

تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة وعلاقته بمستوى الرضا عن الحياة لديهن

إعداد / أ. أمينة رمضان عطاالله

باحثة ماجستير في جامعة المنصورة كلية الآداب قسم الإعلام
شعبة إذاعة "راديو وتلفزيون" تخصص "إنتاج مواد إذاعية"

تحت إشراف

د/ أحمد أحمد أحمد أحمد عثمان

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام كلية الآداب، جامعة المنصورة

Young Egyptian Girls' Exposure To Oriented Tv Programs for Women and Its Relation To their Level of Life Satisfaction

Amina Ramadan Atallah

Master Researcher, Faculty of Arts, Department of Mass
Communication, Mansoura University

Supervision

Dr. Ahmed Ahmed Ahmed Ahmed Othman

Assistant Professor of Radio and Television, Department of Mass
Communication, Faculty of Arts, Mansoura University

تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة وعلاقته بمستوي الرضا عن الحياة لديهن

إعداد أ. أمينة رمضان عطاالله *

إشراف أ. م. د. أحمد أحمد أحمد عثمان *

المستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف علي كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة وعلاقته بمستوي الرضا عن الحياة لديهن، وذلك من خلال رصد مدي كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، ودوافع التعرض، ومستوي الانتباه أثناء التعرض، ومستوي التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر، وتأثير ذلك علي مستوي الرضا عن الحياة لديهن، وقامت الباحثة باستخدام منهج المسح الإعلامي بشقة الميداني، واستخدمت الباحثة استمارة الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات، وقامت بتطبيقها علي عينة قوامها (400) مفردة من الفتيات المصريات اللاتي تتعرضن للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، وقد توصلت الباحثة في دراستها إلي عدة نتائج أهمها:

1. أوضحت نتائج الدراسة أن كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة جاءت منخفضة ومتوسطة القوة لدي الغالبية العظمي من مفردات العينة.
2. أوضحت نتائج الدراسة أن مستوي الرضا عن الحياة جاء مرتفعاً لدي عينة الدراسة من الفتيات المصريات اللاتي تتعرضن للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة بنسبة تصل إلى 57.0%.

* باحثة ماجستير في جامعة المنصورة كلية الآداب قسم الإعلام شعبة إذاعة "راديو وتليفزيون" تخصص "إنتاج مواد إذاعية"

* أستاذ الإذاعة والتليفزيون المساعد بقسم الإعلام كلية الآداب، جامعة المنصورة

3. أوضحت نتائج الدراسة أن العلاقة بين مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن تتأثر بدوافع تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، ومستوي انتباه الفتيات أثناء التعرض، وبعض المتغيرات الديموغرافية لدي الفتيات في مصر.

الكلمات المفتاحية:

البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، الرضا عن الحياة، الفتيات المصريات، المرأة

Young Egyptian Girls' Exposure To Oriented Tv Programs for Women and Its Relation To their Level of Life Satisfaction

Abstract

This study aimed to examine the intensity of Egyptian girls' exposure to television programs targeted at women and its relationship with their life satisfaction. The study sought to measure the extent of exposure, the motivations behind it, the level of attention during viewership, and the social expectations of Egyptian girls, as well as the impact of these factors on their overall life satisfaction.

The researcher employed the media survey method, specifically its field component, and used an electronic questionnaire as a data collection tool. The questionnaire was administered to a sample of 400 Egyptian girls who watch television programs directed at women.

The study yielded several key findings, including:

1. The results indicated that the intensity of Egyptian girls' exposure to television programs targeting women was predominantly low to moderate among the majority of the sample.
2. The findings revealed that life satisfaction was high among the study sample, with 57.0% of the Egyptian girls who watched women's television programs reporting high levels of satisfaction.
3. The study demonstrated that the relationship between Egyptian girls' social expectations and their life satisfaction is influenced by their motivations for watching women-oriented television programs, their level of

attention during viewership, and certain demographic variables..

Key words:

Oriented Tv Programs for Women ,Life Satisfaction ,Young Egyptian Girls , woman

تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة وعلاقته بمستوي الرضا عن الحياة لديهن

المقدمة

تشهد الفضائيات المصرية زيادة غير مسبوقة في أعداد البرامج الموجهة للمرأة وأصبح وجود برنامج متخصص للمرأة سمة كل القنوات التي تضعها في مكان مميز على خريطة البرامج (متولي، 2022، ص 213)

حيث تنوعت باقة البرامج التي تستهدف المرأة علي شاشات الفضائيات المصرية و العربية ، فمنها ما يركز علي الموضة والجمال باعتبارها أحد أبرز اهتمامات المرأة ، ومنها ما يركز علي واقع المرأة المصرية بشكل خاص والعربية بشكل عام مع تسليط الضوء علي رسالتها و رؤيتها من خلال التفتن في الإعداد والتقديم بطريقة يغلب عليها أحياناً إبداء الرأي الخاص والشخصي والتطرق لموضوعات و أفكار ابتكارية يدعمها ضيوف لهم وزنهم يرفدون البرنامج بمعلومات ثرية ، وتحاول هذه البرامج أن ترتقي بمستوي المرأة الفكري والثقافي والعلمي و من أمثلة تلك البرامج لا الحصر : " الستات ميعرفوش يكذبوا " ، " قعدة ستات " ، " هي وبس " (البرجي، 2023، ص 395-396)

ومع الانتشار الواسع لهذه النوعية من البرامج جاءت ضرورة تبني برامج المرأة مفاهيم تحسين جودة الحياة وعدم الاقتصار على تكريس الدور التقليدي للمرأة من تجميل وطبخ وديكور واستبدالها بالتركيز على توعية المرأة ثقافياً وسياسياً واجتماعياً وصحياً سعياً وراء النهوض بالمجتمع ككل حيث تمثل المرأة أكثر من نصفه، كما أنها نصف المجتمع وتسهم في تربية وتنشئة النصف الآخر (عاطف، 2016، ص1) وفي هذه الإطار إذا كانت المرأة تمثل قطاعاً سكانياً من أهم قطاعات المجتمع أصبح من الضروري الاهتمام بالجانب النفسي لها ورضاها وتقبلها للحياة التي تعيشها تحديداً في ظل التحديات التي يفرضها العصر الحالي.

فالرضا عن الحياة هو حالة من التقبل والسعادة التي يبديها الفرد تجاه نواحي الحياة، وتتبع هذه الحالة من خلال رضا الفرد بما قسمه الله له وتشير أيضاً إلى حالة داخلية في الفرد تظهر في سلوكه واستجاباته وتتمثل في السعادة والقناعة والطمأنينة والاستقرار الاجتماعي (سعيد، 2009، ص 332-367). وبذلك فخطورة ضعف هذه المكونات تمثل عجز المرأة في التعبير عن مشاعرها وانخفاض دفاعها عن حقوقها، ومع مرور الوقت واستمرار

استجابتها بهذه الطريقة السلبية تؤدي لنتائج سلبية نفسياً واجتماعياً؛ تتمثل في درجة اكتئابها وقلقها وشعورها بالنقص مع نقص كفاءتها في مواجهة الضغوط (السيد، 379-438)

ومن ثم تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة وعلاقته بمستوى الرضا عن الحياة لديهن وذلك انطلاقاً من نظريتي الاستخدامات والإشباع، التوقعات الاجتماعية

مشكلة البحث

تُعد البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة من أهم المضامين الإعلامية المقدمة عبر القنوات الفضائية المصرية حيث لا تخلو أغلب القنوات الفضائية المصرية من برنامج تلفزيوني يهتم بقضايا المرأة وشؤونها، كما تحظى هذه النوعية من البرامج بنسب مشاهدة عالية نظراً لأنها تخاطب فئة من أهم فئات المجتمع وهي المرأة التي تشغل قطاعاً سكانياً كبيراً، حيث تهتم أغلب هذه البرامج بالموضة والطهي والتجميل وتخصص فقرات تناقش فيها مشكلات المرأة وقضاياها، مع غياب الاهتمام بالجانب النفسي للمرأة ورضاها عن حياتها حيث أن تكرار تعرض المرأة لبرامجها من شأنه أن يخلق نوعاً من عدم الرضا عن الحياة لديها نتيجة مقارنة المرأة لنفسها وأسلوب حياتها وجسدها ومستوى معيشتها بغيرها من النساء، وبالتالي فإن علاقة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية

الموجهة للمرأة بمستوي الرضا عن لديهن أمر يستحق الدراسة وهو ما تسعى هذه الدراسة على التعرف عليه.

خلصت نتائج العديد من الدراسات السابقة إلى وجود تأثير لتعرض المرأة للبرامج التلفزيونية الموجهة لها من نواحي وجوانب متعددة منها: تقدير الذات (Martinez, 2019)، المسؤولية الاجتماعية والمشاركة السياسية للمرأة (عبده، 2020)، جودة الحياة (عاطف، 2016)، صورة الجسد لدي الفتيات (Tahir, 2020)، إدراك المرأة لواقعها الاجتماعي (محمود، 2024)، وقد توصلت نتائج هذه الدراسات إلى كثافة تعرض المرأة للقنوات الفضائية المصرية التي تعرض برامج عن مشكلاتها (محمود، 2024)، أظهرت الدراسة اهتماماً وإقبالاً ملحوظاً من المبحوثات بغض النظر عن متغيراتهم الديموغرافية في اهتمامهن ببرامج المرأة واعتمادهن عليها في إشباع احتياجاتهم المعلوماتية والثقافية إلى جانب اعتبارها مضموناً ترفيهياً يرتبطن به (عاطف، 2016)، ويُلاحظ مما سبق أن الدراسات السابقة سواء العربية أو الأجنبية لم تتناول المشكلة وفي ضوء أهمية البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة كأحد المضامين الإعلامية المقدمة عبر القنوات الفضائية المصرية وعلاقتها بالرضا عن الحياة لدي الفتيات تبرز أهمية هذه الدراسة وتحدد مشكلاتها.

