



## مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

### داخل العدد

- التأثيرات التكنولوجية ودورها في تطور مهنة العلاقات العامة.  
د. رزق سعد عبد المعطى
- تعرض المراهقين في الريف المصري للإنترنت.  
د. فودة محمد محمد علي
- اتجاهات عينة من الجمهور المصري نحو إذاعة الأغاني الوطنية.  
د. غادة حسام الدين محمد
- الاعتماد المتبادل بين الأنظمة السياسية للدول ووسائل الإعلام.  
د. حنان يوسف
- استخدامات الشباب الجامعي السعودي للمواقع الاجتماعية على الإنترنت.  
د. دعاء فتحي سالم
- دور الاتصالات التسويقية المتكاملة في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية.  
د. دينا أحمد عرابي
- معالجة الصحافة المصرية لحوادث الاعتداء على الأجانب في أوروبا.  
د. عادل صالح
- اتجاهات الجمهور نحو التغطية الإخبارية في مواقع الصحف السعودية اليومية على شبكة الإنترنت. د. عدنان بن نوري المغامسي الحربي
- دور الإعلام الإسلامي في مواجهة المذاهب الفكرية الوافدة.  
د. شعيب عبد المنعم القباشي
- قارئية الشباب الجامعي للصحف الدينية الإسلامية.  
د. عبدا لحكم أبو حطب
- دور الصحف المصرية في تشكيل اتجاهات عينة من الجمهور المصري نحو الأزمات الرياضية.  
د. حنان عبدا لوهاب عبدا لحميد
- التوجهات والمقاربات النظرية في بحوث الإعلام الجديد.  
د. عبدا العزيز السيد عبدا العزيز

العدد  
الخامس  
والثلاثون  
يناير ٢٠١١  
(المجلد الثاني)

رقم الإيداع بدار الكتب  
المصرية  
٦٥٥٥

العدد الخامس والثلاثون  
يناير ٢٠١١ م  
( المجلد الثاني )

مجلة  
البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة  
أ.د. عبد الله الحسيني هلال

مدير التحرير  
أ.د. عبد الصبور فاضل

الإشراف الفني  
أ.د. سامي الكومي

سكرتير التحرير  
د. عبد الراضي حمدي  
البلبوشي

توجه المراسلات باسم الدكتور سكرتير التحرير على العنوان التالي  
: القاهرة - جامعة الأزهر - قسم الصحافة والإعلام - كلية اللغة

المراسلات

داخل جمهورية مصر العربية  
٥٠ جنيها مصريا

السعر  
للتسعة الواحدة

## هيئة المحكمين

أ.د : فاروق أبو زيد  
أ.د : على عجووة  
أ.د : محيي الدين عبد الحلیم  
أ.د : انشراح الشال  
أ.د : ماجی الحلوانی  
أ.د : منى الحديدی  
أ.د : عدلی رضا  
أ.د : سامی الشریف  
أ.د : حسن عماد مكاوی  
أ.د : أشرف صالح  
أ.د : نجوى كامل  
أ.د : شعبان شمس  
أ.د : شريف اللبان  
أ.د : جمال النجار  
أ.د : سليمان صالح  
أ.د : عبد الصبور فاضل  
أ.د : فوزی عبد الغنى  
أ.د : حسن على  
أ.د : محمود إسماعیل

جميع الآراء الواردة فى المجلة تعبر عن رأى أصحابها ولا تعبر عن  
رأى المجلة

العدد الخامس والثلاثون - يناير ٢٠١١ م ( المجلد الثاني )

اتجاهات عينة من الجمهور المصري نحو إذاعة الأغاني الوطنية أثناء

تأهل المنتخب المصري لكأس العالم وكأس الأمم الإفريقية ٢٠١٠

إعداد

د. غادة حسام الدين محمد

مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون

المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال

مدينة الثقافة والعلوم – ٦ أكتوبر

## مقدمة:

تعد الموسيقى واللغة من أعظم اختراعات الإنسان، كما أن كليهما من أعظم ما جُبل عليه وخلق به، وتاريخ الحضارة يؤكد أن كل الثقافات وجميع المجتمعات لها لغة كما أن لها موسيقى.

فالموسيقى هي امتداد لرغبة الإنسان الطبيعية والتلقائية في التعبير عن ذاته وعن مشاعره وأحاسيسه منذ أن أصبح واعياً وقادراً على إدراك ما حوله وهو يستخدم لذلك كل الوسائل التي يدركها لتحقيق ما يريد، إما بصوته الذي مكنه الله من استخدامه ومن القدرة على التحكم فيه دون عناء كبير، أو مستخدماً المواد الملائمة التي تقدمها له الطبيعة والبيئة المحيطة به.

ولعل الفنون ومنها الموسيقى هي أهم المكونات الثقافية لأي حضارة، حيث تعكس فلسفة وفكر هذه الحضارة ومدى ما وصلت إليه من رقي.

والموسيقى أكبر بكثير من مجرد ترفيه لطيف، أو وسيلة لقضاء وقت الفراغ، وحتى في بلاد ما بعد التصنيع فإن الموسيقى عنصر مهم في الانتماء والتماسك الاجتماعي، وفي كثير من أنحاء العالم نجد الموسيقى جزء ضروري من النسيج الاجتماعي، وهي كذلك لبنة أساسية في الهوية سواء للفرد أو للمجموع<sup>(١)</sup>.

ويرتبط الغناء بالموسيقى ارتباطاً وثيقاً، بل يعد الغناء من أهم وسائل التعبير الوجداني شأنه في ذلك شأن الرسم والتصوير وأدب اللغة، وهو طبيعة في الإنسان في جميع أطواره لأنه يساعده على التعبير عن مشاعره، بل أن الطقوس الاجتماعية المختلفة لا تخلو من مصاحبه الغناء، والغناء عبر القرون يروي قصة الإنسان وجهاده للحصول على حياة أكثر رغداً وفي كثير من الأحيان يعطي الغناء الإنسان سجلاً عما فعله، ورجعاً لصدى جهاده في بيئته ولما يعتز به، والغناء الذي يعبر عن العظمة القومية بشكل خاص لم يكن وليد الصدفة، وإنما كان إنعكاساً لتاريخ قديم حيث كانت الوطنية دائماً شعوراً عزيزاً يشعر به عامة الناس<sup>(٢)</sup>.

وتعد مصر من البلاد التي مرت في تاريخها بفترات عصيبة، كان للغناء فيها دوراً مواكباً للأحداث متفاعلاً معها، فمنذ قدم التاريخ كانت الموسيقى عند قدماء المصريين فرعاً من الثقافات المقدسة القاصر معرفتها على الكهنة كالطب والفلك.

ومن بعد الحضارة الفرعونية، كانت مصر القبطية حيث استمدت الموسيقى القبطية كيانها من الموسيقى الفرعونية، ثم كرم الله مصر بالإسلام عام ٦٤٧م، وتوالى الخلافات الإسلامية على مصر، ومنها الخلافة الفاطمية عام ٩٦٩م والتي ازدهرت فيها الموسيقى، ثم المماليك عام ١٢٥٠م، إلى أن جاءت الدولة العثمانية وبدأ عهد محمد علي عام ١٨٠٥م والذي يعد عصر النهضة المصرية في جميع مجالات الفنون، والتي انتشرت وازدهرت بشكل أكبر مع تولي الخديوي إسماعيل الخلافة وإنشائه دار الأوبرا المصرية بما كان له عظيم الأثر في النهوض بالذوق والحس المصري.

وكانت البداية القوية للأغنية الوطنية مع الثورة العربية وظهرت معها الأغاني التي تساندها وتعبر عن أحاسيس الشعب<sup>(٣)</sup>.

وظلت الأحداث السياسية والحروب هي الدافع لبعث روح الفداء من أجل الوطن والتعبير عن المشاعر بشتى الوسائل فظهرت أغاني وأناشيد ارتبطت بالمعارك التي خاضها الشعب المصري بدءاً من حرب ١٩٤٨ والتي تدعو إلى القتال والتكفل والاتحاد لمجابهة الأعداء في عزم وإصرار ويبدو فيها الإيقاع منتظماً وواضحاً وقوياً.

وأكدت الأغاني الوطنية روح الألفة والترابط بين طوائف الشعب المختلفة في المناسبات المختلفة مثل ثورة يوليو ١٩٥٢، حرب ١٩٦٧، وحرب ١٩٧٣م وتنوعت الأغاني الوطنية التي تنادي بحب الوطن وتمجيد تاريخه وآثاره والتغني بجمال مناظره الطبيعية<sup>(٤)</sup>.

ويمكن القول أن الأداء الغنائي الجماعي للأغنية الوطنية أقوى وأشد أثراً في مشاعر الشعوب إذ أنه كلما عبرت الأغنية بكلماتها عن روح الجماعة، كان ذلك أكثر وأعظم أثراً في النفوس. بل أكثر استثارة لروح القوة والحماس وتتميز الأغنية الوطنية بعمق التعبير وقوة الأداء وتتضمن الكثير من القيم والمثل العليا التي تحرك المشاعر والأحاسيس في وقت تعجز فيه الأفلام والأيدي والألسنة عن التعبير لتصبح بذلك رمزاً له معان ودلالات في نفوس الجماهير يتفاعلون من خلاله مع مظاهر حياتية مختلفة سواء كانت مناسبة أو احتفالات تمثل الشخصية والهوية المصرية. إلا أن الملاحظ الآن أن مثل هذه الأغاني أصبحت تزداد مواكبة للبطولات الرياضية التي يخوضها المنتخب الوطني المصري وبشكل متكرر مع كل بطولة سواء في محطات الراديو أو التلفزيون (الحكومية والخاصة) على حد سواء مع تكثيف لإذاعتها بما يعطي شعور وكأننا على أعتاب دخول حرب وليس خوض مباراة تحتمل الفوز أو الخسارة.

وبدلاً من تقديم صور تتناسب وكلمات الأغنية الوطنية، أصبح الإعلام يتبارى في وضع صور اللاعبين وهم يحرزون الأهداف في مرمى الفريق المنافس وصور الجماهير وقد رفعت العلم المصري أو رسمته على الوجوه أو وضعته في الشرفات وعلى السيارات على الرغم من أن علم البلاد في أي ثقافة هو رمز معنوي لحدث كبير لا يليق الاستهانة به وتقليل قيمته في نتيجة مباراة رياضية حتى وإن جاء ذلك في إطار الانتماء وحب الوطن، لأن هناك فرق كبير بين الانتماء للوطن والتعصب ضد الآخر تحت مسمى حب الوطن.

### مشكلة الدراسة:

تبلورت مشكلة الدراسة في التعرف على اتجاهات عينة من الجمهور المصري نحو إذاعة الأغاني الوطنية بشكل مكثف عند كل مباراة من مباريات تأهل المنتخب المصري لكأس العالم وكأس الأمم الإفريقية ٢٠١٠.

## أهمية الدراسة:

- التعرف على اتجاه الجمهور يعطي مؤشرات هامة عن درجة الاهتمام بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية التي ارتبطت في الوجدان بأحداث هامة مما يعد رجع صدى يفيد القائمين بالاتصال عند اختيار مناسبات لإذاعتها.
- تناول تأثير هذه الأغاني على الجمهور وعلى سلوكياته يعطي مؤشرات عن كيفية تفاعل الجمهور مع الأغنية الوطنية ودورها في زيادة الانتماء أو التعصب لديه.
- تمثل الأغنية الوطنية رمزاً معنوياً لكل المجتمعات وترتبط بأحداث هامة في حياة كل مجتمع فهل يصح استخدامها كأداة لشحن الجماهير معنوياً في المباريات الرياضية وإعطائهم الشعور أن منتخب بلادهم في سبيله لخوض حرب تحريرية وليس مجرد مباراة تحتل الفوز أو الخسارة.
- مساهمة الدراسة لأحداث مجتمعية أو ثقافة مجتمعية حديثة باتت تنظر إلى الفوز الكروي على أساس أنه هدف قومي يستحق حشد الجماهير ثم فرحتها وانشغالها بهذا الفوز عن تحقيق إنجازات في مجالات أخرى علمية واقتصادية واجتماعية إلى درجة نزول الجماهير في مظاهرات فرحة أو غضب – حسب النتيجة – إلى الشارع وتعطيل المرور بل وتعطيل الإنتاج بالاستعداد طيلة يوم المباراة بأكمله وإغلاق شوارع بعينها وترديد الأغاني التي ارتبطت في الوجدان بانتصارات عظيمة في فترات سابقة مثل ثورة ٥٢ وحرب ٧٣ ومعاهدة السلام وغيرها.
- اختيار الدراسة لبعض فروع نظرية التفاعلية الرمزية والتي لم تتطرق إليها بحوث إعلامية عربية من قبل – على حد علم الباحثة – على الرغم من اهتمام الدراسات الأجنبية بهذه النظرية في العملية الاتصالية.
- إضافة إلى ندرة البحوث التي تناولت الأغاني الوطنية على المستويين العربي والأجنبي ومعرفة مدى تفاعل الجمهور معها وقدرتها على التأثير فيه واقتصار تلك البحوث على تأثيرات أغاني الفيديو كليب بما فيها من عُري وإباحية على الجمهور وقيمه وسلوكياته.

## أهداف الدراسة:

- في ضوء مشكلة الدراسة تتحدد أهداف الدراسة فيما يلي:
- التعرف على كثافة مشاهدة الجمهور المصري للأغاني الوطنية المذاعة أثناء إقامة المباريات الرياضية الإقليمية والدولية وعلاقتها بالمتغيرات الديموجرافية.
- التعرف على مدى تأثير هذه الأغاني على الجمهور من حيث زيادة الانتماء أو زيادة التعصب وإنعكاس ذلك على سلوكيات هذا الجمهور في التشجيع.
- التعرف على مدى مناسبة هذه الأغاني لمواكبة الأحداث الرياضية سواء من حيث كلماتها أو الصور المصاحبة لها.



- أهمية طرح بدائل جديدة في مجال الغناء يتناسب مع التشجيع الرياضي ويبعد به عن التعصب والسلوك العنيف.

### الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في بنائها على واحدة من نظريات بناء الواقع الاجتماعي من خلال وسائل الإعلام وهي نظرية التفاعلية الرمزية *symbolic interaction* كطريقة لتحليل كيف يكتسب الناس تحديدات مشتركة لمعاني الأشياء بما في ذلك قواعد الحياة الاجتماعية، وذلك بالتفاعل مع الآخرين عن طريق اللغة، أو ما يطلق عليه علماء الاجتماع تبادل التفاعل الرمزي<sup>(٥)</sup>.

والمعرفة الإنسانية تعتمد على فكرة المفاهيم. والمفهوم هو مجموعة من الصفات ذات المعنى لبعض جوانب الواقع التي يمكن التعرف عليها عن طريق اسم أو رمز يعتبر جزءاً من اللغة وهي نقطة البداية لنظرية الاتصال الإنساني التي تقوم على أساس ارتباط ما تقدمه وسائل الإعلام وما تؤكد عليه من أفكار بالمعايير السائدة أو النماذج التي يلتزم بها الجمهور نحو موضوع معين أو موقف معين من خلال التفاعل الاجتماعي بما يؤكد مفهوم البعد الاجتماعي في علاقة الفرد بوسائل الاتصال<sup>(٦)</sup> وهذا الانتماء يساعد على تنميط السلوك الاتصالي مع وسائل الإعلام في إطار السمات المميزة لجماعات الانتماء وسهولة التخطيط له وتوقع اتجاهاته في ضوء اثنين من المبادئ الهامة هما: المفاهيم باعتبارها أساس معرفتنا الشخصية عن الواقع، وعادات اللغة التي تمثل القواعد الاجتماعية والتي تساعد على التفاهم بين البشر ويرتبط بهما مكون ثالث هو السلوك الذي يتمثل في الخيار بين عدة بدائل سلوكية<sup>(٧)</sup>.

وفي إطار نظرية التفاعلية الرمزية *symbolic interaction* يظهر مبدأ ارتباط العادات اللغوية بسلوك الناس كطريقة لتحليل كيف يكتسب الناس تحديدات مشتركة لمعاني الأشياء بما في ذلك قواعد الحياة الاجتماعية وذلك بالتفاعل مع الآخرين عن طريق اللغة أي من خلال "تبادل التفاعل الرمزي".

ويترتب على ذلك وجود العديد من الأفراد يحملون نفس الصفات التي يستهدفها القائم بالاتصال والتي تتضمن العديد من المعارف والخبرات والمهارات التي يكتسبها الفرد – بإرادته أو دون إرادته – فتصبح مكتسبات تشكل له أحكاماً مسبقة ومقاييس أو قواعد نمطية تشكل إطاراً مرجعياً لمدرجات الفرد واتجاهاته وسلوكه الاجتماعي مما يؤدي إلى اتجاه الأفراد أو الجماعات إلى الاستجابة الموحدة لنفس المثيرات أو المثيرات المتشابهة التي تشمل التعاليم الدينية والأخلاقية والعادات والتقاليد والأعراف وطرق التفكير التي تميز الجماعات والمجتمعات وتجعلها ذات ثقافة خاصة مختلفة عن غيرها من الجماعات والمجتمعات عبر العصور المختلفة<sup>(٨)</sup>. وتشير الدراسات إلى أهمية النظر إلى الأفراد في إطار العلاقات الاجتماعية والتي يطلق عليها "المعايير الاجتماعية أو الثقافية" كمصدر من مصادر الاختلاف بين هؤلاء الأفراد إضافة إلى الاختلافات الديموجرافية أو السكانية والعوامل الخاصة ببناء الشخصية والتي تشكل في مجموعها الفروق الفردية بينهم<sup>(٩)</sup>.

