض منه هو تشويق وجذب الجمهور لمشاهدة الفيلم. كما إن مدته لا تزيد عن دقيقتين و نصف، فهو ليست مجرد سلسلة من اللقطات التي يتم اقتباسها من الفيلم، ولكنها عبارة عن فيلم قصير في حد ذاته له خصائصه وطرق سرده ومؤثراته البصرية المختلفة ومؤثراته الصوتية التي تعمل على جذب المشاهد وتشويقه سمات شائعة بين إعلانات الأفلام . (25)
2. إن الإعلان التليفزيوني يتكرر كثيرا خلال اليوم الواحد على قنوات مختلفة مما يزيد من تأثيره على الأشخاص .

3-هناك سمات لإعلانات الأفلام في كافة العصور تعكس التأثير القوي لتلك القوالب منها :

أ- النمط التقديمي أو الأسلوب حيث يهدف إلى تقديم معلومات عن الفيلم سواء من خلال المشاهد أو الأسلوب الروائي، واختيار مشاهد من الفيلم، وعمل مونتاج سريع لأحداث الفيلم ، والتركيز على الشخصيات التي تشارك في الفيلم

ب-إن السمات التي تمتاز بها إعلانات الأفلام متشابهة على وجه العموم من الإعلانات الأخرى. فدائما ما يقوم المتفرجون أو المشاهدون لهذه الإعلانات بإعادة هيكلة المفاهيم كلما قاموا بمشاهدتها. (25)

4-يستخدم جميع عناصر التشويق لتحقيق الهدف من الإعلان الفيلمي و من أبرز هذه العناصر استخدام العنف بجميع مظاهره .

التعريفات الاجرائية للدراسة

العنف : تقصد الباحثة بالعنف بأنه أي سلوك فعلي أو قولي و نفسي يتضمن استخداما للقوة أو تهديدا باستخدامها لإلحاق الأذى و الضرر بالذات أو الآخرين ، و إتلاف الممتلكات لتحقيق أهداف معينة .

الإعلان الفيلمي : اعتبرت الباحثة إعلانات الأفلام هي إعلانات فيلمية للترويج عن الأفلام التي سوف يتم عرضها في السينما. أنها تسمى "عروض الجذب القادمة "التي من وسائلها تناول العنف بكافة مظاهره .

الدراسات السابقة

\*دراسة محمد عبد الرحمن الحضيف بعنوان " كيف تؤثر وسائل الإعلام ؟ دراسة في النظريات و الأساليب "،1995(11) حول اكتساب السلوك العدواني عند الأطفال حيث اكدت نتائج دراسته على:

1-إن الأطفال يتعلمون العنف من خلال ملاحظة أشخاص يقومون به في وسائل الإعلام و هو ما أثبتته تجربة ( باندورا ) و تجارب اخري

2-إن الجمهور الذي يتعرض لوسائل الإعلام غالبا ما يقلد العنف الواقعي وليس العنف الخيالي

3-لا يعمد الفرد إلى تقليد العنف الذي تكسبه له وسائل الإعلام إلا في حالات الإحباط النفسي او حينما تستثر عواطفه و مشاعر السخط و الغضب لديه، اي ان الانسان في حالة الهياج العاطفي كالغضب أو التوترات النفسية التي تحدث له لاي سبب من الأسباب يسترجع ما لاحظه و استوعبه في ذاكرته من مشاهد العنف التى عرضتها وسائل الإعلام. أي أن وسائل الإعلام قد لا يكون دورها دفع الفرد إلى ممارسة العنف و انما مثلت مرجعية عند ذلك الفرد في ( نوع ) العنف الذي يمكن ان يقوم به في مثل هذه الحالات و كيفية القيام به ، و ربما كيفية الافلات من العواقب التي تترتب على ممارسة مثل هذا السلوك العنيف.

