

**النتيجة:**

تسعى الدراسة للتعرف على مضمون الرسائل القصيدة المعروضة بالقنوات الفضائية العربية حينة الدراسة، وتأثير هذا المضمون على بعض القيم لدى حينة من المراهقين.

وتأتي مشكلة الدراسة والتي تتمثل في التساؤل التالي:

ما تأثير الرسائل القصيدة المعروضة بالقنوات الفضائية العربية على بعض القيم لدى حينة من المراهقين؟

**أهداف الدراسة:**

١. التعرف على ما تتضمنه الرسائل القصيدة المعروضة على القنوات الفضائية العربية حينة الدراسة من بعض القيم.
٢. التعرف على مدى عرض القيم الإيجابية في مقابل عرض السلوكيات السلبية التي تعكسها الرسائل القصيدة المعروضة على القنوات الفضائية حينة الدراسة.
٣. معرفة تأثير الرسائل القصيدة المعروضة على القنوات الفضائية العربية حينة الدراسة على بعض القيم لدى حينة من المراهقين.
٤. الوقوف على اختلاف تأثير الرسائل القصيدة المعروضة بالقنوات الفضائية العربية على بعض القيم لدى حينة من المراهقين باختلاف بعض الخصائص الديموغرافية (النوع، السن، مستوى التعليم، المستوى الاجتماعي والاقتصادي).

**فروض الدراسة:**

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين الذين يقاهدون المراهقين الذين لا يقاهدون الرسائل القصيدة التي تعرضها القنوات الفضائية العربية لصالح الذين يقاهدون.
٢. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين الذكور والإناث في درجة تأثير الرسائل القصيدة التي تعرضها القنوات الفضائية العربية (القيم الإيجابية والسلوكيات السلبية).
٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين في المستوى الاقتصادي والاجتماعي الأعلى في درجة تأثير الرسائل القصيدة التي تعرضها القنوات الفضائية العربية (القيم الإيجابية والسلوكيات السلبية) إلى السلوكيات السلبية لدى المراهقين أصحاب المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتدني.

**نوع الدراسة:**

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية

**حينة الدراسة:**

- ☐ حينة الدراسة التحليلية: وقد تم إجراء الدراسة على حينة عمدية من القنوات الفضائية العنانية (هنا، ميلودي، نونانا) لتحليل مضمون الرسائل القصيدة المعروضة عليها مع فريق الأسيوطي الصناعي خلال دورة تلفزيونية عام ٢٠٠٩.
- ☐ حينة الدراسة الميدانية: وقد تم تطبيق استبيان على حينة عمدية من المراهقين، مشاهدي القنوات الفضائية العنانية حينة الدراسة، على أن

**الرسائل القصيرة بالقنوات الفضائية العربية**

وعلقتها ببعض القيم

لدى حينة من المراهقين المصريين

أ. د. اعتماد خلف معبد

أستاذ الإعلام المتفرغ بمعهد الدراسات العليا للطفولة للطفولة جامعة

عين شمس

د. زكريا إبراهيم الدسوقي

مدرس الإعلام بمعهد الدراسات العليا جامعة عين شمس

محمد ربيع محمد

## المقدمة:

على الرغم من أن الرسائل القصيرة التي يرسلها المشاهدون لبعض المحطات الفضائية من خلال الهاتف الجوال، يمثل التطور التكنولوجي المتسارع في حياتنا المعاصرة الذي قرب المسافات وسهلها لأشخاص كثيرين، إلا أن بعض هذه الرسائل قد تحولت إلى منح أخر، فقد أصبحت الرسائل للتصوير تجارة تقوم بها القنوات الفضائية الخاصة، حيث تتنافس على استقطاب أكبر كم من الرسائل عبر ابتكار برامج الدردشة على الهواء، وبالتالي ممارسة لعبة الإغواء الفضائي، والتي تعتمد عليها الفضائيات وتمتيرها الدخل الرئيسي لتغطية تكاليف البث وأجور العاملين فيها، خاصة أن سعر الدقيقة يتراوح بين (١٥٠ إلى ١٦٦) قرشاً مصرياً، تدفع منها القناة جزءاً للشركة صاحبة الرقم مقابل تخصيصه لها ويأخذ الأرباح للقناة.

ومن الملاحظ أن هذه الرسائل التي يقرأها الجميع على هذه الفضائيات دون حياء أو خجل من التعبيرات الخادشة، يمكن أن يهدد الكثير من الأسر العربية بالتفكك والتصدع الأسري والأخلاقي، فتتخذها المراهقون وسيلة للخروج عن المألوف، وإقامة علاقات لإشباع رغبتهم المكبوتة، مع ما تتميز به هذه المرحلة العمرية من تهور ورغبة في اكتشاف الجنس الآخر.

والمتمثل لمضمون هذه الرسائل يجدها تحوي عبارات وكلمات لا ضوابط ولا حدود لها، وفي أحيان كثيرة تتضمن مفاهيم غريبة ومفردات غير مقبولة، وبعضها يندرج تحت بند الغزل والشتانم والتطاول، سواء كان على أشخاص أو فئات اجتماعية أو شعوب الدول الأخرى.

## مشكلة الدراسة:

يرى البعض أن المحادثات أو الدردشة بين الأصدقاء والأغراب موجودة في الإنترنت وغيرها من وسائل الاتصال الحديثة، إلا أن الأمر مختلف في درجة التأثير والخطورة من وسيلة لأخرى، فالإنترنت في الغالب يستخدمه فئات محدودة سواء كانوا مراهقين أو بالغين، بالإضافة إلى أن تأثير الإنترنت يكون محصوراً بالأشخاص المتواجدين في غرف الدردشة دون غيرهم، كما أنه يمكن لرب الأسرة فرض نوع من الرقابة على أبنائه أو أسرته، إلا أن ذلك لا ينطبق على التلفزيون، فالجميع دون استثناء، بما فيهم الأطفال والمراهقين يتعرضون له بشكل يومي، وبالتالي يستطيع أن يغرس في هذه العفول الغضة قيماً وثقافة جديدة لا تمت للواقع الاجتماعي بصلة، إن لم تكن مرفوضة ومن هنا تأتي مشكلة الدراسة والتي تتمثل في

تأثير العينة (٣٠٠) معدة، في المرحلة العمرية (١٨ - ٢١) سنة.

## أدوات الدراسة:

١. صحيفة تحليل مضمون.
٢. استمارة استبيان.

## أساليب المعالجة الإحصائية:

١. التكرارات والنسب المئوية.
٢. اختبار كاي<sup>٢</sup> (Chi Square Test)

## أهم النتائج:

١. أهم نتائج الدراسة التحليلية

أ. احتلت القيم السلبية المبنية الأولى نسبة بلغت ٧٩.٢% من إجمالي القيم الواردة بالرسائل، في حين جاءت القيم الإيجابية في المرتبة الثانية نسبة بلغت ٢٠.٧% من الإجمالي، وأخيراً جاءت القيم غير الواضحة إيجابيتها أو سلبيتها في المرتبة الأخيرة نسبة ٠.١%.

ب. بالنسبة للقيم الإيجابية فكانت قيمة احتدام الأذى في المركز الأول بنسبة ٢٨.٢% من إجمالي الرسائل، واحتلت قيمة المحبة المركز الثاني بنسبة ٢١.٨% من الإجمالي، واحتلت قيمة العالة المركز الثالث بنسبة بلغت ١٢.٢% من الإجمالي.

## أهم نتائج الدراسة الميكانية:

أ. توجد فرق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين الذين يقاهدون والمراهقين الذين لا يقاهدون الرسائل القصيرة التي تعرضها القنوات الفضائية العربية لصالح الذين يقاهدون.

ب. لا توجد فرق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين الذكور والإناث في درجة تأثر الرسائل القصيرة التي تعرضها القنوات الفضائية العربية (القيم الإيجابية عن السلوكيات السلبية).

ج. عدم وجود فرق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين في المستوى الاقتصادي والاجتماعي الأعلى في درجة تأثر الرسائل القصيرة التي تعرضها القنوات الفضائية العربية (القيم الإيجابية عن السلوكيات السلبية).

د. يتضح أن نسبة ٤٥.٢% من أفراد العينة يتأثرون سلباً بالرسائل القصيرة (SMS)، ونسبة ٧.٧% منهم يتأثرون بها إيجابياً، ونسبة ٤٢.٧% منهم يتأثرون بها سلباً وإيجابياً معاً، ونسبة ٤.٣% منهم لا يتأثرون بالرسائل القصيرة.

هـ. يتضح أن نسبة ٢٥% من أفراد العينة يروا أن القيم الإيجابية أكثر من السلوكيات السلبية في الرسائل القصيرة (SMS)، ونسبة ٨٢% منهم يروا أن السلوكيات السلبية أكثر من القيم الإيجابية، ونسبة ١٣% منهم يروا أن القيم الإيجابية تتساوى مع السلوكيات السلبية.

التساؤل التالي "ما القيم المتضمنة بالرسائل القصيرة المعروضة بالقنوات الفضائية العربية؟"

#### أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من:

- ١- أهمية التغييرات الاتصالية على مستوى العالم، ومسايرة القنوات الفضائية العربية للقنوات الفضائية غير العربية، وتأثيرها بالثقافات الوافدة بما تحمله من قيم وأصناف سلوكية وأخلاقية مختلفة عن ثقافة المجتمع العربي ودينه.
- ٢- أهمية القنوات الفضائية الغنائية، وما لها من جانبية وجمهور عريض من الشباب والمراهقين، وذلك لاحتوائها على الأغنية التي تنسم بالجانبيية والإثارة والإبهار، وسرعة الإيقاع، إلى جانب إمكانية تحميل المراهقين للأحزان والأغاني على هواتفهم النقالة من خلالها، وكذلك المشاركة في برامجها بإبداء الرأي أو التصويت عن طريق الرسائل القصيرة.
- ٣- أهمية القيم الاجتماعية والأخلاقية، والتي تعتبر السياج القوى الذي يحفظ للمجتمع بقاءه ولأفراده هويتهم، وللثقافة العربية كيانها.
- ٤- الرسائل القصيرة، والتي يدرك أهميتها مستخدمى الهواتف النقالة في التخاطب عوضاً عن إجراء المكالمات الهاتفية، وذلك لسهولة استخدامها وسرعتها واعتمادها على الاختصار، والأهم رخص ثمنها مقارنة بثمن المكالمات، كما يدرك هذه الأهمية الشركات المشغلة للهاتف المحمول بالمنطقة العربية، في دفع عجلة نمو قطاع الاتصالات، وأيضاً في إيجاد نوع من الاتصال الجديد على المجتمع المصري.