وأكدت البحوث الإعلامية التي تناولت هذه النظرية على ضرورة تقسيم جمهور وسائل الإعلام في فئات وفقاً للأطر المرجعية وتأثيرها على المعرفة والإدراك وأيدت وجود مفهوم "جمهور المتلقين الخاص" the specialized audience الذي يجمع أفراد بعض الاهتمامات أو الحاجات أو الاتجاهات المشتركة، وذلك في مقابل مفهوم "جمهور المتلقين العام" general public audience أو الجمهور القومي العام mass national audience لتصبح العلاقة بين استجابة الجمهور لما تذيعه أو تنشره وسائل الإعلام – كمثير – ليست علاقة مباشرة كما فسرتها فروض نظريات التعلم الكلاسيكي بل هي نتاج تفاعل العديد من القوى الاجتماعية والنفسية الضاغطة على الفرد – المتلقي – والتي تمثل أبنية معرفية تجعل الفرد يستجيب أو لا يستجيب يقبل أو يرفض، أو يستجيب بدرجات معينة لمحتوى معين<sup>(١٠)</sup>.

وتفضل الدراسات الحديثة النظر إلى المتلقي في إطار علاقته بوسائل الإعلام كمتلقي نشط يمتلك القدرة على الاختيار والنقد واتخاذ القرار بناء على اتجاهاته من جانب وما يمكن أن يكتسبه من تعرض للرسائل الإعلامية من جانب آخر أي أن جمهور وسائل الإعلام جمهور نشط active يختار وينتقي من وسائل الإعلام ومحتواها ما يتفق مع اهتمامه وتفضيله، كما يتميز نشاطه بالفاعلية activeness التي تعني دوره في إسقاط المعاني على ما يتلقاه من رموز اتصالية في وسائل الإعلام، كما أن استخدام وسائل الإعلام يعتبر نمطاً من أنماط السلوك الفردي الذي يتفق عادة مع اتجاهات الفرد التي توجه هذا السلوك<sup>(١١)</sup> ويتأثر اتجاه الفرد بنوعين من العلاقات الأولى هي علاقات المشاعر أو العلاقات الوجدانية أو العاطفية sentiment relation التي تسهم في تقييم الأشخاص أو الأشياء، وتعبّر عن الميل أو الإعراض، الحب أو الكراهية، القبول أو الرفض.

والثانية: هي علاقة الوحدة unit relation التي تشير إلى درجة الوحدة المدركة بين العناصر وبعضها ويعبر عنها بالتشابه أو عدم التشابه القرب أو البعد، الانتماء أو عدم الانتماء، ويرى فريترز هيدر (F. Heider) أنه إذا كانت درجة الوحدة بين العناصر عالية فإنها تعتبر موجبة والعكس صحيح<sup>(١٢)</sup>.

ويمكن تحديد الفروض الأساسية لنظرية التفاعلية الرمزية فيما يلي:

- ١- إن أفضل طريقة للنظر للمجتمع هي اعتباره نظاماً للمعاني، وبالنسبة للأفراد فإن المساهمة في المعاني المشتركة المرتبطة برموز اللغة تعد نشاطاً مرتبطاً بالعلاقات بين الأشخاص تنبثق من توقعات ثابتة ومفهومة لدى الجميع، تقود السلوك الإنساني في اتجاه النماذج التي يمكن التكهن بها.
- ٢- من وجهة النظر السلوكية تعد الحقائق النفسية والاجتماعية بناءً مميزاً من المعاني، ونتيجة لمشاركة الناس في التفاعل الرمزي الفردي والجماعي فإن تفسيراتهم للواقع تمثل دلالة متفقاً عليها من الناحية الاجتماعية، وذات إيقاع محدد من الناحية الفردية.

٣- إن الروابط التي توحد الناس والأفكار التي لديهم عن الآخرين ومعتقداتهم حول أنفسهم، تعد كلها أبنية شخصية من المعاني الناشئة عن التفاعل الرمزي وأن المعتقدات الذاتية لدى الناس عن أنفسهم وعن الآخرين هي أهم حقائق الحياة الاجتماعية.

٤- إن السلوك الفردي في موقف ما يتوقف على المضامين والمعاني التي تربط الناس بهذا الموقف، فالسلوك ليس رد فعل تلقائي أو استجابة آلية لمؤثر خارجي ولكنه ثمرة أبنية ذاتية حول النفس والآخرين والمتطلبات الاجتماعية للموقف.

ويبني الأفراد معاني مشتركة للواقع المادي والاجتماعي من خلال ما يقرأونه أو يسمعونه أو يشاهدونه، لذلك فإن سلوكهم الشخصي والاجتماعي يمكن أن يتحدد جزئياً من خلال التفسيرات التي تقدمها وسائل الإعلام للأحداث الاجتماعية والقضايا التي لا توجد مصادر معلومات بديلة عنها<sup>(١٣)</sup>.

### الدراسات السابقة:

تقع الدراسات السابقة لهذا البحث في ثلاثة محاور: يتعلق المحور الأول بنشأة وتاريخ الغناء الوطني في مصر وارتباط هذا اللون من الغناء بحياة المجتمعات عامة.

أما المحور الثاني فيستعرض الأغاني في إطار نظرية التفاعلية الرمزية ويقدم المحور الثالث من الدراسات عرضاً لدور نظرية التفاعلية الرمزية في العملية الاتصالية.

### أولاً: الدراسات السابقة الخاصة بنشأة وتاريخ الأغنية الوطنية في مصر وأثر الغناء الوطني في حياة المجتمعات عامة:

\* دراسة عبدالله علي الكردي (١٩٧٨) بعنوان: الموسيقى والغناء الوطني في مصر في الفترة من أوائل القرن التاسع عشر حتى اليوم<sup>(١٤)</sup>:

وهي من الدراسات التحليلية وأكدت أن الغناء الوطني بدأ يأخذ شكلاً واضحاً منذ بدأ الإنسان يعرف طريق الاستقرار في مكان ثابت ينتمي إليه ويحافظ عليه، وتناولت الدراسة أسباب نشأة الأغنية الوطنية وأهم مؤلفيها وأعلامها منذ البداية مروراً بالقرن التاسع عشر وأهم مدارسها المختلفة موضحة تأثير كل عصر بجوانبه السياسية والاجتماعية والاقتصادية على الغناء الوطني في مصر.

وانتقال الأغنية الوطنية من مجرد التورية والتلميح في معانيها قبل ثورة ١٩١٩ إلى التصريح واستخدام الكلمات القوية الحماسية سواء شعراً أو زجلاً وأكدت الدراسة على أهمية الغناء الوطني في لعب الدور الحاسم في تاريخ مصر السياسي خاصة في ثورة ١٩٥٢، حرب ١٩٦٧، انتصار أكتوبر ١٩٧٣ وتميز الغناء الوطني المصري بظهور الأغاني العاطفية القومية التي يكمن فيها التعبير عن حب الوطن، وتمجيد تاريخه، والتغني بجمال آثاره ومناظره الطبيعية.

**\* دراسة إيهاب أحمد توفيق (١٩٩٥) بعنوان: الأغنية المصرية في النصف الثاني من القرن العشرين<sup>(١٥)</sup>:**

والدراسة وصفية تحليلية أكدت على دور ثورة يوليو في تغيير نمط الحياة المصرية ومن ذلك تغيير الأغنية الوطنية كلمة وأداء ولحناً وأوضحت الدراسة دور المستجدات التكنولوجية وتأثيرها على الأغنية الوطنية مثل الميكروفون، أجهزة التسجيل الحديثة، ثم ظهور التلفزيون وأثره في نشر الأغنية الوطنية بين جماهير الشعب مما دعم انتماء الإنسان المصري لوطنه، وأوضحت الدراسة أن ثورة يوليو ١٩٥٢ أثرت على الغناء بصفة عامة وعلى الغناء الوطني بشكل خاص في عدة نواح منها تكوين الوعي الموسيقي لدى الشعب لخلق جيل يتذوق الموسيقى، نشر التعليم الموسيقي والنهوض بمستواه، المحافظة على التراث القومي الموسيقي وتشجيع التبادل الثقافي الموسيقي بين مصر والبلاد الأخرى، وقامت الدراسة بتحليل عدة أغان وطنية واكبت ثورة يوليو وكانت المرأة التي تعبر عن أحداث الثورة بداية من القضاء على الإقطاع وطرد المستعمر وتأميم القناة وبناء السد العالي والتحول الاشتراكي وأكدت الدراسة أن التحولات الاجتماعية الهائلة التي أحدثتها ثورة يوليو فجرت مكامن الإبداع في المسرح والسينما والأدب.

**\* دراسة ديبور أوستلاند وريتشارد كيلر (١٩٩٧) بعنوان: قيم الشباب: الرسائل المتضمنة في الأغاني الأكثر شعبية خلال أربعة عقود<sup>(١٦)</sup>:**

وقامت الدراسة بتحليل مضمون ١٠٠ أغنية تم اعتبارها الأكثر شعبية خلال أربعة عقود: الخمسينيات، الستينيات، السبعينيات، والثمانينيات بمعدل ٢٥ أغنية لكل عقد، واستخدمت الدراسة تحليل المضمون الأثنوجرافي (ethnographic content analysis (ECA) وخلصت الدراسة إلى أن المائة أغنية تدور حول تسعة أفكار أساسية مرتبة كالتالي الحب الرومانسي، متعة الحب، عذاب الحب، الالتزام، الجنس، الدعوة إلى الاحتفال، النرجسية وحب الذات، تقييم الذات ويأتي في الترتيب الأخير الأغاني الوطنية patriotism والإنسانية humanitarianism وأشارت الدراسة إلى اختلاف شيوع هذه القيم والأفكار وتصدرها لهذا الترتيب من عقد إلى آخر.

**\* دراسة سانجوي أسثانا (٢٠٠٣) بعنوان: الصور الرمزية في الأغنية الوطنية: دراسة تتبعية جدلية للجانب الوطني والعالمي في الموسيقى الهندية المصورة<sup>(١٧)</sup>:**

قامت الدراسة باستعراض عناصر الهيمنة الثقافية على المستوى الوطني والعالمي في الهند إضافة إلى الجانب الإلزامي في حتمية نشر المفاهيم الوطنية الجديدة من خلال الغناء الوطني المصور والذي يتناول جوانب عديدة من القوميات الهندية، واستعراض الأغاني الوطنية الأكثر تأثراً بالعولمة إضافة إلى الأغاني ذات النزعة الاستهلاكية، وربطت الدراسة بين هذه الأغاني ودورها في نشر أفكار تتعلق بمفهوم الوطنية، وقدمت الدراسة فرضية جدلية حول علاقة المفاهيم التي يتم تقديمها في الأغاني المصورة بزيادة النزعة الوطنية القومية من خلال تحليل مضمون هذه الأغاني.

**\* دراسة غادة يوسف محمد (٢٠٠٣) بعنوان: الغناء الوطني عند محمد عبدالوهاب - دراسة تحليلية<sup>(١٨)</sup>:**

وركزت الدراسة على ماهية الغناء الوطني من حيث التعريف، النشأة، السمات والأهداف مؤكدة أن الأغنية الوطنية هي صياغة لحنية لكلمات جادة قوية لأحداث تحريك لمشاعر وأحاسيس الجمهور سواء كانت سياسية قومية أو وصفية غزلية في حب الوطن كما أكدت الدراسة أن الأغنية الوطنية تنمي العلاقات الإنسانية بين الشعوب وتوضح هذه الظاهرة في المهرجانات والمؤتمرات الدولية حيث ينشد فريق كل دولة أناشيده وأغانيه الوطنية فتشيع جواً من الألفة والإخاء واستعرضت الدراسة تاريخ الغناء الوطني في مصر وأهم رواده وأعلامه وتأثره بكل الأحداث السياسية والاجتماعية التي مرت بها مصر.

**\* دراسة أحمد محمد أبو المجد (٢٠٠٥) بعنوان: أثر ثورة يوليو على تطور الأغنية الوطنية من خلال ألحان رياض السنباطي وكمال الطويل وبلغي حمدي - دراسة تحليلية<sup>(١٩)</sup>:**

واستعرضت الدراسة مراحل تطور الأغنية الوطنية من خلال ألحان مجموعة من الملحنين وأكدت أن الأغنية الوطنية أصبحت تاريخاً فنياً رائعاً لأهم الأحداث التي مرت بها مصر منذ قيام ثورة يوليو ١٩٥٢، حيث ظهرت مدارس متنوعة لصياغة الألحان الوطنية، وظهرت أصوات قادرة على أداء الغناء الوطني بصدق وتعبير وتقنيات عالية لأساليب الأداء مع حضور متميز جذب الإنسان المصري فتفاعل مع الأغنية الوطنية وتعايش معها وعبر بها عن فكره وطموحه وآماله وأفراحه، وأكدت الدراسة أن هذه الأغاني كانت ومازالت سلاحاً من أسلحة المعارك الوطنية.

**\* دراسة دافيد جون بوديربوخ (٢٠٠٦) بعنوان: وطني هو حبي: الهوية الوطنية والإبداع ومهرجان الأغنية الوطنية باستونيا ١٩٤٧<sup>(٢٠)</sup>:**

توضح الدراسة كيف ساعد مهرجان الأغنية الوطنية بأستونيا (١٩٤٧) والذي يعد الأول من نوعه خلال العصر السوفيتي (١٩٤٠-١٩٩١) في تشجيع واحتضان التربية الوطنية المتنامية في أستونيا حيث جمعت الأغاني الوطنية في هذا المهرجان مزيجاً فريداً من القومية الاستونية القديمة والأيدولوجية الشيوعية الحديثة كما أرسى هذا المهرجان دعائم التعبير القومي في أستونيا خلال العصر السوفيتي وكان منبعاً لحركات الاستقلال الاستوني التي كللت بالنجاح عام ١٩٩١، واستعرضت الدراسة تاريخ الغناء الوطني من خلال حصر أغاني أول مهرجان للأغنية الوطنية عام ١٨٦٩ خلال فترة الدكتاتورية السوفيتية ودورها في تعزيز الهوية الاستونية حتى نالت استقلالها عام ١٩٩١ ثم تحليل مضمون لأغاني عدة مهرجانات للأغنية الوطنية أعوام ١٩٣٨، ١٩٤٧، وأوضحته الدراسة أن أغاني مهرجان ١٩٤٧ تكونت من أغاني كلاسيكية استونية إضافة إلى أغاني تعكس الحياة الاجتماعية والسياسية من خلال معاني نصية مزدوجة تحمل رموزاً وتلميحات كان من أبرزها أغنية جوستان أرنيساكس (وطني هو حبي) والتي أصبحت النشيد الوطني الاستوني، ومن قوة تأثير هذه الأغاني أصدرت موسكو اتهامها الشهير ضد التمسك بالشكل في الموسيقى السوفيتية وقامت بتحريم ما كان يسمى الموسيقى الاستونية القومية وألقت القبض على أبرز الموسيقيين وفي عام ١٩٨٨ حدثت تظاهرات غناء سلمية اشتملت على مئات الأفراد

راحوا يتغنون بالأغاني الاستوائية الوطنية فيما سمي "الثورة الغنائية" التي وضعت نهاية للحكم السوفيتي في استونيا، وأكدت الدراسة أن مهرجانات الغناء الوطني هي تأكيد على ارتباط الأغنية الوطنية بتاريخ الأمة والشعور الوطني لأفرادها.

\* دراسة ياشيتو اشيو (٢٠١٠) بعنوان: الأسس الاجتماعية للأغاني الوطنية الأمريكية: دراسة للتنشئة الاجتماعية والأوضاع الاجتماعية السائدة<sup>(٢١)</sup>:

قامت الدراسة باختبار التأثيرات الاجتماعية الديموجرافية على مستوى الوطنية لدى الجمهور الأمريكي اعتماداً على نتائج البحث القومي الذي أجرى عام ٢٠٠٤ وأكدت الدراسة على علاقة الأغنية الوطنية بمفهوم الهيمنة وكيفية تأثيرها على الرأي العام، وأظهرت الدراسة تأثير العوامل الاجتماعية ممثلة في الجنس والعرق، والدين، السن، المستوى الاجتماعي والاقتصادي على درجة التأثير بالأغاني الوطنية خاصة من الناحية العاطفية، وفي إطار منظور التنشئة الاجتماعية الذي تم تطبيقه أكدت الدراسة أن الأفراد الأعلى في المستوى التعليمي أكثر حرصاً على تنشئة الأطفال في ظل مفاهيم وقيم الهيمنة.