4-إن تكرار التعرض لمشاهد العنف في وسائل الإعلام يؤدي إلى تبلد احاسيس الناس تجاه العنف و السلوك العدواني ، مما يولد لدي الناس الاستعداد لارتكاب اعمال العنف ،كما يؤدي الى حالة يهون فيها من شأن الجريمة ، و قد يتأثرون بقدرات و ذكاء المجرم فيتقمصون شخصيته و يقومون ببعض سلوكياته العنيفة.

5- أثبتت بعض الدراسات خطأ الفرضية الخاصة بان مشاهدة مظاهر العنف في وسائل الإعلام تؤدي الى التنفيس عن مشاعر العنف ، و العدوانية التي تكون مختزنة داخل نفس الإنسان.

\*دراسة ريجلين Reglin بعنوان" تأثير التليفزيون على السلوك العدواني لدي الأطفال في الفصل الدراسي " 1996 (29) .هدفت الدراسة إلى بحث العلاقة بين التليفزيون والسلوك العدواني داخل الفصل الدراسي، وتم تطبيقها على ٤١ معلماً من مدارس ريفية ومدنية في بريطانيا، وأوضحت النتائج ما يلي:-

- موافقة ٨٩ % من المعلمين على أن العنف التليفزيوني يسهم بطريقة ملحوظة في السلوك

العدواني لدى الأطفال. كما رأت ٩٠ % من مفردات العينة أن هذا الإسهام يتمثل في تقليد الأطفال للشخصيات العنيفة في التليفزيون داخل المدرسة كما يرى ٧١ % من أفراد العينة أن الوالدين لهم دور إيجابي في التقليل من تأثير العنف،و اكدت ٩٠ % من أفراد العينة أن سياسة التدخل الأبوي لحجب برامج العنف في التليفزيون يمكن أن يكون لها دور فعال في منع العنف داخل الفصل الدراسي.

\* اوضحت دراسة دراسة ليفين Levine " تأثير مشاهدة العنف على الأطفال و نمو المراهقين " 1996 (22) ان مشاهدة العنف بوسائل الإعلام تشجع على ممارسة العنف و القسوة و التشاؤم لدي الأطفال، كما ركزت الدراسة على كيفية أن تصل الوالدان و الحكومة و المدارس و وسائل الإعلام لافضل الطرق للتعامل مع مشكلة العنف.

\* أكدت دراسة سهير صالح كامل بعنوان " تأثير الأفلام المقدمة في التليفزيون على اتجاه الشباب المصري نحو العنف" 1997(7) ان أبرز أسباب الاعجاب بالبطل فى الأفلام العنيفة أنه يستخدم قوته فى الدفاع عن الضعفاء مما يشير لأهمية الدافع الأخلاقى لممارسة العنف والذى يعجب الشباب ويعتبرون ان استخدام البطل للعنف أسلوبا سليما للسلوك لأنه يستهدف الوصول لغايه نبيله, كما وجد أن هذا الهدف الأخلاقى مرتبط بالمستوى التعليمى للشباب حيث يعتبر مفضلا لدى جميع فئات المستوى التعليمي

\*دراسة دوروثي Dorothyبعنوان االعنف التليفزيوني و السلوك العدواني لدي الأطفال الأمريكيين الأفريقيين،2000 (17) ، هدفت هذه الدراسة إلى فحص العلاقة بين العنف التليفزيوني والسلوك العدواني لدى الأطفال الأمريكيين الأفريقيين. وقد اعتمدت على الطريقة الارتباطية لاختبار الفرض بأن مشاهدة العنف التليفزيوني ترتبط بالتصرفات العدوانية المماثلة عند الأطفال الأمريكيين الأفريقيين. وقد استخدمت دراسة ميدانية لوصف مستوى مشاهدة العنف التليفزيوني وأداء السلوك العدواني. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك دعم إحصائي لهذا الفرض ، حيث تبين أن حجم مشاهدة العنف التليفزيوني المتزايد يرتبط بأداء السلوك العدواني .