ومن واقع ما سبق تتبلور مشكلة البحث في:

التعرف على كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، ومستوي التوقعات الاجتماعية لديهن، وعلاقة هذان المتغيران بمستوي الرضا عن الحياة لدي الفتيات في مصر فضلاً عن دراسة تأثير كل من: .
دوافع تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، مستوي انتباه الفتيات في مصر أثناء التعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، المتغيرات الديموغرافية لهن؛ تأثيرها على هذه العلاقة.

أهمية البحث

يُمكن إيجاز عرض الأهمية العلمية والمجتمعية للبحث كما يلي:
أ. الأهمية العلمية:

- 1- زيادة أعداد البرامج الموجهة للمرأة بشكل غير مسبوق، حيث أصبح وجود برنامج متخصص للمرأة سمة كل البرامج التي تضعها في مكان مميز على خريطتها البرمجية (متولي، 2022)
- 2- ارتفاع معدلات مشاهدة البرامج الموجهة للمرأة في السنوات الأخيرة وكثافة تعرض المرأة لبرامجها وحرصها على متابعة كل ما هو جديد.
- 3- يهتم البحث بفئة مهمة ورئيسية في المجتمع وهن الفتيات المصريات والتي تتراوح أعمارهن من (18-35) عام، حيث إنها تمثل نصف المجتمع وتعمل على تربية وتنشئة النصف الآخر.

ب. الأهمية المجتمعية:

- 1- يمكن أن تسهم نتائج البحث في إجراء مزيد من الدراسات المستقبلية عن متغير الرضا عن الحياة لدى عينات أخرى.
- 2- يمكن أن تسهم نتائج البحث في توجيه القائمين على البرامج الموجهة للمرأة في اختيار نوعية المضامين التي تحتاجها الفتيات بدلاً من التركيز فقط على موضوعات الموضة والجمال، حيث إن رضا الفتاة عن حياتها وتقبلها لكل ما فيها من مشقات ومتاعب والعمل على تخطي تلك المتاعب يعتبر عاملاً مهماً لتحقيق أهداف الفتيات (محمد، 2021، ص 1-49)
- 3- قد يسهم البحث الحالي في توجيه القائمين على إعداد وتقديم البرامج الموجهة للمرأة إلى رفع مستواها من أجل تعزيز الرضا عن الحياة لدى الفتيات اللاتي تتعرضن لها.

4- قياس المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة من الفتيات المصريات المشاهدات والمتابعات للبرامج الموجهة للمرأة (السن، النوع، البيئة، المستوى الاقتصادي، المستوى الاجتماعي، المستوى التعليمي)

أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى التعرف على تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة وعلاقته بمستوى الرضا عن الحياة لديهن من خلال التعرف على الأهداف الفرعية الآتية:

- 1- كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.
- 2- مستوى الرضا عن الحياة لدي الفتيات في مصر.
- 3- دوافع تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.
- 4- مستوى انتباه الفتيات في مصر أثناء التعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.
- 5- مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر.

الدراسات السابقة

تم الرجوع للعديد من الدراسات السابقة للاستفادة من بعض الجوانب التي تناولتها في إجراء هذا البحث، ويمكن تقسيم البحث إلى محورين تم عرض الدراسات السابقة من خلالهما، حيث تم عرض أهم الدراسات الحديثة ذات الصلة بموضوع الدراسة ومن ثم التعقيب على هذه الدراسات كالآتي:

المحور الأول: دراسات سابقة اهتمت بالبرامج الموجهة للمرأة عبر وسائل الإعلام.

المحور الثاني: دراسات سابقة اهتمت بالرضا عن الحياة لدي الجمهور.

أولاً: المحور الأول: دراسات سابقة اهتمت بالبرامج الموجهة للمرأة عبر وسائل الإعلام:

هدفت دراسة زينب محمود إلي تحقيق هدف رئيسي هو رصد المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة (المصر)، كما البرامج التي تناقش حقوق ومشكلات المرأة المصرية التي تعرض في القنوات الفضائية المصرية وتأثير التعرض لهذه المعالجات المختلفة علي

إدراك المرأة المصرية لواقعها الاجتماعي ، وذلك في ضوء نظريتي الغرس الثقافي والاعتماد علي وسائل الإعلام ، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية ، وقد استخدمت منهج المسح الإعلامي حيث طبقت استمارة الاستبيان علي عينة قوامها (450) مفردة من الفتيات والسيدات المصريات من سن 18 سنة فأكثر ممن يشاهدن برامج المرأة علي الفضائيات المصرية ، وتوصلت الدراسة إلي نتائج كان من أهمها : كثافة تعرض المبحوثات عينة الدراسة للقنوات الفضائية المصرية التي تعرض برامج عن مشكلات المرأة حيث بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات العينة (2.41) ، كما أظهرت النتائج أيضاً وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدي تعرض المرأة المصرية لبرامج المرأة علي القنوات الفضائية المصرية وبين مستوى إدراك المرأة المصرية لواقعها الاجتماعي نتيجة هذا التعرض ، كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مدي إدراك المرأة المصرية (عينة الدراسة) لواقعها الاجتماعي تُعزي للمستوي التعليمي ولصالح ذوي التعليم الجامعي وفوق الجامعي . (محمود، 2024)

تناولت دراسة Mahdi, Ali تطور صورة المرأة في البرامج الحوارية الاحتفالية التي نُبث علي شاشة التلفزيون الإيراني IRIB والتي يتم إنتاجها وبنها في مختلف المناسبات السعيدة سواء كانت مناسبات دينية أو وطنية تشارك فيها النساء كمضيفات أو ضيوف ،قامت هذه الدراسة بفحص وتقييم اثني عشر برنامجاً حوارياً تلفزيونياً احتفالياً يمتد من الفترة 2016 إلي 2021 ويسلط الضوء علي حضور المرأة ، اعتمدت الدراسة علي طريقة جون فيسك السيمائية حيث قامت بتحليل عينة قوامها خمس فئات رئيسية ضمن المشهد البصري تشمل الدلالات المتعلقة ب (القيم ، تصوير ملابس النساء ، التغيرات في الحفاظ علي فئات واضحة من الملابس ، القوة اللغوية والايولوجية ، تمثيل الملابس النسائية المبهجة) ، وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج من أهمها نجاح هيئة الإذاعة والتلفزيون الإيرانية في تصوير مجموعة متنوعة من النساء بالرغم من القيود التي فرضتها ملكيتها الحكومية ، كما أظهرت النتائج أيضاً أن تصوير النساء من خلال عدسة الكاميرا كان مشروطاً بالسياسات ذات الصلة (Mahdi, Ali, 2024,pp91-122)

كما هدفت دراسة رنا سامي إلي التعرف علي طبيعة الدور التي تقوم به البرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية (هي وبس علي قناة سي بي سي سفرة ،الستات ميعرفوش يكذبوا علي قناة سي بي سي، راجل وانتين ستات علي قناة أون إي ، ست الستات علي قناة صدي البلد) وعلاقتها بتشكيل اتجاهات المرأة نحو قضاياها، والتعرف علي الدور الذي تقوم به البرامج الحوارية النسائية كأحد مصادر تشكيل وتنمية الوعي لدي المرأة ، وذلك في ضوء نظريتي الاعتماد علي وسائل الإعلام والغرس الثقافي ، تنتمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية ، وتعتمد علي منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني ، حيث تم تطبيق استمارة الاستبيان إلكترونياً علي (400) مفردة من المرأة التي تتابع البرامج الحوارية النسائية تتراوح أعمارهن من 18 ل 60 سنة فأكثر ، وتوصلت الدراسة إلي نتائج من أبرزها جاءت " البرامج الحوارية النسائية" في صدارة البرامج التي تحرص المرأة علي متابعتها في القنوات الفضائية بنسبة (33.9%) ، جاء معدل تعرض المرأة للتلفزيون في المركز الأول " أحياناً" بنسبة (45.4%) ، جاء تعرض المرأة للبرامج الحوارية في المركز الأول أحياناً بنسبة (49.5%) ، جاء معدل تعرض المرأة للبرامج التلفزيونية التي تعرض قضاياها في المركز الأول أحياناً بنسبة (45.2%) ودائماً (41.3%) ونادراً (13.5%)، كما جاءت خصائص عينة الدراسة: من حيث السن في المركز الأول من هي أعمارهن من 20 لأقل من 40 سنة بنسبة (76.3%)، ومن حيث الحالة الاجتماعية جاءت متزوجة في المركز الأول بنسبة (60.8%) ، بينما من حيث الإقامة ارتقاع الحضر عن الريف بنسبة (79%) ، من حيث المستوى التعليمي جاء في المركز الأول المؤهل الجامعي بنسبة (69.3%) وأخيراً من حيث متوسط دخل الأسرة 5000 فأكثر بنسبة (46.3%)، كما توصلت الدراسة إلى جاء مدي اعتماد المبحوثات علي البرامج الحوارية النسائية للحصول علي الأخبار والأحداث الخاصة بقضايا المرأة في مصر جاءت دائماً في المركز الأول بنسبة (48%) . (سامي، 2023، ص 3-29)