ثانياً: الأغاني في ضوء نظرية التفاعلية الرمزية:

\* دراسة كاثي مكي وكارول باردوم (١٩٩٩) بعنوان: قراءة الصورة: دراسة كيفية للصور الدينية في الأغاني المصورة<sup>(٢٢)</sup>:

والدراسة من الدراسات الاستكشافية التي تم تطبيقها على سبع مجموعات نقاشية مكونة من عينة قوامها ٥٦ مفردة من الذكور والإناث من الدارسين بالجامعة، وقد طلب من مفردات العينة مشاهدة كل من أغنية zombies وأغنية murder was the case بدون صوت وتسجيل ما شاهدوه والمعنى الذي فهموه، ثم مناقشة ذلك في المجموعات النقاشية، بعدها يتم مشاهدة نفس الأغنيتين بمصاحبة الصوت لمعرفة مدى تأثير الصورة المرئية بمفردها على عملية تفسير المعاني الموجودة في الأغاني عينة الدراسة وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: استطاعت عينة الدراسة إدراك الصور الدينية الموجودة في الأغاني المصورة من خلال ترجمة المعاني الموجودة في كل أغنية وأفادت عينة الدراسة أن الصورة المرئية تساعد على نقل الرسالة المسموعة للأغاني لدى المشاهدين وتعمل على تكملة المعنى المقدم مما يؤكد أهمية العناصر البصرية في الأغاني كما رأت عينة الدراسة أن الرموز الموجودة في الأغاني تعد حافزاً لعملية الفهم حتى لو لم تقدم بصورة واضحة خلال الأغنية.

\* دراسة معتز عبدالعزيز (٢٠٠٢) بعنوان: الموسيقى التلفزيونية في العالم العربي: نظرة شاملة وتحليلية<sup>(٢٣)</sup>:

وتهدف الدراسة إلى التعرف على ظاهرة الموسيقى التلفزيونية في العالم العربي بصورة أكثر عمقاً وتحليلاً من خلال عينة عشوائية قوامها (٢٣٠) مفردة من طلاب وأعضاء هيئة التدريس في الجامعة الأمريكية (ذكور وإناث) للتعرف على آرائهم واتجاهاتهم نحو الموسيقى التلفزيونية في العالم العربي استناداً إلى فروض نظرية دوامة الصمت وكان من أهم نتائج الدراسة اتفاق (٧٨.١%) من عينة

الدراسة أن الموسيقى العربية التليفزيونية تعد قوة لظهور معايير جديدة في المجتمع المصري، كما تستطيع أن تساعد على تبني اتجاهات جديدة لدى الشباب التي يعتبرها ثقافة بديلة لهم.

**\* دراسة فيليب فائين وسكوت مايرز (٢٠٠٢) بعنوان: الهوس بموسيقى teen pop المعاصرة وانعكاس ذلك على فهم معانيها<sup>(٢٤)</sup>:**

واهتمت الدراسة بالكشف عن خصائص موسيقى teen pop كنوع من الأنواع الموسيقية الأكثر انتشاراً لدى البالغين من خلال التعرف على الأفكار الرئيسية والمواضيع السائدة في هذا النوع من الموسيقى من خلال عينة قوامها ١٦٩ أغنية مذاعة على شبكة ديزني (DCN) عام ٢٠٠٠ وأكدت الدراسة أن هذا النوع من الموسيقى يستخدمها الشباب لتطوير وتشكيل هويتهم وإحساسهم بالذات، إلا أن الدراسة وجهت النقد للكتاب والمؤدين والمنتجين لهذا النوع من الموسيقى لأنهم يتأمرن على جمهور المشاهدين من الشباب والمراهقين بمحاولة "غسيل العقول" بمضمون هذه الأغاني الذي لا يتيح للجمهور بذل أي مجهود يذكر في ترجمة الرسائل الموجودة بها.

**\* دراسة سيلفيا نوب لوك ودوف زيلمان (٢٠٠٢) بعنوان: توجيه الحالة المزاجية عبر صندوق الموسيقى الرقمية<sup>(٢٥)</sup>:**

تهدف هذه الدراسة إلى إيجاد علاقة بين الحالة المزاجية للفرد وبين تعرضه لنوعية معينة من الموسيقى العامة من خلال عينة قوامها ١١٦ مفردة من طلبة جامعة south fastern بالولايات المتحدة الأمريكية (ذكور وإناث)، وهدفت الدراسة إلى أن يستمع كل مبحوث لمجموعة من الأغاني تم اختيارها من مجلة billboard عام ٢٠٠٠ وتحتوي على مجموعة من الانفعالات ويقوم كل مبحوث بتقييم كل أغنية بعد الاستماع إليها على مقياس يوضح الحالة المزاجية الانفعالية الموجودة بالأغنية، كما يطلب من كل مبحوث الإجابة على عدة أسئلة يشرح فيها حالته المزاجية قبل وبعد سماع الأغاني إضافة إلى قياس معدل التوتر والطاقة لدى المبحوثين وأشارت نتائج الدراسة إلى تفضيل المبحوثين للموسيقى المبهجة عندما يكونوا في حالة مزاجية سيئة حيث تعمل على تهدئتهم من خلال المحفزات الموجودة بهذه الموسيقى.

**\* دراسة محمد حسام (٢٠٠٣) وعنوانها: الأغاني العربية المصورة في الوقت الحالي<sup>(٢٦)</sup>:**

وهي دراسة بنوية تحاول الكشف عن العوامل والمتغيرات المجتمعية والثقافية التي أدت إلى بروز وشيوع الأغاني المصورة وخلص الباحث إلى وجود عاملين رئيسيين الأول هو عدم الاستمرارية الثقافية (الانقطاع الثقافي) cultural discontinuity، والعامل الثاني هو التغير الذي أحدثته العولمة global change، كما خلص الباحث إلى أن صورة الثقافة العربية كما تظهرها الأغاني المصورة هي صورة لثقافة مشوهة أو ليس لها ملامح.

\* دراسة أشرف جلال (٢٠٠٤) بعنوان: الهوية العربية كما تعكسها أغاني الفيديو كليب وإنعكاساتها على قيم الشباب<sup>(٢٧)</sup>:

وتهدف الدراسة إلى التعرف على تأثير الأغنية العربية المصورة على الهوية العربية من خلال التعرف على ما تقدمه هذه الأغاني من أفكار وقيم ومضامين استناداً إلى فروض نظرية التعلم الاجتماعي، والدراسة وصفية تعتمد على منهج المسح لعينة عشوائية متعددة المراحل قوامها ٣٠٠ مفردة من الشباب (ذكور، إناث) بالإضافة لمسح الأغاني المقدمة على شاشات القنوات العربية محل الدراسة وأكدت الدراسة أن هناك علاقة ارتباط قوية بين مستوى الاهتمام ومستوى الاستعداد لقبول ما تروج له أغاني الفيديو كليب، ويزداد هذا الاستعداد لدى أبناء المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع بينما لم يثبت وجود فروق في هذا الاستعداد بين كل من النوع والسن لدى مفردات العينة.

### المحور الثالث: الاتصال ونظرية التفاعلية الرمزية:

\* دراسة بيير بورديه (١٩٩٢) بعنوان: اللغة وقوة الرمزية<sup>(٢٨)</sup>:

تهتم الدراسة بالعلاقة بين ثلاث متغيرات هي اللغة، التفاعلية الرمزية، والسياسة وناقشت الدراسة اللغة كأساس في العملية الاتصالية وأيضاً باعتبارها وسيلة قوية يتابع من خلالها الجمهور تفضيلاتهم ومشاركتهم بكفاءة في العملية الاتصالية وأوضحت الدراسة أن التعبيرات والمفاهيم اللغوية هي بمثابة منتج يمثل العلاقة بين تسويق اللغة وتسويق العادات الأصيلة للجمهور فعندما يصنع الأفراد منتجاً لغوياً للتعبير به فإنهم يستنبطونه من معارف متراكمة ويعيدون إنتاجه في ضوء مطالب اجتماعية جديدة يتطلبها السوق الاتصالي وهم في كل ذلك إنما يعكسون الاتجاهات السياسية لأبنيتهم الاجتماعية كما ألفت الدراسة الضوء على ضرورة أن نأخذ في الاعتبار متغيرات الطبقة الاجتماعية والنوع.

\* دراسة لوتلي دسدورف (٢٠٠٣) بعنوان: بناء وعولمة الأساس المعرفي للأنظمة الاتصالية الإنسانية<sup>(٢٩)</sup>:

أوضحت الدراسة وجود علاقة بين الجانب المعرفي للأفراد والأنظمة التي تحكم عملية الاتصال في إطار نظريات الاتصال والعولمة، وأكدت الدراسة بعدين:

**الأول:** أن المعلومات يمكن أن تتغير من خلال تقديمها بمعان مختلفة في الرسائل الاتصالية.

**والثاني:** أن المعاني ترتبط بشكل غريزي بعملية الاتصال.

واعتبرت الدراسة اللغة هي الثورة الحقيقية التي أنجزتها الإنسانية والتي مكنت الإنسان من الاتصال بعوالم مختلفة وتم صياغتها في معان مختلفة كونت المعرفة الإنسانية، تلك المعرفة التي يتم تنظيمها في إطار المعايير الاجتماعية مما يسهل فهمها وإدراكها وفك شفرتها من خلال معاني اللغة وهو ما يضيف العولمة إلى الأبنية الاتصالية التي ظهرت من قبل.



\* دراسة روبرت ماكد وجال (٢٠٠٥) بعنوان: الهوية، الروح الجماعية والمدونات الإلكترونية: تحليل مضمون للتغيرات الرمزية التي تعكسها الأخبار المقدمة إلكترونياً<sup>(٣٠)</sup>:

ركزت الدراسة على دور المدونات في نشر الأخبار كأحد المصادر الأساسية في نشر الأخبار السياسية بين الجماهير الأعلى تعليماً ورغبة في الحصول على المعلومات، وأكدت الدراسة أن أصحاب المدونات والمشاركون بها يقدمون خدمة إخبارية متميزة مختلفة ومتناسبة مع سمات القرن الحادي والعشرين اعتماداً على مصادر متنوعة ذات حرية في التعبير عن الرأي وصياغة الأخبار وإن كانت هناك بعض السلبيات ممثلة في تقديم أخبار المشاهير وبعض الأخبار التافهة إلا أن هناك تأكيد على تقديم أخبار الأماكن المعزولة إعلامياً مع البعد عن التعصب، الأوهام، الإشاعات والأخذ في الاعتبار بالعوامل الوسيطة ممثلة في الاختلافات الديموجرافية في ضوء نظرية التفاعلية الرمزية وأكدت الدراسة أهمية مناقشة هذه العوامل خاصة الاجتماعية والسياسية منها لمعرفة تأثيرها على المدونات والمدونين.

\* دراسة جان فيرن باك (٢٠٠٧) بعنوان: المفهوم المجتمعي وما بعد الحداثة: العلاقات الاجتماعية عبر مواقع التواصل الإلكتروني في ضوء نظرية التفاعلية الرمزية<sup>(٣١)</sup>:

وطبقت الدراسة على الأماكن المخصصة للدخول على الإنترنت cyber والتي أصبحت مرتبطة بانتشار ثقافة الإنترنت، وتشير إلى ظاهرة ثقافية حديثة تدخل في إطار الرؤية النقدية لوسائل الإعلام الحديثة وأكدت الدراسة أن مفهوم المجتمع الجديد أصبح يشير إلى التواصل المجتمعي عبر الإنترنت، واقتربت الدراسة طرماً بديلة للعلاقات الاجتماعية المتبادلة عبر الإنترنت لتجنب مخاطرها وذلك بتطبيق المزيد من الأبحاث في ضوء نظرية التفاعلية الرمزية بعيداً عن الجوانب الجدلية وأساليب البناء الوظيفي لمصطلح المجتمع خاصة وأن أفراد المجتمع هم في عملية تواصل مستمرة تزيد من رغبتهم في تبادل الأفكار المجتمعية سواء عن طريق الإنترنت أو غيره من وسائل الاتصال التقليدية.

\* دراسة دانيال أهادي وكاثارين موراي (٢٠٠٩) بعنوان: التغطية الإعلامية للأقليات والتدفق الثقافي العرقي على شبكات التواصل الاجتماعي<sup>(٣٢)</sup>:

اهتمت المقالة بعرض الدور الحيوي لوسائل الإعلام في تأكيدها على نشر الثقافة العرقية سواء على المستوى المحلي أو القومي أو العالمي، مؤكدة أن التفاعل الاتصالي يعتمد على الشبكات الاجتماعية القوية والمنظمات الاتصالية التي تبذل وتقدم كل يوم ما يدور حولنا من أخبار ومناقشات، ودون وجود هذه الشبكة الاتصالية فلن تأخذ المجتمعات شكلها ولن تقوم بوظائفها وأكدت الدراسة أن هناك علاقة وثيقة بين التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع من جهة والبناء الأساسي لوسائل الاتصال من جهة أخرى والذي انعكس بدوره على الحياة السياسية وخاصة الجانب الديمقراطي فيها، مع الإشارة إلى دور وسائل الاتصال في خلق مفاهيم المواطنة والمشاركة المجتمعية.

## تعقيب على الدراسات السابقة:

يوضح استعراض الدراسات السابقة أن الأغنية الوطنية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بتاريخ المجتمع المصري وتوثق لفترات تاريخية وسياسية هامة في حياة الشعب المصري وتعكس طموحات هذا الشعب وآماله خاصة ما يتعلق بتغيير المجتمع مثل طرد المستعمر، القضاء على الإقطاع، تأميم القناة، التحول الاشتراكي أي أن الأغنية الوطنية ارتبطت بقضايا عظيمة ذات علاقة بالانتماء وحب الوطن وأكدت هذا المعنى الدراسات التي تناولت نشأة وتاريخ الأغنية الوطنية من قبل المتخصصين في مجال الموسيقى العربية، ولم تقف الباحثة عند تشريح الأغنية الوطنية موسيقياً (كلماتاً ولحناً) لعدم ارتباط ذلك بموضوع البحث مباشرة ولكنها أعطت نبذة صغيرة عن أن كل من اللحن والكلمات يتسم بالحماسة والصياغة القوية المعبرة.

وآثار انتباه الباحثة عند استعراض الدراسات السابقة في مجال الأغنية الوطنية patriotism في الدراسات الأجنبية ندرتها حيث تمت الإشارة لها في ثلاث دراسات أجنبية هي دراسة ديور أوستلاند (١٩٩٧) ودراسة سانجوي اسنانا (٢٠٠٣) وهي دراسة خاصة بالأغنية الوطنية الهندية ودراسة دافيد جون بوديربوخ (٢٠٠٦) وهي دراسة استونية نسبة إلى استونيا التي نالت استقلالها مؤخراً عن الاتحاد السوفيتي.

بالتالي يمكن القول أن الأغنية الوطنية أكثر دراسة في المجتمعات التي سعت لتحقيق الاستقلال والقضاء على المستعمر أما في المجتمعات الغربية المستقرة فيلاحظ عدم الاهتمام بدراسة هذا النوع من الغناء وإن كان التركيز على الأغنيات المصورة التي تلقى رواجاً بين الشباب وتأثيرها على قيمهم وسلوكياتهم وقد رصدت الباحثة في هذا السياق ما يفوق الخمسين دراسة تركزت موضوعاتها في تحليل مضمون كلمات الأغاني الأكثر شعبية، الإشباعات والتوقعات المرتبطة بموسيقى البوب pop music، علاقة موسيقى البوب بزيادة تعاطي الشباب للمخدرات، موسيقى الروك وعلاقتها بتنشئة القيم الأخلاقية، وكذلك علاقتها باتجاهات العنف ضد المرأة وتأثيرها على الجنس لدى المراهقين، كما اهتمت الدراسات الأجنبية بتأثير موسيقى punk و heavy metal على بناء الشخصية والواقع الاجتماعي، وقدمت دراسات أجنبية أخرى أشكالاً من التأثير الموسيقي على السلوك العنيف واضطراب المراهقين<sup>(\*)</sup>.

مما دفع الباحثة إلى البحث وراء عدم اهتمام هذه المجتمعات برصد أغانيهم الوطنية وتأثيراتها على الجمهور وذلك بسؤال بعض المتخصصين في المجال الموسيقي والإعلامي<sup>(\*\*)</sup> وكانت الإجابة إن

(\*) ذكرت هذه الدراسات في مراجع البحث النهائية.

(\*\*) مقابلة شخصية مع أ.د./ قدي حفني أستاذ علم النفس السياسي بمعهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

مقابلة شخصية مع الملحن أ. / حلمي بكر والمطرب محمد ثروت (من رواد الغناء والتلحين في مصر).

الأغاني الوطنية في المجتمعات المتقدمة ترتبط بمناسبات قومية تذاع من خلالها، أما ما عدا ذلك من مناسبات فلها أغانيها الخاصة بها، وأكدت هذه الإجابة قراءات الباحثة المتنوعة عند إعداد هذا البحث.

كما استوقف الباحثة عند عرض الدراسات السابقة أن أحداها وهي دراسة يابانية بعنوان: الأسس الاجتماعية للأغاني الوطنية الأمريكية ليا شيتو أشيو (٢٠١٠) قد أكدت على أن الأغنية الوطنية الأمريكية هدفها الأساسي تنشئة الأطفال في ظل مفاهيم وقيم الهيمنة الأمريكية وهو ما يشير إلى كيفية تعامل المجتمعات المتقدمة مع غنائهم الوطني واستخدامه بفاعلية في تحقيق أهداف الانتماء واحترام الوطن مقارنة لنا بإذاعة الأغاني الوطنية – التي ارتبطت في الوجدان لدى أجيال متعاقبة بأحداث هامة وخطيرة غيرت شكل وتاريخ الحياة المصرية – لتصبح الأغنية الوطنية هي الرسالة الإعلامية التي تستخدم من قبل الفضائيات بل والتلفزيون الحكومي في الشحن المعنوي للجمهور قبل خوض المنتخب المصري لمبارياته وكأننا نختزل قيمة ورفعة هذه الأغاني بل قيمة ورفعة العلم المصري في مجرد التشجيع والتهاتف بل والتعصب الكروي من أجل مباراة رياضية.

