



شبكة المعلومات الجامعية
التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

بسم الله الرحمن الرحيم



MONA MAGHRABY



شبكة المعلومات الجامعية
التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم



شبكة المعلومات الجامعية التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم



MONA MAGHRABY



شبكة المعلومات الجامعية
التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

جامعة عين شمس

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها
علي هذه الأقراص المدمجة قد أعدت دون أية تغيرات



يجب أن

تحفظ هذه الأقراص المدمجة بعيدا عن الغبار



MONA MAGHRABY



جامعة عين شمس
كلية الدراسات العليا للطفولة
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

دور الحملات والبرامج الإعلامية بالقنوات الفضائية في توعية المراهقين بقضية المخدرات

دراسة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على درجة دكتوراه الفلسفة
في دراسات الإعلام وثقافة الأطفال

إعداد

شيماء السيد رزق محمد

إشراف

د/ تامر محمد صلاح الدين سكر

الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون

كلية الإعلام

جامعة فاروس الإسكندرية

أ.د/ محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال

كلية الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس

٢٠٢١م - ١٤٤٢هـ



جامعة عين شمس
كلية الدراسات العليا للطفولة
قسم الإعلام وثقافة الطفل

صفحة العنوان

عنوان الرسالة:

"دور الحملات والبرامج الإعلامية بالقنوات الفضائية في توعية المراهقين بقضية المخدرات"

اسم الباحثة: شيماء السيد رزق محمد

الدرجة العلمية: دكتوراه الفلسفة في الإعلام وثقافة الأطفال

القسم التابع له: قسم الإعلام وثقافة الأطفال

اسم الكلية: كلية الدراسات العليا للطفولة

اسم الجامعة: جامعة عين شمس

سنة التسجيل:

سنة المنح:



جامعة عين شمس
كلية الدراسات العليا للطفولة
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

اسم الباحث: شيماء السيد رزق محمد

عنوان الرسالة:

"دور الحملات والبرامج الإعلامية بالفتوات الفضائية في توعية المراهقين بقضية المخدرات"

الدرجة العلمية: دكتوراه الفلسفة في الإعلام وثقافة الأطفال

إشراف:

أ.د. / محمود حسن إسماعيل أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

أ.م.د. / تامر محمد صلاح الدين سكر الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة فاروس الإسكندرية

لجنة المناقشة والحكم:

أ.د. / محمود حسن إسماعيل أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

أ.م.د. / تامر محمد صلاح الدين سكر الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة فاروس الإسكندرية

أ.د. / رباب عبدالرحمن هاشم أستاذ الإعلام بقسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة حلوان

أ.م.د. / عمرو محمد نحلة أستاذ مساعد ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس

التقدير:

تاريخ المناقشة:

الدراسات العليا:

ختم الإجازة:

موافقة مجلس القسم: / / ٢٠٢١

موافقة مجلس الكلية: / / ٢٠٢١

موافقة مجلس الجامعة: / / ٢٠٢١

شكر وتقدير

جزيل الشكر إلى أستاذي الكريمين اللذين أشرفا على هذه الرسالة، وتكرما بتوجيهاتهما لى:

أ.د/ محمود حسن إسماعيل أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال، بكلية الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس، الذى تشرفت بإشرافه على هذه الدراسة فكان بعلمه الفياض وتوجيهاته العلمية السديدة والبناءة التي قدمها لي طوال فترة دراستي عظيم الأثر الطيب في إتمام هذه الدراسة، فمهما قَدَّمْتُ من شكرٍ أعجز عن الوفاء بحقه، أطال الله فى عمره وأدام عليه الصحة والعافية، فله منى التحية والعرفان وعظيم التقدير.

أ.م.د/ تامر صلاح الدين سكر أستاذ مساعد بكلية الإعلام بجامعة فاروس بالإسكندرية، فجميل العرفان والامتنان والتقدير إلى أستاذي الفاضل الذى أسدى إلى التوجيهات التي لاغنى عنها، وله منى جزيل الشكر.

وعظيم الشكر والتقدير لأستاذي الكريمين:

أ.د/ رباب عبدالرحمن هاشم أستاذ الإعلام بقسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة حلوان، على قبولها مناقشة هذه الرسالة المتواضعة للاستفادة من خبراتها العلمية الفياضة .

أ.م.د/ عمرو محمد نحلة أستاذ مساعد ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس، على قبوله مناقشة رسالتي للاستفادة من خبراته العلمية.

وعظيم الامتنان ووافر التقدير إلى أساتذتي أعضاء هيئة التدريس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس.