كما هدفت دراسة سمر حسن إلي التعرف علي ترتيب أجندة الجمهور المصري نحو قضايا المرأة وترتيب أجندة البرامج الحوارية الخاصة بقضايا المرأة نحو تلك القضايا بالإضافة إلي التعرف علي كثافة مشاهدة البرامج الحوارية الخاصة بقضايا المرأة واتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا، وذلك في ضوء نظرية ترتيب الأجندة، تنتمي هذه الدراسة إلي الدراسة الوصفية ، وتعتمد علي منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني وذلك من خلال تحليل مضمون حلقات برنامج " الستات معرفوش يكذبوا" الذي يُعرض علي CBC وبرنامج "السفيرة عزيزة" الذي يُعرض علي DMC لمدة ثلاثة أشهر باستخدام الأسبوع الصناعي ، كما تم تطبيق استمارة الاستبيان علي عينة عمدية من الجمهور المصري قوامها 400 مفردة من سن 18 عام فأكثر ، واستمارة تحليل المضمون لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها تصدر برنامج " الستات معرفوش يكذبوا" قائمة البرامج الحوارية الخاصة بقضايا المرأة الأكثر مشاهدة بنسبة 75% وبرنامج " السفيرة عزيزة" بنسبة 57% ، كما أوضحت النتائج أيضاً أن قضية " الصحة وجمال المرأة" جاءت في الترتيب الأول للقضايا والموضوعات الخاصة بالمرأة بنسبة 18.5% يليها قضية عمل المرأة بنسبة 17.5% ، بالإضافة إلي ذلك جاءت قضية " عمل المرأة في الترتيب الأول للقضايا التي يهتم بها الجمهور بنسبة 13.5% ثم جاءت قضية تعليم المرأة في الترتيب الثاني بنسبة 13% . (حسن، 2023)

كما هدفت دراسة داليا أحمد إلي استكشاف اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو برامج المرأة بالقنوات العربية وذلك من خلال تحليل مضمون تعليقاتهم بهذه المواقع، تنتمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية، اعتمدت الدراسة علي منهج المسح بشقه التحليلي ، وذلك من خلال تحليل مضمون تعليقات مستخدمي موقعي فيس بوك وتويتر علي صفحات برامج المرأة بتلك المواقع وعددهم 7 برامج ، وإجمالي التعليقات 11,861 تعليق ، واعتمدت الدراسة علي استمارة تحليل المضمون لجمع البيانات، توصلت الدراسة إلي عدة نتائج من أهمها افتقار المحتوى الثقافي الخاص بالشؤون الاقتصادية والثقافية وشؤون المنزل ، العلاقة بالزوج ، المحتوى الديني، وزيادة

محتويات الفن والموضة والجمال والمواضيع الاجتماعية، بينما فيما يتعلق بنوع المستخدمين المشاركين في التعليق علي مضمون برامج المرأة بمواقع التواصل الاجتماعي ظهرت نسبة كبيرة من الرجال التي تهتم وتتابع وتشارك بالتعليق علي صفحات برامج المرأة بمواقع التواصل الاجتماعي ، كما أظهرت النتائج أن الاتجاه العام نحو برامج المرأة التي تم التعبير عنها في التعليقات كانت معظمها إيجابية أكثر من سلبية وكان الحب هو الأكثر بروزاً في المكون الوجداني ، كما أكدت الدراسة علي أن التعليقات لم تترك نوعاً من المشاعر إلا وعبرت عنه حتي مشاعر الكراهية والحزن لتصبح مواقع التواصل الاجتماعي مكاناً للتعبير عن كل شيء مهما كانت النتائج . (أحمد، 2023)

المحور الثاني: دراسات سابقة اهتمت بالرضا عن الحياة لدي الجمهور: هدفت Doo-Hun Choi بشكل رئيسي إلى التعرف علي تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين المراهقين في كوريا الجنوبية علي مستوي الرضا عن الحياة لديهم وذلك من خلال الدعم الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي ، استخدمت الدراسة بيانات المسح الجماعي ، كما اعتمدت علي عينة قوامها 801 مفردة من المراهقين والمراهقات بواقع 411 مفردة من الفتيات المراهقات (51.3%) و 390 مراهق (48.7%) من طلاب المدارس الثانوية والكليات الجدد، وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج من أهمها: أن الدعم الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي يتوسطان العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والرضا عن الحياة ، يرتبط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل إيجابي بالدعم الاجتماعي ، كما توصلت الدراسة إلي أن الدعم الاجتماعي له علاقة إيجابية بمستوي اعلي من رأس المال الاجتماعي والذي يرتبط بدوره بمستوي أعلي من الرضا عن الحياة . (Doo-Hun Choi,2024)

كما هدفت دراسة ندي راشد إلى التعرف علي أساليب مواجهة الضغوط النفسية وعلاقتها بالرضا عن الحياة لدي عينة من النساء الأرامل بمدينة الرياض، كما هدفت إلى التعرف علي الفروق في أساليب مواجهة الضغوط النفسية والرضا عن الحياة لدي

النساء الأرامل في مدينة الرياض تُعزي لمتغيري العمر والوظيفة، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي بنوعيه الارتباطي والسببي المقارن ، كما استخدمت الباحثة مقياس أساليب مواجهة الضغوط النفسية إعداد (العنزي، 1999) ، ومقياس الرضا عن الحياة إعداد (الدسوقي، 1998) ، و اعتمدت الدراسة علي عينة عشوائية قوامها (250) أرملة تتراوح أعمارهن من 30 إلى 60 سنة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية عند المستوي (0.05) بين أساليب مواجهة الضغوط النفسية والرضا عن الحياة ، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوي (0.01) في مستوي الرضا عن الحياة تُعزي لمتغيري العمر والوظيفة لصالح كبيرات العمر والموظفات. (راشد، 2024)

تناولت دراسة Fiona Carmichael، Shireen kanji وآخرون علي تأثير الزواج المبكر علي كل من الرضا عن الحياة، والتعليم، والصحة الذاتية لدي الشابات في الهند ، اعتمدت الدراسة علي عينة قوامها 486 فتاة حيث تزوج (56.38 %) بواقع 274 فتاة 28.6 بينما تزوج (22%) منهن في سن 18 بواقع 139 فتاة وكان أصغر سن للزواج هو 11 عاماً ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن النساء اللاتي تزوجن مبكراً يواجهن مساراً أقل في الرضا عن الحياة والذي يكون واضحاً قبل الزواج حتي سن 12 عام ويستمر حتي آخر مسح في العمر لسن 22 عام ، لا يوجد تأثير علي وجود تأثير سلبي سببي للزواج المبكر علي الرضا عن الحياة ، كما توصلت الدراسة إلى ان ارتبط ارتفاع الرضا عن الحياة لدي الفتيات في سن 12 عاماً بانخفاض احتمال زواج الأطفال وتأخر سن الزواج . (Kanji, S., Carmichael, F., Darko, C., Egyei, R., 2023, pp705–723)

كما أوضحت دراسة قطب عبده وعلياء عادل العلاقة بين إدمان برامج التواصل الاجتماعي والرضا عن الحياة والحيوية الذاتية لدي طلاب الجامعة ، وتأثير متغير النوع طلاب وطالبات علي إدمان برامج التواصل الاجتماعي، كما هدفت إلى معرفة مستوي استخدام برامج التواصل لدي طلاب الجامعة (مدمن ، متوسط، غير مدمن) والتفاعل

بينهم عن الرضا عن الحياة والحيوية الذاتية لدى طلاب الجامعة، اعتمدت الدراسة علي عين قوامها (537) منهم (174) طالباً و (363) طالبة من طلاب الفرقة الرابعة كلية التربية جامعة كفر الشيخ ، تتراوح أعمارهم من 19 إلى 22 عام ، واستخدمت الدراسة مقياس الرضا عن الحياة إعداد مجدي الدسوقي (2013) ، ومقياس الحيوية الذاتية تعريب عبد العزيز سليم (2016) ، ومقياس إدمان برامج التواصل الاجتماعي اعداد قطب حنور (2022)، وتوصلت الدراسة على عدة نتائج أهمها: وجود ارتباط سالب دال إحصائياً بين درجات طلاب الجامعة علي مقياس إدمان برامج التواصل الاجتماعي والرضا عن الحياة والحيوية الذاتية ، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات طلاب الجامعة وفقاً للنوع طلاب وطالبات علي مقياس إدمان برامج التواصل الاجتماعي في اتجاه الطالبات، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات طلاب كلية التربية وفقاً لمستوي إدمان برامج التواصل الاجتماعي (غير مدمن ، متوسط، مدمن) علي مقياس الرضا عن الحياة ومقياس الحيوية الذاتية لصالح منخفضي إدمان برامج التواصل الاجتماعي. (عبد، علياء، 2023)

كما هدفت دراسة Anna Boguslawa Pilewska-Kozak, Agnieszka Pawlowska-Muc وآخرون بشكل رئيسي إلى تقييم مستوى الرضا عن الحياة لدى النساء البولنديات اللاتي يتعرضن للعنف الأسري ومقارنته بنتائج النساء اللاتي يتعرضن للعنف الأسري، تم إجراء دراسة مقطعية علي عينة مكونة من (610) امرأة بولندية تم تقسيمهن إلي مجموعتين : المجموعة الأولى مكونة من (305) من النساء اللاتي يتعرضن للعنف الأسري، المجموعة الثانية مكونة من (305) من النساء اللاتي لا يتعرضن للعنف الأسري، اعتمدت الدراسة علي الاستبيان كأداة لجمع البيانات ، استخدمت الدراسة مقياس الرضا عن الحياة (SWLS) (36) من إعداد Diener et al تم تعديله إلي (37) ، كما توصلت الدراسة على عدة نتائج من أهمها: انخفاض الرضا عن الحياة لدى النساء البولنديات التي تعانين من العنف الأسري حيث كان متوسط قيمة الرضا عن الحياة في المجموعة الأولى 13.781، $SD=4.88$ وهو أقل بكثير

مقارنة بالمجموعة الثانية ($M=21.04$ ، $SD=5.61$) ، ويرتبط رضاهن عن الحياة بشكل العنف الذي يمارسه عليهن الزوج أو الشريك ، غالباً ما تكون النساء المعتدي عليهن اللاتي يعانين من انخفاض الرضا عن الحياة ضحايا للعنف النفسي وغالباً ما يكون مرتكب الجريمة مدمن علي الكحول أو المخدرات. (Pawłowska – Muc,) (Pilewska-Kozak,2023)

التعليق على الدراسات السابقة

غالبية الدراسات دراسات مسحية استخدمت الاستبانة لجمع البيانات منها دراسة (زينب محمود، 2024) والتي تناولت معالجة برامج المرأة في الفضائيات المصرية لمشكلاتها وعلاقتها بإدراكها لواقعها الاجتماعي، ودراسة (Doo-Hun Choi,2024) والتي هدفت إلى التعرف على تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين المراهقين في كوريا الجنوبية على مستوى الرضا عن الحياة لديهم وذلك من خلال الدعم الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي ودراسة (Kanji, S., Carmichael, F., Darko, C.,) (Egyei, R.,2023,pp705–723) والتي تناولت تأثير الزواج المبكر علي كل من الرضا عن الحياة، والتعليم، والصحة الذاتية لدي الشابات في الهند.