كما أظهرت الدراسات السابقة علاقة قوية بين الأغاني بشكل عام ونظرية التفاعلية الرمزية ومن ذلك الصور الدينية المقدمة في الأغاني وعلاقتها الرمزية بالمشاهدين في تفسيرهم لمعاني الأغنية وهو ما يندرج على موضوع البحث حيث تصاحب الأغنية الوطنية المذاعة عند إنعقاد البطولات الرياضية صوراً للاعبين المنتخب وهم يحرزون الأهداف في الفريق المنافس وصور التشجيع من قبل الجماهير والتلويح بالعلم المصري وغيرها من الصور التي تبدو بعيدة إلى حد كبير من الناحية الإخراجية عن مضمون الأغنية الوطنية وما يعكسه من كفاح شعب مصر والمناداة بالحرية وغيرها من المفاهيم الوطنية.

كما أكدت الدراسات السابقة أن الموسيقى العربية التليفزيونية هي بمثابة قوة لظهور معايير اجتماعية حيث تساعد على تبني اتجاهات حديثة بين الشباب خاصة، وأن هناك علاقة ارتباط قوية بين مستوى الاهتمام ومستوى الاستعداد لقبول ما تروج له هذه الأغاني وأرجعت هذه الدراسات قوة تأثير الأغاني المصورة إلى ما يطلق عليه ظاهرة الانقطاع الثقافي إضافة إلى التغيير الذي أحدثته مجتمعات العولمة وهو ما أثر إلى حد بعيد على الهوية العربية.

واعتمدت الدراسات على عدة نظريات في طرح الفروض والتساؤلات منها الاستخدامات والإشباع وهي الأكثر في الدراسات المقدمة كذلك دوامة الصمت وبعض نظريات العنف إضافة إلى نظرية تأثير الشخص الثالث والتي مالت إلى استخدامها كثير من الدراسات العربية السابقة إلا أن بعض الدراسات الأجنبية أشارت إلى ضرورة النظر إلى الأغاني بشكل عام والوطنية منها بشكل خاص في إطار من التفاعل الاجتماعي وبخاصة أن الأغنية (كلمات وصور) ما هي إلا رموز لمفاهيم أعمق داخل المتلقي تجعل الرسالة الإعلامية – ممثلة في الأغنية – تنقل معانٍ موحدة بين أفراد الجمهور، فتتشابه استجاباتهم ويصبح سلوكهم متوقعاً وهو ما دفع الباحثة إلى الاعتماد على نظرية التفاعلية الرمزية في اشتقاق فروض البحث وتساؤلاته.

## تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

- ١- ما مدى اهتمام المبحوثين بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية المصاحبة لمباريات كرة القدم المؤهلة لكأس العالم وكأس الأمم الأفريقية ٢٠١٠؟
- ٢- ما تقضيلات الجمهور – عينة الدراسة – للأغاني الوطنية المذاعة خلال تلك الفترة؟
- ٣- ما أسباب إعجاب – مفردات العينة – بهذه الأغاني؟
- ٤- ما تأثير هذه الأغاني على مشاعر مفردات العينة (الجانب الوجداني)؟
- ٥- ما تأثير هذه الأغاني على سلوكيات مفردات العينة (الجانب السلوكي)؟
- ٦- ما اتجاه مفردات العينة نحو هذا التأثير على الجمهور؟
- ٧- ما اتجاه مفردات العينة نحو تأثير الأغاني الوطنية على كثافة مشاهدة المباريات وزيادة عدد المتابعين لها؟
- ٨- ما اتجاه مفردات العينة نحو تأثير الأغاني الوطنية المذاعة على زيادة التعصب لدى الجمهور المشاهد؟
- ٩- هل هناك علاقة بين الصور المصاحبة للأغنية الوطنية وزيادة الشعور بالتعصب لدى الجمهور؟
- ١٠- هل كثرة إذاعة هذه الأغاني قبل وأثناء وبعد المباريات طوال فترة التأهل يصيب الجمهور بالملل منها؟
- ١١- ما اتجاه مفردات العينة نحو تقديم أغاني حماسية بديلة للوطنية وتناسب وروح التشجيع الرياضي؟
- ١٢- ما مدى موافقة – مفردات العينة – على وجود ضوابط على إذاعة هذه الأغاني وعلى الصور المصاحبة لها؟

## فروض الدراسة:

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباط إيجابي دالة إحصائياً بين شعور الفرد بالانتماء واهتمامه بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية المذاعة أثناء مباريات كرة القدم المؤهلة لكأس العالم وكأس الأمم الإفريقية ٢٠١٠.
- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباط إيجابي بين مشاهدة وسماع الأغاني الوطنية المذاعة في هذه الفترة وزيادة الشعور بالتعصب لدى عينة الدراسة.
- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباط إيجابي بين مشاهدة وسماع هذه الأغاني وزيادة السلوك العنيف لدى عينة الدراسة.

- **الفرض الرابع:** توجد فروق دالة إحصائياً بين العوامل الديموجرافية لمفردات العينة ودرجة الشعور بالانتماء من حيث اهتمامهم بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية المذاعة في توقيت إنعقاد المباريات الكروية الإقليمية والدولية.
- **الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباط إيجابي بين المتغيرات الديموجرافية لمفردات العينة وزيادة الشعور بالتعصب لتأثرهم بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية.
- **الفرض السادس:** توجد علاقة ارتباط إيجابي بين المتغيرات الديموجرافية لمفردات العينة وسلوكياتهم العنيفة لتأثرهم بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية.

### الإطار المنهجي للدراسة:

#### (أ) نوع الدراسة ومنهجها وأداة جمع البيانات:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تحاول التعرف على اتجاهات عينة من الجمهور المصري نحو إذاعة الأغاني الوطنية خلال تصفيات كرة القدم التي يخوضها المنتخب المصري للتأهل لكأس العالم وكأس الأمم الإفريقية عام ٢٠١٠، بهدف تصوير وتحليل وتقويم هذه الظاهرة والحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة للدراسة باستخدام استبيان بالمقابلة مع عينة من الجمهور المصري شملت (١٣) سؤال إضافة إلى الأسئلة الخاصة بالمتغيرات الديموجرافية ممثلة في (النوع، السن، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبصفة عامة تم تحديد مصادر الاستبيان وفقاً لأهداف الدراسة وتساؤلاتها البحثية وقد تنوعت أسئلة الاستبيان بين الأسئلة المغلقة والأسئلة المفتوحة، وقد تمثلت معظم الأسئلة في الأسئلة المغلقة، مع وضع بدائل موضوعية تعين المبحوث على الاختيار بدقة حيث تم الاجتهاد إلى تحديد هذه البدائل للكشف عن أي غموض قد يكتنف بعض جوانب الموضوع وعلى ضوء ذلك تم حصر الأبعاد الرئيسية للموضوع محل الدراسة، وتحديد المعلومات اللازمة لتغطيتها وترجمت إلى أسئلة روعي فيها كافة ما نصح المختصون به من قواعد وتعليمات وذلك من خلال عرض نموذج الاستبيان على الأساتذة في مجال الإعلام والإحصاء وعلم النفس حيث أفادت ملاحظاتهم بإجراء بعض التعديلات اللازمة للحصول على استمارة أكثر كفاءة وزيادة التحقق من أنها تقيس بالفعل ما تهدف إلى قياسه، حيث أكدوا على بعض الملاحظات بشأن إضافة بعض البدائل للاختيارات في بعض الأسئلة وتعديل كلمات أسئلة أخرى وإضافة أسئلة جديدة، وقد تم تعديل الاستبيان بناء على هذه الملاحظات، كما روعي في بنائه بعض الأسس التي تكفل صلاحيته من حيث قصر وقت التطبيق ووضوح الأسئلة وتناسب اللغة المصاغة بها لمستوى المبحوثين.

وتضمنت الاستمارة مجموعة أسئلة وزعت على عدة محاور رئيسية تم قياسها من خلال فئات مختلفة هي:

- ١- محور اهتمام الباحثين - عينة الدراسة - بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية المذاعة في فترة تأهل المنتخب المصري لكأس العالم وكأس الأمم الإفريقية ٢٠١٠ وذلك من خلال فئات (دائماً، أحياناً، لا)، ومعرفة الأغاني المفضلة لدى مفردات العينة من خلال سؤال مفتوح ذكرت فيه المفردات تفضيلاتها موضحة اسم الأغنية واسم مطربها الذي يؤديها.
- ٢- محور أسباب إعجاب مفردات العينة بهذه الأغاني وكيفية تأثيرها وتم قياسه من خلال فئات كلماتها جميلة وتثير الوطنية، ألحانها قوية ومناسبة لروح التشجيع، الصور المصاحبة لها تعكس انتصارات الفريق المصري، (كل ما سبق) كما اشتمل هذه المحور على كيفية تأثير الأغاني الوطنية المذاعة على مشاعر مفردات العينة (الجانب الوجداني) وذلك من خلال الفئات التالية التعصب ضد الفريق المنافس، الانتماء، الشعور بالفخر والعزة، لا تثير لدي أي مشاعر، واشتمل المحور أيضاً على كيفية تأثير الأغاني المذاعة على سلوكيات مفردات العينة (الجانب السلوكي) من خلال فئات الذهاب إلى الاستاد وتشجيع المنتخب، شراء العلم المصري ورفعها في السيارة أو شرفة المنزل، التهاتف مع الجماهير المشجعة، النزول إلى الشارع للاحتفال، القيام بأعمال شغب وعنف ضد الفريق المنافس.
- ٣- محور اتجاه مفردات العينة نحو مدى تأثير الأغاني الوطنية على الجمهور المصري بصفة عامة فيما يتعلق بـ:
  - ٣-أ- سلوكيات الجمهور وتم قياس الاتجاه باستخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس الاتجاهات من خلال فئات (موافق جداً، موافق، محايد، معارض، معارض جداً).
  - ٣-ب- كثافة مشاهدة المباريات وزيادة عدد المتابعين لها وتم قياس الاتجاه باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي (موافق، محايد، معارض).
  - ٣-ج- زيادة التعصب ضد الفريق المنافس، وتم قياس الاتجاه باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي (موافق، محايد، معارض).
- ٤- محور اتجاه مفردات العينة نحو الضوابط الخاصة بإذاعة الأغاني الوطنية أثناء المناسبات الرياضية وتم قياسه كالتالي:
  - ٤-أ- اتجاه مفردات العينة نحو كثرة إذاعة الأغاني الوطنية قبل وأثناء وبعد المباراة مما يصيب الجمهور بالملل منها وتم قياسه من خلال مقياس ليكرت الخماسي لقياس الاتجاهات (موافق جداً، موافق، محايد، معارض، معارض جداً).
  - ٤-ب- اتجاه مفردات العينة نحو تقديم أغاني حماسية تناسب المباريات الرياضية بشكل خاص وتم قياسه باستخدام مقياس ليكرت الخماسي (موافق جداً، موافق، محايد، معارض، معارض جداً).
  - ٤-ج- مدى موافقة مفردات العينة على وضع ضوابط على إذاعة هذه الأغاني وعلى الصور المصاحبة لها.

وتم قياس هذا البعد من خلال فئات (موافق، محايد، معارض) باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي لقياس الاتجاه.

٥- محور العوامل الديموجرافية الخاصة بمفردات العينة وشمل: النوع (ذكور - إناث)، السن من خلال فئات (أقل من ٢٠ سنة، ٢٠ إلى أقل من ٣٠، ٣٠ إلى أقل من ٤٠، ٤٠ سنة فأكثر)، المستوى الاقتصادي والاجتماعي (منخفض، متوسط، مرتفع) وتم تحديده من خلال فئات (المستوى التعليمي، اسم المدرسة أو الجامعة، الوظيفة، عنوان السكن، امتلاك سيارة أو أكثر، امتلاك أجهزة (عدد أجهزة التليفزيون في المنزل، امتلاك دش، DVD، اللاب توب، الكمبيوتر الشخصي، العضوية في نادي رياضي، السفر للخارج).

٦- محور العلاقة بين متغيرين وذلك لقياس فروض الدراسة كالاتي:

٦-أ- قياس علاقة الارتباط بين متغير "شعور الفرد بالانتماء" ومتغير الاهتمام بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية المذاعة أثناء المباريات التي يخوضها المنتخب المصري باستخدام معامل ارتباط الرتب لسبيرمان.

٦-ب- قياس علاقة الارتباط بين متغير مشاهدة وسماع الأغاني الوطنية المذاعة أثناء المباريات الرياضية، ومتغير زيادة الشعور بالتعصب باستخدام معامل ارتباط الرتب لسبيرمان.

٦-ج- قياس علاقة الارتباط بين متغير مشاهدة وسماع الأغاني الوطنية المذاعة أثناء المباريات الرياضية ومتغير "زيادة السلوك العنيف"، باستخدام معامل ارتباط الرتب لسبيرمان.

٦-د- قياس الفروق الدالة إحصائياً بين العوامل الديموجرافية لمفردات العينة كمتغير في علاقتها مع متغيرات الشعور بالانتماء، زيادة الشعور بالتعصب، الميل إلى السلوك العنيف باستخدام مؤشر تحليل التباين في اتجاه واحد one way anova واختبار "ت" بطريقة العينات المستقلة.

## اختبارات الصدق والثبات:

تم عرض استمارة الدراسة الميدانية على عدد من المحكمين<sup>(\*)</sup> من تخصصات مختلفة وأجريت التعديلات التي اتفق عليها المحكمون، كما تضمنت الاستمارة عدداً من أسئلة الصدق للتأكد من صدق المبحوث في الإجابة على الأسئلة وقد أجرت الباحثة اختبار قبلي على استمارة الاستبيان على (٤٠) شخص من العاملين بمدينة الثقافة والعلوم من أعضاء هيئات التدريس والعاملين في المجال الإداري وكذلك بعض عمال النظافة إضافة إلى بعض الطلاب من معاهد مختلفة وذلك للتأكد من وضوح الأسئلة وصلاحياتها للتطبيق الميداني وتم تعديل صياغة بعض الأسئلة وبعض الجمل حتى يسهل فهمها على المبحوثين والمبحوثات واستغرق جمع البيانات أسبوعاً من شهر يناير ٢٠١٠.

## الثبات:

تم حساب ثبات الاستبيان بطريقة إعادة التطبيق وبفاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع وقد تم تحليل مضمون كل سؤال على حدة لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق في الإجابة على السؤال في مرتي التطبيق<sup>(\*)</sup>، واستخراج النسب المئوية للاتفاق وبحساب هذه النسبة وجد أنها تراوحت بين (٨٥%، ٩٠%) وهي نسبة يمكن الاعتماد عليها كمعامل ثبات، واستخدمت معادلة كوير في حساب نسبة الاتفاق كالتالي:

عدد مرات الاتفاق

نسبة الاتفاق = \_\_\_\_\_

عدد مرات الاتفاق - عدد مرات الاختلاف

أما حساب الاتساق فقد اعتمد على ما يسمى بالصدق بحكم المفهوم أو الصدق الظاهري وذلك من خلال التأكد من وضوح الاستبيان ومراجعة بنوده للتأكد من أنها تقيس ما يهدف البحث لقياسه من متغيرات وأيضاً ملاحظة الاتساق الداخلي وعدم التناقض بين إجابات المبحوث، ومن خلال مقارنة النتائج التي توصلت إليها الدراسة مع ما هو معروف وشائع.

## (\*) أسماء السادة المحكمين:

- أ.د./ شعبان شمس: أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام جامعة ٦ أكتوبر.  
 أ.د./ فائق الطنباري: أستاذ الإعلام وعميد المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال - ٦ أكتوبر.  
 أ.د./ قدرى حفني: أستاذ علم النفس - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس.  
 أ.د./ ليلي كرم الدين: أستاذ علم النفس، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.  
 د./ ماجدة مخلوف: مدرس العلاقات العامة، المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال ٦ أكتوبر.  
 د./ منال أبو الحسن: مدرس الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام بجامعة ٦ أكتوبر.  
 (\*) رجعت الباحثة في الجانب الإحصائي إلى معهد البحوث الإحصائية التابع لجامعة القاهرة وتمت مراجعة الإحصاء الخاص بالبحث مع أ.د./ أماني موسى أستاذ الإحصاء بالمعهد.



**ب- عينة الدراسة والإطار الزمني لجمع البيانات:**

تم جمع بيانات هذه الدراسة من عينة مكونة من (٤٢٦) مفردة من سكان مدينتي القاهرة والجيزة وهي من أنواع العينات المتاحة available samples التي تندرج تحت فئة العينات غير الاحتمالية وتعتمد على سحب الوحدات المتاحة التي تتمثل فيها خصائص مجتمع البحث وتتسم بسهولة الوصول إليها<sup>(٣٣)</sup>.