مستخلص الدراسة Abstract

عنوان الدراسة: (دور الحملات والبرامج الإعلامية بالقنوات الفضائية في توعية المراهقين بقضية المخدرات)

أولاً: مشكلة الدراسة: تكمن المشكلة في التساؤل الرئيسي التالي

ما دور البرامج والحملات الإعلامية بالقنوات الفضائية في توعية المراهقين بقضية المخدرات؟

ثانياً: أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور البرامج والحملات الإعلامية بالقنوات الفضائية في توعية المراهقين بقضية المخدرات

إلقاء الضوء على خطط البرامج والحملات المقدمة بالفضائيات.

قياس دور البرامج والحملات في تشكيل وعي المراهقين بقضية المخدرات وأهميتها وأسبابها وكيفية مواجهتها.

ثالثاً: نوع الدراسة ومنهجها: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي و الميداني.

رابعاً: مجتمع وعينة الدراسة: مسح للبرامج والحملات الإعلامية بالقنوات الفضائية الخاصة بقضية المخدرات حيث كانت البرامج في الفترة من ٢٠١٨/٦/١ وحتى ٢٠٢٠/١١/١، والحملات الإعلامية مع بداية حملات التوعية التليفزيونية منذ ٢٠١٦م إلى ٢٠٢٠م.

وقامت الباحثة بسحب عينه عشوائية من المراهقين من طلاب وطالبات المرحلة الثانوية قوامها (٤٠٠) مبحوثاً (ذكوراً وإناثاً) ممن يتراوح أعمارهم بين سن (١٥-١٨)، مقسمة بين التعليم الخاص والتعليم الحكومي والتعليم الأزهري والتعليم الدولي.

خامساً: أدوات الدراسة: صحيفة تحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء.

سادساً: نتائج الدراسة:

- أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن القنوات الفضائية تتناول قضية المخدرات بدرجة ضعيفة.
- أشارت نتائج الدراسة أن المراهقين يفضلوا شخصية مشهورة لتقديم البرامج والحملات الإعلامية الخاصة بقضية المخدرات.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مشاهدة المراهقين للبرامج والحملات الخاصة بالمخدرات ومدى وعيهم بقضية المخدرات

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاستمالات في الحملات والبرامج الإعلامية الخاصة بقضية المخدرات ودرجة وعى المراهقين بقضية المخدرات.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المصادقية في تقديم المعلومات من الحملات والبرامج بقضية المخدرات ودرجة وعى المراهقين بقضية المخدرات.

Key words

مايو أ: الكلمات الاحصالية:

Media Campaign

الحملات الإعلامية.

Media Programs

البرامج الإعلامية.

Awareness of the Narcotics Issue

التوعية بقضية المخدرات.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
٢	مقدمة الدراسة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي والنظري للدراسة
٥	تمهيد
٥	أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها
٧	ثانياً: أهمية الدراسة
٧	ثالثاً: أهداف الدراسة
٨	رابعاً: نوع ومنهج الدراسة
٨	خامساً: حدود الدراسة
٩	سادساً: نظرية الدراسة
١١	سابعاً: الدراسات السابقة
٣٣	ثامناً: مصطلحات الدراسة
٣٤	تاسعاً: متغيرات الدراسة
٣٤	عاشراً: فروض الدراسة
٣٥	الحادي عشر: مجتمع وعينة الدراسة
٣٨	الثاني عشر: أدوات الدراسة
٤٥	الثالث عشر: إجراءات الصدق والثبات
٤٦	الرابع عشر: أساليب المعالجة الإحصائية
	الفصل الثاني: البرامج والحملات الإعلامية ودورها في توعية المراهقين بقضية المخدرات
	أ: البرامج والحملات الإعلامية بالقنوات الفضائية
٤٨	تمهيد
٤٨	أولاً: البرامج الإعلامية بالقنوات الفضائية
٤٩	ثانياً: دور البرامج الإعلامية في إحداث التغيير الاجتماعي
٥٢	ثالثاً: الحملات الإعلامية بالقنوات الفضائية
٦٨	رابعاً: دور الحملات الإعلامية في إحداث التغيير الاجتماعي