استخدمت عدة دراسات منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني منها دراسة (رنا سامي، 2023) عن دور البرامج الحوارية النسائية في القنوات الفضائية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات المرأة نحو قضاياها، دراسة (سمر حسن، 2023) عن دور البرامج بالفضائيات المصرية في ترتيب أجندة الجمهور نحو قضايا المرأة.

استخدمت العديد من الدراسات السابقة الخاصة بمحور الرضا عن الحياة لدي لجمهور مقياس الرضا عن الحياة لمجدي دسوقي كأداة بحثية لجمع البيانات منها دراسة (ندي راشد، 2024) عن أساليب مواجهة الضغوط النفسية وعلاقته بالرضا عن الحياة لدي النساء الأرامل في مدينة الرياض، (دراسة قطب عبده، علياء نادر 2023) عن تأثير إدمان برامج التواصل الاجتماعي على الشعور بالرضا عن الحياة والحيوية الذاتية لدي طلاب الجامعة.

وبناء علي ما سبق ومن خلال الاطلاع علي الدراسات السابقة (حسب حدود اطلاع الباحثة) لاحظت عدم وجود دراسة سابقة جمعت بين متغيري الدراسة البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة والرضا عن الحياة مما ساعدها على اختيار المشكلة البحثية وصياغتها بدقة وذلك في ضوء تأكيد نتائج غالبية الدراسات السابقة علي ارتفاع نسبة مشاهدة البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة وبالتالي كان لابد من لقاء الضوء علي الجانب النفسي لدي المرأة وتحديد الفتيات عينة الدراسة متمثلاً في متغير الرضا عن الحياة لديهن ودراسة تأثير تعرضهن للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة علي مستوي الرضا عن الحياة لديهن.

تساؤلات البحث:

- 1- ما كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة؟
- 2- ما دوافع تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة؟
- 3- ما مستوي انتباه الفتيات في مصر أثناء التعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة؟
- 4- ما مستوي التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر؟
- 5- ما مستوي الرضا عن الحياة لدي الفتيات في مصر؟

الإجراءات المنهجية للبحث:

نوع البحث:

ينتمي هذا البحث للبحوث الوصفية التي تهتم بوصف ظاهرة معينة، وهي في هذا البحث ظاهرة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة وعلاقته بمستوي الرضا عن الحياة لديهن.

أولاً: منهج البحث:

واستخدم منهج المسح بشقه الوصفي من خلال الإجابة على تساؤلات البحث والتي تصف متغيراته، وشقه التحليلي من خلال اختبار فروض البحث التي تهتم بتحليل العلاقة بين متغيراتها.

وقد تم اتباع الخطوات العلمية في استبيان الرأي الذي تم تطبيقه على عينة من الفتيات بدءاً بتحديد مجتمع البحث وعينة البحث ثم تحديد البيانات المطلوب جمعها بالإضافة إلى تصميم نموذج لاستمارة الاستبيان واختبارها وتحكيمها، وقد تم تعديل النموذج النهائي للاستمارة بعد هذه الخطوات وتطبيقه على الفتيات المصريات عينة البحث وتم جمع البيانات وتحليلها إحصائياً والقيام بتفسير النتائج وربطها بنتائج الدراسات السابقة.

ثانياً: مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث الحالي في الفتيات المصريات التي تتعرضن وتشاهدن البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.

ثالثاً: عينة البحث:

تم إجراء الاستبيان على عينة من الفتيات في مراحل عمرية مختلفة من (18:35) عام، وتم تحديد عدد أفراد العينة ليشمل 400 مفردة وذلك باستخدام الصيغة الإحصائية التالية:

Rea, M, et.al:1992:128-129)

$$n = \left(\frac{za\sqrt{p(1-p)}}{cp} \right)^2$$

حيث n الحجم الأمثل للعينة.

Za = قيمة مستوى الثقة، وهي قد يكون لديها قيم مختلفة، إذ تساوي 1.96 عند درجة الثقة 95% وتساوي 2.575 عند درجة ثقة 99%.

Cp = قيمة حد الثقة في إطار مفاهيم النسب أو الحصص، وتتراوح بين 3% و 5% ولا تزيد بحال من الأحوال عن 10% وهي عادة ما ترتبط بمستوي الثقة المستخدم.

P = نسبة احتمال توافر خصائص المجتمع في العينة وهي تساوي 50% = 0.50
وبتطبيق هذه الصيغة الإحصائية عند درجة الثقة 95% يمكن تحديد الحجم الأمثل للعينة وذلك كما يلي:

$$384.16 = 400 = n = \left(\frac{1.96\sqrt{0.5}}{0.05} \right)^2 \quad n = \left(\frac{1.96\sqrt{0.5(1-0.5)}}{0.05} \right)^2$$

ومن خلال التعويض كما في الصيغة الإحصائية السابقة يتبين أن حجم العينة 400 = 384.16 مجوئاً تقريباً وهو حجم العينة التي يمكن أن تمثل جمهور الفتيات موضع الدراسة، وبذلك فإن عينة الدراسة من الفتيات المصريات اللاتي تتعرضن للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة تُعد من العينات العمدية المتاحة.
وجاءت خصائص العينة المرتبطة بمتغيرات البحث كما يلي:

جدول رقم (1)

خصائص العينة المرتبطة بمتغيرات البحث:

المتغير	(ك)	(%)
السن	من 18 الي اقل 25 عام	90.0
	من 25 الي 35 عام	10.0
	الإجمالي	100.0
المستوي التعليمي	تقرأ وتكتب	1.3
	حاصلة على مؤهل متوسط أو ثانوية عامة	20.3
	حاصلة على مؤهل جامعي	69.0
	حاصلة على مؤهل فوق جامعي	9.4
	الإجمالي	100.0
مكان الإقامة	مدينة	35.3
	قرية	64.7
	الإجمالي	100.0

المتغير	(ك)	(%)
المستوي الاقتصادي الاجتماعي	18	4.5
منخفض	289	72.2
متوسط	93	23.3
مرتفع	400	100.0
الإجمالي		

رابعاً: أدوات جمع البيانات:

تم إجراء البحث باستخدام أداة استمارة الاستبيان الإلكتروني، حيث صُممت لاستبيان رأي عينة من الفتيات المصريات التي تتعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة. استمارة الاستبيان:

اشتملت صحيفة استمارة الاستبيان علي سبعة أسئلة والبيانات الشخصية بهدف جمع البيانات عن المتغيرات القابلة للقياس بغرض اختبار فروض البحث، وبناء علي ذلك تضمنت الصحيفة أسئلة عن كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، ودوافع هذا التعرض، ومستوي الانتباه أثناء التعرض ومستوي التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات المصريات التي تتعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، ومستوي الرضا عن الحياة لدي الفتيات المصريات التي تتعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، فضلاً عن الأسئلة الخاصة بالمتغيرات الديموغرافية لأفراد العينة من الفتيات المصريات.

إجراءات الصدق والثبات:

وتم تطبيق إجراءات الصدق على استمارة الاستبيان، وفي هذا الإطار تم عرضها قبل تطبيقها على مجموعة من المحكمين وتم إجراء التعديلات المطلوبة على صحيفة استبيان الرأي بناءً على آرائهم وتوجيهاتهم بحيث أصبحت تقيس بالفعل ما صُممت لقياسه.

وتم التأكد من ثبات الصحيفة عن طريق إجراء معامل ثبات ألفا لمحاوَر صحيفة الاستبيان.

والصحيفة كاملة كما يأتي:

جدول رقم (2)

قيم معاملات ثبات "ألفا" لمحاول صحفية الاستبيان والدرجة الكلية لها

معامل ألفا (معامل الثبات)	عدد العبارات	المحور
0.856	10	المقياس العام حول الدوافع
0.831	5	المقياس العام حول الدوافع النفعية
0.802	5	المقياس العام حول الدوافع الطوقسية
0.626	10	المقياس العام حول الانتباه
0.855	10	المقياس العام حول مستوى التوقعات الاجتماعية
0.943	29	المقياس العام حول مستوى الرضا عن الحياة للبرامج التلفزيونية
0.819	69	صحيفة الاستبيان كاملة
90.4%	-	الصدق الذاتي

ومن ثم قد تم حساب معامل الصدق الذاتي (الثبات) لصحيفة الاستبيان من خلال المعادلة الآتية (البهي، 1979، ص 402)

$$\text{الصدق الذاتي} = \sqrt{\text{معامل الثبات}} = \sqrt{0.819} = 0.904$$

وبذلك تكون نسبة الثبات تساوي 90.4% تقريباً وهو ما عده الباحث مستوى ملائم من الثبات، حيث تشير هذه النسبة إلى مستوى مقبول من الاستقرار في الشكل العام للبيانات التي يتم جمعها باستخدام صحيفة الاستبيان.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

تم إجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذا البحث باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) لاستخراج المعاملات وإجراء الاختبارات الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية
- المتوسط الحسابي (Means) والانحراف المعياري (Standard division).

- معامل ارتباط بيرسون (Person correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval or Ratio).
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (One Way Analysis of Variance) والمعروف اختصاراً باسم ANOVA وذلك لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval or Ratio).
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي LSD : Least Significance Differences لمعرفة مصدر التباين، وإجراءات المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت - التباين ذو البعد الواحد وجود فروق دالة إحصائية بينهما، وتم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05% فأقل.
- معامل الارتباط الجزئي (partial correlation) لدراسة العلاقة بين متغيرين باستبعاد تأثير متغير آخر من متغيرات البحث.