وقد اختارت الباحثة ومن عاونها من المساعدين<sup>(\*)</sup> مفردات العينة من رواد ما يطلق عليه "الكافيهات" أو المقاهي التي تسمح للذكور والإناث بارتياحها، وتتيح شاشات عرض كبيرة لعرض المباريات عليها وتم اختيارها في أماكن التجمعات مثل شارع فيصل، شارع الهرم، شارع جامعة الدول العربية بالجيزة، شارع الطيران، شارع عباس العقاد، شارع الشريفيين وشارع الحسين بالقاهرة إضافة إلى بعض رواد النادي الأهلي بمدينة نصر ونادي الزمالك بالمهندسين، وتم التطبيق في أيام إنعقاد المباريات التي يشارك فيها المنتخب المصري قبل بدء المباراة وأثناء إذاعة الأغاني الوطنية التي تسبق هذه المباريات.

وأجري التطبيق خلال شهر يناير أثناء الجولة السادسة والأخيرة من التصفيات الإفريقية المؤهلة لنهائيات كأس العالم ٢٠١٠ بجنوب إفريقيا وكأس الأمم الإفريقية بأنجولا في نفس العام.

والجدول التالي يوضح خصائص عينة الدراسة من حيث النوع، السن، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي.

**(\*) ساعد الباحثة في جمع البيانات:**

أ. / شريف محمد الدالي: المعيد بقسم الإذاعة والتلفزيون - المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال.

أ. / رنا زين الدين جاويش: المعيدة بقسم الإذاعة والتلفزيون - المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال.

أ. / سحر يسري: المعيدة بقسم الإذاعة والتلفزيون - المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال.

أ. / دعاء فكار: مخرج مساعد بقطاع النيل للأخبار - تلفزيون ج.م.ع.

أ. / هشام البرتقالي: المعيد بقسم الإذاعة والتلفزيون - المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال.

أ. / أحمد بدر الدين: مذيع ومقدم برامج بإذاعة الشرق الأوسط - الإذاعة المصرية.

إضافة إلى عدد من طلبة قسم الإذاعة والتلفزيون تم تدريبهم في عملي مادة مناهج بحوث الإذاعة بالفرقة الرابعة قسم الإذاعة والتلفزيون مع الباحثة.

## جدول رقم (١)

## خصائص عينة الدراسة

النسبة (%)	التكرار (ك)	التكرار والنسبة	الخصائص
			<b>النوع:</b>
٥٦.٣	٢٤٠	ذكور	
٤٣.٧	١٨٦	إناث	
١٠٠	٤٢٦	المجموع	
			<b>السن:</b>
٢٥.٤	١٠٨	أقل من ٢٠ سنة	
٥٩.٢	٢٥٢	٢٠ إلى أقل من ٣٠	
٧	٣٠	٣٠ إلى أقل من ٤٠	
٨.٥	٣٦	٤٠ سنة فأكثر	
١٠٠	٤٢٦	المجموع	
			<b>المستوى الاقتصادي والاجتماعي:</b>
١٨.٣	٧٨	منخفض	
٦٤.٨	٢٧٦	متوسط	
١٦.٩	٧٢	مرتفع	
١٠٠	٤٢٦	المجموع	

المعاملات الإحصائية التي تم استخدامها:

- ١- التكرارات والنسب المئوية.
- ٢- المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف.
- ٣- الأوزان والنسب المرجحة.
- ٤- معامل ارتباط الرتب لسبيرمان.
- ٥- اختبار "ت".
- ٦- مؤشرات تحليل التباين في اتجاه واحد.

**نتائج الدراسة ومناقشتها:**

المحور الأول: النتائج العامة للدراسة:

**جدول رقم (٢)**

مدى اهتمام المبحوثين بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية التي تذاع أثناء مباريات المنتخب المصري في فترة التأهل لكأس العالم وكأس الأمم الإفريقية ٢٠١٠

النسبة	مدى الاهتمام	دائماً	أحياناً	لا	المجموع
التكرار (ك)	١٨٠	٢٣٤	١٢	٤٢٦	
النسبة (%)	٤٢.٣	٥٤.٩	٢.٨	١٠٠	
المتوسط الحسابي	٢.٣٩				
الانحراف المعياري	٠.٥٤٤				
معامل الاختلاف	٢٢.٧٦				

يتضح من بيانات الجدول السابق اهتمام مفردات العينة بمشاهدة وسماع الأغنية الوطنية التي تذاع أثناء انعقاد الدورات الرياضية أحياناً بنسبة (٥٤.٩%) أي نصف حجم العينة تقريباً، أما من يحرص على المشاهدة والاستماع دائماً فقد بلغت نسبتهم (٤٢.٣%) بينما يظهر الجدول أن نسبة ضئيلة بلغت (٢.٨%) لاتشاهد أو تسمع هذه الأغاني.

وجاء معامل الاختلاف بين مفردات العينة (٢٢.٧٦) مما يؤكد ارتفاع نسبة الاتفاق بين مفردات العينة ويعكس تجانس آرائهم حيث يصل إلى (٧٧.٣) وهو ما يؤكد أهمية الأغنية الوطنية الحماسية في حياة الشعوب ومواكبتها لأحداث المجتمع بحيث تصبح جزءاً من الحياة ذاتها وتأثيرها في حياة الناس اليومية ودوافعهم المثالية تجاه الوطن وتعكس روح المواطنة والانتماء وارتباطها بقضايا الوطن حتى وإن كانت مباراة رياضية بين المنتخب وآخر من دولة شقيقة أو أجنبية.

## جدول رقم (٣)

علاقة متغير النوع بمدى الاهتمام بمشاهدة وسماع الأغنية الوطنية المذاعة أثناء المباريات الرياضية

النوع	النسبة	
	ذكور	إناث
العدد	٢٤٠	١٨٦
المتوسط الحسابي	٢.٤٢	٢.٣٥
الانحراف المعياري	٠.٤٩٥	٠.٦٠٠
قيمة ت	١.٣٢٢	
مستوى المعنوية	٠.١٨٧	
مستوى الدلالة	غير دالة	

وتشير بيانات الجدول السابق إلى أنه لا توجد علاقة دالة بين متغير النوع (ذكور، إناث) ومدى الاهتمام بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية التي تذاع مواكبة للمباريات التي يخوضها المنتخب المصري حيث بلغت قيمة (ت) (١.٣٢٢) عند مستوى معنوية (٠.١٨٧) وهي علاقة غير دالة وتشير هذه النتيجة إلى اهتمام كل الجمهور المصري سواء ذكور أو إناث بالأغنية الوطنية واعتبارها جزءاً من الشخصية المصرية سواء كان الجمهور من الذكور أو الإناث.

## جدول رقم (٤)

العلاقة بين متغير السن ومدى الاهتمام بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية المذاعة في الدورات الرياضية

النسبة	السن			
	أقل من ٢٠ سنة	من ٢٠ إلى أقل من ٣٠	من ٣٠ إلى أقل من ٤٠	٤٠ سنة فأكثر
العدد	١٠٨	٢٥٢	٣٠	٣٦
المتوسط الحسابي	٢.٥٠	٢.٤٠	١.٨	٢.٥
الانحراف المعياري	٠.٥٠٢	٠.٥٣٨	٠.٤٠٧	٠.٥٠٧
قيمة ف	١٥.١٥			
مستوى المعنوية	٠.٠٠١			
الدلالة	دالة			

ويتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة بين متغير السن ومدى الاهتمام بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية المذاعة في الدورات الرياضية الإقليمية والدولية حيث بلغت قيمة (ف) وفقاً لمؤشرات تحليل التباين في اتجاه واحد one way anova (١٥.١٥) عند مستوى معنوية (٠.٠٠١) وبدرجة ثقة (٩٩.٩%).

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات سابقة أكدت وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين تفضيلات الشباب لأنواع معينة من الأغاني وأنماط حياتهم والتي تؤثر على اختيارهم للأغاني التي يفضلونها<sup>(٣٤)</sup>. إلا أن ارتباط الشباب بالأغاني الوطنية المذاعة في الدورات الرياضية هو إنعكاس لقيمة الانتماء والهوية والمنظومات القيمة التي تربي عليها الشباب.

### جدول رقم (٥)

العلاقة بين متغيري المستوى الاقتصادي والاجتماعي ومدى الاهتمام بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية المذاعة في الدورات الرياضية

المجموع	مرتفع	متوسط	منخفض	المستوى الاقتصادي والاجتماعي
				النسبة
٤٢٦	٧٢	٢٧٦	٧٨	العدد
	٢.٢٥	٢.٤٣	٢.٣٨	متوسط حسابي
	٠.٥٩٩	٠.٥٣٩	٠.٤٩٠	الانحراف المعياري
٣.٣٤٧				قيمة ف
٠.٠٣				مستوى معنوية
العلاقة دالة				الدلالة

ويتضح من الجدول السابق وجود علاقة دالة بين متغيري المستوى الاقتصادي والاجتماعي والاهتمام بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية من قبل مفردات العينة حيث بلغت قيمة (ف) (٣.٣٤) عند مستوى معنوية (٠.٠٣) وهو ما أكدته دراسات سابقة حيث أن الأغنية الوطنية تعيش في وجدان كل المصريين على اختلاف مستوياتهم وطبقاتهم وهي تعبير عن إحساسهم ومشاعرهم ومرتبطة لديهم بمفاهيم الانتماء وحب الوطن كما أن دوافع تعرض الأفراد لهذا النوع من الأغاني ينشأ ويتشكل بناءً على السمات الشخصية للفرد وخصائص بيئته الاجتماعية<sup>(٣٥)</sup>.

## جدول رقم (٦)

تفضيلات المبحوثين للأغاني الوطنية التي أديعت أثناء تأهل المنتخب الوطني المصري لتصفيات كأس أمم إفريقيا (أنجولا) وكأس العالم ٢٠١٠

الأغنية	التفضيلات	ك	%	الترتيب
يا أحلى البلاد (شادية)	١٦٨	٣٩.٤	الثاني	
والله وعملوها الرجالة (حمادة هلال)	١٩٨	٤٦.٥	الأول	
بحبك يا مصر (تامر حسني)	٧٢	١٦.٩	السابع	
لو سألتك أنت مصري (نانسي عجرم)	١٦٢	٣٨	الثالث	
ما شربتش من نيلها (شيرين)	١٠٢	٢٣.٩	الرابع	
يا حبيبتي يا أم الدنيا (محمد منير)	٩٦	٢٢.٥	السادس	
المصريين أهمه (ياسمين الخيام)	١٠٢	٢٣.٩	الخامس	
مصر هي أمي (عفاف راضي)	٧٢	١٦.٩	الثامن	
يا أحلى اسم في الوجود (نجاح سلام)	٤٨	١١.٣	التاسع	

تعكس بيانات الجدول السابق ترتيب تفضيلات المبحوثين للأغاني الوطنية التي يفضلون مشاهدتها والاستماع إليها في المناسبات الرياضية الوطنية والتي تمثلت في "والله وعملوها الرجالة" لحمادة هلال بنسبة (٤٦.٥%) في المركز الأول واختارتها أكثر من ثلث العينة - وذلك لارتباطها من قبل بالعديد من المناسبات الرياضية الوطنية التي فاز فيها المنتخب الوطني، كما أن الصور المصاحبة لكلمات الأغنية هي تسجيل اللاعبين المصريين لأهداف في مرمى الفريق المنافس.

وجاءت أغنية شادية يا أحلى البلاد في المركز الثاني بنسبة (٣٩.٤%) وإن كانت الأغنية من الأغاني القديمة التي تنغنى بحب مصر وواكبت العديد من المناسبات الوطنية مثل الاحتفالات بثورة ٢٣ يوليو، حرب أكتوبر، واحتفالات سيناء، فالأغنية في الأساس مرتبطة بمناسبات وطنية قومية ثم جاءت أغنية نانسي عجرم "لو سألتك أنت مصري" في المركز الثالث بنسبة (٣٨%) وفي المركز الرابع كانت أغنية "ما شربتش من نيلها" لشيرين، وفي الخامس أغنية "المصريين أهمه" للمطربة ياسمين الخيام بنسب متساوية (٢٣.٩%).

وفي الترتيب السادس أغنية "يا حبيبتي يا أم الدنيا" لمحمد منير بنسبة (٢٢.٥%) وجاءت أغاني بحبك يا مصر (تامر حسني) ومصر هي أمي (عفاف راضي) في الترتيب السابع والثامن بنسب متساوية (١٦.٩%) وفي الترتيب الأخير يا أحلى اسم في الوجود لنجاح سلام بنسبة (١١.٣%) وهي أيضاً من الأغاني الوطنية التي واكبت ثورة يوليو، وانتصارات أكتوبر، ويلاحظ من خلال اختيار هذه الأغاني أن

غالبيتها لم يكتب لمناسبة رياضية بعينها بل إن بعضاً منها واكب بعض الهجمات الإرهابية، والفتنة الطائفية التي تعرضت لها مصر في الآونة الأخيرة، وهو ما يستوجب الدعوة لكتابة أغاني حماسية تناسب المباريات الرياضية وتثير الشعور بالتنافس وقبول النتيجة أياً ما كانت وليس اعتبارها معركة حربية لا بد أن تنتهي بانتصار الفريق المصري.

### جدول رقم (٧)

أسباب إعجاب مفردات العينة بالأغاني الوطنية المذاعة أثناء المباريات الرياضية المؤهلة لكأس الأمم الإفريقية، وكأس العالم ٢٠١٠

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة	التكرار	النسب الأسباب
٢١.٢٥	٠.٦٩٧	٣.٢٨	٤٣.٧	١٨٦	كلماتها جميلة وتثير الوطنية
			٣١.٠	١٣٢	ألحانها قوية ومناسبة لروح التشجيع
			٩.٩	٤٢	الصور المصاحبة لها تعجبي لاحتوائها على أهداف المنتخب
			٥٢.١	٢٢٢	كل ما سبق

ويتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة الاتفاق في الآراء بين مفردات العينة عن أسباب إعجابهم بالأغاني الوطنية المذاعة في فترة إقامة المباريات الرياضية حيث بلغ معامل الاختلاف (٢١.٢٥) وأكدت (٥٢.١%) أي أكثر من نصف العينة أن إعجابهم بهذه الأغاني يرجع إلى الكلمات والألحان والصور المصاحبة للأغنية بينما أكدت (٤٣.٧%) من المفردات إعجابهم بكلمات الأغاني لأنها تثير فيهم الإحساس بالوطنية، وأكدت (٣١%) من المفردات إعجابهم بألحانها القوية المناسبة لروح التشجيع، ورأت (٩.٩%) من المفردات أن الصور المصاحبة لهذه الأغاني والتي تحتوي على أهداف كروية يحرزها نجوم المنتخب المصري في مرمى الفريق المنافس هي من أسباب إعجابهم بهذه الأغاني.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه محمد خيرى (٢٠٠٤) من أن الأغاني المصورة بمثابة خبرة بصرية حيوية، من خلال تحويل النص السمعي إلى نص بصري على ألا تكون الصورة البصرية ترجمة حرفية لكلمات الأغنية بل مكملة للمعنى ومعبرة عن رسالة الأغنية بالتالي يتحول الخطاب الحكائي في الأغنية إلى خطاب بلاغي دلالي<sup>(٣٦)</sup>.

## جدول رقم (٨)

## كيفية تأثير الأغاني الوطنية المذاعة على مشاعر مفردات العينة (الجانب الوجداني)

الشعور	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
التعصب ضد الآخر	١٢	٢.٨	٣.٢٨	٠.٦٩٧	٢١.٢٥
الانتماء	٢٢٢	٥٢.١			
الفخر والعزة	١٦٨	٣٩.٤			
لا تثير لدي أي مشاعر	٢٤	٥.٦			
مجموع	٤٢٦	١٠٠			

يتضح من بيانات الجدول السابق أن إذاعة هذه الأغاني قبل المباريات الحاسمة للمنتخب الوطني تثير لدى مفردات العينة مشاعر الانتماء (٥٢.١%)، الفخر والعزة (٣٩.٤%)، بينما أجابت نسبة ضئيلة من مفردات العينة (٢.٨%) أن هذه الأغاني تثير لديهم مشاعر التعصب ضد الآخر، وأشارت نسبة (٥.٦%) أنها لا تثير لديهم أي مشاعر إيجابية أو سلبية، وتشير نسبة معامل الاختلاف (٢١.٢٥%) إلى نسبة اتفاق كبيرة في الآراء بين مفردات العينة البالغ (٤٢٦) مفردة مما يدل على تجانس آراء العينة حول مشاعرهم تجاه الأغاني الوطنية بشكل عام، وهو ما ذكره ليرمان (Ierman) حول النسق القيمي للأفراد، وكيف أن الشعور بالانتماء، والشعور بالفخر والعزة بالإنجاز المجتمعي هو قيمة ترتبط بالتغيرات في النظم والأبنية المجتمعية والظروف التاريخية والحضارية التي يعيشها الأفراد<sup>(٣٧)</sup>.