- ٥- ندرة الدراسات والبحوث- طبقاً لعلم الباحث- التي تتناول تأثير هذه الرسائل على الطفل والمراهق، واقتصار هذه الدراسات على تناول استخدامات الشباب والمراهقين للقنوات الفضائية العامة منها والمتخصصة، واستخدامهم لهذه القنوات والإشباع المتحققة منها.

#### أهداف الدراسة:

- ١- التعرف على ما تتضمنه الرسائل القصيرة المعروضة على القنوات الفضائية الغنائية عينة الدراسة من بعض القيم.
- ٢- التعرف على مدى عرض القيم الإيجابية في مقابل عرض القيم السلبية التي تعكسها الرسائل القصيرة المعروضة على القنوات الفضائية عينة الدراسة.

#### الدراسات السابقة:

وتنقسم الدراسات السابقة إلى محورين:

##### ١- المحور الأول: القنوات الفضائية.

- ١- دراسة جيهان يسري (١٩٩٨) بعنوان (استخدام الشباب المصري للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة منها).
  - ١- الهدف من الدراسة: التعرف على مدى تعرض الشباب المصري للقنوات التلفزيونية الفضائية، للوقوف على دوافع استخدامهم لهذه القنوات وأسباب التعرض لها والإشباع المتحققة نتيجة لذلك، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها (١٠٠) مفردة من الجنسين من محافظتى القاهرة والجيزة، وتتراوح أعمارهم ما بين (١٥-٣٥) سنة، ويفضلون الأحياء الاقتصادية والاجتماعية المرتفعة.
  - ٢- نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى أن دوافع تعرض الشباب للقنوات التلفزيونية الفضائية تنوعت ما بين دوافع اعتيادية ونفعية، وجاءت القنوات الفضائية في الترتيب الأول لدى الشباب- بصفة عامة- فيما يتعلق بتحقيق التسلية بنسبة (٥٦%)، وقد توفقت الإناث على الذكور في نسبة كثافة التعرض لهذه القنوات وكانت النسبة (٦٠% في مقابل ٤٠%)، وأكثر الفئات تعرضاً لهذه القنوات كانت الفئة العمرية ما بين (١٥-٢٠) سنة، وبلغت نسبة المبحوثين اللذين يتعرضون للقنوات الفضائية بشكل انتقالي (٨٧%).
- ٢- دراسة حنان كيلاني (٢٠٠٠) بعنوان: استخدامات البث المباشر الوافد إلى مصر: دراسة على عينة من مشاهدى القاهرة الكبرى.
  - ١- الهدف من الدراسة معرفة أسباب إقبال المشاهدين على استخدام البث المباشر الوافد إلى مصر، وتأثير مشاهدة القنوات الوافدة- من خلال تلك الطبايق على مشاهدة الجمهور المصري للقنوات المحلية، وأجريت الدراسة على عينة من (٥٠٠) مبحوثاً في القاهرة الكبرى.
  - ٢- أهم نتائج الدراسة: أظهرت الدراسة ارتفاع نسبة عدم التعرض للتلفزيون المصري بنسبة (٥٠,٥%)، وجاءت معرفة الثقافات المتنوعة والمختلفة من أهم أسباب اقتناء أطباق الاستقبال، وجاءت الأفلام الأجنبية والعربية في مقدمة المواد التي يفضل الجمهور متابعتها وذلك بنسبة

المصرية (ESC)، مركز تليفزيون الشرق الأوسط (MBC).

ب. تحليل مضمون بعض الأشكال البرنامجية والمواد الدرامية المقدمة عبر هذه القنوات الثلاث، والتي تحمل في مضمونها الكثير من القيم سواء المقدمة عبر إطار إيجابي أو إطار سلبي.

ج. استطلاع آراء المراهقين اللذين يشاهدون القنوات الفضائية عينة الدراسة التحليلية، ومدى إعجابهم بموادها وبرامجها وقرائنها.

هـ نتائج الدراسة:

أ. تشير إلى الارتفاع الملحوظ في معدل مشاهدة المراهقين للقنوات الفضائية بشكل دائم وذلك بنسبة ٧٣,٧٥%، وهو ما يزيد من خطورة الآثار الناجمة عن هذا التعرض.

ب. ارتفاع معدل مشاهدة القنوات الفضائية مع الأسرة بنسبة ٤٢,٥% من إجمالي المبحوثين.

ج. كما تنصدر أغاني الفيديو كليب والدراما العربية والأجنبية بشقيها السينمائي والتلفزيوني بتوصيلات المراهقين عينة الدراسة، وذلك بنسبة ٥٨,٧%.

٥. دراسة ريدي، كاثلين (Reidy Kathleen, 2004) (٢٠): عن مدى نجاح خدمات الرسائل القصيرة.

هـ نتائج الدراسة: تم التوصل إلى أن خدمة الرسائل القصيرة سمحت بإرسال رسائل إلى ١٦٠ فرد من خلال الهواتف المحمولة، وقد انتشرت بسرعة غير عادية في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث لم تصبح الرسائل القصيرة هي أحدث تكنولوجيا اللاسلكيات وذلك منذ سبتمبر ٢٠٠٤، مع ذلك فإن بساطتها جعلتها الأكثر قوة، وبالرغم من ظهور تكنولوجيا لاسلكية أخرى، إلا أن قصر هذه الرسائل، جعلتها توجه إلى الهدف مباشرة وبسرعة، وتتواجد في كل مكان وفي كل الأوقات، وبشكل عملي، وبينما تدور معظم الرسائل بين صديقين، إلا أن الرسائل القصيرة تزداد بشكل وثيق كثافة توزيع ليث البيجة والسرور، ويمكن الحصول على أي معلومات بصورة سريعة ومختصرة عن طريق الرسائل القصيرة، ويستخدمها المراهقون لإرسال رسائل سريعة ومختصرة للحصول على معلومات

(٦٤,٧%)، و(٥٠,٣%) على التوالي، وجاءت قناة راديو وتليفزيون العرب (ART) في مقدمة القنوات الفضائية التي يتابعها المبحوثون حيث بلغت نسبة مشاهدتها (٥٥,٧%) تلتها القناة الفضائية المصرية بنسبة (٣٠,٢%).

٣. دراسة اتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري (٢٠٠٠) (٢١): بعنوان: استخدام التليفزيون المصري للقنوات الفضائية العربية.

هـ الهدف من الدراسة التعرف على مدى استخدام المشاهد المصري للقنوات الفضائية بصفة عامة والقنوات العربية بصفة خاصة، وما هي هذه القنوات ونوعية المواد التي يتابعها وانطباعاته عنها، واستخدمت الدراسة منهج البحث وأجريت على عينة من (١٠٠٠) مفردة من الجمهور المصري بالقاهرة والإسكندرية وعدد من محافظات الوجه البحري والقبلي من مالكي أجهزة الاستقبال الفضائي، بالإضافة إلى استقصاء (٢٠٠) مفردة من الشخصيات العامة والقيادية من مختلف مناطق البحث.

هـ أهم نتائج الدراسة: ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية العربية (٩٢,٨%) بين مالكي أجهزة الاستقبال الفضائي، وجاءت القناة الفضائية المصرية (LBC) اللبنانية، التيل الدولية، دبي) في مقدمة القنوات الفضائية العربية الحكومية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها.

٤. دراسة أميرة محمد النمر (٢٠٠٤) (٢٢): بعنوان: (أثر التعرض للقنوات الفضائية على التسوق القيمي من طلاب المرحلة الثانوية).