التعريفات الإجرائية للبحث:

تم تحديد التعريفات الإجرائية للمفاهيم والمصطلحات المستخدمة في هذا البحث كما يلي:

- 1- المقصود بالفتيات إجرائياً في هذا البحث: يُقصد بالفتيات في هذا البحث تلك الفتيات المصريات التي تتراوح أعمارهن من 18 - 35 عام وتتابعن البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.
- 2- المقصود إجرائياً بالبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة في هذا البحث: يُقصد بها في هذا البحث البرامج التلفزيونية المتخصصة في شؤون المرأة وتهتم بالقضايا والمشكلات التي تواجه المرأة وتعرض بالقنوات الفضائية المصرية.

3- المقصود بالرضا عن الحياة إجرائياً في هذا البحث: يُقصد به في هذا البحث تقبل الفتاة لذاتها وتقييمها للحياة التي تعيشها مقارنة بالمستوي الذي تريده وتتطلع إليه وفقاً لمعاييرها الذاتية وشعورها بقيمتها وتوافقها مع نفسها والمحيطين بيها وقدرتها على حل المشكلات التي تواجهها.

نتائج البحث الميداني:

أولاً: الإجابة على تساؤلات البحث:

أشارت إجابات الفتيات المصريات عينة البحث ممن يتعرضن للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة على أسئلة استمارة الاستبيان واستجابتهن لبنود المقاييس التي تضمنتها هذه الصحيفة لتجيب على تساؤلات البحث على النحو الآتي:

1- كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة:

أ- عدد أيام المشاهدة خلال الأسبوع:

تؤكد نتائج البحث فيما يتعلق بعدد أيام مشاهدة الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة خلال الأسبوع إلى أن النسبة الأكبر من إجمالي مفردات العينة جاءت ممن تشاهدن البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة يوم واحد فقط في الأسبوع حوالي (49.5%)، وجاءت نسبة من تشاهدنها بعض أيام الأسبوع (44%)، وجاءت نسبة من يستخدمونها يومياً (6.5%)، أي أن الغالبية العظمى من الفتيات تشاهدن البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة يوم واحد فقط بالأسبوع أو بعض أيام الأسبوع كما يتضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (3)

عدد أيام مشاهدة الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة:

مدي مشاهدة عينة الدراسة للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة في الأسبوع	ك	%
يوم واحد فقط بالأسبوع	198	49.5
بعض أيام الأسبوع	176	44.0
يومية	26	6.5
الإجمالي	400	100.0

ب- عدد مرات المشاهدة خلال اليوم:

تشير نتائج البحث أن النسبة الأكبر من الفتيات المصريات عينة البحث جاءت ممن تشاهدن البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة مرة واحدة فقط يومياً حوالي (73.7%)، وجاءت في المرتبة الثانية نسبة من تشاهدنها مرتان خلال اليوم الواحد حوالي (14.7%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت نسبة من تشاهدنها أكثر من ثلاث مرات يومياً حوالي (7.3%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت نسبة من تشاهدنها ثلاث مرات يومياً حوالي (4.3%) كما يتضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (4)

عدد مرات مشاهدة الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.

عدد أيام مشاهدة الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة خلال اليوم الواحد	ك	%
مرة واحدة فقط	295	73.7
مرتان	59	14.7
ثلاث مرات	17	4.3
أكثر من ثلاث مرات	29	7.3
الإجمالي	400	100.0

ج_ عدد ساعات المشاهدة خلال اليوم:

تشير نتائج البحث أن النسبة الأكبر من الفتيات في مصر جاءت ممن يشاهدن البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة أقل من ساعة يومياً حوالي (68.7%) وجاءت نسبة من تشاهدن البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة من ساعة لأقل من ثلاث ساعات يومياً حوالي (26.8%)، وجاءت في المرتبة الأخيرة نسبة من تشاهدنها أكثر من ثلاث ساعات يومياً حوالي (4.5%) كما يتضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (5)

عدد ساعات مشاهدة الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.

عدد الساعات التي تقضيها الفتيات عينة الدراسة في مشاهدة البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة خلال اليوم الواحد	ك	%
أشاهد أقل من ساعة يومياً	275	68.7
أشاهد من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً	107	26.8
أشاهد أكثر من ثلاث ساعات يومياً	18	4.5
الإجمالي	400	100.0

د- كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.

وفيما يتعلق بكثافة تعرض لفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، تشير نتائج استجابات المبحوثات على أسئلة المقياس التجميعي الخاص بكثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة؛ إلى أن متوسط كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة جاء بنسبة (30.5%) من الفتيات المصريات عينة البحث، ومرتفع كثافة التعرض جاء بنسبة (6.3%) من الفتيات المصريات عينة البحث، ومنخفض الكثافة جاء بنسبة (63.2%) من الفتيات المصريات عينة البحث ، أي أن الغالبية العظمى من أفراد العينة جاءت كثافة الاستخدام لديهم منخفضة أو متوسطة.

جدول رقم (6)

كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.

ك	%	كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة
253	63.2	منخفض
122	30.5	متوسط
25	6.3	مرتفع
400	100	الإجمالي

2-دوافع تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة:

تشير نتائج البحث إلى أن دوافع الفتيات في مصر لمشاهدة البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة بشكل عام جاءت متوسطة بنسبة (56.2%) من أفراد العينة، وجاءت قوية بنسبة (28.3%) من أفراد العينة، بينما جاءت ضعيفة بنسبة (15.5%) فقط من أفراد العينة، كما هو مبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (7)

دوافع تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة:

ك	%	المقياس العام حول الدوافع
62	15.5	منخفض
225	56.2	متوسط
113	28.3	مرتفع
400	100.0	الإجمالي

وتشير النتائج أن الدوافع النفعية جاءت قوية بنسبة (47%) من أفراد العينة، بينما جاءت متوسطة لدي (40.5%) من أفراد العينة، بينما جاءت ضعيفة بنسبة (12.5%) من الفتيات المصريات عينة الدراسة كما هو موضح بالجدول الآتي:

جدول رقم (8)

الدوافع النفسية لتعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة:

الدوافع النفسية	ك	%
منخفض	50	12.5
متوسط	162	40.5
مرتفع	188	47.0
الإجمالي	400	100.0

أما الدوافع الطقوسية فجاءت متوسطة بنسبة (47.4%) من أفراد العينة، وجاءت منخفضة بنسبة (29.8%) من أفراد العينة، بينما جاءت مرتفعة بنسبة (22.8%) من الفتيات المصريات عينة الدراسة، كما موضح بالجدول الآتي:

جدول رقم (9)

الدوافع الطقوسية لتعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة:

الدوافع الطقوسية	ك	%
منخفض	119	29.8
متوسط	190	47.4
مرتفع	91	22.8
الإجمالي	400	100.0

ويُلاحظ مما سبق أن نسبة غير قليلة من الفتيات المصريات عينة الدراسة لديهن دوافع نفسية وطقوسية للتعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، كما أن لنسبة الأكبر من أفراد العينة لديهن دوافع نفسية قوية بنسبة (47%)، ودوافع طقوسية متوسطة بنسبة (47.4%)، مما يعني ارتفاع دوافع الفتيات في مصر للتعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.

كما تشير نتائج البحث للمبحوثات عينة البحث إلى تباين قيم الأوزان النسبية لاستجابات أفرادها أمام كل عبارة من عبارات مقياس دوافع تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، وتنقسم هذه الدوافع إلى دوافع نفسية في العبارات الخمس الأولى من المقياس والتي تم ترتيبها ترتيباً تنازلياً وفقاً للأوزان النسبية لها،

ودوافع طقوسية في العبارات الخمس الأولى التالية لها والتي تم ترتيبها ترتيباً تنازلياً وفقاً للأوزان النسبية لها، وتشير النتائج أيضاً إلى التباين بين التأييد المطلق والتأييد المحدود والرفض المطلق لكل عبارة من عبارات المقياس، وبمقارنة الأوزان النسبية للعبارات العشر للمقياس يتبين التفاوت الواضح بين قيم هذه الأوزان، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء التباين النسبي في قيم متوسطات استجابات المبحوثين أمام كل عبارة من عبارات المقياس كما يتضح بالجدول الآتي:

جدول رقم (10)

توزيع استجابات أفراد عينة البحث أمام كل عبارة من عبارات
مقياس دوافع تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة

العبارة	درجة التأييد أو الرفض								
	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	نادرا		أحيانا		دائما	
				%	ك	%	ك	%	ك
اتعلم من تجارب الفتيات الأخريات من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.	188	47.0	182	45.5	30	7.5	2.4	0.624	80.0
تساعدني مشاهدة البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة على اكتساب المعلومات والخبرات بوجه عام.	154	38.5	211	52.8	35	8.8	2.3	0.62	76.7
تساعدني البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة على التعرف على كل ما هو جديد في عالم الموضة والجمال.	162	40.5	184	46.0	54	13.5	2.27	0.684	75.7
اتعرف على حقوق وواجبات المرأة من خلال	164	41.0	174	43.5	62	15.5	2.25	0.708	75.0

تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة وعلاقته بمستوي الرضا عن الحياة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	درجة التأييد أو الرفض						العبارة
			نادرا		أحيانا		دائما		
			%	ك	%	ك	%	ك	
									مشاهدة البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.
66.7	0.724	2	26.3	105	47.8	191	26.0	104	ابحث عن حلول لمشكلاتي من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.
69.0	0.673	2.07	19.3	77	54.3	217	26.5	106	البحث عن الجديد والمسلي من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.
66.7	0.664	2	22.0	88	56.0	224	22.0	88	تساعدني مشاهدة البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة على الهروب من ضغوطات الدراسة أو العمل.
65.0	0.728	1.95	28.8	115	47.0	188	24.3	97	تساعدني مشاهدة البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة على التخلص من شعوري بالوحدة.
63.7	0.699	1.91	29.3	117	50.5	202	20.3	81	أهرب من روتين الحياة اليومية من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.
60.3	0.69	1.81	35.3	141	48.8	195	16.0	64	أشاهد البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة بحكم العادة.