## جدول رقم (٩)

## كيفية تأثير الأغاني الوطنية المذاعة على سلوكيات عينة الدراسة (الجانب السلوكي)

السلوك	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
الذهاب إلى الاستاد لتشجيع المنتخب	١٨	٤.٢	٣.٢٨	٠.٦٩٧	٢١.٢٥
شراء العلم المصري ورفعته في البيت أو السيارة	٧٢	١٦.٩			
التهاتف مع الجماهير المشجعة	٨٤	١٩.٧			
النزول إلى الشارع للاحتفال	٣٤٨	٨١.٧			
القيام بأعمال عنف ضد الفريق المنافس	١٢	٢.٨			



يتضح من بيانات الجدول السابق اتفاق آراء العينة على أن أكثر السلوكيات التي تمارس والمرتبطة بتأثير الأغاني الوطنية عليهم هي النزول إلى الشارع والاحتفال بفوز المنتخب بنسبة (٨١.٧%) أي أكثر من ثلثي العينة، يليها الهتاف مع الجماهير المشجعة بنسبة (١٩.٧) ثم شراء العلم المصري ورفعته على السيارة أو في شرفة المنزل بنسبة (١٦.٩%)، الذهاب إلى الأستاذ لتشجيع المنتخب (٤.٢%) وأخيراً القيام بأي أعمال عنف ضد الفريق المنافس بنسبة (٢.٨%) وبلغ معامل الاختلاف (٢١.٥) وهو ما يؤكد تجانس آراء العينة ويعكس سلوك عام نشاهده دوماً في أعقاب تحقيق الفريق المصري لكرة القدم للفوز على أي فريق منافس، فنجد جماهير من مختلف الفئات العمرية والمستويات الاقتصادية والاجتماعية، ومن الذكور والإناث وقد ساروا في مسيرات يرفعون العلم المصري ويهتفون باسم مصر يصاحبهم أصوات مكبرات ترفع أغاني وطنية في حب مصر وهذا ما أكدته نظرية التفاعلية الرمزية symbolic interactionism في شرح عملية الاتصال في إطارها الاجتماعي حيث تتحدد الاستجابات من خلال نظام الرموز والمعاني الذي يبينه الفرد للأشياء والأشخاص والمواقف وكلما اتسع إطار المعاني المشتركة كلما تشابهت الاستجابات في عملية التفاعل الاجتماعي<sup>(٣٨)</sup>.

### جدول رقم (١٠)

اتجاه مفردات العينة نحو تأثير الأغاني الوطنية المذاعة على سلوكيات الجمهور المصري بشكل عام

الاتجاه	النسب	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
موافق جداً	١٣٨	٣٢.٤	٣.٩٣	٠.٩٩٩	٢٥.٤٢	
موافق	١٦٨	٣٩.٤				
محايد	٨٤	١٩.٧				
معارض	٢٤	٥.٦				
معارض جداً	١٢	٢.٨				
مجموع	٤٢٦	١٠٠				

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن نسبة (٣٩.٤%) أي ثلث حجم العينة تقريباً أجاب بموافق على أن هناك تأثير للأغاني الوطنية على سلوكيات الجمهور أثناء وبعد المباريات التي يخوضها الفريق المصري ضد فرق أخرى منافسة، كذلك أجاب (٣٢.٤%) بموافق جداً وهو ما يعني اتفاق بين غالبية مفردات العينة على وجود تأثير للأغاني الوطنية على سلوكيات الجماهير المشجعة وأجاب (١٩.٧%) بمحايد، بينما كان اتجاه المعارضة (٥.٦%) وكذلك معارض جداً (٢.٨%).

أما معامل الاختلاف (٢٥.٤) فيعكس تراجع في تجانس آراء مفردات العينة ذلك أن غالبية المفردات اتجهت نحو تأييد التأثير أو حتى تحييده، وقد أكدت العديد من الدراسات الأجنبية أن للأغاني – والمصورة منها تحديداً – تأثير على الجمهور المتلقي قد يصل إلى ارتفاع استخدام المراهقين للكحوليات، واتجاههم للإدمان إضافة إلى زيادة معدلات العنف والسلوكيات الشاذة<sup>(٣٩)</sup>.

## جدول رقم (١١)

اتجاهات المبحوثين نحو تأثير الأغاني الوطنية على كثافة مشاهدة المباريات وزيادة المتابعين لها

الاتجاه	النسبة	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
موافق	٥٧.٧	٢٤٦	٣٠.٧٩	٢.٤٢	٠.٧٤٥	
محايد	٢٦.٨	١١٤				
معارض	١٥.٥	٦٦				
المجموع	١٠٠	٤٢٦				

يتضح من بيانات الجدول السابق موافقة أكثر من نصف العينة (٥٧.٧%) على تأثير الأغاني الوطنية على زيادة كثافة مشاهدة المباريات وزيادة عدد المتابعين لها، بينما أظهرت نسبة (٢٦.٨%) الحياد تجاه هذا التأثير، وعارض (١٥.٥%) هذا الرأي وبلغ معامل الاختلاف في الرأي (٣٠.٧٩) وهو ما يعكس اتفاق آراء (٦٩.٣) من مفردات العينة وتجانس آرائهم.

وتعكس هذه النتيجة تأثير السياق الاجتماعي العام على عملية الاتصال كذلك تأثير الجماعات المرجعية - خاصة الأصدقاء المشاهدين للمباريات أيضاً - والذي يبدو واضحاً على اتجاهات مفردات العينة، حيث يتم الاسترشاد بمعايير هذه الجماعة في اتخاذ القرارات حتى وإن لم يكن الفرد عضواً في هذه الجماعة لتصبح هذه الجماعات بديلاً عن بناءات اجتماعية أكبر<sup>(٤٠)</sup>.

## جدول رقم (١٢)

اتجاهات المبحوثين نحو تأثير الأغاني الوطنية على زيادة التعصب لدى الجمهور

الاتجاه	النسبة	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
موافق	٧٦.٦	٢٨٨	٢٠.١٥	٢.٦٥	٠.٥٣٤	
محايد	٢٩.٦	١٢٦				
معارض	٢.٨	١٢				
مجموع	١٠٠	٤٢٦				

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر من ٤/٣ العينة موافق بنسبة (٧٦.٦%) على أن الأغاني الوطنية وما يصاحبها من صور للفريق المصري لها تأثير على زيادة التعصب لدى الجماهير بينما رأى (٢٩.٦%) اتخاذ اتجاه محايد نحو تأثير هذه الأغاني على التعصب وعارض (٢.٨%) هذا الرأي.

وكانت قيمة معامل الاختلاف (٢٠.١٥) وهو ما يعني تجانس بين آراء العينة واتفاق يصل إلى (٨٠%) على تأثير الأغاني الوطنية على تعصب الجمهور ودفعه إلى اتخاذ مواقف عدائية تجاه الفرق المتنافسة خاصة عندما لا يقدم الوطن الحد الأدنى مما هو مطلوب منه فيصبح الحدث الرياضي والعنف

المضاد الذي يصاحبه هو البديل لتشجيع انتصارات محدودة بمجال معين يحرزها الوطن ويتعصب لها أبناؤه كنوع من تأكيد الهوية والانتماء.

### جدول رقم (١٣)

رأي مفردات العينة في دور الصور المصاحبة للأغنية الوطنية المذاعة أثناء المباريات في زيادة الشعور بالتعصب

النسبة	التكرار	النسب	الرأي
١٨.٣%	٧٨		تزيد من إحساس الجمهور بالتعصب
٢.٨%	١٢		تزيد من السلوك العنيف لدى الجمهور
١١.٣%	٤٨		تزيد من حدة التوتر وعدم تقبل النتائج
٢.٨%	١٢		تلغي الإحساس بمتعة المشاهدة
١٥.٥%	٦٦		تجعل النتيجة أشبه بنتيجة معركة حربية وليس بطولة رياضية
١٨.٣%	٧٨		تزيد من العداء بين أبناء الوطن العربي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نسبة (١٨.٣%) من مفردات العينة ترى أن الصور المصاحبة للأغاني الوطنية – والتي تحوي صوراً لإحراز الفريق المصري لأهداف في مرمى الفريق المنافس، وتشجيع من الجماهير، وصورة العلم المصري – تزيد من إحساس الجمهور بالتعصب، وتزيد من العداء بين أبناء الوطن العربي وأجابت (١٥.٥%) من مفردات العينة أن هذه الصور تجعل النتيجة أشبه بنتيجة معركة حربية لا مباراة كرة قدم بين فريقين، بينما أجابت (١١.٣%) من مفردات العينة أنها تزيد من حدة التوتر وعدم تقبل النتائج من قبل الفريقين، ورأت (٢.٨%) من مفردات العينة أنها تزيد من السلوك العنيف لدى الجمهور، وتلغي الإحساس بمتعة المشاهدة.

### جدول رقم (١٤)

اتجاه مفردات العينة نحو كثرة إذاعة الأغاني الوطنية قبل وأثناء وبعد المباريات مما يصيبهم بالملل

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة	التكرار	النسبة	الاتجاه
٥٤.٢	١.٢٥	٢.٣١	٧	٣٠		موافق جداً
			١٢.٧	٥٤		موافق
			١٨.٣	٧٨		محايد
			٢٨.٢	١٢٠		معارض
			٣٣.٨	١٤٤		معارض جداً
			١٠٠	٤٢٦		مجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر من ثلث العينة (٣٣.٨%) معارض جداً لفكرة الملل من إذاعة الأغاني الوطنية قبل وأثناء وبعد المباريات، ومعارض بنسبة (٢٨.٢%)، أما المحايد فقد بلغت نسبتهم (١٨.٣%) وهي أقل من معارض جداً ومعارض، وكذلك بلغت نسبة موافق (١٢.٧%)، وموافق جداً (٧%)، وذلك على مقياس ليكرت الخماسي لقياس الاتجاهات.

ويعكس معامل الاختلاف (٥٤.٢) أن هناك عدم تجانس واختلاف كبير بين آراء مفردات العينة حول إحساسهم بالملل من كثرة إذاعة الأغاني الوطنية في توقيت المباريات حيث زادت نسبة المعارضة لهذا الرأي وقلت نسبة الموافقة والحيادية وهو ما يعكس حب الجمهور لمواكبة مثل هذه الأغاني للمباريات الإقليمية والدولية واعتبارها نوعاً من التأييد والتشجيع للمنتخب ودليل على الانتماء والوطنية.

### جدول رقم (١٥)

اتجاه مفردات العينة نحو تقديم أغاني تناسب المناسبات الرياضية بشكل مستقل عن الأغاني الوطنية

النسبة الاتجاه	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
موافق جداً	٧٢	١٦.٩	٣.٥	١.١	٣١.٩
موافق	٢١٠	٤٩.٣			
محايد	٦٦	١٥.٥			
معارض	٤٢	٩.٩			
معارض جداً	٣٦	٨.٥			
مجموع	٤٢٦	١٠٠			

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نسبة (١٦.٩%) من مفردات العينة موافق جداً على تقديم أغاني ذات طبيعة حماسية تناسب المناسبات الرياضية بعيداً عن الأغاني الوطنية التي ارتبطت في الأذهان بالانتصارات الحربية، الثورة، القضاء على الإرهاب، وجاءت نسبة (٤٩.٣%)، أي نصف العينة تقريباً باتجاه موافق، أما محايد فكانت النسبة (١٥.٥%) والمعارض (٩.٩%)، ومعارض جداً (٨.٥%). وجاء معامل الاختلاف (٣١.٩%) أي أن هناك اتفاق بين آراء العينة يقارب (٧٠%) بما يشير إلى تجانس آراء العينة حول ضرورة وجود أغاني ترتبط بالمناسبات الرياضية بعيداً عن الأغاني الوطنية.

## جدول رقم (١٦)

اتجاه مفردات العينة نحو وجود ضوابط على هذه الأغاني وعلى الصور المصاحبة لها

الاتجاه	النسبة	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
موافق	٣٨	١٦٢	٣٨	١.٩	٠.٨	٤٢.٥٨
محايد	٣٣.٨	١٤٤				
معارض	٢٨.٢	١٢٠				
مجموع	١٠٠	٤٢٦				

يتضح من بيانات الجدول السابق موافقة مفردات العينة بنسبة (٣٨%) على ضرورة وجود ضوابط عند إذاعة هذه الأغاني أثناء المباريات المختلفة حتى لا تزيد من حدة التوتر وتجعل نتائج المباريات أشبه بنتائج معركة حربية وتجعل الجمهور غير متقبل للنتيجة بروح رياضية وجاء رأي محايد بنسبة (٣٣.٨%) أما معارض فكانت النسبة (٢٨.٢%) وعكست هذه الاتجاهات وفقاً لمقياس ليكرت معامل اختلاف (٤٢.٥) مما يبين عدم تجانس آراء العينة واختلافهم بشكل كبير حول ضرورة وجود ضوابط على الأغنية الوطنية المذاعة وعلى الصور المصاحبة لها.

المحور الثاني: نتائج اختبارات فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط إيجابي دالة إحصائياً بين شعور الفرد بالانتماء واهتمامه بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية المذاعة أثناء إقامة المباريات الإقليمية والدولية:

## جدول رقم (١٧)

العلاقة بين شعور الفرد بالانتماء واهتمامه بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية

العلاقة	مستوى المعنوية	معامل الارتباط	٣.٥٨	٢.٦٥	المتوسط الحسابي
دالة	٠.٠٠١	٠.٣٨٧	١.٢١	٠.٥٣٤	الانحراف المعياري

ويتضح من بيانات الجدول السابق صحة الفرض الخاص بوجود علاقة ارتباط إيجابي دالة إحصائياً بين شعور الفرد بالانتماء واهتمامه بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية المذاعة أثناء إقامة المباريات الرياضية وفقاً لمعامل سبيرمان حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٣٨٧) عند مستوى معنوية (٠.٠٠١) وهي علاقة دالة.

ويرتبط هذا الفرض بما ذكره "ماسلو" عن أن حاجة الإنسان للشعور بالانتماء هي حاجة أساسية وأنها احتياج إنساني قوي جداً لا يسبقه إلا الحاجات الفيزيائية والحاجة للأمان ويكون الانتماء أولاً للأسرة

الفرد ثم يتعداها للانتماء للوطن<sup>(٤١)</sup>، ويدخل في إطار الانتماء: الانتماء لجماعة معينة مثل تشجيع فريق كرة القدم الذي يمثل هذا الوطن حيث يسود التأثير الانفعالي أو العاطفي emotional manner ويظهر انتقال الأثر بطريقة العدوى بين الأفراد وهو ما يميز السلوك الجمعي ويتميز التفاعل بين الأفراد بأنه عال حيث يجمعهم وحدة الاهتمام والمصلحة والالتفاف حول هدف عام ألا وهو أن يحقق الفريق الانتصار<sup>(٤٢)</sup> وتتفق نتيجة هذا الفرض مع الفرض الأول من فروض نظرية التفاعلية الرمزية بالنظر إلى المجتمع على اعتباره نظاماً للمعاني التي ترتبط برموز اللغة (الأغاني الوطنية) وتأتي إسهامات الأفراد في هذه المعاني كنشاط يرتبط بالعلاقات بين الأشخاص (الاهتمام بالاستماع والمشاهدة) لتنبثق منه توقعات ثابتة ومفهومة لدى الجميع تقود السلوك الإنساني في اتجاه النماذج التي يمكن التكهن بها (الانتماء)<sup>(٤٣)</sup>.

**الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط إيجابي بين الاهتمام بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية المذاعة في توقيت المباريات الرياضية الإقليمية والدولية وزيادة الشعور بالتعصب لدى عينة الدراسة وفقاً لمعامل ارتباط سبيرمان**

#### جدول رقم (١٨)

**العلاقة بين الاهتمام بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية وزيادة الشعور بالتعصب**

العلاقة	مستوى المعنوية	معامل الارتباط	٣.٥	٣.٩	المتوسط الحسابي
دالة	٠.٠٠١	**٠.٢٧٨	١.٢١	٠.٩٩	الانحراف المعياري

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك علاقة ارتباط إيجابي بين مشاهدة وسماع الأغاني الوطنية المذاعة أثناء المباريات وزيادة الشعور بالتعصب لدى مفردات عينة الدراسة حيث بلغ معامل ارتباط سبيرمان (\*\*٠.٢٧٨) عند مستوى معنوية (٠.٠٠١) وهي علاقة دالة بقوة على تأثير إذاعة هذه الأغاني على زيادة روح التعصب لدى المشجعين من مفردات العينة وتتفق نتيجة هذا الفرض مع أحد فروض نظرية التفاعلية الرمزية الذي يشير إلى أن مشاركة الناس في التفاعل الرمزي الفردي والجماعي تجعل تفسيراتهم للواقع تمثل دلالة متفقاً عليها من الناحية الاجتماعية وذات إيقاع محدد من الناحية الفردية<sup>(٤٤)</sup>.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباط إيجابي بين الاهتمام بمشاهدة وسماع هذه الأغاني وزيادة السلوك العنيف لدى عينة الدراسة وفقاً لمعامل سبيرمان

### جدول رقم (١٩)

العلاقة بين الاهتمام بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية وزيادة السلوك العنيف

العلاقة	مستوى المعنوية	معامل الارتباط	٢.٣١	٣.٥٨	المتوسط الحسابي
دالة سلبياً	٠.٠٠١	**٠.٢٩٩	١.٢٥	١.٢١	الانحراف المعياري

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم صحة الفرض الخاص بوجود علاقة ارتباط إيجابي بين مشاهدة وسماع الأغاني الوطنية وزيادة السلوك العنيف لدى عينة الدراسة حيث كانت العلاقة دالة سلبياً عند مستوى معنوية (٠.٠٠١) وبلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٢٩٩<sup>\*\*</sup>) وهو ما ينفي ارتباط الأغاني الوطنية بتشجيع الجماهير على القيام بسلوكيات عنيفة سواء بالتعدي اللفظي أو مظاهر السلوك السلبي مثل النزول إلى أرض الملعب ومهاجمة اللاعبين والحكام أو تعدي مشجعي كل فريق على الآخر وفقاً لرأي مفردات العينة وترتبط نتيجة هذا الفرض، بأحد فروض نظرية التفاعلية الرمزية الخاص بأن السلوك الفردي في موقف ما يتوقف على المضامين والمعاني التي تربط الناس بهذا الموقف، فالسلوك ليس رد فعل اتوماتيكي أو استجابة لمؤثر خارجي بشكل آلي ولكنه ثمرة أبنية ذاتية حول النفس والآخرين والمتطلبات الاجتماعية للموقف<sup>(٤٥)</sup>.