هـ الهدف من الدراسة: معرفة أثر تعرض المراهقين المصريين من طلاب المرحلة الثانوية لمضمون وبرامج القنوات الفضائية العربية والأجنبية، المفتوحة غير المشفرة، والعاملة المنوعة، والتي يسهل النفاذ إرسالها، على الصورة التي يدركون بها القيم، وعلى ترتيب هذه القيم لديهم، كذلك الوقوف على كيفية مساهمة هذه القنوات في تبني المراهقين لقيم وأنماط سلوكية تروج لها هذه القنوات، وذلك من خلال:

أ. توصيف مضمون بعض القنوات الفضائية العربية، وهي قنوات (LBC)، الفضائية

- فورية، وكذلك نرى مدى فائدة الرسائل القصيرة في مجال الأعمال.
٦. دراسة عزة مصطفى الكحكي (٢٠٠٤) بعنوان: (القنوات الفضائية وانعكاساتها على الهوية وأزمة القيم لدى عينة من الشباب العربي في مرحلة المراهقة).
٨. الهدف من الدراسة: تهدف الدراسة إلى التعرف على دور القنوات الفضائية في التأثير على الهوية وأزمة القيم لدى الشباب العربي، والعوامل المرتبطة بهذا التأثير، وقد أجريت الدراسة على عينة عمديه قوامها ٢٠٠ مفردة من الشباب العربي (ذكور- إناث)، وطبقت على هذه العينة كلاً من مقياس الهوية وأزمة القيم من إعداد الباحثة.
- نتائج الدراسة: يشاهد الشباب القنوات الفضائية الأجنبية غالباً بنسبة ٦٤,٥% وأحياناً بنسبة ٣٥,٥%، وأشارت النتائج إلى أن ٥٠,٥% من العينة يشاهد القنوات الفضائية الأجنبية بصورة منتظمة ويشاهدها بصورة غير منتظمة ٤٩,٩%.
٧. دراسة حسن على محمد (٢٠٠٥) بعنوان: (استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الغنائية والإشباع المتحققة منها).
- الهدف من الدراسة: التعرف على أنماط وكثافة تعرض الشباب في جامعات (القاهرة، ٦ أكتوبر، والمنيا) للفضائيات الغنائية والموسيقية، مع الوقوف على أسباب التفضيل أو عدم التفضيل للمشاهدة، مع التعرف على نوعية الإشباع المتحققة لمن يشاهدون، واستخدمت الدراسة منهج المسح لعينة عمديه قوامها (١٥٠) مفردة، مع استخدام (الأسلوب المقارن)، للمقارنة بين فئات العوامل المختلفة المؤثرة على دوافع الشباب لمشاهدة الفضائيات الغنائية، وللمقارنة بين فئات عينة الدراسة وفقاً للنوع والسن والتخصص العلمي ونمط الجامعة.
- نتائج الدراسة:
- أ. نجاح القنوات الغنائية في الوصول إلى مختلف طبقات عينة الدراسة من جمهور الشباب بصرف النظر عن متغير السن.
- ب. كانت دوافع استخدام الشباب للفضائيات الغنائية، دوافع نفعية في المقام الأول، وتمثلت في البحث عن معلومات عن المطربين والمطربات، تليها الدوافع الطقوسية، والتي
- تمثلت في دافع التسلية بالمرتبئة الأولى، يليها دافع الهروب من المشكلات.
- ج. تفضل عينة الدراسة قناة (ميلودي) في المرتبة الأولى، تليها قناة (روتانا) وجاء في مرتبة متأخرة قناة (استرايك).
٨. دراسة قامت بها الإدارة العامة لبحوث المشاهدين والإدارة العامة لبحوث المستمعين بإتحاد الإذاعة والتليفزيون (٢٠٠٥) بعنوان (استخدام المشاهد المصري للقنوات الفضائية) بصفة عامة.
- الهدف من الدراسة: التعرف على مدى استخدام المشاهد المصري للقنوات الفضائية بصفة عامة، وللفضائيات المصرية والعربية بصفة خاصة، وانطباعاته عنها ومردودها حياله، والوقوف على آراء الصفوة والشخصيات العامة في القنوات الفضائية، ومدى إسهامها في تحقيق أهداف الرسالة الإعلامية للمشاهد المصري، واستخدم البحث منهج المسح بالعينة، فكانت عينة عمديه قوامها (١٤٠٠) مفردة ممن يشاهدون القنوات الفضائية، موزعة على قطاعات الجمهور الثلاث: المحافظات الحضرية (٦٤٣) مفردة، الوجه البحري (٣٦١)، الوجه القبلي (٣٦١) مفردة، بالإضافة إلى عينة الصفوة والشخصيات العامة وقدرها (٦٥) مفردة.
- نتائج الدراسة:
- أ. أفاد (٨٧,٢%) من عينة الدراسة أن مدة مشاهدتهم للقنوات المصرية الأرضية قلت عن معدلها السابق، بينما قرر (١٢,٨%) أن مدة مشاهدتهم للقنوات المصرية الأرضية لم تتأثر بمشاهدة القنوات الفضائية.
- ب. أن القنوات الفضائية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها: دريم ٢ بنسبة (٧٨,٣%)، إقرأ (٨٥,٤%)، دريم ١ (٨٣,٤%)، الجزيرة (٨٣%)، الفضائية المصرية بنسبة (٧٣,٦%)، المحور (٧١,٩%).
- ج. أن القنوات الفضائية الأكثر تفضيلاً لمتابعي برامج الترفيه والمنوعات هي: دريم ١ بنسبة (٤١,٩%)، مزيكا بنسبة (١٨,٦%)، دريم ٢ بنسبة (١٨,٤%)، روتانا طرب بنسبة (١١,٣%)، روتانا كليب بنسبة (٦,٨%).

المفضلة.

الهدف من الدراسة: للتحرف على مدى إدراك المراهقين والأطفال في مرحلة الطفولة المتأخرة (فترة ما قبل المراهقة) في كندا للقيم الاجتماعية التي تبثها المسلسلات التلفزيونية المفضلة لديهم وذلك لتحديد أهم تأثيرات التلفزيون المفضلة لديهم وذلك لتحديد أهم تأثيرات التلفزيون على قيم المراهقين والأطفال، وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الصغرى والتي اعتمدت على منهج المسح الإعلامي. وقد استخدمت الدراسة استمارتي استبيان كأداة لجمع البيانات والتي كانت تسعى لإجابة على تساؤل رئيسي هام هو هل ينقل أبطال المسلسلات التلفزيونية القيم للشباب أو لا أم أنهم يدعون هذه القيم؟ وقد تم تطبيق إحدى استمارتي الاستبيان على عينة عشوائية من المراهقين والأطفال في الفترة ما قبل المراهقة وشملت العينة مجموعة من الآباء وذلك للتحرف على الفروق بين إدراك المراهقين وإدراك الآباء للقيم الاجتماعية الواردة في المسلسلات التلفزيونية.

أهم النتائج:

- أ. إن مشاهدة التلفزيون والمسلسلات المفضلة وبرامج التسلية في فترة المراهقة تتأثر بمدى نجاحها في إشباع وتلبية الحاجات الشخصية للمراهقين.
  - ب. أوضحت الدراسة أن التلفزيون يقوم بدور رئيسي وفعال في تدعيم القيم الموجودة والمعارف عليها في المجتمع.
  ٢. أحمد عبدالله الذكورى (١٩٩٠) (١١) بعنوان: القيم التربوية الموجبة للطفل المصري من خلال الراديو والتلفزيون دراسة مقارنة.
- الهدف من الدراسة: التعرف على ما تتضمنه برامج الأطفال في الإذاعة والتلفزيون من قيم تربوية الأطفال تكونت عينة الدراسة من جانبين:
- أ. عينة من برامج الأطفال تم تحديدها بطريقة عشوائية من برامج الأطفال في البرنامج العام والقناة الأولى خلال دورة كاملة من ١٩٨٩/١/٣١ حتى ١٩٨٩/٣/٣١.
  - ب. عينة من القائمين بالاتصال في برامج الأطفال في إذاعة البرنامج العام وقناة التلفزيون

٩. دراسة فانجبرج، سيليج وآخرون<sup>(١١)</sup> (Wangberg, Silige, 2006) بعنوان: التوعية بمرض البول السكري عن طريق رسائل التلفزيون المحمول.

الهدف من الدراسة: اختبار جدوى استخدام الرسائل القصيرة للتلفون المحمول لخدمة مرضى البول السكري ومدى فهمهم بالمعلومات، وتم العمل كذلك على تقدير رضا وإدراك مستخدم الخدمة (ماله وما عليه) وذلك من خلال أسلوب المقابلات، وتلقى (١١) أب وأم لديهم أطفال يعانون من مرض البول السكري النوع "١"، رسائل لمدة (١١) أسبوع، وكانت استجابة أولياء الأمور إيجابية نحو النظام المتبع، وقالوا أنهم يودون أن يستمروا في استخدام هذا النظام، وأنه يذكرهم بالتعليمات الخاصة بالعلاج خصوصاً عند نشغالهم بأمر الحياة اليومية، وقال بعض الآباء بأن الرسائل إلى حد ما كالتخصص المتطفل، حيث أنها تصل أحياناً في أوقات متأخرة مما يسبب لهم بعض الضيق، وأشار البعض منهم إلى أن الرسائل تعمل على تسهيل التواصل بينهم وبين أبنائهم المراهقين، وكان من أهم العيوب التي ذكروها، هي عدم إمكانية تخزين أو طبع الرسائل، وبشكل عام، فإن الرسائل تعتبر إيجابية من حيث أنها إحدى وسائل الحصول على المعلومات فيما يخص بالمرض.

١٠. دراسة لفاسيليوس، مايولنا، وآخرون<sup>(١١)</sup> (Vasilios, Mylona, 2008) بعنوان: إمكانية استخدام الرسائل القصيرة كأداة اتصال عملية جديدة لجذب المشتركين.

الهدف من الدراسة: اختبار استخدام الرسائل القصيرة بالنسبة للشباب من المستخدمين لها، ومدى استجابتهم للرسائل القصيرة كوسيلة اتصال متاحة وممكنة تستخدمها الشركات، وتم تجميع البيانات من خلال لقاءات ومقابلات مفتوحة وشبه بنائية لعدد (٤٠) طالب جامعي.

أشارت النتائج أن الرسائل القصيرة، بشكل عام، لها قبول إيجابي من شباب المستهلكين كأداة اتصال، حيث أنها جزء مكمل لحياتهم وأداة فعالة للمؤسسات الكبيرة للوصول إلى المستهلكين.