\*دراسة رحاب أحمد لطفي المرسي بعنوان " أثر افلام العنف الاجنبية بالفيديو على اتجاهات عينة من الأطفال المصريين نحو العنف"، 2000(5) ، هدفت الدراسة التعرف على أثر أفلام العنف الأجنبية بالفيديو على اتجاهات عينة من الأطفال المصريين نحو العنف، و إلى أي مدي يمكن للعنف بالأفلام الأجنبية بالفيديو أن يصبح أداة لإكساب و إنماء الاتجاهات العنيفة لدي الأطفال ، و أن يعلمهم الطرق العنيفة المختلفة التي يستخدمونها في حياتهم الواقعية و دور المتغيرات العديدة في إكساب الأطفال الاتجاهات العنيفة .تعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية حيث استخدمت الباحثة منهج المسح من خلال استمارة استبيان بالمقابلة ، تكونت عينة الدراسة من عينة أطفال قوامها 400 مفردة في الحضر و ريف محافظة الجيزة.

و جاءت اهم نتائجها كالاتي:

-ارتفاع نسب مشاهدة أفلام العنف الأجنبية بصفة عامة بنسبة 83,6 % ، و يعتبر الذكور أكثر تفضيلا لأفلام العنف عن الإناث.

-يعتبر أطفال الحضر اكثر تفضيلا لأفلام العنف من اطفال الريف.

-ظهر ارتفاع معدلات مشاهدة أفلام العنف لدي الأطفال الذين يعيشون في ظروف اجتماعية طبيعية لأسرة أكثر من نظائرهم الذين يعيشون في ظروف اجتماعية غير طبيعية للأسرة.

-أظهرت الدراسة ارتفاع معدلات تفضيل مشاهد المطاردات و المعارك و الضرب لكل من الذكور و الإناث.

- إن من أسباب تفضيل هذه النوعية من الأفلام أنها مثيرة و جذابة و أنها تعلم فنون الدفاع عن النفس لكل من الذكور و الإناث.

- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الأطفال للعنف المقدم بأفلام العنف الأجنبية بالفيديو و اتجاهاتهم نحو العنف.

\*هدفت دراسة عصام نصر سليم، بعنوان: مدى إدراك الطفل لواقعية العنف في التليفزيون، 2001 (9) إلى معرفة كيف يرى الأطفال مضامين العنف المقدمة له في التليفزيون من حيث

كونها واقع حقيقي أم مجرد خيال، واعتمدت على المنهج الوصفي , استخدم الباحث استمارة استبيان لعينة تكونت العينة 174 طفلا من الأطفال التلاميذ سن 9 سنوات

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها:-

١- أن الأطفال كلما كانوا أصغر سنًا ارتبط مفهوم العنف لديهم بأنه نوع من القتل.

٢- أن الأطفال كلما شاهدوا الدراما التليفزيونية زادت قدرتهم على التعرف على أشكال العنف

والربط بينه وبين القتل أكثر من قدرتهم على ذلك كلما شاهدوا أفلام الرسوم المتحركة.

٣- أن الأطفال يتزايد ارتباطهم بالعنف ويدركون أهمية مشاهدته كلما زادت أعمارهم مما يعد

مؤشرا ذا دلالة خطيرة يؤكد أن للعنف تأثيرات سلبية

\*دراسة هويدا محمد رضا، بعنوان "الكارتون التليفزيوني و علاقته باتجاهات الأطفال نحو العنف"،2001 (17) هدفت الدراسة معرفة العلاقة بين الكارتون التليفزيوني و اتجاهات الأطفال نحو العنف من خلال دراسة تحليلية لعينة من أفلام الكارتون المقدمة في التليفزيون المصري ، استخدمت الباحثة المنهج المسحي من خلال صحيفة تحليل مضمون ، و استبيان ، كما تكونت عينة الدراسة من عينة أطفال بالصف الخامس الابتدائي ( ما يوازي المرحلة المتأخرة من الطفولة)

و جاءت اهم نتائجها كالاتي:

1-ارتفاع نسبة اطفال عينة الدراسة الذين أدركوا حدوث بعض المواقف و الأحداث الشائعة في حلقات الكارتون كما تحدث في الحياة الواقعية بصفة دائمة.