وبوجه عام جاءت عبارة " أتعلم من تجارب الفتيات الأخريات من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة " في مقدمة الدوافع النفسية لتعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة بوزن نسبي (80%) ومتوسط حسابي (2.4)، بينما جاءت " البحث عن الجديد والمسلّي من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة" في مقدمة الدوافع الطقوسية لتعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة بوزن نسبي (69%) ومتوسط حسابي (2.07).

وبحساب المتوسط لكل مجموعة دوافع على حدا تبين أن مجموعة الدوافع النفسية تتفوق على مجموعة الدوافع الطقوسية، حيث بلغ المتوسط الحسابي للأوزان النسبية لمجموعة عبارات الدوافع النفسية (74.82%)، في مقابل (64.94%) لمجموعة عبارات الدوافع الطقوسية.

3-مستوي انتباه الفتيات أثناء التعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة:

تشير نتائج البحث إلى أن مستوى انتباه الفتيات أثناء التعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة جاء متوسط بنسبة (63.5%) لدي أفراد العينة، بينما جاء مستوى الانتباه ضعيف بنسبة (32.5%) من أفراد العينة، بينما جاء مستوى الانتباه قوي لدي (4%) من أفراد العينة، كما هو مبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (11)

مستوي انتباه الفتيات أثناء التعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة

مستوي الانتباه أثناء تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة	ك	%
منخفض	130	32.5
متوسط	254	63.5
مرتفع	16	4.0
الإجمالي	400	100.0

وجاءت استجابات أفراد العينة أمام كل عبارة من عبارات مقياس مستوى انتباه الفتيات في مصر أثناء التعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة متباينة، وقد عكست

هذه الاستجابات فروقاً واضحة في الأوزان النسبية لتلك العبارات، وبمقارنة الأوزان النسبية للعبارات العشر للمقياس يتبين التفاوت الواضح بين قيم هذه الأوزان، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء التباين النسبي في قيم متوسطات استجابات المبحوثين أمام كل عبارة من عبارات المقياس كما يتضح بالجدول الآتي:

جدول رقم (12)

توزيع استجابات أفراد العينة أمام كل عبارة من عبارات مقياس الانتباه أثناء
تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة

العبارة	درجة التأييد أو الرفض						الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	دائماً		أحياناً		نادراً			
	ك	%	ك	%	ك	%		
أقوم بالأعمال المنزلية أثناء عرض حلقات البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.	102	25.5	184	46.0	114	28.5	0.735	67.7
أشاهد حلقات البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة أثناء تناول الطعام.	100	25.0	215	53.8	85	21.3	1.96	65.3
أقوم بتصفح مواقع التواصل الاجتماعي أثناء مشاهدة حلقات البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.	118	29.5	200	50.0	82	20.5	1.91	63.7
أقوم بالرد على المكالمات الهاتفية أثناء مشاهدة حلقات البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.	137	34.3	179	44.8	84	21.0	1.87	62.3
أقوم بالبحث عن الحلقات الجديدة للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.	82	20.5	166	41.5	152	38.0	1.82	60.7
أكتفي بمشاهدة أجزاء بسيطة من حلقات البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.	141	35.3	198	49.5	61	15.3	1.8	60.0

تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة وعلاقته بمستوي الرضا عن الحياة

العبارة	درجة التأييد أو الرفض								المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	دائماً		أحياناً		نادراً						
	ك	%	ك	%	ك	%					
أحرص على مشاهدة حلقات البرامج لتلفزيونية الموجهة للمرأة كاملة في كل مرة.	60	15.0	171	42.8	169	42.3	1.73	0.707	57.7		
اشاهد حلقات البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة فور عرضها.	50	12.5	183	45.8	167	41.8	1.71	0.677	57.0		
أفقرغ تماماً لمشاهدة حلقات البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.	47	11.8	168	42.0	185	46.3	1.65	0.68	55.0		
أقوم بتأجيل أعمالي ومهامي اليومية لمشاهدة حلقات البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.	39	9.8	104	26.0	257	64.3	1.46	0.666	48.7		

وبوجه عام جاءت عبارة " أقوم بالأعمال المنزلية أثناء مشاهدة حلقات البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة" في مقدمة عبارات المقياس بوزن نسبي (67.7%) ومتوسط حسابي (2.03)، بينما جاءت في المرتبة الثانية عبارة "أشاهد حلقات البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة أثناء تناول الطعام " بوزن نسبي (65.3%) ومتوسط حسابي (1.96)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة عبارة "أقوم بتأجيل أعمالتي ومهامي اليومية لمشاهدة حلقات البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة" بوزن نسبي (48.7%) ومتوسط حسابي (1.46).

4-مستوي التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر:

تشير نتائج البحث فيما يتعلق بمستوي التوقعات الاجتماعية لدي المصريات عينة الدراسة، أن مستوى التوقعات جاء متوسطاً بنسبة (59%) لدي الفتيات المصريات عينة الدراسة، ومرتفع لدي (39.5%) منهن، ومنخفض لدي (1.5%) منهن، أي ان مستوى التوقعات الاجتماعية جاء متوسطاً لدي الغالبية العظمي من أفراد العينة، كما يوضح الجدول التالي نتائج مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر:

جدول رقم (13)

مستوى التوقعات الاجتماعية لدى الفتيات في مصر

مستوى التوقعات الاجتماعية لدى الفتيات في مصر	ك	%
منخفض	6	1.5
متوسط	236	59.0
مرتفع	158	39.5
الإجمالي	400	100.0

وتشير نتائج البحث الميداني لعينة البحث إلى تباين قيم الأوزان النسبية لاستجابات أفرادها أمام كل عبارة من العبارات العشر لمقياس مستوى التوقعات الاجتماعية لدى الفتيات في مصر، وتنقسم هذه العبارات إلى خمس مجموعات، تتضمن كل مجموعة عبارتان مرتبة تنازلياً وفقاً لأوزانها النسبية، وتعتبر كل مجموعة علي التوالي علي مستوى التوقعات الاجتماعية فيما يتعلق بأحد التنظيمات الاجتماعية في المجتمع، وهي في هذا البحث (الأسرة، الأصدقاء، المجتمع ككل، الزواج، فرص العمل)، كما تشير نتائج البحث الميداني إلى أن هذه الاستجابات تنوعت بين التأييد المطلق، والتأييد المحدود، والرفض المطلق لكل عبارة من عبارات المقياس كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (14)

توزيع استجابات الفتيات في مصر أمام كل عبارة من عبارات مقياس مستوي التوقعات الاجتماعية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	درجة التأييد أو الرفض						العبارة
			لا أوافق		الي حد ما		أوافق		
			%	ك	%	ك	%	ك	
86.0	0.62	2.58	7.0	28	28.3	113	64.8	259	أحظي بثقة كبيرة من عائلتي في التعاملات اليومية
80.0	0.652	2.4	9.3	37	41.8	167	49.0	196	يتطلب الزواج قدرات مادية واجتماعية لا تتوافر لدي معظم الفتيات.
78.7	0.6	2.36	6.5	26	51.3	205	42.3	169	يمثل الزواج حياة مستقرة للفتاة في المجتمع المصري.
78.0	0.637	2.34	9.0	36	47.8	191	43.3	173	أحصل على الدعم اللازم من صديقاتي عند الوقوع في الأزمات.
74.3	0.717	2.23	16.8	67	43.3	173	40.0	160	أقضي أغلب أوقات فراغي بمفردي بعيداً عن أصدقائي.
74.0	0.687	2.22	15.0	60	48.3	193	36.8	147	يقيد المجتمع حرية المرأة في ضوء العادات والتقاليد.
73.7	0.713	2.21	17.0	68	44.8	179	38.3	153	يحظى الشباب بفرص عمل ومرتببات أفضل من الفتيات.
73.3	0.694	2.2	16.0	64	48.0	192	36.0	144	يتبع الآباء أسلوب منفرد في اتخاذ القرارات داخل الأسرة.
72.3	0.688	2.17	16.5	66	49.8	199	33.8	135	يكفل المجتمع لكل أفرادها حرية الرأي والتعبير .
70.7	0.695	2.12	19.0	76	50.5	202	30.5	122	يتوافر لدي الفتيات فرص عمل كافية ومناسبة لقدراتهن.

وبمقارنة الأوزان النسبية لعبارات المقياس يتبين التفاوت الواضح بين قيم هذه الأوزان، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء التباين النسبي في قيم متوسطات استجابات المبحوثين أمام كل عبارة من عبارات المقياس.

وبوجه عام جاءت عبارة "أحظي بثقة كبيرة من عائلتي في التعاملات اليومية" في مقدمة عبارات المقياس بوزن نسبي (86%) ومتوسط حسابي (2.58)، وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة "يتطلب الزواج قدرات مادية واجتماعية لا تتوافر لدي معظم الفتيات" بوزن نسبي (80%) ومتوسط حسابي (2.4%)، بينما جاءت عبارة "يتوافر لدي الفتيات فرص عمل كافية ومناسبة لقدراتهن" في المرتبة الأخيرة من عبارات المقياس بوزن نسبي (70.7%) ومتوسط حسابي (2.12).