دراسات سابقة عن القيم:

١. دراسة تيرني (Tierney, Joan, 1979)<sup>(١١)</sup> بعنوان: إدراك القيم الاجتماعية في المسلسلات التلفزيونية

- الأولى عن طريق الحصر الشامل.
- أدوات الدراسة:
- أ. تحليل المضمون
  - ب. استبانة القيم التربوية
  - ج. استمارة المقابلة.
- أهم النتائج:
- أ. غطت القيم التربوية ٦٥,٧% من إجمالي المساحة الزمنية البالغة ١٩,١٣ ساعة والتي خصصت للدراسة التحليلية في الإذاعة والتلفزيون، وتوزعت هذه النسبة بين الإذاعة والتلفزيون بنسبة ٢,١% إذاعة، ٤٧,٩% تلفزيون من إجمالي الزمن الذي استغرقته والبالغة ١٢,٤٦ ساعة.
  - ب. إجمالي تكرار القيم التربوية الصريحة والضمنية في برامج الأطفال المعنية بالدراسة وصلت إلى ١١٢٧ وأن أعلى تكرار حظيت به القيم التالية: العلم، النجاح، الجمال، الإيمان، المحافظة على الصحة.
٣. صباح محمد حسن (١٩٩٦)<sup>(١٦)</sup> بعنوان: القيم التربوية المتضمنة في برامج التلفزيون في سن التعليم الابتدائي.
- الهدف من الدراسة: تحديد القيم التربوية المتضمنة في برامج الأطفال وتوضيح مدى إشباع برامج الأطفال لهذه القيم، وتقديم مقترحات لمساعدة البرامج التلفزيونية لإشباع قيم التلاميذ. استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المضمون وشملت العينة مجموعة من برامج الأطفال التي تم تحديدها بالطريقة العشوائية من بين برامج الأطفال على الفئتين الأولى والثانية خلال دورة إذاعية كاملة في الفترة من ١٩٩٥/١/١ حتى ١٩٩٥/٣/٣١.
- أهم النتائج:
- أ. نسبة برامج الأطفال تمثل ٩,٨% من فترة البث البرامجي الكلية في التلفزيون وأن معظم برامج الأطفال كان تبث صباحاً حيث تمثل نسبة البرامج التي تذاع صباحاً ٨٤,٧% في حين يتواجد الأطفال في هذه الفترة في الحضانات والمدارس.
  - ب. عدم وجود توازن وتكامل بين القيم التي تقدم خلال برامج الأطفال التلفزيونية فهناك قيم
- استحوذت على معظم البرامج مثل قيمة (النظافة- التعاون- الحب- الانتماء- الصداقة- العلم)، وقيم أخرى لم تثل القدر الكافي من التأكيد مثل القيم الدينية- والاقتصادية- وبعض القيم الاجتماعية كالكرم والتسامح، وقد تكون هذه القيم المهمة أهم في جوهرها وفي حاجة الطفل والمجتمع لها من القيم التي أكدت عليها البرامج.
٤. دراسة ساندرا كالفرن وآخرون<sup>(١٧)</sup> (Sandra Calvert and others, 1997) بعنوان: القيم الأخلاقية والاجتماعية التي تبث على التلفزيون صباح السبت.
- الهدف من الدراسة: مساعدة البرامج التعليمية التلفزيونية المقدمة من خلال أربع قنوات رئيسية هي (FOX, CBS, NBS) والتي يتم من خلالها تقديم بعض القيم، وتكونت عينة الدراسة من ٢٩ طفل مشاهد لهذه القنوات أثناء موسم ٩٦/٩٥ وهذه البرامج جلت على شرائط فيديو وذلك من الساعة السابعة صباحاً حتى الثانية عشر ظهراً، وفي هذا الإطار الزمني كان معظم الأطفال متواجدين بمنزلهم ومتابعين لهذه البرامج على هذه القنوات.
- أهم النتائج: أن هذه البرامج تناسب متطلبات الأطفال وقد تدرج الأطفال في الحصول على درجات متقدمة من جراء تكرار المشاهدة لهذه البرامج وقد لوحظ أيضاً عدم وجود تكرارات للبرامج على قناتين في وقت واحد وكنت قناة C.B.S من أكثر القنوات التي تبث برامج تتوافق مع متطلبات الأطفال ثم يليها في المرتبة FOX ثم N.B.C ثم A.B.C وبالرغم من ذلك لا تتوفر أي إحصائيات علمية دقيقة توضح الفرق بين هذه القنوات، ومن البرامج التعليمية التي يتم بثها عالم بيكمان (Beckman World) حقا أنها حيوانا متوحشة (Really Wild)، البحث الحقيقي على الأكاديمية (Realty Check on C.B.S, C.B.C).
٥. دراسة الياكوب علي<sup>(١٨)</sup> (Alayacoub, Ali M A; 1997) بعنوان: كيف ينظر العرب المسلمون في غرب بنسلفانيا إلى التأثير التلفزيوني الأمريكي على القيم الأخلاقية لأطفالهم.
- الهدف من الدراسة: تحديد الأنماط السلوكية للأبناء العرب المسلمين حيال مشاهدة أبنائهم للبرامج

الاستطلاعية التي تهدف إلى اكتشاف ظاهرة معينة أو مجموعة الظواهر وإلقاء المزيد من الضوء عليها، ومن ناحية أخرى تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المناهج البحثية التالية (منهج المسح- المنهج التاريخي- المنهج المقارن) وقد استخدمت الدراسة استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات وتم تطبيقها على عينة عديده قوامها ٤٥٠ مفردة من مشاهدي القنوات التلفزيونية الوافدة في مدينتي القاهرة ودمياط.

أهم النتائج:

أ. أسفرت الدراسة عن وجود علاقة ارتباط قوية سلبية بين متابعة القنوات التلفزيونية الوافدة وبين التغييرات التي طرأت على قيم الأسرة، وقد أثرت هذه القنوات الوافدة سلباً في العلاقات الأسرية وأدت إلى التفكك الأسري وضعف الشعور بالانتماء.

ب. جاءت التأثيرات السلبية في غرس قيم وأفكار وسلوكيات غريبة في نفوس الأطفال وزيادة الخوف والقلق وإلحاق الضرر بالطفل عن ممارسة هواياته وبعده عن جو الأسرة وإحاطتهم بأساليب الجريمة وبث روح العنف والعدوان في نفوسهم وتعليمهم فنون الرقص والتدخين.

٧. دراسة عادل فهمي البيومي (٢٠٠٠)<sup>(١١)</sup> بعنوان: علاقة مضمون القيم لدى الشباب الجامعي بالتعرض للإذاعة والتلفزيون: دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة القاهرة.

الهدف من الدراسة: تسعى الدراسة إلى التوصل إلى معرفة دقيقة لطبيعة العلاقة بين مستويات تعرض الطلاب الجامعية لوسائل الإعلام المسموعة والمصرية الوطنية والدولية وبين مضمون وأولويات القيم لدى الشباب المصري وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية المعتمدة على منهج المسح الإعلامي وقد استخدمت الدراسة صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات.

أهم النتائج:

أ. أن نظام القيم في مصر يتعرض لمؤثرات وافدة في ظل انفتاح مفروض على مفردات الثقافة الذائبة للمجتمع وأن نظام القيم عند الشباب الجامعي يتأثر بهذه الثقافات الثقافية

التلفزيونية التي تحتوي على العنف، وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية وقد تناولت الدراسة الكشف عن اتجاهات الآباء العرب المسلمين نحو التلفزيون الأمريكي وبرامجهم بشكل عام ونحو تأثير برامجهم على القيم الأخلاقية لأطفالهم بشكل خاص، وقد اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على صحيفة استبيان تم تطبيقها على عينة مكونة من ١٣٩ أب عربي مسلم ممن لهم طفل واحد على الأقل بين ٣- ١٥ سنة ممن يعيشون في غرب بنسلفانيا عام ١٩٩٧ على الفترات زمنية مختلفة واعتمدت أيضاً على عدد المقابلات الشخصية مع الآباء في المركز الإسلامي في بنسبرج وقد تم في هذه الدراسة المقارنة بين نظرية التعلم الإجتماعي لصاحبها (Bandura) وبين نظرية التطور الأخلاقي لصاحبها (Hohl Burg) وعقدت المقارنة بينها وبين النظرية الإسلامية الأخلاقية حسب الشيخ الغزالي، كما استخدمت هذه النظريات لمناقشة كيفية تأثير التلفزيون على التطور الأخلاقي للأطفال.

أهم النتائج:

أ. إن غالبية الآباء يحتفظون بأراء سلبية عن القيم التي تقدمها البرامج التجارية والإعلانية بالتلفزيون الأمريكي ويحتك معظم الآباء أن تأثير مثل هذه النوعية من البرامج سلباً كما أنهم لا يحبون أن يجلس أطفالهم لمشاهدة برامج وفترات العنف.

ب. كانت ردود فعل الآباء العرب المسلمين تجاه العنف والسلوك غير لائق نتيجة لخفتهم الدينية، وكان الآباء يرحبون بمشاهدة أطفالهم للبرامج الأمريكية الغير عنيفة لأنهم يشعرون باستعادة أطفالهم منها كوسيلة لتعلم اللغة الإنجليزية والمعرفة والجغرافية.

٦. دراسة محمد عبدالبديع السيد محمد (١٩٩٨)<sup>(١٢)</sup> بعنوان: أثر القنوات التلفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية: دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينتي القاهرة ودمياط.

الهدف من الدراسة: التعرف على تأثيرات القنوات التلفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية (الاجتماعية- الاقتصادية- السياسية- الدينية والعلمية)، وتعد هذه الدراسة من الدراسات



التنسيب لكل نوع من هذه القنوات محل الدراسة وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي اعتمد فيها الباحث على منح المسح الإعلامي، واعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات وتم تطبيقها على عينة من برامج الأطفال المقدمة القنوات الفضائية للتالية (القناة الفضائية المصرية الأولى- القناة الفضائية التونسية- قناة الشارقة الفضائية- القناة الفضائية اللبنانية (L.B.C)).