2-انخفاض نسبة الاتجاهات نحو العنف في حالة تحدث الطفل مع أفراد أخرين أثناء مشاهدة الكارتون التليفزيوني حيث ترتفع النسبة في حالة عدم مشاركة الطفل اثناء عرض الكارتون التليفزيوني.

\*دراسة اعتماد خلف معبد بعنوان " الاتجاهات الحديثة لمواجهة تأثير العنف في التليفزيون على السلوك العدواني للطفل،2007 (1) ، تعتبر الدراسة من الدراسات الوثائقية حيث استعرضت النظريات و الدراسات التي تناولت تأثير مشاهد العنف على الأطفال ، كما اهتمت الدراسة بعرض الاتجاهات الحديثة في مواجهة تأثيرات العنف على الطفل في الدول المتقدمة ، كما تناولت الدراسة الاتجاه لمواجهة تأثير مشاهد العنف على الأطفال في مصر ،و من أهم نتائج التي توصلت إليها الباحثة :

يوجد نقصا شديدا في مجال دراسات أثر مشاهد العنف في التليفزيون على سلوك الأطفال

و قد اوصت الباحثة بضرورة التعرف على عدة اتجاهات أخرى ليست فقط لمواجهة تأثير مشاهد العنف ، بل أيضا لمواجهة تأثيرات اخري محتملة تنبع من ظروف و طبيعة المجتمع المصري .

تساؤلات الدراسة

بعد بلورة المشكلة و الاستفادة من الدراسات السابقة و الاطار النظري يمكن تحديد تساؤلات الدراسة كما يلي :

1-كم عدد لقطات العنف بالنسبة الإعلان الفيلمي ؟

2-ما مظاهر العنف المقدم بالإعلان الفيلمي ؟

3-ما الوسائل المستخدمة في العنف بالإعلان الفيلمي ؟

4-ما علاقة البطل بالعنف المقدم ( معتدي أم معتدا عليه )؟

نوع الدراسة و منهجها

تعتبر الدراسة من البحوث الوصفية ، واستخدمت الباحثة تحليل المضمون كأسلوب لجمع البيانات في هذه الدراسة ، وذلك لملائمتها لنوع الدراسة و إجرائتها المنهجية و الهدف منها .

و في هذا لإطار تم اعداد استمارة تحليل مضمون للإعلان الفيلمي ، و عرضها على السادة المحكمين، ثم اجراء التعديلات اللازمة بعد تطبيق اجراءات الصدق للتأكد من صلاحيتها كمقياس .

عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من ثلاثة اعلانات فيلمية لثلاثة انواع مختلفة من الأفلام : فيلم كوميدي (امن دولت ) ، فيلم تراجيدي ( الجزيرة ) ، فيلم ميلودراما ( الفرح )

اساليب المعالجة الاحصائية

استخدمت الباحثة الجداول التكرارية البسيطة ( العدد و النسب المئوية )

نتائج الدراسة

الجدول رقم (1) يوضح عدد اللقطات اللتي يوجد بها عنف بالإعلان الفيلمي و نسبتها لعدد اللقطات الكلي بالإعلان الفيلمي

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | فيلم كوميدي ( أمن دولت ) | فيلم تراجيدي (الجزيرة) | فيلم ميلودراما  ( الفرح) |
| عدد اللقطات الكلي | 62 | 101 | 134 |
| عدد اللقطات التي بها عنف | 26 | 64 | 30 |
| نسبة لقطات العنف بالنسبة اللقطات الكلية | 42% | 63.4% | 22.4% |

الجدول رقم (1)

يتضح من الجدول السابق أن نسبة اللقطات التي بها عنف بالإعلان الفيلمي بالفيلم الكوميدي42 % بينما في الفيلم التراجيدي 63% اما الميلودراما 22،4% ، و يعكس ذلك ان اكثر لقطات العنف توجد بالفيلم التراجيدي ثم الكوميدي ثم الميلودراما .