وبحساب المتوسط الحسابي لكل مجموعة عبارات علي حدي، تبين أن مجموعة العبارات التي تعبر عن التوقعات الاجتماعية فيما يتعلق بالأسرة جاءت في المرتبة الأولى حيث بلغ المتوسط الحسابي لأوزانها النسبية (79.65%)، وفي المرتبة الثانية جاءت مجموعة العبارات التي تعبر عن التوقعات الاجتماعية فيما يتعلق بالزواج حيث بلغ المتوسط الحسابي لأوزانها النسبية (79.35%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت مجموعة العبارات التي تعبر عن التوقعات الاجتماعية فيما يتعلق بالأصدقاء حيث بلغ المتوسط الحسابي لأوزانها النسبية (76.15%)، وفي المرتبة الرابعة جاءت مجموعة العبارات التي تعبر عن التوقعات الاجتماعية فيما يتعلق بالمجتمع ككل حيث بلغ المتوسط الحسابي لأوزانها النسبية (73.15%)، وجاء في المرتبة الخامسة والأخيرة مجموعة العبارات التي تعبر عن التوقعات الاجتماعية فيما يتعلق بفرص العمل حيث بلغ المتوسط الحسابي لأوزانها النسبية (72.2%).

5- مستوى الرضا عن الحياة لدى الفتيات في مصر:

تشير نتائج الدراسة فيما يتعلق بمستوى الرضا عن الحياة لدى الفتيات المصريات عينة الدراسة، أن مستوى الرضا عن الحياة جاء مرتفعاً بنسبة (57.0%) لدى الفتيات المصريات عينة الدراسة، ومتوسطاً لدي (39.7%) منهن، ومنخفضاً لدي (3.3%)

منهن، أي أن مستوى الرضا عن الحياة جاء مرتفعاً لدى الغالبية العظمى من أفراد العينة، كما يوضح الجدول الآتي نتائج الرضا عن الحياة لدى الفتيات في مصر:

جدول رقم (15)

مستوي الرضا عن الحياة لدى الفتيات في مصر

مستوي الرضا عن الحياة لدى الفتيات في مصر	ك	%
منخفض	13	3.3
متوسط	159	39.7
مرتفع	228	57.0
الإجمالي	400	100.0

وتشير نتائج البحث الميداني لعينة البحث إلى تباين قيم الأوزان النسبية لاستجابات أفرادها أمام كل عبارة من العبارات التسع وعشرين لمقياس مستوى الرضا عن الحياة لدى الفتيات في مصر، وتنقسم هذه العبارات إلى ست مجموعات، تتضمن كل منها مجموعة عبارات مُرتبة تنازلياً وفقاً لأوزانها النسبية، وتعبر كل مجموعة عن بعد من أبعاد الرضا عن الحياة وهي: السعادة والاجتماعية والطمأنينة والاستقرار النفسي والتقدير الاجتماعي والقناعة، كما تشير نتائج الدراسة على أن هذه الاستجابات تنوعت بين التأييد المطلق، والتأييد المحدود، والرفض المطلق لكل عبارة من عبارات المقياس كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (16)

توزيع استجابات أفراد عينة الفتيات في مصر أمام عبارة من عبارات مقياس

مستوي الرضا عن الحياة

العبارة	درجة التأييد أو الرفض								الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	أوافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط			
	ك	%	ك	%	ك	%				
ينظر الآخرون إلى باحترام.	294	73.5	94	23.5	12	3.0	2.71	0.518	90.3	
أنا راضٍ عن نفسي.	261	65.3	127	31.8	12	3.0	2.62	0.544	87.3	

تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة وعلاقته بمستوى الرضا عن الحياة

87.3	0.584	2.62	5.3	21	27.5	110	67.3	269	يتسم سلوكي مع الآخرين بالتسامح والمرح.
87.0	0.57	2.61	4.3	17	31.0	124	64.8	259	أشعر بالسعادة لوجود علاقات طيبة تربطني بالآخرين.
86.7	0.561	2.6	3.8	15	32.3	129	64.0	256	أميل إلى الضحك وتبادل الدعابة.
84.3	0.57	2.53	3.8	15	39.0	156	57.3	229	أشعر بالرضا والارتياح عن ظروف الحياة.
84.0	0.621	2.52	6.8	27	34.5	138	58.8	235	أشعر بالثقة تجاه سلوكي الاجتماعي.
84.0	0.625	2.52	7.0	28	34.3	137	58.8	235	أنا راضٍ بما وصلت إليه.
83.7	0.562	2.51	3.3	13	42.0	168	54.8	219	يثق الآخرون في قدراتي.
83.0	0.596	2.49	5.3	21	41.0	164	53.8	215	أقبل الآخرين واتعايش معهم كما هم.
83.0	0.597	2.49	5.3	21	40.3	161	54.5	218	لدي القدرة على اتخاذ القرار وتحمل نتائجه.
82.7	0.637	2.48	7.8	31	36.0	144	56.3	225	أشعر بالأمن والطمأنينة.
82.7	0.596	2.48	5.3	21	42.0	168	52.8	211	علاقتي الاجتماعية بالآخرين ناجحة.
82.0	0.636	2.46	7.8	31	38.3	153	54.0	216	أنا راضٍ عن كل شيء في حياتي.
80.3	0.639	2.41	8.3	33	42.3	169	49.5	198	حصلت حتى الآن على أشياء مهمة في حياتي.
79.7	0.62	2.39	7.3	29	46.0	184	46.8	187	روحي المعنوية مرتفعة.
79.3	0.621	2.38	7.5	30	47.5	190	45.0	180	أشعر أن حياتي مشرقة ومليئة بالأمل.
79.0	0.607	2.37	6.8	27	49.5	198	43.8	175	أشعر أنني موفق في حياتي.
79.0	0.662	2.37	10.3	41	42.8	171	47.0	188	أشعر بالبهجة الممزوجة بالتفاؤل تجاه المستقبل.
78.7	0.605	2.36	6.8	27	50.5	202	42.8	171	أتمتع بحياة سعيدة.

77.7	0.602	2.33	7.0	28	53.0	212	40.0	160	أنا أسعد حالاً من الآخرين.
76.3	0.702	2.29	14.3	57	42.5	170	43.3	173	أشعر أن حياتي الآن أفضل من أي وقت مضى.
76.0	0.662	2.28	11.8	47	48.5	194	39.8	159	أنام نوماً هادئاً مسترخياً.
74.3	0.611	2.23	9.8	39	57.5	230	32.8	131	ظروف حياتي ممتازة.
74.3	0.693	2.23	15.0	60	46.8	187	38.3	153	أعيش في مستوى حياة/معيشة أفضل مما كنت أتمناه أو أتوقعه.
73.3	0.654	2.2	13.5	54	53.5	214	33.0	132	أتقبل نقد الآخرين.
71.7	0.675	2.15	16.3	65	52.3	209	31.5	126	لا أعاني من مشاعر اليأس أو خيبة الأمل.
70.3	0.775	2.11	25.0	100	38.8	155	36.3	145	لو قدر لي أن أعيش من جديد فلن أغير شيئاً في حياتي.
70.0	0.673	2.1	18.0	72	53.8	215	28.3	113	في معظم الأحيان تقترب حياتي من المثالية.

وبمقارنة الأوزان النسبية لعبارات المقياس يتبين التفاوت الواضح بين قيم هذه الأوزان، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء التباين النسبي في قيم متوسطات استجابات المبحوثات أمام كل عبارة من عبارات المقياس.

وبوجه عام جاءت عبارة " ينظر الآخرون إلى باحترام" في مقدمة عبارات المقياس بوزن نسبي (90.3%) ومتوسط حسابي (2.71)، وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة " أنا راض عن نفسي" بوزن نسبي (87.3%) ومتوسط حسابي (2.62)، بينما جاءت عبارة " في معظم الأحيان تقترب حياتي من المثالية بوزن نسبي (70.0%) ومتوسط حسابي (2.1).

وبحساب المتوسط الحسابي لكل مجموعة عبارات علي حدي، تبين ان مجموعة العبارات التي تعبر عن بعد الاجتماعية كأحد ابعاد الرضا عن الحياة جاءت في المرتبة الأولى حيث بلغ المتوسط الحسابي لأوزانها النسبية (85.34%)، وفي المرتبة الثانية جاءت مجموعة العبارات التي تعبر عن بعد الاستقرار النفسي كأحد أبعاد الرضا

عن الحياة حيث بلغ المتوسط الحسابي لأوزانها النسبية (83.15%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت مجموعة العبارات التي تعبر عن بعد التقدير الاجتماعي كأحد أبعاد الرضا عن الحياة حيث بلغ المتوسط الحسابي لأوزانها النسبية (82.2%)، وفي المرتبة الرابعة جاءت مجموعة العبارات التي تعبر عن بعد القناعة حيث بلغ المتوسط الحسابي لأوزانها النسبية (79.53%)، وفي المرتبة الخامسة جاءت مجموعة العبارات التي تعبر عن بعد السعادة حيث بلغ المتوسط الحسابي لأوزانها النسبية (79%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت مجموعة العبارات التي تعبر عن بعد الطمأنينة كأحد أبعاد الرضا عن الحياة حيث بلغ المتوسط الحسابي لأوزانها النسبية (75.05%) .

ثانياً: نتائج اختبارات فروض البحث:

لاختبار فروض البحث تم إجراء التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها باستخدام استمارة الاستبيان، كم تم تحديد نتيجة اختبار كل فرض بناء على نتائج دراسة العلاقات بين المتغيرات الخاضعة للدراسة، وإجراء التحليل الإحصائي للبيانات والاختبارات الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) وذلك كما يأتي:

1- نتائج اختبار الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة ومستوي الرضا عن الحياة لديهن، وتمت دراسة هذا الفرض من خلال بحث علاقة الارتباط بين فئات كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة على فئات مستوي الرضا عن الحياة لديهن، ويوضح الجدول الآتي المتغيران المشار إليهما:

جدول رقم (17)

العلاقة بين كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة
ومستوي الرضا عن الحياة لديهن

كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة								مستوي الرضا عن الحياة
الإجمالي والنسبة		مرتفع الكثافة		متوسط الكثافة		منخفض الكثافة		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3.3	13	0	0	1.6	2	4.3	11	منخفض
39.8	159	56	14	35.2	43	40.3	102	متوسط
57	228	44	11	63.1	7	55.3	140	مرتفع
100	400	100	25	100	122	100	253	الإجمالي

وتشير بيانات الجدول السابق إلى العلاقة بين متغيري كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة ومستوي الرضا عن الحياة لديهن، ويتضح أن العدد الأكبر من أفراد العينة (140) لديهم كثافة استخدام منخفضة ومستوي رضا عن الحياة مرتفع.