أهم النتائج:

- جاءت قناة (L.B.C) في المركز الأول من حيث مجمل القيم الإيجابية والسلوكيات السلبية وذلك بعدد ١٦٥٢ تكراراً منهم ١٣٧٩ قيمة إيجابية و ٢٧٣ تكرار سلوك سلبي.
  - عدد القيم الإيجابية والسلوكيات السلبية الاجتماعية في البرامج المختارة للدراسة ٢٧٠٥ قيمة وسلوك.
  - عدد القيم الإيجابية والسلوكيات السلبية الاقتصادية ٦٩٦ قيمة وسلوك.
١٠. دراسة شادية محمد جابر الدقاروي (٢٠٠٤) بعنوان: القيم والمعلومات التي تقدمها برامج الأطفال بالإذاعة المصرية: دراسة تحليلية.

الهدف من الدراسة: التعرف على القيم والمعلومات التي تقدمها برامج الأطفال بالإذاعة المصرية ومدى مناسبتها لهم، والتعرف على مدى الاختلاف بين إذاعتي البرنامج العام/ للشرق الأوسط في الاهتمام بالطفل، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية والتي تعتمد على منح المسح الإعلامي وقد اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون والتي تم تطبيقها على عينة من برامج الأطفال المقدمة بإذاعتي البرنامج العام والشرق الأوسط في الفترة من ٢٠٠٢/٧/١ إلى ٢٠٠٢/٩/٣٠ أي خلال دورة إذاعية كاملة.

أهم النتائج:

- احتلت قيمة الانتماء للوطن المرتبة الأولى بنسبة ١٥.٤٥% من إجمالي القيم على مستوى الإذاعيين، تليها قيمة استثمار وقت الفراغ بنسبة ٨.١٣% تليها قيمة طلب العلم في المرتبة الرابعة بنسبة ٦.٥% واحتلت قيمة

ومع ذلك ما زال متماسكا في اتجاه الحفاظ على القيم الاجتماعية التي تدعها المبادئ الدينية.

ب. أظهرت النتائج ارتباط تقصيرات طلبة الجامعة للبند المعبرة عن القيم السياسية والاقتصادية بمعتبر التعرض للإذاعة والتلفزيون أكثر من ارتباطها بالعوامل الديمغرافية، أما القيم الجمالية والفنية فكان ارتباطها بالتعرض للإذاعة والتلفزيون أكثر قليلاً من ارتباطها بالعوامل الديمغرافية حيه يتم عرض هذه القيم بشكل يكثف في وسائل الإعلام.

٨. دراسة حازم أمم محمد البنا (٢٠٠١) بعنوان: مدى إدراك المراهقين لبعض القيم الأخلاقية التي تعكسها المسلسلات العربية التلفزيونية دراسة مسحية.

الهدف من الدراسة: تحديد أهم القيم الأخلاقية الواردة في عينة من المسلسلات العربية التلفزيونية ونسب توافرها وكيفية عرضها كما استهدفت قياس مدى إدراك المراهقين لهذه القيمة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي مستخدماً استمارة تحليل المضمون ومقياس للقيم الأخلاقية للمراهقين. وقد شملت العينة التحليلية دورة تلفزيونية كاملة من ٢٠٠٠/٤/١١ حتى ٢٠٠٠/٧/٢ وشملت العينة الميدانية ٤٠٠ طالب وطالبة.

أهم النتائج:

- تضمنت المسلسلات قيمة أخلاقية سلبية بنسبة ٥٤.٧٩% مقابل ٤٥.٢١% للقيم الأخلاقية إيجابية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين في المستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة في إدراكهم لبعض القيم الأخلاقية التي تعكسها المسلسلات العربية التلفزيونية لصالح المستويات المرتفعة.

٩. دراسة أحمد محمد عبدالله (٢٠٠٢) بعنوان: القيم التي تعكسها برامج الأطفال في القنوات الفضائية العربية

الهدف من الدراسة: التعرف على واقع برامج الأطفال في القنوات الفضائية عينة من قنوات عربسات وتحديد الأبعاد والسمات الأساسية لها من خلال اختيار عينة تتمثل في أربع دول هي (مصر- تونس- لندن- الإمارات) والتعرف على الوزن

التنسيب لكل نوع من هذه القنوات محل الدراسة وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي اعتمد فيها الباحث على منح المسح الإعلامي، واعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات وتم تطبيقها على عينة من برامج الأطفال المقدمة القنوات الفضائية للتالية (القناة الفضائية المصرية الأولى- القناة الفضائية التونسية- قناة الشارقة الفضائية- القناة الفضائية اللبنانية (L.B.C)).

أهم النتائج:

- جاءت قناة (L.B.C) في المركز الأول من حيث مجمل القيم الإيجابية والسلوكيات السلبية وذلك بعدد ١٦٥٢ تكراراً منهم ١٣٧٩ قيمة إيجابية و ٢٧٣ تكرار سلوك سلبي.
  - عدد القيم الإيجابية والسلوكيات السلبية الاجتماعية في البرامج المختارة للدراسة ٢٧٠٥ قيمة وسلوك.
  - عدد القيم الإيجابية والسلوكيات السلبية الاقتصادية ٦٩٦ قيمة وسلوك.
١٠. دراسة شادية محمد جابر الدقاروي (٢٠٠٤) بعنوان: القيم والمعلومات التي تقدمها برامج الأطفال بالإذاعة المصرية: دراسة تحليلية.

الهدف من الدراسة: التعرف على القيم والمعلومات التي تقدمها برامج الأطفال بالإذاعة المصرية ومدى مناسبتها لهم، والتعرف على مدى الاختلاف بين إذاعتي البرنامج العام/ للشرق الأوسط في الاهتمام بالطفل، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية والتي تعتمد على منح المسح الإعلامي وقد اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون والتي تم تطبيقها على عينة من برامج الأطفال المقدمة بإذاعتي البرنامج العام والشرق الأوسط في الفترة من ٢٠٠٢/٧/١ إلى ٢٠٠٢/٩/٣٠ أي خلال دورة إذاعية كاملة.

أهم النتائج:

- احتلت قيمة الانتماء للوطن المرتبة الأولى بنسبة ١٥.٤٥% من إجمالي القيم على مستوى الإذاعيين، تليها قيمة استثمار وقت الفراغ بنسبة ٨.١٣% تليها قيمة طلب العلم في المرتبة الرابعة بنسبة ٦.٥% واحتلت قيمة

ومع ذلك ما زال متماسكا في اتجاه الحفاظ على القيم الاجتماعية التي تدعها المبادئ الدينية.

ب. أظهرت النتائج ارتباط تقصيرات طلبة الجامعة للبند المعبرة عن القيم السياسية والاقتصادية بمعتبر التعرض للإذاعة والتلفزيون أكثر من ارتباطها بالعوامل الديمغرافية، أما القيم الجمالية والفنية فكان ارتباطها بالتعرض للإذاعة والتلفزيون أكثر قليلاً من ارتباطها بالعوامل الديمغرافية حيه يتم عرض هذه القيم بشكل يكثف في وسائل الإعلام.

٨. دراسة حازم أمم محمد البنا (٢٠٠١) بعنوان: مدى إدراك المراهقين لبعض القيم الأخلاقية التي تعكسها المسلسلات العربية التلفزيونية دراسة مسحية.

الهدف من الدراسة: تحديد أهم القيم الأخلاقية الواردة في عينة من المسلسلات العربية التلفزيونية ونسب توافرها وكيفية عرضها كما استهدفت قياس مدى إدراك المراهقين لهذه القيمة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي مستخدماً استمارة تحليل المضمون ومقياس للقيم الأخلاقية للمراهقين. وقد شملت العينة التحليلية دورة تلفزيونية كاملة من ٢٠٠٠/٤/١١ حتى ٢٠٠٠/٧/٢ وشملت العينة الميدانية ٤٠٠ طالب وطالبة.

أهم النتائج:

- تضمنت المسلسلات قيمة أخلاقية سلبية بنسبة ٥٤.٧٩% مقابل ٤٥.٢١% للقيم الأخلاقية إيجابية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين في المستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة في إدراكهم لبعض القيم الأخلاقية التي تعكسها المسلسلات العربية التلفزيونية لصالح المستويات المرتفعة.

٩. دراسة أحمد محمد عبدالله (٢٠٠٢) بعنوان: القيم التي تعكسها برامج الأطفال في القنوات الفضائية العربية

الهدف من الدراسة: التعرف على واقع برامج الأطفال في القنوات الفضائية عينة من قنوات عربسات وتحديد الأبعاد والسمات الأساسية لها من خلال اختيار عينة تتمثل في أربع دول هي (مصر- تونس- لندن- الإمارات) والتعرف على الوزن

٣. ما مستوى اللغة التي كتبت بها الرسائل القصيرة (SMS)؟
٤. ما أسلوب الرسائل القصيرة (SMS)؟
٥. ما نوع المرسل للرسالة القصيرة (SMS)؟
٦. ما جنسية المرسل للرسالة القصيرة (SMS)؟
٧. ما الألفاظ المستخدمة في كتابة الرسائل القصيرة (SMS)؟
٨. ما نوع وموضوع الرسالة القصيرة (SMS)؟
٩. ما أنواع القيم التي تتضمنها الرسائل القصيرة (SMS)؟
١٠. ما القيمة الاجتماعية التي تبثها الرسالة القصيرة (SMS)؟
١١. ما السلوكيات السلبية التي تضمنها الرسائل القصيرة (SMS)؟
١٢. ما القيم الإيجابية التي تضمنها الرسائل القصيرة (SMS)؟

#### مصطلحات الدراسة:

٣١. القيم الاجتماعية: ويتبنى الباحث التعريف التالي لحنان عبدالحمد العناني<sup>(١١)</sup> بأن القيم عبارة عن أهداف ومعايير حكم توجه السلوك الإنساني، وذلك بالنسبة لثقافة معينة في زمن معين، وتحدد المرغوب فيه، وغير المرغوب فيه، وهي إما أن تكون إيجابية أو سلبية، إنسانية عامة أو خاصة بجماعة معينة أو فرد معين، صريحة أو ضمنية، بحيث يمكن ملاحظتها أو استنباطها من السلوك اللفظي أو غير اللفظي للأفراد في المواقف المتنوعة.
٣٢. الرسائل القصيرة (SMS): هي وسيلة للتواصل بواسطة النصوص باستخدام الهواتف الجوال، أو يمكن ذلك بواسطة الكمبيوتر حيث يمكن أن ترسل معلومة نصية من كمبيوتر إلى هاتف جوال، وتعود هذه التسمية إلى أن الحد الأقصى للرسالة القصيرة لا يتجاوز (١٦٠) حرفاً تشمل الأرقام والحروف والرموز والفراغات، وهذا بالنسبة للأحرف الإنجليزية، أما النصوص باللغة العربية فإن أقصى حد للرسالة القصيرة (٧٠) حرفاً فقط.