الفرض الرابع: توجد فروق دالة إحصائياً بين العوامل الديموجرافية لمفردات العينة ودرجة الشعور بالانتماء

جدول رقم (٢٠)

المعاملات الإحصائية لقياس تأثير المتغيرات الديموجرافية على درجة اهتمام الجمهور بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية كدليل على الانتماء

مؤشرات تحليل التباين في اتجاه واحد					
الدالة	قيمة ف	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	المتغير ومصدر التباين
٠.٠٠١ دالة	١٥.١٥				السن
		٣	٤.٠٧	١٢.٢٣	التباين بين المجموعات
		٤٢٢	٠.٢٦٩	١١٣.٥١	التباين داخل المجموعات
		٤٢٥		١٢٥.٧٤	المجموع
المستوى الاقتصادي والاجتماعي					
٠.٠٣ دالة	٣.٣٤	٢	٠.٩٧٩	١.٩٥	التباين بين المجموعات
		٤٢٣	٠.٢٩٣	١٢٣.٧٨	التباين داخل المجموعات
		٤٢٥		١٢٥.٧٣	المجموع

نتائج اختبار (ت)

الدالة	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النوع
٠.١٨	١.٣٢٢	٠.٤٩٥	٢.٤٢	ذكر
غير دالة		٠.٦٠٠	٢.٣٥	أنثى

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين عامل السن (كأحد المتغيرات الديموجرافية لمفردات العينة) ودرجة الاهتمام بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية أثناء إقامة المباريات الرياضية التي يشارك فيها المنتخب الوطني المصري حيث بلغت قيمة ف (١٥.١٥) والدالة (٠.٠٠١)



مما يعني وجود علاقة ارتباط إيجابي بين فئات السن المختلفة (أقل من ٢٠ إلى ٤٠ فأكثر) وبين مشاهدة وسماع الأغاني الوطنية.

كما يظهر الجدول وجود علاقة دالة إحصائياً بين متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي ودرجة اهتمام مفردات العينة بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية حيث بلغت قيمة (ف) (٣.٣٤) عند مستوى معنوية (٠.٠٣) وهي علاقة دالة ذات ارتباط إيجابي تعكس أن كل المستويات الاقتصادية والاجتماعية التي مثلتها مفردات العينة (منخفض - متوسط - مرتفع) تهتم بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية أثناء إقامة المباريات الرياضية التي يشارك فيها المنتخب المصري الوطني.

كذلك أكدت نتائج اختبار (ت) أن متغير النوع (ذكور - إناث) يعكس عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متغير النوع ومدى الاهتمام بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية، فكلًا من الذكور والإناث لديهم اهتمام بهذه الأغاني المقدمة والتي ترتبط بحب الوطن وتشجيع أبنائه ممن يخوضون المباريات الإقليمية والدولية وجاءت قيمة (ت) (١.٣٢) عند مستوى معنوية (٠.١٨) وهي علاقة غير دالة إحصائياً.

بالتالي يمكن القول أن المتغيرات الديموجرافية (السن، النوع، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) لمفردات العينة وهي تمثل مرجعية مفردات العينة وإطارهم الدلالي والتي من خلالها تتم عملية التفاعل الرمزي مع الرسائل الإعلامية ترتبط في علاقة دالة إحصائياً ذات اتجاه إيجابي مع الاهتمام بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية المذاعة عند إقامة المباريات الرياضية التي يخوضها المنتخب الوطني المصري ممثلاً لبلاده. وهو ما يتفق مع ما أكدته نظرية التفاعلية الرمزية عن أهمية اللغة والرموز في شرح عملية الاتصال في إطارها الاجتماعي حيث تتحدد الاستجابات من خلال نظام الرموز والمعاني الذي يبينه الفرد للأشياء والأشخاص والمواقف المختلفة في إطار الثقافة الواحدة نتيجة إدراكه للمعاني المشتركة في هذه الثقافة<sup>(٤٦)</sup>.

**الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباط إيجابي بين المتغيرات الديموجرافية لمفردات العينة وزيادة الشعور بالتعصب لتأثرهم بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية.**

## جدول رقم (٢١)

المعاملات الإحصائية لقياس تأثير المتغيرات الديموجرافية لمفردات العينة على زيادة الشعور بالتعصب عند مشاهدة وسماع الأغاني الوطنية

مؤشرات تحليل التباين اتجاه واحد					
المتغير ومصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة ف	الدلالة
السن					
التباين بين المجموعات	٠.٦٣٢	٠.٢١١	٣	٠.٩٨	٠.٤
التباين داخل المجموعات	٩٠.٤٦٧	٠.٢١٤	٤٢٢		غير دالة
المجموع	٩١.٠٩٨		٤٢٥		
المستوى الاقتصادي والاجتماعي					
التباين بين المجموعات	١.٩٨	٠.٩٩٢	٢	٤.٧	٠.٠٠٩
التباين داخل المجموعات	٨٩.٧٧	٠.٢١١	٤٢٣		دالة
المجموع	٩١.٠٩		٤٢٥		

## نتائج اختبار (ت)

النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	الدلالة
ذكر	٠.٢٨	٠.٤٤٧	١.٧٧	٠.٠٧
أنثى	٠.٣٥	٠.٤٨٠		غير دالة

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين متغير السن كواحد من المتغيرات الديموجرافية لمفردات العينة وزيادة الشعور بالتعصب نتيجة مشاهدة وسماع الأغاني الوطنية المذاعة أثناء إقامة البطولات الرياضية حيث بلغت قيمة (ف) (٠.٩٨) عند مستوى معنوية (٠.٤) أي أن العلاقة غير دالة.

كما يوضح الجدول وجود علاقة دالة بين متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي ومتغير زيادة الشعور بالتعصب حيث بلغت قيمة (ف) (٤.٧) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٩) وهي علاقة دالة إحصائية.

وتعكس هذه العلاقة بين المتغيرين تأثير البيئة الاقتصادية والاجتماعية لمفردات العينة على كيفية تأثرهم بالرسالة الإعلامية ممثلة في الأغاني الوطنية الحماسية المذاعة أثناء انعقاد البطولات الرياضية التي يخوضها المنتخب المصري الوطني، تلك البيئة التي يستمد منها مفردات العينة إطارهم الدلالي ومن خلال رموزها يتفاعلون مع ما يقدم في وسائل الإعلام وبينون إحكامهم وما سيتبعونه من سلوكيات، وهو ما يطلق عليه السمات الثقافية المميزة لكل جماعة داخل المجتمع والتي تعتبر أساساً للنظم الاجتماعية وتحدد أدوارها<sup>(٤٧)</sup>.

وعن علاقة متغير النوع (ذكور – إناث) بمتغير زيادة التعصب يبين الجدول أن قيمة ت (١.٧٧) عند مستوى معنوية (٠.٠٧) وهي علاقة غير دالة مما يعكس أنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير النوع وزيادة الشعور بالتعصب، حيث لا فرق بين الذكور والإناث.

وبالتالي تلغي نتائج التحليل الإحصائي صحة الفرض الخامس لعدم وجود علاقة ارتباط إيجابي بين متغيري السن والنوع وبتغير زيادة الشعور بالتعصب عند مشاهدة وسماع الأغاني الوطنية إلا فيما يتعلق بمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي حيث كانت العلاقة دالة.

وهو ما أكدته نظرية التفاعلية الرمزية من وجهة نظر "دون فولس" و"دينيس ألكسندر" (D. F. Faules and D. C. Alexander) بأن الاتصال هو السلوك الرمزي الناتج عن المشاركة في المعاني والقيم بمستويات مختلفة بين الناس<sup>(٤٨)</sup>.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباط إيجابي بين المتغيرات الديموجرافية لمفردات العينة وسلوكياتهم العنيفة لتأثرهم بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية:

جدول رقم (٢٢)

المعاملات الإحصائية لقياس تأثير المتغيرات الديموجرافية لمفردات العينة على سلوكياتهم العنيفة عند مشاهدة وسماع الأغاني الوطنية

مؤشرات تحليل التباين اتجاه واحد					
الدالة	قيمة ف	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	المتغير ومصدر التباين
٠.٦ غير دالة	٠.٤٣	٢	٠.٠٦	٠.١٣	السن
		٤٢٣	٠.١٥	٦٣.٥٨	التباين بين المجموعات
		٤٢٥		٦٣.٧١	التباين داخل المجموعات
					المجموع
المستوى الاقتصادي والاجتماعي					
٠.٠٠١ دالة	٥.٣٥	٣	٠.٧٧	٢.٣٣	التباين بين المجموعات
		٤٢٢	٠.١٤	٦١.٣٨	التباين داخل المجموعات
		٤٢٥		٦٣.٧١	المجموع

نتائج اختبار (ت)

الدالة	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النوع
٠.٦ غير دالة	٠.٤٩	٠.٣٨ ٠.٣٩	٠.٨٣ ٠.٨١	ذكر أنثى

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين متغير السن كواحد من المتغيرات الديموجرافية لمفردات العينة والسلوكيات العنيفة الناتجة عن التأثر بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية أثناء إقامة المباريات الرياضية الإقليمية والدولية حيث بلغت قيمة (ف) (٠.٤٣) عند مستوى معنوية (٠.٦) وهي علاقة غير دالة.

بينما يتضح من الجدول السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي ومتغير السلوك العنيف لمفردات العينة حيث بلغت قيمة ف (٥.٣٥) عند مستوى معنوية (٠.٠٠١) وهي علاقة دالة إحصائياً، تتفق مع الدراسات التي تؤكد أن الأفراد الذين ينتمون لبيئات متشابهة ينظمون إدراكهم وأفكارهم في أشكال ذات معنى ومغزى معين يدركون في إطارها العالم الخارجي وبالتالي يأتي سلوكهم متأثراً بهذه المعاني التي يكونها الفرد عن الأشياء المحيطة به والرموز والمنبهات التي يتعرض لها<sup>(٤٩)</sup>.

أما فيما يتعلق بمتغير النوع (ذكور - إناث) وعلاقته بمتغير السلوك العنيف فتظهر بيانات الجدول وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين المتغيرين حيث بلغت قيمة ت (٠.٤٩) عند مستوى معنوية (٠.٠٦) مما يؤكد أن العلاقة غير دالة.

بالتالي تلغى نتيجة التحليل الإحصائي صحة الفرض السادس لعدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين متغيري (السن والنوع) ومتغير زيادة السلوك العنيف عند مشاهدة وسماع الأغاني الوطنية إلا فيما يتعلق بمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي حيث كانت العلاقة دالة وهذا ما تؤكدته نظرية التفاعلية الرمزية حيث يتأثر سلوك الفرد مع الآخرين بمدى مشاركة الفرد في التوحد الاجتماعي وقوة هذا التوحد<sup>(٥٠)</sup>.

#### النتائج العامة للدراسة:

- أكدت نتائج الدراسة أن هناك علاقة وثيقة بين تركيب اللغة وبين طريقة استخدام الناس لهذه اللغة لإثارة المعاني في داخلهم حيث أكدت النتائج أهمية الأغنية الوطنية في حياتنا واعتبارها رسالة إعلامية هامة تمثل رمزاً يجعلها وسيلة للتفاهم والتواصل والتعبير عن العواطف والمشاعر الوطنية خاصة عندما تحمل بصور وألحان ونغمات تستدعي عند المتلقين صوراً ذهنية فتخلق منظوراً ثنائياً بين اللفظ أو الرمز والمعنى الذي يستدعيه.
- وأظهرت نتائج الدراسة ارتباطاً مع فروض نظرية التفاعلية الرمزية حيث أكدت هذه النتائج اهتمام مفردات العينة بمشاهدة وسماع الأغاني الوطنية بنسب تتراوح بين (٤٢.٣-٥٤.٩%) وذكرت هذه المفردات تسعة أغاني تلقي الإعجاب وتثير لديهم روح الانتماء وتشجيع المنتخب بما يؤكد أن العالم الحقيقي مبني إلى حد كبير بطريقة لا شعورية على أساس عادات الجماعة في استخدام اللغة ولا توجد أبداً لغتان متشابهتان بدرجة تكفي لاعتبارهما يمثلان نفس الواقع الاجتماعي<sup>(٥١)</sup>.
- كما تتفق نتائج هذه الدراسة مع ما كتبه "والتر ليبمان" في إطار التفاعلية الرمزية عن أن التفسيرات التي تقدمها وسائل الإعلام للأحداث يمكن أن تغير بشكل كبير تفسيرات الناس عن الواقع الحقيقي وبالتالي تغير أيضاً من أنماط سلوكهم تجاه هذا الواقع<sup>(٥٢)</sup>، حيث أشارت نتائج الدراسة إلى تأثير هذه الأغاني على الجانب الوجداني لمفردات العينة ممثلاً في (الانتماء، الفخر والعزة، ومشاعر التعصب ضد الآخر)، كذلك تأثيرها على الجانب السلوكي ممثلاً في (الذهاب إلى الاستاد وتشجيع المنتخب، شراء العلم وهو رمز معنوي في حد ذاته ورفعته على السيارة أو شرفة المنزل، الهتاف مع المشجعين، النزول في مظاهرات إلى الشوارع، وأحياناً اللجوء إلى القيام بأعمال عنف ضد الفريق

المنافس) وهو ما ظهر جلياً في مباراة مصر والجزائر وما صاحبها من شحن للجماهير في الجانبين فأفسرت عن أحداث مؤسفة بعيدة كل البعد عن الرياضة وهو ما يتفق وفروض نظرية التفاعلية الرمزية حيث أن الناس يتصرفون ليس على أساس ما يحدث أو ما قد وقع فعلاً، ولكن على أساس ما يعتقدون أنه الموقف الحقيقي وهذا الموقف حصلوا عليه من الصور التي نقلتها لهم وسائل الإعلام وهو معان وتفسيرات ليس لها في الغالب سوى نصيب محدود مما حدث فعلاً مما يؤدي إلى سلوك لا علاقة له بحقيقة ما يجري في الواقع الحقيقي<sup>(٥٣)</sup>.

● وقد أظهر قياس اتجاه مفردات العينة تأييداً كبيراً لتأثير الأغاني الوطنية على الجمهور فجاءت النسب موافق جداً (٣٢.٤%)، موافق (٣٩.٤%) أي أكثر من ثلثي حجم العينة، إضافة إلى تأثيرها على زيادة كثافة مشاهدة المباريات بين الجمهور وزيادة عدد المتابعين حيث أيد ذلك الرأي (٥٧.٧%) أي نصف عدد مفردات العينة، وهو ما يشير إلى أن تفسير الفرد للرموز يأتي في إطار المدركات المختزنة في العقل وهذه المدركات هي التي تسقط دلالتها على الأشياء والرموز التي يتعرض لها فيفسرها في هذا الإطار الذي يطلق عليه الإطار الدلالي Frame of References<sup>(٥٤)</sup>.

● كما أكدت نتائج الدراسة موافقة (٧٦.٦%) من مفردات العينة على تأثير الأغاني الوطنية على زيادة التعصب لدى الجمهور وأظهرت النتائج أن الصور المصاحبة لهذه الأغاني تلعب دوراً في زيادة هذا الشعور وعبرت مفردات العينة عن ذلك بجملة (تزيد من السلوك العنيف، العداء ضد الفريق المنافس، تلغي الإحساس بمتعة المشاهدة، تجعل النتيجة أشبه بنتيجة معركة حربية، زيادة العداء بين أبناء الوطن العربي) وهذا ما جعل خبراء الاتصال يؤكدون على أهمية الصور في التفاعل الرمزي إلى حد قولهم أن الوظيفة الاتصالية في هذه الحالة تتحدد بداية في عين المشاهد ذلك أن كل فرد يحدد الاستجابة بناء على تفسيره لكل رمز من جانب ومحصلة تفاعل الرموز من جانب آخر وهو ما يؤكد الاتجاه أن محتوى الإعلام التليفزيوني متعدد المعنى مما يؤدي إلى اتفاق المعاني المتعددة مع خصائص فئات الجماهير المختلفة في إطار الجمهور الكلي لوسائل الإعلام<sup>(٥٥)</sup>.