الجدول رقم (2) يوضح نسب مظاهر العنف بالإعلان الفيلمي

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| مظاهر  العنف | فيلم كوميدي ( أمن دولت ) | | فيلم تراجيدي ( الجزيرة ) | | | فيلم ميلودراما  ( الفرح) | |
| العدد | النسبة | العدد | | النسبة | العدد | النسبة |
| عنف بدني | 14 | 53.8% | 20 | 31.3% | | 7 | 23.3% |
| عنف نفسي | 5 | 19.3% | 17 | 26.6% | | 7 | 23.3% |
| عنف لفظي | - |  | 5 | 7.8% | | 8 | 26.8% |
| تغريب ممتلكات | - |  | 5 | 7.8% | | 1 | 3.3% |
| عنف بدني و لفظي | 1 | 3.9% | 5 | 7.8% | | 3 | 10% |
| عنف بدني و نفسي |  |  | 1 | 1.6% | |  |  |
| عنف بدني و تغريب ممتلكات | - |  | 7 | 10.9% | |  |  |
| عنف نفسي و لفظي | 6 | 23% | 3 | 4.7% | | 4 | 13.3% |
| عنف نفسي و تغريب ممتلكات | - |  |  |  | |  |  |
| عنف لفظي و تغريب ممتلكات | - |  | 1 | 1.5% | |  |  |
| العدد الكلي | 26 | 100% | 64 | 100% | | 30 | 100% |

الجدول رقم (2)

يتضح من النتائج السابقة أن أبرز مظاهر العنف بالفيلم الكوميدي و التراجيدي هو العنف البدني بنسبة 53.8% بالفيلم الكوميدي و 31.3% بالفيلم التراجيدي ، بينما جاء العنف اللفظي بالمركز الأول بفيلم الميلودراما بنسبة 26.8% ، اما بالمركز الثاني يأتي العنف النفسي اللفظي بالفيلم الكوميدي بنسبة 23% ، و العنف النفسي بالفيلم التراجيدي بنسبة 26.6% ، و العنف البدني و العنف النفسي بالفيلم الميلودراما بنسبة 23.3% .

الجدول رقم (3) يوضح نسبة استخدام الأدوات المختلفة بالإعلان الفيلمي

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| الأدوات  المستخدمة بالعنف | فيلم كوميدي ( أمن دولت ) | | | فيلم تراجيدي ( الجزيرة ) | | فيلم ميلودراما  ( الفرح) | |
| العدد | النسبة | | العدد | النسبة | العدد | النسبة |
| معدات حربية |  | |  | 8 | 12.9% |  |  |
| قنابل |  | |  | 3 | 4.8% |  |  |
| اسلحة نارية | 8 | | 29.7% | 28 | 45.2% | 1 | 3.8% |
| اسلحة بيضاء |  | |  |  |  | 6 | 23.1% |
| احد اعضاء الجسم | 11 | | 40.7% | 10 | 16.1% | 6 | 23.1% |
| عصا |  | |  | 3 | 4.8% |  |  |
| حجارة |  | |  |  |  |  |  |
| لا يوجد | 4 | | 14.8% | 5 | 8% | 11 | 42.3% |
| اخري | 4 | | 14.8% | 5 | 8% | 2 | 7.6% |
| اجمالي | 27 | | 100% | 62 | 100% | 26 | 100% |

الجدول رقم (3)

يتضح من الجدول السابق ان الأدوات المستخدمة في العنف تختلف من نوع فيلم لاخر وفقا لمظاهر العنف التي يتناولها بالإعلان و الفيلمي ، فيأتي بالمركز الأول احد اعضاء الجسم كاداة للعنف بالفيلم الكوميدي بنسبة 40.7% ، و تأتي الأسلحة النارية كاداة بالفيلم التراجيدي بنسبة 45.2% ، بينما يوجد أدوات للعنف بنسبة 42.3% بالفيلم الميلودراما حيث من أبرز مظاهر العنف بالإعلان الفيلمي العنف النفسي ، و تتفق نسب استخدام الأدوات مع نوع الفيلم : فالفيلم الكوميدي يقدم العنف بأبسط الأدوات و هي اعضاء الجسم ، اما الفيلم التراجيدي فالأسحلة النارية هي أبرز أدواته حيث يوجد كثير من القتل و المطاردات ، أما الفيلم الميلودراما فلا يوجد اسلحة لان طبيعة هذا النوع من الافلام تخاطب احاسيس المشاهد و مشاعره .