الصفحة	الموضوع
	ب: توعية المراهقين بقضية المخدرات
٧٢	أولاً: دور وسائل الإعلام فى تشكيل الوعى بقضية المخدرات
٩٠	ثانياً: أبعاد ظاهرة تعاطى المخدرات
١٠٦	ثالثاً: التطور التاريخي لظاهرة تعاطي وإدمان المخدرات في مصر
١٠٨	رابعاً: خطة هيئة الدولة للتوعية بقضية المخدرات
	الفصل الثالث: نتائج الدراسة التحليلية
١١٥	أولاً: نتائج الدراسة التحليلية للبرامج
١٣٦	ثانياً: نتائج الدراسة التحليلية للحملات
	الفصل الرابع: نتائج الدراسة الميدانية
١٥٤	أولاً: نتائج تساؤلات الدراسة الميدانية
١٨٥	ثانياً: نتائج تطبيق مقياس الوعى
١٨٨	ثالثاً: نتائج اختبار صحة الفروض
	خاتمة الدراسة
١٩٩	أهم نتائج الدراسة
٢٠٣	الربط بين الدراسة التحليلية والميدانية
٢٠٥	التوصيات والمقترحات
	مراجع الدراسة
٢٠٨	المراجع العربية
٢١٨	المراجع الأجنبية
٢٢٤	مواقع الإنترنت
	ملاحق الدراسة
٢٢٨	ملحق رقم (١): أسماء السادة المحكمين
٢٣٠	ملحق رقم (٢): صحيفة تحليل المضمون
٣٤٦	ملحق رقم (٣): صحيفة الاستبيان ومقياس الوعى
	ملخص الدراسة
٢٥٩	أولاً: ملخص الدراسة باللغة العربية
٢٦٣	ثانياً: ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
١	توصيف عينة الدراسة (البرامج)	٣٥
٢	توصيف عينة الدراسة (الحملات)	٣٦
٣	تكرارات ونسب عينة الدراسة (ن=٤٠٠)	٣٧
٤	اسم القناة المقدمة للبرامج (عينة الدراسة) التي تناولت قضية المخدرات	١١٩
٥	توقيت عرض البرامج عينة الدراسة التي تناولت قضية المخدرات	١٢٠
٦	اللغة المقدم بها البرامج عينة الدراسة	١٢٠
٧	توظيف الوسائل البصرية في الفقرة التليفزيونية عينة الدراسة	١٢١
٨	موقع الفقرة في البرنامج عينة الدراسة	١٢٢
٩	الأشكال الفنية المستخدمة في البرنامج عينة الدراسة	١٢٣
١٠	مقدم البرنامج في البرامج عينة الدراسة التي تناولت قضية المخدرات	١٢٤
١١	نوع المعلومة المقدمة في البرنامج عينة الدراسة	١٢٦
١٢	مداخل الإقناع التي يعتمد عليها البرنامج عينة الدراسة	١٢٩
١٣	مدي مشاركة الجمهور مع البرنامج عينة الدراسة	١٣٠
١٤	الإطار الذي يقدم من خلاله المعلومة في البرنامج عينة الدراسة	١٣٢
١٥	أهداف البرامج عينة الدراسة	١٣٣
١٦	مدى الاستفادة من إمكانية الوسيلة في الحملة التليفزيونية عينة الدراسة	١٤٠
١٧	القوالب الفنية المستخدمة في الحملات عينة الدراسة	١٤١
١٨	مقدم الحملة عينة الدراسة التي تناولت قضية المخدرات	١٤٢
١٩	هدف الحملة عينة الدراسة التي تناولت قضية المخدرات	١٤٤
٢٠	أسلوب معالجة الهدف في الحملة عينة الدراسة	١٤٥
٢١	الإطار الذي يقدم من خلال المعلومة من الحملة عينة الدراسة	١٤٥
٢٢	نوع المعلومة المقدمة في الحملة عينة الدراسة	١٤٦
٢٣	المدخل الإقناعي التي تعتمد عليها الحملات عينة الدراسة التي تناولت قضية المخدرات	١٤٧
٢٤	التنوع في رسائل الحملات الإعلامية عينة الدراسة التي تناولت قضية المخدرات	١٤٨