● وعكست نتائج الدراسة رفض مفردات العينة أن تكون كثرة إذاعة الأغاني الوطنية طوال إنعقاد المباريات سبباً في الشعور بالملل حيث عارض ذلك (٢٨.٢%) وعارض جداً (٣٣.٨%) أي نصف مفردات العينة. ويظهر هنا دور الانتماء الاجتماعي في تطوير العلاقة مع وسائل الإعلام ومفرداتها بصورة واضحة نتيجة التفاعل الذي يميز جماعات الانتماء أو الجماعات المرجعية التي تشكل إطاراً مرجعياً لأفرادها<sup>(٥٦)</sup>. كما أيدت مفردات العينة ضرورة إبداع أغان حماسية تتناسب والمناسبات الرياضية بنسبة (٤٩.٣%) مع التأكيد على ضرورة وضع ضوابط على الصور المصاحبة لهذه الأغاني حتى لا تساهم في زيادة الشحن المعنوي للجمهور.

● وأكدت نتائج الفروض صحة فروض نظرية التفاعلية الرمزية فيما يتعلق بالنظر إلى المجتمع على اعتباره نظاماً للمعاني التي ترتبط برموز اللغة وكيفية تأثير ذلك على الأفراد وإمكانية التكهن بسلوكياتهم، كذلك الفرض الخاص بمشاركة الجمهور في التفاعل الرمزي الفردي والجماعي والذي يجعل تفسيراتهم للواقع تمثل دلالة متفقاً عليها من الناحية الاجتماعية إضافة إلى تأكيد الفرض الخاص

بالسلوك وإنه ليس رد فعل آلي أو مجرد استجابة لمؤثر خارجي ولكنه ثمرة أبنية ذاتية حول النفس والآخرين.

- كما أوضحت الدراسة من خلال نتائجها الإحصائية أن العوامل الديموجرافية لمفردات العينة تلعب أدواراً متباينة وفقاً لمتغيرات الدراسة فمن حيث علاقتها بدرجة الشعور بالانتماء كانت العلاقة دالة إيجابياً إما من حيث ارتباطها بمتغير الشعور بالتعصب فقد عكس متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بينما لم توجد هذه العلاقة في حالة متغير السن، ومتغير النوع، وهو ما يشير إلى تأثير البيئة وجماعات الانتماء والمستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي كأساس للتفاعل ومرجعية للتعامل مع الرموز التي تقدمها وسائل الإعلام.
- وأظهرت النتائج أيضاً عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين كل من متغير السن، النوع ومتغير السلوك العنيف، إلا أن متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي ارتبط بعلاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٠١) مع متغير السلوك العنيف حيث تعكس النظم الاجتماعية والثقافية أنماط المعتقدات والقيم السائدة، كما تعكس أنماط السلوك المتوقعة.
- وأكدت نتائج الدراسة أن عنصر المعرفة أحد العناصر الأساسية في تحديد الاتجاه حيث يؤثر البناء المعرفي بجوانبه الاجتماعية والفردية في وصف موضوع الاتجاه وسماته وعلاقته بغيره من الموضوعات فتجعل الفرد يقبل أو يرفض متأثراً ببنائه المعرفي.
- بالتالي فإن وسائل الإعلام تكتسب قدرتها على تدعيم الاتجاهات القائمة فعلاً لأن رسائلها تقدم موضوعات وأفكار تتفق في محتواها ومغزاها وتفسيراتها مع البناء المعرفي للفرد، لذا فإنها بداية سوف تثير اهتمامه فيختار التعرض لها ثم يفسرها بما يتفق مع بنائه المعرفي الذي يجعل الفرد يشعر في تعرضه لهذه الرسائل بالتوازن والتألف نتيجة لوحدة التفسير فيؤدي بالتالي إلى قبول هذه الأفكار التي تقدمها وسائل الإعلام.

## مراجع الدراسة:

- ١- Nelson Smith (٢٠٠٠). "The Cultivation Of Social Reality. Active Viewing In The Case Of Music Videos" Thesis". (Ph. D) Pennsylvania State University, College Of Communication, ٢٠٠٠.
- ٢- سماح إسماعيل علي (٢٠٠٥). "الأغنية الوطنية عند عبدالحليم حافظ. دراسة تحليلية"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة. كلية التربية الموسيقية. قسم الموسيقى العربية، جامعة حلوان، ٢٠٠٥)، ص ٣٩.
- ٣- أحمد محمد أبو المجد (٢٠٠٥). "أثر ثورة يوليو على تطور الأغنية الوطنية من خلال ألحان رياض السنباطي وكمال الطويل وبلوغ حمدي. دراسة تحليلية"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة. كلية التربية الموسيقية. قسم الموسيقى العربية، جامعة حلوان، ٢٠٠٥)، ص ١٥-١٨.
- ٤- هاني عبدالناصر عثمان (٢٠٠٦). "المتغيرات التي طرأت على الأغنية المصرية منذ بداية العقد الأخير من القرن العشرين"، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة. كلية التربية الموسيقية. قسم الموسيقى العربية، جامعة حلوان، ٢٠٠٦)، ص ٤٣-٤٧.
- ٥- David, R. Heise (٢٠١٠). "Surveying Cultures. Dis Covering Shared Conceptions And Sentiments" John Wiley & Sons Inc. Hoboken. New Jersey, Pp. ١٨-١٩.
- ٦- إسماعيل علي سعد (٢٠٠٧). "الاتصال الإنساني في الفكر الاجتماعي"، (الإسكندرية. دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٧)، ص ٧٢-٧٣.
- ٧- Jennifer J. Deal, Don W. Prince (٢٠٠٧). "Developing Cultural Adoptability. How To Work Across Differences" Center For Creative Leadership (Ccl), Pp. ٢٠-٢٢.
- ٨- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد (٢٠٠٩). "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، ط ٨، (القاهرة. الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩)، ص ١٥١-١٥٥.
- ٩- Libbylester, Simon Cottle (٢٠٠٩). "Visualizing Climate Change. Television News And Ecological Citizenship". International Journal Of Communication, Vol. ٣, pp. ٩٢٠-٩٣٦.
- ١٠- محمد عبدالحميد (٢٠١٠). "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير"، ط ٣، (القاهرة. عالم الكتب، ٢٠١٠)، ص ٢٤٣-٢٤٤.
- ١١- Moataz Abdul Aziz Ben Taleb (٢٠٠٢). "The Music Tv In The Arabworld – Overview And Analysis". Master Thesis, (Cairo. The American University: Department Of Journalism And Mass Communication) Pp. ٥٠-٥١.
- ١٢- Joyees, Chatterjee, Anuruda Bhanot, Lauren B. Frank, Shelia T. Murphy, Gerry Power (٢٠٠٩). "The Importance Of Interpersonal Discussion And Self-Efficacy In Knowledge Attitude And Practice Models", International Journal Of Communication, Vol. (٣), pp. ٦٠٧-٦٣٤.
- ١٣- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد (٢٠٠٩). "مرجع سابق"، ص ١٥٣-١٥٤.



- ١٤- عبدالله علي الكردي (١٩٧٨). "الموسيقى والغناء الوطني في مصر في الفترة من أوائل القرن التاسع عشر حتى اليوم"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة. كلية التربية الموسيقية: قسم الموسيقى العربية، جامعة حلوان، ١٩٧٨).
- ١٥- إيهاب أحمد توفيق (١٩٩٥). "الأغنية المصرية في النصف الثاني من القرن العشرين"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة. كلية التربية الموسيقية: قسم الموسيقى العربية، جامعة حلوان، ١٩٩٥).
- ١٦- Deborah, Ostlund & Richard Killer (١٩٩٧). "Values Of Youth. Massages From The Most Popular Songs Of Four Decades". Journal Of Humanistic Education And Development, Dec. ١٩٩٧. Vol. (٣٦), No. (٢), Pp.٨٣-٩٢.
- ١٧- Sanjoy Asth Ana (٢٠٠٣). "Patriotism And Its Avatars. Tracking The National – Global Dialectic In Indian Music Videos", Journal Of Communication Inquiry, October ٢٠٠٣, Vol.(٢٧), No.(٤), Pp.٣٣٧-٣٥٣.
- ١٨- غادة يوسف محمد (٢٠٠٣). "الغناء الوطني عند محمد عبدالوهاب. دراسة تحليلية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة. كلية التربية الموسيقية: قسم الموسيقى العربية، جامعة حلوان، ٢٠٠٣).
- ١٩- أحمد محمد أبو المجد (٢٠٠٥). "أثر ثورة يوليو على تطور الأغنية الوطنية من خلال ألحان رياض السنباطي وكمال الطويل وبلينغ حمدي: دراسة تحليلية"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة. كلية التربية الموسيقية. قسم الموسيقى العربية، جامعة حلوان، ٢٠٠٥).
- ٢٠- David John Puder Baugh (٢٠٠٦). "My Father Land Is My Love: National Identity And Creativity And The Pivotal ١٩٤٧, Soviet Estonian National Song Festival", D. M. A. Dissertation, United States – Iowa. The University Of Iowa, ٢٠٠٦.
- ٢١- Yashito Ishio (٢٠١٠). "Social Bases Of American Patriotism. Examining Effects Of Dominant Social Statuses And Socialization". Curret Sociology, January ٢٠١٠, Vol.(٥٨), No.١, Pp.٦٧-٩٣.
- ٢٢- Kathy B. Mackee And Carol J. Pardum (١٩٩٩). "Reading The Video: A Qualitative Study Of Religious Images In Music Videos", Journal Of Broadcasting & Electronic Media, Vol (٤٣), No.(١), Winter, pp.١٦٧-١٧٧.
- ٢٣- Moataz Abdul Azizben Ben Taleb (٢٠٠٢). Op. Cit.
- ٢٤- Philip Vannini And Scott M. Myers (٢٠٠٢). "Crazy About You: Reflection On The Meaning Of Contemporary Teen Pop Music", Electronic Journal Of Sociology, Vol (٦), No. (٢).
- ٢٥- Silvia Knob Lock And Dolfzillman (٢٠٠٢). "Mood Management Via The Digital Jukebox". Journal Of Communication, Vol. (٥٢), No. (٢).
- ٢٦- Mohamed Hossam (٢٠٠٣). "Contemporary Arab Music Videos. Cultural Discontinuity And Global Change", (Cairo. Al-Madina Press, ٢٠٠٣).

- ٢٧- أشرف جلال (٢٠٠٤). "الهوية العربية كما تعكسها أغاني الفيديو كليب وإنعكاساتها على قيم الشباب"، بحث مقدم في: المؤتمر العلمي السنوي العاشر بعنوان. الإعلام المعاصر والهوية العربية، (القاهرة. كلية الإعلام، جامعة القاهرة).
- ٢٨- Pierre Bourdieu (١٩٩٢). "Language And Symbolic Power", Http:// Eu. Wiley. Com/ Wiley Cda/ Wiley Title/ Prod.
- ٢٩- Loetly Desdorff (٢٠٠٣). "The Construction And Globalization Of The Knowledge Base In Interhuman Communication Systems", Canadian Journal Of Communication, Vol. ٢٨, No. ٣.
- ٣٠- Robert Mac Dougall (٢٠٠٥). "Identity, Electronic Ethos, And Blogs. Atechnologic Analysis Of Symbolic Exchange On The New News Medium", American Behavioral Scientist, Dec Vol.(٤٩), No (٤), Pp.٥٧٥-٥٩٩.
- ٣١- Jan Fernback (٢٠٠٧). "Beyond The Diluted Community Concept. Asymbolic Interactionist Perspective On On – Line Social Relations", New Media And Society, Feb. Vol. (٩), No. (١), Pp. ٤٩-٦٩.
- ٣٢- Daniel Ahadi, Catherine A Murray (٢٠٠٩). "Urban Media Scapes And Multi Cultural Flows. Assessing Vancouver's Communication In Frastructure", Canadian Journal Of Communication, Vol. (٣٤), No. (٤).

\* من هذه الدراسات.

- Jan Van Den Bulck And Kathreen Beulles (٢٠٠٥). "Television And Music Video Exposure And Adolescent Alcohol Use While Going Out", Alcohol & Alchololism, Vol. (٤٠), No. (٣).
  - Debashis Deb Aikat (٢٠٠٤). "Streaming Vident Genres On Line. Visual Images In Music Videos On B. E. T. Com, Country Com, Mtv. Com And Vh-١. Com". Popular Music And Society, Vol. (٢٧), No. (٢).
  - Marina Kemar & Kathryn Greene (١٩٩١). "Predicting Exposure Touses Of TV. Violence". Journal Of Communication, Vol. (٤٩), No. (٣).
  - Kenneth Jones (١٩٩٧). "Are Rapvideos More Violent? Style Differences And The Prevalence Of Sex And Violence In The Age Of MTV". The Howard Journal Of Communication, Vol. (٨), No. (٤).
  - Miranda Dave (٢٠٠٤). "Rap Music Genres And Deviant Behaviors In French – Canadian Adolescents", Journal Of Youth Of Adolescence, Vol. (٣٣), No. (٢).
- ٣٣- عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد (٢٠٠٩). "استطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام، تصميمها وتنفيذها"، ط٦، (القاهرة. دار الفكر العربي، ٢٠٠٩)، ص ١٦.

- ٣٤- عبدالرحيم أحمد سليمان (٢٠٠٨). "أنماط مشاهدة الجمهور لأغاني الفيديو كليب وإدراك مدى تأثيرها على الآخرين"، بحث منشور في. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع(٣٢)، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠٨، ص ٧٢.
- ٣٥- ناهد عامر أحمد (٢٠٠٦). "علاقة الصور الإعلامية في الأغاني المصورة بالقنوات الفضائية بتحقيق إشباعات المراهقين. دراسة تطبيقية"، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة. معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس)، ص ١٢٤.
- ٣٦- محمد خيرى عبدالمحسن (٢٠٠٤). "إشكالية غياب النص في الأغنية المصورة (الفيديو كليب)، دراسة تحليلية سيكولوجية مقارنة"، بحث منشور في. (القاهرة. المعهد العالي للسينما، أكاديمية الفنون) (On-Line) Available At. Arabfilm Tv School. Edu. Eg/ At. ٢٤/٥/٢٠٠٦.
- ٣٧- عبداللطيف محمد خليفة (١٩٩٢). "ارتقاء القيم. دراسة نفسية". عالم المعرفة، ع (١٦٠)، (الكويت. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب)، ص ص ٢١-٢٣.
- ٣٨- محمد عبدالحميد. "مرجع سابق"، ص ٢٤١.
- ٣٩- Shay Sayre & Cynthia King (٢٠٠٣). "Entertainment & Society – Audience's Trends And Impacts". Sage Publications, International Educational And Professional Publisher, P. ١٧.
- ٤٠- Jennifer Edson Escalas & James R. Bettman (٢٠٠٥). "Self – Construal, Reference Groups, And Brand Meaning". Journal Of Consumer Research, Inc. Dec. ٢٠٠٥, Vol.(٣٢), No. (٣), P. ٣٧٨.
- ٤١- عبداللطيف محمد خليفة. "مرجع سابق"، ص ص ٥٣-٥٥.
- ٤٢- محمد عبدالحميد. "مرجع سابق"، ص ٣٨.
- ٤٣- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد. "مرجع سابق"، ص ص ١٥٣-١٥٤.
- ٤٤- المرجع السابق. ص ١٥٤.
- ٤٥- المرجع السابق. ص ١٥٤.
- ٤٦- محمد عبدالحميد. "مرجع سابق"، ص ٣١٥.
- ٤٧- Aaker, Jennifer L, And Bernd Schmitt (٢٠٠١). "Culture – Dependent Assimilation And Differentiation Of The Self. Preferences For Consumption Symbols In The United States And China", Journal Of Cross – Cultural Psychology, Vol. (٣٢), Sep. Pp. ٦١-٧٦.
- ٤٨- D. F. Faules, D. C. Alexander (١٩٧٨). "Communication And Social Behavior. Asymbolic Interaction Perspective", Longman Higher Education, Pp. ٢٤٦-٢٤٧.
- ٤٩- محمد عبدالحميد. "مرجع سابق"، ص ٧٥.
- ٥٠- المرجع السابق. ص ٣١٨.
- ٥١- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد. "مرجع سابق"، ص ١٥١.
- ٥٢- James S. Ettema And Charles Whitney (١٩٩٤). "Audience Making. How The Media Create The Audience". Sage Publications, Inc. Pp. ٣٢-٣٣.

- ٥٣- Stryker, Sheldon & Kazdin Alan E. (٢٠٠٠). "Encyclopedia Of Psychology". Washington, Dc, Us., American Psychological Association, New York, Vol.(٧), Pp.٥٢٦-٥٢٨.
- ٥٤- Emory A. Gniffin (٢٠٠٦). "Afirst Look At Communication Theory". Boston. McGraw-Hill, Pp.١٥٦-١٥٨.
- ٥٥- Joel, M. Charon (٢٠٠٤). "Symbolic Interactionism. An Introduction, An Inter Pretation, An Integration". Boston. Pearson, P.٣١.
- ٥٦- Donath, J. (١٩٩٩). "Identity And Deception In The Virtual Community". New York, Routledge, Pp.٢٩-٣٠.