يتناول الجدول رقم (4) نسبة الوسائل الدالة على العنف بالإعلان الفيلمي

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| الوسائل  الدالة على العنف | فيلم كوميدي ( أمن دولت ) | | | فيلم تراجيدي ( الجزيرة ) | | فيلم ميلودراما  ( الفرح) | | |
| العدد | النسبة | | العدد | النسبة | العدد | النسبة | |
| تعبيرات الوجه | 2 | | 5.9% | 4 | 6.2% | 10 | | 25% |
| موسيقي تصويرية | 3 | | 8.8% | 8 | 12.3% | 6 | | 15% |
| تعبيرات صوتية (صراخ ، نبرات غاضبة) | 4 | | 11.8% | 32 | 49.2% | 6 | | 15% |
| ايماءات ايحائية | 3 | | 8.8% | 6 | 9.2% | 7 | | 17.5% |
| الفاظ | 7 | | 20.6% | 5 | 7.7% | 4 | | 10% |
| حركات عنيفة | 15 | | 44.1% | 10 | 15.4% |  | |  |
| مزيج من الالفاظ و الحركات |  | |  |  |  | 7 | | 17.5% |
| اجمالي | 34 | | 100% | 65 | 100% | 40 | | 100% |

الجدول رقم (4)

تتضح من نتائج الجدول السابق أن من أبرز الوسائل الدالة على استخدام العنف بالفيلم الكوميدي هي الحركات العنيفة بنسبة 44.1% اما في الفيلم التراجيدي هي التعبيرات الصوتية بنسبة 49.2% ، بينما في الفيلم الميلودراما فتعبيرات الوجهة هي الوسيلة الأبرز بنسبة 25% .

يتناول الجدول رقم (5) نسبة عدد اللقطات التي يظهر بها البطل

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| عدد اللقطات  التي يظهر بها البطل | فيلم كوميدي ( أمن دولت ) | | فيلم تراجيدي ( الجزيرة ) | | فيلم ميلودراما  ( الفرح) | |
| العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة |
| معتدي | 6 | 28.6% | 24 | 42.9% | 5 | 25% |
| معتدا عليه | 15 | 71.4% | 13 | 23.2% |  |  |
| لا يوجد باللقطة عنف |  |  | 17 | 30.4% | 15 | 75% |
| وجود البطل سلبي( غير متفاعل مع العنف) |  |  | 2 | 3.5% |  |  |
| الاجمالي | 21 | 100% | 56 | 100% | 20 | 100% |

الجدول رقم (5)

يتضح من الجدول السابق صورة البطل المتناولة بالإعلان الفيلمي من خلال اللقطات التي تقدمه، فالعنف المقدم بالإعلان الفيلمي ضد البطل بنسبة 71.4% ، اما البطل بالفيلم التراجيدي هو مصدر العنف بنسبة 42.9% بالإعلان الفيلمي ، بينما لا يوجد اي عنف في اللقطات التي تقدم بطل الفيلم بالفيلم الميلودراما بنسبة 75%