#### متغيرات الدراسة:

- يهدف الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين متغيرين أساسيين، وهما الرسائل القصيرة بالفتوات الفضائية الغنائية عينة الدراسة كمتغير مستقل، وبعض القيم الموجودة لدى المراهقين من سن (١٨ - ٢١) سنة كمتغير تابع، وتوجد متغيرات دخيلة مثل النوع والسن والإقامة والتي من الممكن أن تؤثر في العلاقة بين المتغيرين الأساسيين.
١. المتغير المستقل: الرسائل القصيرة بالفتوات الفضائية العربية عينة الدراسة.
٢. المتغير التابع: بعض القيم الموجودة لدى المراهقين عينة

- العمل المرتبة الخامسة بنسبة ٥٨,٥%.
- ب. جاءت أساليب عرض القيم الإيجابية لفظية في شكل ممارسة في المرتبة الأولى بنسبة ٤٦,٥% تليها لفظية بنسبة ٣٣,٧% ثم قيم ثم استنتاجها بنسبة ٢٠,٣%.

#### استفادة الباحث من الدراسات السابقة:

- استناد الباحث من الدراسات السابقة خلال الدراسة الحالية في الوقوف على:
  ١. ارتفاع نسبة تعرض الشباب والمراهقين للفتوات الفضائية العربية والأجنبية بصفة عامة، والفتوات الغنائية المتخصصة بصفة خاصة.
  ٢. تقصير المراهقين مشاهدة الفتوات الفضائية، لإذاعتها أحدث أغاني الفيديو كليب العربية والأجنبية، حيث جاءت بالترتيب الأول في اختيارات المراهقين، بدراستي كل من (أميرة النمر، مصطفى حمدي) وفي الترتيب الثاني بدراستي (سلوى إمام، عاطف عدلى العبد).
  ٣. الأهمية التصوي لجانب التمويل والروح في نشاط الفتوات الخاصة، وأن هذا الجانب قد يكون المحك الرئيسي في تحديد أنماط أدائها، والتزامها بالقواعد والمعايير المرعية بالمجتمع.
  ٤. زيادة نمط المشاهدة الجماعية للمراهقين مع أفراد الأسرة، حيث جاءت بالمرتبة الأولى في دراستي (أميرة النمر، وجيهان المعبي) وبالمرتبة الثانية في دراسة سلوى إمام.
  ٥. اعتماد العديد من الدراسات السابقة في إطارها النظري على مدخل الاستخدامات والإشباع،
  ٦. تفوق الدوافع الطفوسية من (تسلية، توفير الصحة البدنية، قضاء وقت الفراغ) لدى الشباب والمراهقين، في تعرضهم للفتوات الفضائية العامة منها والغنائية، مقابل الدوافع النفعية من (الحصول على المعلومة وتعزيز القيم).
  ٧. ازدياد نسبة مشاهدة الأغاني والموعات لدى الإناث عن الذكور.
  ٨. وضع التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة، مع تحديد الأساليب الإحصائية التي يمكن استخدامها.
  ٩. صياغة تساؤلات الدراسة وفروضها.
- تساؤلات الدراسة:
  ١. ما مضمون الرسائل القصيرة (SMS) المعروضة على شاشات الفتوات الفضائية العربية؟
  ٢. ما اللغة التي تقدم بها الرسائل القصيرة (SMS)؟

الدراسة.

٣- المتغيرات الوسيطة: مثل النوع (ذكور- إناث)، والإقامة (ريف- حضر) والسن من (١٨- ٢١) سنة.

#### نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تهدف لوصف الأحداث والأشخاص والاتجاهات والمعتقدات والأهداف، وكذلك أنماط السلوك المختلفة، حيث تسعى الدراسة للتعرف على مضمون الرسائل القصيرة المعروضة بالقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة.

#### عينة الدراسة:

تم إجراء الدراسة التحليلية على عينة عمدية من القنوات الفضائية العربية (مزيكا، ميلودي، روثانا) لتحليل مضمون الرسائل القصيرة المعروضة عليها عن طريق الأسبوع الصناعي خلال دورة تليفزيونية عام ٢٠٠٩.

#### أدوات الدراسة:

صنفت تحليل مضمون: وقد تم تحليل الرسائل القصيرة المعروضة بالقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة من حيث الشكل (ما الألفاظ المقدمة بها الرسائل)، ومن حيث المضمون (ما هي موضوعات الرسائل القصيرة).

#### أساليب معالجة الإحصائية:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" Statistical Package for the Social Science (SPSS) ثم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- ٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- ٣- اختبار كاي<sup>٢</sup> (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)
- ٤- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)

#### أهم نتائج الدراسة:

بعد استعراض عينة الدراسة التحليلية والتي شملت عينة من الرسائل بلغ عددها ١٠٦٦ رسالة في سبع قنوات هي على التوالي "روثانا كليب، روثانا موسيقى، مكس، OTV، الرحمة، موجا، أغانيها"، بهدف التعرف على مضمون تلك الرسائل وجاء

تحليل مضمونها بعدة نتائج منها:

- ١- أظهر التحليل أن لغة الرسالة صاحبة المركز الأول هي اللغة العربية بنسبة ٩٦,١% من إجمالي الرسائل، وجاء في المركز الثاني اللغة الإنجليزية بنسبة بلغت ٢,٥% من الإجمالي، وتلاها الرسائل العربية المكتوبة بحروف إنجليزية بنسبة ١,٢%، ولم تسفر النتائج عن وجود أي رسائل إنجليزية كتبت بحروف عربية. كما بينت النتائج وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ بالنسبة للغة الرسائل وذلك لصالح اللغة العربية في جميع القنوات عينة التحليل.
- ٢- أما عن عن مستوى اللغة التي كتبت بها الرسائل فجاءت اللغة العامية في المركز الأول بنسبة ٨٧,٨% من إجمالي الرسائل، وتلاها المستويات الأخرى في المركز الثاني بنسبة ٨,٥%، وحصدت الفصحى المركز الثالث بين مستويات اللغة التي كتبت بها الرسائل بنسبة ٣,٦%. كما بينت النتائج وجود فروق بين قنوات التحليل في مستوى اللغة عند مستوى ٠,٠٥.
- ٣- بينت النتائج أن الأسلوب صاحب المركز الأول في كتابة الرسالة هو الأسلوب المباشر بنسبة ٩٨,٥% من إجمالي ٣٩٥ رسالة تم معرفة أسلوبها. وفي المركز الثاني جاء الأسلوب الرمزي بنسبة ١,٥% من جمالي العينة. ولم تسفر النتائج عن وجود أسلوب يجمع بين الإثنين. كما أوضحت النتائج عدم وجود فروق بين قنوات التحليل من حيث أسلوب الرسالة.
- ٤- عكس التحليل مدى الاتفاق بين قنوات التحليل في نوع المرسل حيث جاءت نسبة الذكور ٦١% في المركز الأول، بينما جاءت نسبة الإناث في المركز الثاني بنسبة ١٦% في حين جاء عدم وضوح نوع المرسل بنسبة ٢٢,٢% في المركز الثالث. وأسفرت النتائج عن وجود فروق بين قنوات التحليل من حيث نوع مرسل الرسالة.
- ٥- أوضحت النتائج أن عدم وضوح جنسية المرسل احتلت المركز الأول بنسبة ٦١,٨% من إجمالي عينة التحليل، بينما جاءت الجنسية المصرية في المركز الثاني بنسبة ٢٢,٨% من إجمالي عينة التحليل، وفي المركز الثالث جاءت الجنسية العربية بنسبة بلغت ١٠,٤% من الإجمالي. كما أوضحت النتائج عدم وجود فروق بين قنوات التحليل من حيث جنسية المرسل.
- ٦- بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين قنوات التحليل من حيث الألفاظ المستخدمة، حيث جاءت الألفاظ

الدراسة.

٣- المتغيرات الوسيطة: مثل النوع (ذكور- إناث)، والإقامة (ريف- حضر) والسن من (١٨- ٢١) سنة.

#### نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تهدف لوصف الأحداث والأشخاص والاتجاهات والمعتقدات والأهداف، وكذلك أنماط السلوك المختلفة، حيث تسعى الدراسة للتعرف على مضمون الرسائل القصيرة المعروضة بالقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة.

#### عينة الدراسة:

تم إجراء الدراسة التحليلية على عينة عمدية من القنوات الفضائية العربية (مزىكا، ميلودي، روثانا) لتحليل مضمون الرسائل القصيرة المعروضة عليها عن طريق الأسبوع الصناعي خلال دورة تليفزيونية عام ٢٠٠٩.

#### أدوات الدراسة:

صنفت تحليل مضمون: وقد تم تحليل الرسائل القصيرة المعروضة بالقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة من حيث الشكل (ما الألفاظ المقدمة بها الرسائل)، ومن حيث المضمون (ما هي موضوعات الرسائل القصيرة).