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
٢٥	التشابه في وسائل الحملات الإعلامية عينة الدراسة التي تناولت قضية المخدرات	١٤٨
٢٦	استراتيجية عرض وسائل الحملات الإعلامية عينة الدراسة التي تناولت قضية المخدرات	١٤٩
٢٧	الاستمالات العقلية المستخدمة في رسائل الحملة عينة الدراسة	١٥٠
٢٨	الاستمالات العاطفية المستخدمة في رسائل الحملة عينة الدراسة	١٥١
٢٩	أكثر المصادر التي يعتمد عليها المراهقون في الحصول على معلومات عن القضايا الاجتماعية	١٥٤
٣٠	مدي مشاهدة المراهقين البرامج والحملات الإعلامية التي تهتم بقضية المخدرات في الفضائيات	١٥٥
٣١	أسباب مشاهدة المراهقين للبرامج والحملات الإعلامية التي تعرض بالقنوات الفضائية	١٥٧
٣٢	مدي تناول القنوات الفضائية لقضية المخدرات	١٥٨
٣٣	أفضل الأوقات التي يفضلها المراهقون لمشاهدة البرامج والحملات الخاصة بقضايا المخدرات في القنوات الفضائية	١٥٩
٣٤	الفضائيات التي تهتم بمعالجة قضية إدمان المخدرات	١٦٠
٣٥	مقدمو البرامج التي يفضلهم المراهقون لتقديم البرامج والحملات الإعلامية	١٦١
٣٦	البرامج التي تعرض قضية المخدرات	١٦٢
٣٧	الأشخاص التي يفضل المراهقون للمشاهدة معهم للبرامج والحملات التي تهتم بمعالجة المخدرات في الفضائيات المصرية	١٦٣
٣٨	مدي نقاش المراهقين مع الآخرين بعد مشاهدة مضمون البرامج والحملات التي تهتم بمعالجة المخدرات في الفضائيات المصرية	١٦٤
٣٩	مدي ارتباط محتوى البرامج التليفزيونية التي تهتم بقضية المخدرات بالحياة اليومية	١٦٥
٤٠	القنوات الفضائية المصرية تعكس قضية المخدرات في المجتمع بشكل حقيقي	١٦٦
٤١	مدي تعلم المراهقين طريقه جديدة في التعامل مع القضايا التي تمت عرضها في الحملات والبرامج الخاصة بقضية المخدرات	١٦٧

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
١٦٨	كيف عرضت الحملات والبرامج الإعلامية الخاصة بقضية المخدرات لشخصية المدمن	٤٢
١٦٩	مدي كفاءات القائمين على الحملات في عرض الحملات	٤٣
١٧٠	مدي مناسبة الحملات والبرامج في مضمونها في المجتمع	٤٤
١٧١	مدي شعور المراهقين بالصدق في طبيعة المعلومة المقدمة	٤٥
١٧٢	الاستمالات المستخدمة في الحملات والبرامج الإعلامية الخاصة بقضية المخدرات	٤٦
١٧٤	أسباب إدمان الشباب للمخدرات	٤٧
١٧٦	التدخين يمكن أن يكون أول خطوات الإدمان	٤٨
١٧٧	الآثار المترتبة علي تعاطي المخدرات على الفرد	٤٩
١٧٨	الآثار المترتبة علي تعاطي المخدرات على المجتمع	٥٠
١٧٩	أفضل الطرق لعلاج المدمنين من المخدرات	٥١
١٨٠	مدي معرفة المراهقين بوجود هيئة أو لجنة تساعد المدمن على التخلص من إدمان المخدرات	٥٢
١٨١	طرق توعية المراهقين بقضية المخدرات	٥٣
١٨٢	أهم سلبيات الحملات	٥٤
١٨٣	مقترحات المراهقين التي يودون رفعها للمسؤولين عن الحملات الخاصة بقضية المخدرات	٥٥
١٨٥	مقياس مدى وعي المراهقين بقضية المخدرات "معرفي"	٥٦ (أ)
١٨٦	مقياس مدى وعي المراهقين بقضية المخدرات "سلوكي"	٥٦ (ب)
١٨٧	مقياس مدى وعي المراهقين بقضية المخدرات "ادراكي"	٥٦ (ج)
١٨٨	الارتباط الخطي بين مدى مشاهدة المراهقين للبرامج والحملات الخاصة بقضية المخدرات وتوعيتهم بقضية المخدرات	٥٧
١٩٠	اختبار (ت - Test) لدلالة الفروق بين المبحوثين طبقاً لمتغير النوع كأحد الخصائص الديموجرافية وتأثيرات ذلك على درجة وعيهم بقضية المخدرات	٥٨
١٩١	تحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA لبيان الفروق بين المبحوثين طبقاً لنوع التعليم للمراهقين وتأثيرات ذلك على درجة وعيهم بقضية المخدرات	٥٩

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
١٩٢	تحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA لبيان الفروق بين المبحوثين طبقاً للدخل الشهري للوالدين وتأثيرات ذلك على درجة وعي المراهقين بقضية المخدرات	٦٠
١٩٤	تحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA لبيان الفروق بين المبحوثين طبقاً للمستوى التعليمي للوالدين وتأثير ذلك على درجة وعي المراهقين بقضية المخدرات	٦١
١٩٥	الارتباط الخطي بين الاستمالات في الحملات والبرامج الإعلامية الخاصة بقضية المخدرات ودرجة وعي المراهقين بقضية المخدرات	٦٢
١٩٦	الارتباط الخطي بين تقديم المشاهير في الحملات والبرامج الإعلامية الخاصة بقضية المخدرات ودرجة وعي المراهقين بقضية المخدرات	٦٣
١٩٧	الارتباط الخطي بين المصادقية في تقديم المعلومات من الحملات والبرامج بقضية المخدرات ودرجة وعي المراهقين بقضية المخدرات	٦٤