مناقشة النتائج

بعد تحليل نسبة اللقطات التي تحتوي على عنف بالإعلان الفيلمي تبين أن نسبته في الفيلم التراجيدي 63% ، بالفيلم الكوميدي 42 % ، اما بالفيلم الميلودراما فقد وجد بنسبة 22،4% ، تؤكد هذه النسبة الكبيرة نسبيا مع تكرار عرضها لفترة طويلة ان الاعلانات الفيلمية وسيلة من وسائل اكتساب السلوك العدواني للأطفال وهو ما يتفق مع دراسة دوروثي Dorothyبعنوان العنف التليفزيوني و السلوك العدواني لدي الأطفال الأمريكيين الأفريقيين،2000 (17)حيث وجدت أن حجم مشاهدة العنف التليفزيوني المتزايد يرتبط بزيادة أداء السلوك العدواني. كما تتوافق هذه النتيجة مع نتائج دراسة رحاب أحمد لطفي المرسي بعنوان " أثر افلام العنف الاجنبية بالفيديو على اتجاهات عينة من الأطفال المصريين نحو العنف"، 2000(5) حيث اثبتت انه توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الأطفال للعنف المقدم بأفلام العنف الأجنبية بالفيديو و اتجاهاتهم نحو العنف.

كما اتضح من النتائج أن أبرز مظاهر العنف بالفيلم الكوميدي و التراجيدي هو العنف البدني بنسبة 53.8% بالفيلم الكوميدي و 31.3% بالفيلم التراجيدي ، و هذا يؤكد استخدام العنف في الاعلانات الفيلمية كوسيلة جذب لمشاهدة الفيلم و هو ما يتفق مع ما اثبته دراسة رحاب أحمد لطفي المرسي بعنوان " أثر افلام العنف الاجنبية بالفيديو على اتجاهات عينة من الأطفال المصريين نحو العنف"، 2000" (5) ارتفاع معدلات تفضيل مشاهد المطاردات و المعارك و الضرب، و هي من مظاهر العنف البدني ، كما ظهر إن من أسباب تفضيل هذه النوعية من الأفلام أنها مثيرة و جذابة و أنها تعلم فنون الدفاع عن النفس لكل من الذكور و الإناث.

اما عن صورة البطل المتناولة بالإعلان الفيلمي بالفيلم التراجيدي فالبطل هو مصدر العنف بنسبة 42.9% بالإعلان الفيلمي ، فالبطل نموذج محبب لدي المشاهدين ،مما يجعله نموذج يمكن الاقتداء به ، و هذا يتفق مع دراسة سهير صالح كامل بعنوان " تأثير الأفلام المقدمة في التليفزيون على اتجاه الشباب المصري نحو العنف" 1997 (7) حيث اثبتت أن أبرز أسباب الاعجاب بالبطل فى الأفلام العنيفة أنه يستخدم قوته فى الدفاع عن الضعفاء مما يشير لأهمية الدافع الأخلاقى لممارسة العنف والذى يعجب الشباب ويعتبرون ان استخدام البطل للعنف أسلوبا سليما للسلوك.

تري الباحثة ان هذه النتائج تبرز عدة نقاط و هي :

\*يوظف العنف بجميع الإعلانات الفيلمية لأنواع الافلام المختلفة الكوميدية و التراجيدية و الميلودراما التي تحتوي على عنف وفقا لنوع الفيلم .

\* العنف المقدم بالأفلام الكوميديا يقدم من خلال وسائل و أدوات بسيطة تعطي انطباع ان استخدام العنف غير سلبي ، بل هو اسلوب مرح يتقبله الاخر ، مما يشجع المشاهد على تقليد هذا الاسلوب.

\*أوضحت نسبة اللقطات التي يوجد بها البطل و ليس بها عنف بالإعلان الفيلمي بالفيلم الميلودراما و كانت نسبتها 75% أن العنف من المجتمع و ليس من البطل ، مما يعكس انه مظهر من المظاهر الطبيعية بالمجتمع . و هذا يساعد المشاهد على تقبل العنف وممارسته .