#### أساليب معالجة الإحصائية:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" Statistical Package for the Social Science (SPSS) ثم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- ٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- ٣- اختبار كاي<sup>٢</sup> (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)
- ٤- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)

#### أهم نتائج الدراسة:

بعد استعراض عينة الدراسة التحليلية والتي شملت عينة من الرسائل بلغ عددها ١٠٦٦ رسالة في سبع قنوات هي على التوالي "روثانا كليب، روثانا موسيقى، مكس، OTV، الرحمة، موجا، أغانيها"، بهدف التعرف على مضمون تلك الرسائل وجاء

تحليل مضمونها بعدة نتائج منها:

- ١- أظهر التحليل أن لغة الرسالة صاحبة المركز الأول هي اللغة العربية بنسبة ٩٦,١% من إجمالي الرسائل، وجاء في المركز الثاني اللغة الإنجليزية بنسبة بلغت ٢,٥% من الإجمالي، وتلاها الرسائل العربية المكتوبة بحروف إنجليزية بنسبة ١,٢%، ولم تسفر النتائج عن وجود أي رسائل إنجليزية كتبت بحروف عربية. كما بينت النتائج وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ بالنسبة للغة الرسائل وذلك لصالح اللغة العربية في جميع القنوات عينة التحليل.
- ٢- أما عن عن مستوى اللغة التي كتبت بها الرسائل فجاءت اللغة العامية في المركز الأول بنسبة ٨٧,٨% من إجمالي الرسائل، وتلاها المستويات الأخرى في المركز الثاني بنسبة ٨,٥%، وحصدت الفصحى المركز الثالث بين مستويات اللغة التي كتبت بها الرسائل بنسبة ٣,٦%. كما بينت النتائج وجود فروق بين قنوات التحليل في مستوى اللغة عند مستوى ٠,٠٥.
- ٣- بينت النتائج أن الأسلوب صاحب المركز الأول في كتابة الرسالة هو الأسلوب المباشر بنسبة ٩٨,٥% من إجمالي ٣٩٥ رسالة تم معرفة أسلوبها. وفي المركز الثاني جاء الأسلوب الرمزي بنسبة ١,٥% من جمالي العينة. ولم تسفر النتائج عن وجود أسلوب يجمع بين الإثنين. كما أوضحت النتائج عدم وجود فروق بين قنوات التحليل من حيث أسلوب الرسالة.
- ٤- عكس التحليل مدى الاتفاق بين قنوات التحليل في نوع المرسل حيث جاءت نسبة الذكور ٦١% في المركز الأول، بينما جاءت نسبة الإناث في المركز الثاني بنسبة ١٦% في حين جاء عدم وضوح نوع المرسل بنسبة ٢٢,٢% في المركز الثالث. وأسفرت النتائج عن وجود فروق بين قنوات التحليل من حيث نوع مرسل الرسالة.
- ٥- أوضحت النتائج أن عدم وضوح جنسية المرسل احتلت المركز الأول بنسبة ٦١,٨% من إجمالي عينة التحليل، بينما جاءت الجنسية المصرية في المركز الثاني بنسبة ٢٢,٨% من إجمالي عينة التحليل، وفي المركز الثالث جاءت الجنسية العربية بنسبة بلغت ١٠,٤% من الإجمالي. كما أوضحت النتائج عدم وجود فروق بين قنوات التحليل من حيث جنسية المرسل.
- ٦- بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين قنوات التحليل من حيث الألفاظ المستخدمة، حيث جاءت الألفاظ

الفضائية على النسق القيمي للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٤).

5. Reidy, Kathleen, (2004) Successful messaging services, *Econtent*, Vol.27 Issue 9, pp 30-34,5p.

٦. عزة مصطفى الكحكي. القنوات الفضائية الأجنبية وانعكاساتها على الهوية وأزمة القيم لدى عينة من الشباب العربي في مرحلة المراهقة، **ملخص بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي العاشر**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٤).

٧. حسن على محمد. استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الغنائية والإشباع المتحققة، **ملخص بحث مقدم للمؤتمر السنوي العاشر**، الإعلام المعاصر والهوية العربية، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٥).

٨. الإدارة العامة لبحوث المستمعين. استخدام الشباب المصري للقنوات الفضائية، **مجلة الفن الإذاعي**، العدد المائة والثمانون، (القاهرة: اتحاد الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٥).

9. Wangberg, Siljec; Arsand, Erik; Andersson, Niklas Diabetes education via mobile text messaging, *Journal of Telemedicine & Telecare*, (Vol.12, 2006)

10. Priporas, Constantinos- Vasilios; Mylona, Ifigeneia, "Mobile services: Potentiality Of Short Message Services as new business communication tool in attracting consumers", *International Journal of Mobile Communications*, (Vol.6 Issue 4, 2008).

11. Tierney, Joan. D'The Perception of social values in favorite Television series,' in *Dissertation Abstracts International*, (val. 35, 1979).

١٢. أحمد عبدالله الذكورى. القيم التربوية الموجهة للطفل المصري من خلال الراديو والتلفزيون دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩٠).

١٣. صباح محمد حسن. القيم التربوية المتضمنة في برامج التلفزيون في سن التحليم الإبتدائي، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: معهد الدراسات والبحوث

التي تحترم الذوق في المركز الأول بنسبة بلغت ٦٣,٣% من اجمالي عينة التحليل، وفي المركز الثاني جاءت الألفاظ التي تخدم الحياء بنسبة ٦,٧% من اجمالي الرسائل عينة التحليل.

٧. بينت النتائج أنه بالنسبة لنوع الرسالة فجاءت الرسالة الرومانسية في المركز الأول بنسبة ٥٩,٧% من اجمالي الرسائل، واحتلت الرسالة الإهداء المركز الثاني بنسبة ٣٩,٨% من اجمالي، واحتلت الرسالة الدينية المركز الثالث بنسبة بلغت ٣٦,٩% من الإجمالي، وفي المركز الرابع جاءت الرسالة الرياضية بنسبة بلغت ١٦,٣% من الإجمالي، وفي المركز الخامس جاءت الرسالة القومية بنسبة ١٠,٣% من الإجمالي. كما بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين قنوات التحليل من حيث نوع أو مضمون الرسالة.

٨. بالنسبة للقيم الإيجابية فجاءت قيمة احترام الآخرين في المركز الأول بنسبة ٢٨,٢% من اجمالي الرسائل، واحتلت قيمة المحبة المركز الثاني بنسبة ١٨% من اجمالي، واحتلت قيمة العدالة المركز الثالث بنسبة بلغت ١٢,٢% من الإجمالي، وفي المركز الرابع جاءت قيمة النجاح بنسبة بلغت ٧,٨% من الإجمالي، وفي المركز الخامس جاءت قيمة الوطنية بنسبة ٧,١% من الإجمالي. كما بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين قنوات التحليل من حيث القيم الإيجابية، وبذلك تؤكد على وجود اتفاق بين القنوات عينة التحليل على تركيزها على القيم الإيجابية التي تقدمها من خلال هذه الرسائل.

#### المراجع:

١. جيهان بسرى. استخدامات الشباب المصري للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة منها، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد الثامن، يناير ١٩٩٨.
2. Hanan Kamal Kilani. Usage of the International Channels Via Direct Broadcasting Satellite in Egypt, Case Study on A sample of Egyptian Users in Greater Cairo, **Unpublished Thesis** (Cairo University, Mass Communication Faculty, Broadcasting Department, 2000).
٣. استخدام المشاهد المصري للقنوات الفضائية العربية، **مجلة الفن الإذاعي**، العدد ١٦١ (القاهرة: اتحاد الإذاعة والتلفزيون، معهد الإذاعة والتلفزيون، سبتمبر ٢٠٠٠).
٤. أميرة محمد إبراهيم النمر. أثر التعرض للقنوات

الفضائية على النسق القيمي للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٤).

5. Reidy, Kathleen, (2004) Successful messaging services, *Econtent*, Vol.27 Issue 9, pp 30-34,5p.

٦. عزة مصطفى الكحكي. القنوات الفضائية الأجنبية وانعكاساتها على الهوية وأزمة القيم لدى عينة من الشباب العربي في مرحلة المراهقة، **ملخص بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي العاشر**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٤).

٧. حسن على محمد. استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الغنائية والإشباع المتحققة، **ملخص بحث مقدم للمؤتمر السنوي العاشر**، الإعلام المعاصر والهوية العربية، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٥).

٨. الإدارة العامة لبحوث المستمعين. استخدام الشباب المصري للقنوات الفضائية، **مجلة الفن الإذاعي**، العدد المائة والثمانون، (القاهرة: اتحاد الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٥).

9. Wangberg, Siljec; Arsand, Erik; Andersson, Niklas Diabetes education via mobile text messaging, *Journal of Telemedicine & Telecare*, (Vol.12, 2006)

10. Priporas, Constantinos- Vasilios; Mylona, Ifigeneia, "Mobile services: Potentiality Of Short Message Services as new business communication tool in attracting consumers", *International Journal of Mobile Communications*, (Vol.6 Issue 4, 2008).

11. Tierney, Joan. D'The Perception of social values in favorite Television series,' in *Dissertation Abstracts International*, (val. 35, 1979).

١٢. أحمد عبدالله الذكورى. القيم التربوية الموجهة للطفل المصري من خلال الراديو والتلفزيون دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩٠).

١٣. صباح محمد حسن. القيم التربوية المتضمنة في برامج التلفزيون في سن التحليم الإبتدائي، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: معهد الدراسات والبحوث

التي تحترم الذوق في المركز الأول بنسبة بلغت ٦٣,٣% من اجمالي عينة التحليل، وفي المركز الثاني جاءت الألفاظ التي تخدم الحياء بنسبة ٦,٧% من اجمالي الرسائل عينة التحليل.

٧. بينت النتائج أنه بالنسبة لنوع الرسالة فجاءت الرسالة الرومانسية في المركز الأول بنسبة ٥٩,٧% من اجمالي الرسائل، واحتلت الرسالة الإهداء المركز الثاني بنسبة ٣٩,٨% من اجمالي، واحتلت الرسالة الدينية المركز الثالث بنسبة بلغت ٣٦,٩% من الإجمالي، وفي المركز الرابع جاءت الرسالة الرياضية بنسبة بلغت ١٦,٣% من الإجمالي، وفي المركز الخامس جاءت الرسالة القومية بنسبة ١٠,٣% من الإجمالي. كما بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين قنوات التحليل من حيث نوع أو مضمون الرسالة.

٨. بالنسبة للقيم الإيجابية فجاءت قيمة احترام الآخرين في المركز الأول بنسبة ٢٨,٢% من اجمالي الرسائل، واحتلت قيمة المحبة المركز الثاني بنسبة ١٨% من اجمالي، واحتلت قيمة العدالة المركز الثالث بنسبة بلغت ١٢,٢% من الإجمالي، وفي المركز الرابع جاءت قيمة النجاح بنسبة بلغت ٧,٨% من الإجمالي، وفي المركز الخامس جاءت قيمة الوطنية بنسبة ٧,١% من الإجمالي. كما بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين قنوات التحليل من حيث القيم الإيجابية، وبذلك تؤكد على وجود اتفاق بين القنوات عينة التحليل على تركيزها على القيم الإيجابية التي تقدمها من خلال هذه الرسائل.

#### المراجع:

١. جيهان بسرى. استخدامات الشباب المصري للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة منها، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد الثامن، يناير ١٩٩٨.
2. Hanan Kamal Kilani. Usage of the International Channels Via Direct Broadcasting Satellite in Egypt, Case Study on A sample of Egyptian Users in Greater Cairo, **Unpublished Thesis** (Cairo University, Mass Communication Faculty, Broadcasting Department, 2000).
٣. استخدام المشاهد المصري للقنوات الفضائية العربية. **مجلة الفن الإذاعي**، العدد ١٦١ (القاهرة: اتحاد الإذاعة والتلفزيون، معهد الإذاعة والتلفزيون، سبتمبر ٢٠٠٠).
٤. أميرة محمد إبراهيم النمر. أثر التعرض للقنوات

التربوية، ١٩٩٦).

14. Sandra calvert and others. Educational and Prosocial Programming on Saturday morning Television Paper Presented at the biennial meeting of the societies for research in child develeoment, Washington; Dc, April 3-6, 1997.
15. Alyacoub, Ali M A. 'How Muslum Arab Parents in Westem Pennsylvania view the influence of American TV on their children,s morality' *Dissertation Abstracts International*, (Vol 58, Dec.1997).

١٦. محمد عبدالبديع السيد محمد. أثر القنوات التلفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية: دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينتي القاهرة ومدباط، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الزقازيق: كلية الآداب، ١٩٩٨).

١٧. عادل فهمي البيومي، علاقة مضمون القيم لدى الشباب الجامعي بالتعرض للإذاعة والتلفزيون: دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة القاهرة، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* أكتوبر/ ديسمبر، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٠).

١٨. حازم أمام محمد البنا. مدى إدراك المراهقين لبعض القيم الأخلاقية التي تعكسها المسلسلات العربية التلفزيونية دراسة مسحية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠١).

١٩. أحمد محمد عبدالله. القيم التي تعكسها برامج الأطفال في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٢).

٢٠. شادية محمد جابر النقناوي. القيم والمعلومات التي تقدمها برامج الأطفال بإذاعة المصرية: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٤).

٢١. حنان عبدالحميد المعناني. "القيم الاجتماعية في أدب الأطفال العربي" رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩٧).



التربوية، ١٩٩٦).

14. Sandra calvert and others. Educational and Prosocial Programming on Saturday morning Television Paper Presented at the biennial meeting of the societies for research in child develeoment, Washington; Dc, April 3-6, 1997.
15. Alyacoub, Ali M A. 'How Muslum Arab Parents in Westem Pennsylvania view the influence of American TV on their children,s morality' *Dissertation Abstracts International*, (Vol 58, Dec.1997).

١٦. محمد عبدالبديع السيد محمد. أثر القنوات التلفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية: دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينتي القاهرة ومدباط، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الزقازيق: كلية الآداب، ١٩٩٨).

١٧. عادل فهمي البيومي، علاقة مضمون القيم لدى الشباب الجامعي بالتعرض للإذاعة والتلفزيون: دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة القاهرة، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* أكتوبر/ ديسمبر، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٠).

١٨. حازم أمام محمد البنا. مدى إدراك المراهقين لبعض القيم الأخلاقية التي تعكسها المسلسلات العربية التلفزيونية دراسة مسحية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠١).

١٩. أحمد محمد عبدالله. القيم التي تعكسها برامج الأطفال في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٢).

٢٠. شادية محمد جابر النقناوي. القيم والمعلومات التي تقدمها برامج الأطفال بإذاعة المصرية: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٤).

٢١. حنان عبدالحميد المعناني. 'القيم الاجتماعية في أدب الأطفال العربي' رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩٧).

**Summary****Short Messages In Arab Satellite Channels And Its Relation To Some Values Of Adolescents**

This current study seeks to identify the content of the SMS exposed on Arabic T.V. space channels and impact of this content on some values in a sample of adolescents.

The study problem is represented in the following major inquiry:

'What is the impact of the SMS exposed on Arabic T.V. space channels on some values in a sample of adolescents?

**Study Objectives:**

1. Identifying what the values these SMS include.
2. Identifying the extent to which positive values are exposed in return for negative values reflected by SMS exposed on space channels.
3. Identifying impact of SMS exposed on T.V. SMS on some adolescents' values.
4. Standing on difference of impact of SMS exposed in Arabic space channels on adolescents' some values due to difference in some demographic characteristics (sex- age- educational level- socio-economic level).

**Analytical Study Inquiries:**

1. What are the words used in the short messages (SMS)?
2. What kind and topic do these short messages (SMS) include?
3. What are the values these messages (SMS) include?
4. What is the social value these SMS report?
5. What are the negative behaviors these SMS message include?
6. What are the positive behaviors these SMS message include?
7. How far positive values appear against the

negative ones in the SMS short messages?

**Study Type:**

This study belongs to the qualitative type of studies .

**Study Sample:**

- ⊞ The Analytical Sample: It is administered purposely on a sample of adolescents who watch T.V. space channels for songs such as (Mazika- Melody- Rotana) to analyze content of the SMS through a T.V. course in 2009.
- ⊞ Field Study Sample: It applies a questionnaire form on the purposely sample of adolescents who watch T.V. space singing channels. The sample consists of (300) items in age stage (18-21 yrs.).

**Study Results:**

1. There are significant statistical differences among adolescents who watch and who do not watch the SMS exposed in space channels, in favor of those who watch.
2. There are no significant statistical differences among adolescents' males and females regarding influence degree of SMS being exposed on Arabic space channels (positive values & negative behaviors).
3. There are no significant statistical differences among adolescents regarding social and economic level of the family involving influence degree of SMS being exposed on Arabic space channels (positive values & negative behaviors).
4. Results indicate that 45.3% of study sample are affected negatively by SMS, and that 7.7% are affected positively, and 42.7% are affected positively and negatively, and 4.3% do not affect by SMS.
5. The study results indicate that 5% of study sample think that positive values are more existed than negative ones in the SMS.

**Summary****Short Messages In Arab Satellite Channels And Its Relation To Some Values Of Adolescents**

This current study seeks to identify the content of the SMS exposed on Arabic T.V. space channels and impact of this content on some values in a sample of adolescents.

The study problem is represented in the following major inquiry:

'What is the impact of the SMS exposed on Arabic T.V. space channels on some values in a sample of adolescents?

**Study Objectives:**

1. Identifying what the values these SMS include.
2. Identifying the extent to which positive values are exposed in return for negative values reflected by SMS exposed on space channels.
3. Identifying impact of SMS exposed on T.V. SMS on some adolescents' values.
4. Standing on difference of impact of SMS exposed in Arabic space channels on adolescents' some values due to difference in some demographic characteristics (sex- age- educational level- socio-economic level).

**Analytical Study Inquiries:**

1. What are the words used in the short messages (SMS)?
2. What kind and topic do these short messages (SMS) include?
3. What are the values these messages (SMS) include?
4. What is the social value these SMS report?
5. What are the negative behaviors these SMS message include?
6. What are the positive behaviors these SMS message include?
7. How far positive values appear against the

negative ones in the SMS short messages?

**Study Type:**

This study belongs to the qualitative type of studies .

**Study Sample:**

- ⊞ The Analytical Sample: It is administered purposely on a sample of adolescents who watch T.V. space channels for songs such as (Mazika- Melody- Rotana) to analyze content of the SMS through a T.V. course in 2009.
- ⊞ Field Study Sample: It applies a questionnaire form on the purposely sample of adolescents who watch T.V. space singing channels. The sample consists of (300) items in age stage (18-21 yrs.).

**Study Results:**

1. There are significant statistical differences among adolescents who watch and who do not watch the SMS exposed in space channels, in favor of those who watch.
2. There are no significant statistical differences among adolescents' males and females regarding influence degree of SMS being exposed on Arabic space channels (positive values & negative behaviors).
3. There are no significant statistical differences among adolescents regarding social and economic level of the family involving influence degree of SMS being exposed on Arabic space channels (positive values & negative behaviors).
4. Results indicate that 45.3% of study sample are affected negatively by SMS, and that 7.7% are affected positively, and 42.7% are affected positively and negatively, and 4.3% do not affect by SMS.
5. The study results indicate that 5% of study sample think that positive values are more existed than negative ones in the SMS.