مراجع البحث

1-اعتماد خلف معبد . " الاتجاهات الحديثة لمواجهة تأثير العنف في التليفزيون على السلوك العدواني للطفل ""، " الاتجاهات الحديثة في إعلام الطفل و ذوي الاحتياجات الخاصة"(كتاب تحريري) (القاهرة : دار الكتاب الحديث ،2007 )

2- جودت عبد الهادي . نظريات التعلم وتطبيقاتها التربوية ) الاردن ، الدار العلمية الدولية للنشر ، 2000(

3- جودت عزت عبد الهادي وسعيد حسني العزة . تعديل السلوك الإنساني) الأردن ، الدار العلمية الدولية للنشر ، 2001(

4-حسين توفيق ابراهيم. "ظاهرة العنف السياسي في النظم العربية " (القاهرة : دار الموقف العربي،1996)

5- رحاب أحمد لطفي المرسي ." أثر افلام العنف الاجنبية بالفيديو على اتجاهات عينة من الأطفال المصريين نحو العنف"رسالة ماجستير غير منشورة ( القاهرة:معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2000)

6-زكريا يحيي لال. "العنف في عالم متغير" (الرياض : مكتبة عبيكان ،2007)

7- سهير صالح كامل . " تأثير الأفلام المقدمة في التليفزيون على اتجاه الشباب المصري نحو العنف" رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة ، كلية اعلام ، جامعة القاهرة ،1997)

8- عصام سليمان موسى ، المدخل للاتصال الجماهيري ) الاردن ، مكتبة الكتاني ، 1986 (

9- عصام نصر سليم. "مدى إدراك الطفل لواقعية العنف في التليفزيون" (القاهرة: المجلة المصرية لبحوث الإعلام.، العدد الثاني عشر، ٢٠٠١)

10- محمد عبد الحميد. نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير ، ط2(مصر عالم الكتب،1999)

11- محمد عبد الرحمن الحضيف . " كيف تؤثر وسائل الإعلام ؟ دراسة في النظريات و الاساليب".(الرياض: مكتبة عبيكان ،1995.)

12- محمد غريب، دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التثقيف الديني لدى طلاب الجامعات( المجلة المصرية لبحوث الرأي العام تصدر عن مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة العدد الثاني، ٢٠٠٥)

13- محمد قيراط . الإعلام والمجتمع ) الكويت:مكتبة الفلاح ، 2001 (

14- مرفت الطرابيشي ، عبد العزيز السيد :نظريات الاتصال (القاهرة : دار النهضة العربية ،2006)

15- ملفين.ل. ديفلد وساندرا بول ، نظريات الإعلام ، ترجمة محمد ناجي الجوهر) الاردن: دار الامل للطباعة والنشر ، 1994(

16-ملفين.ل. ديفلد وساندرا بول . نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤف )القاهرة: الدار الدولية للنشر ، 1999(

17- هويدا محمد رضا ." الكارتون التليفزيوني و علاقته باتجاهات الأطفال نحو العنف"رسالة ماجستير غير منشورة ( القاهرة:كلية الإعلام ،جامعة القاهرة، 2001)

18- Bandura. Principles of Behaviour Modification ( New York , Holt reinhart winston, 1969)

**19- Denis Mc Quail. Mass communication theory: An Introduction, 3rd(ed) , (London: sage publications1994)**

20- Feshrenbach,P. and Thelenm, Behavior Approaches To The Treatment of Aggressived Sordwes, Behavior modification ( New York, 1982)

**21-Libert Robent, The Early Window (New Work: Pergman,1982)**

22-Madeline Levine , Viewing Violence : How Media Violence Affects Your Child's And Adolescents Development ( New York: Doubleday And Company, Broad Way, New York,1996)

**23- Shirley Biagi. Media/ Impact An Introduction To Mass Media, 7th(ed) (Wads Worth, 2005**)

24-[http://ar.wikipedia.org/wiki/](http://ar.wikipedia.org/wiki/%20)

25-<http://www.arabfilmtvschool.edu.eg>

26-<http://www.arabnewspress.com/article.php?id=936>

27-<http://www.kanaker.com/fainal/index.htm>

28-[https://www.sharjah.ac.ae/oldsite/bbmaterials/0800100 \_1\_2\_52\_53/uploads/\_14337\_1/](https://www.sharjah.ac.ae/oldsite/bbmaterials/0800100%20_1_2_52_53/uploads/_14337_1/)

29-http://catalogue.nla.gov.au/Record/5593488