ولاستخراج قيمة الارتباط بين متغير كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة ومتغير مستوي الرضا عن الحياة لديهن، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون للارتباط بينهما من واقع إجابات أفراد العينة على أسئلة استمارة الاستبيان وجاءت قيمة المعامل 0.033 بمستوي دلالة 0.505

وهي غير دالة إحصائياً عند مستوي معنوية (0.505) أي لا توجد علاقة بين المتغيرين.

وتم اختبار العلاقة بين المتغيرين المشار إليهما في الجدول رقم (18) بإجراء تحليل التباين في اتجاه واحد لاختبار مدي معنوية الفروق بين الفئات الثلاث بين كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة على فئات مستوي الرضا عن الحياة لديهن.

جدول رقم (18)

تحليل التباين بين فئات متغير كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة على فئات مستوي الرضا عن الحياة لديهن

مستوي المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	مجموع المربعات	درجات الحرية	مصادر التباين
0.158 غير دال	1.851	0.579	1.159	2	بين المجموعات
		0.313	124.279	397	داخل المجموعات
		-	125.437	399	المجموع

وأُسفرت نتائج الاختبار عن عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين فئات متغير كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة على فئات مستوي الرضا عن الحياة لديهن إذ جاءت قيمة $F=1.851$ وهي غير دالة إحصائياً (مستوي المعنوية = 0.158).

وبناءً على هذه النتائج يتبين عدم صحة الفرض الأول من فروض الدراسة: إذ تبين عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متغيري كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة ومستوي الرضا عن الحياة لديهن.

2- نتائج اختبار الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوي التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن، وتمت دراسة هذه الفرض من خلال بحث علاقة الارتباط بين فئات مستوي التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن، ويوضح الجدول الآتي المتغيرين المُشار إليهما:

جدول رقم (19)

العلاقة بين مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن

مستوي التوقعات الاجتماعية								مستوي الرضا عن الحياة
الإجمالي والنسبة		مرتفع		متوسط		منخفض		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3.3	13	0.6	1	3.8	9	50	3	منخفض
39.8	159	29.1	46	47	111	33.3	2	متوسط
57	228	70.3	111	49.2	116	16.7	1	مرتفع
100	400	100	158	100	236	100	6	الإجمالي

وتشير بيانات الجدول السابق إلى العلاقة بين متغيري مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن، ويتضح أن العدد الأكبر من افراد العينة (116) لديهن مستوى توقعات اجتماعية متوسط ومستوي رضا عن الحياة مرتفع.

ولاستخراج قيمة الارتباط بين متغير مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومتغير مستوى الرضا عن الحياة لديهن، تم استخدام معامل بيرسون للارتباط بينهما من واقع إجابات أفراد العينة على أسئلة استمارة الاستبيان، وجاءت قيمة المعامل $0.262 =$ بمستوي دلالة (0.000) وبذلك يتبين أن العلاقة أن العلاقة بين المتغيرين إيجابية ضعيفة (من 0.1 وأقل من 0.3) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000) أي توجد علاقة ارتباطية بين المتغيرين

وتم اختبار العلاقة بين المتغيرين المشار إليهما في الجدول رقم (20) بإجراء تحليل التباين في اتجاه واحد لاختبار مدي معنوية الفروق بين الفئات الثلاث بين مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن.

جدول رقم (20)

تحليل التباين بين فئات متغير مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر
ومستوي الرضا عن الحياة لديهن

مستوي المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	مجموع المربعات	درجات الحرية	مصادر التباين
0.000 دال	17.568	5.1	10.199	2	بين المجموعات
		0.29	115.238	397	داخل المجموعات
		-	125.437	399	المجموع

وأُسفرت نتائج الاختبار عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين فئات متغير مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر على فئات مستوى الرضا عن الحياة لديهن، إذ جاءت قيمة $F=17.568$ وهي دالة إحصائياً (مستوي المعنوية = 0.000).

ولمعرفة مصادر التباين بين الفئات الثلاث لمتغير مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر على فئات مستوى الرضا عن الحياة لديهن، تم إجراء اختبار (LSD) لدراسة مصادر التباين بين هذه الفئات، وتبين وجود فروق دالة في مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات بين كل من:

-فئة متوسطي مستوى التوقعات الاجتماعية، وفئة منخفضي مستوى التوقعات الاجتماعية لصالح فئة متوسطي مستوى التوقعات الاجتماعية (مستوي المعنوية = 0.000).

-فئة مرتفعي مستوى التوقعات الاجتماعية وفئة منخفضي مستوى التوقعات الاجتماعية لصالح فئة مرتفعي مستوى التوقعات الاجتماعية (مستوي المعنوية = 0.000).

-فئة مرتفعي مستوى التوقعات الاجتماعية وفئة متوسطي مستوى التوقعات الاجتماعية لصالح فئة مرتفعي مستوى التوقعات الاجتماعية (مستوي المعنوية = 0.000).

وبناءً على هذه النتائج يتبين صحة الفرض الثاني من فروض الدراسة: إذ تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متغيري مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن.

3- نتائج اختبار الفرض الثالث:

تتأثر العلاقة بين مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن بالمتغيرات التالية:

- دوافع تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.
- مستوى انتباه الفتيات في مصر أثناء التعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.
- المتغيرات الديموغرافية (السن - البيئة - المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي - المستوى الاقتصادي) لدي الفتيات في مصر.

ولاختبار هذا الفرض تم استخدام معامل الارتباط الجزئي (Partial Correlation) لاستخراج قيمة الارتباط بين كل من: دوافع تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، ومستوي انتباه الفتيات في مصر أثناء التعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، والخصائص الديموغرافية للفتيات، فيما يأتي عرضاً مفصلاً لأهم النتائج التي تم التوصل إليها:

- جاءت قيمة الارتباط الجزئي بين متغيري: مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن باستبعاد تأثير متغير الدوافع لهذا التعرض = 0.238 عند مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من قيمة الارتباط بينهما دون استبعاد تأثير هذا الأخير (0.262، ومستوي معنوية 0.000)، أي أن العلاقة الطردية قد قلت، مما يشير إلي أن استبعاد متغير الدوافع أدى إلي إضعاف العلاقة بين مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن.

-جاءت قيمة الارتباط الجزئي بين متغيري: مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن باستبعاد تأثير متغير الدوافع النفعية

لهذا التعرض = 0.228 عند مستوي معنوية (0.000) وهي أقل من قيمة الارتباط بينهما دون استبعاد الأخير (0.262 ومستوي معنوية 0.000)، أي أن العلاقة الطردية قد قلت، مما يشير إلى أن استبعاد متغير الدوافع النفسية أدى إلى إضعاف العلاقة بين مستوي التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن.

- جاءت قيمة الارتباط بين متغيري: مستوي التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن باستبعاد تأثير متغير الدوافع الطقوسية لهذا التعرض = 0.258 عند مستوي معنوية (0.000) وهي أقل من قيمة الارتباط دون استبعاد تأثير هذا الأخير (0.262 ومستوي معنوية 0.000)، أي أن العلاقة الطردية قد قلت، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير الدوافع النفسية أدى إلى إضعاف العلاقة بين مستوي التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباع حيث يتضح أن العلاقة بين مستوي التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن تتأثر بدوافع تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة سواء كانت هذه الدوافع نفسية أو طقوسية.

- جاءت قيمة الارتباط الجزئي بين متغيري : مستوي التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن باستبعاد تأثير متغير مستوي الانتباه أثناء التعرض = 0.264 عند مستوي معنوية (0.000) وهو أكبر من قيمة الارتباط بينهما دون استبعاد تأثير هذا الأخير (0.262، ومستوي معنوية 0.000)، أي أن العلاقة الطردية قد زادت، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير مستوي الانتباه أدى إلى زيادة العلاقة بين متغيري مستوي التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن ، أي أن العلاقة بين المتغيرين تتأثر بمستوي الانتباه حيث أن مستوي انتباه الفتيات في مصر أثناء

التعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة يضعف العلاقة بين المتغيرين المُشار إليهما.

- جاءت قيمة الارتباط الجزئي بين متغيري: مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوى الرضا عن الحياة لديهن باستبعاد تأثير متغير السن لهذا التعرض = 0.264 عند مستوى معنوية (0.000) وهو أكبر من قيمة الارتباط بينهما دون استبعاد تأثير هذا الأخير (0.262، ومستوى معنوية 0.000)، أي أن العلاقة الطردية قد زادت ، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير السن أدى لزيادة العلاقة بين متغيري مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوى الرضا عن الحياة لديهن، أي أن العلاقة بين المتغيرين تتأثر بمتغير السن.
- جاءت قيمة الارتباط الجزئي بين متغيري: مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوى الرضا عن الحياة لديهن باستبعاد تأثير متغير المستوى التعليمي لهذا التعرض = 0.263 عند مستوى معنوية (0.000) وهو أكبر من قيمة الارتباط بينهما دون استبعاد تأثير هذا الأخير (0.262، ومستوى معنوية 0.000)، أي أن العلاقة الطردية قد زادت ، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير المستوى التعليمي أدى لزيادة العلاقة بين متغيري مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوى الرضا عن الحياة لديهن، أي أن العلاقة بين المتغيرين تتأثر بمتغير المستوى التعليمي.
- جاءت قيمة الارتباط الجزئي بين متغيري: مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوى الرضا عن الحياة لديهن باستبعاد تأثير متغير مكان الإقامة لهذا التعرض = 0.259 عند مستوى معنوية (0.000) وهو أقل من قيمة الارتباط بينهما دون استبعاد تأثير هذا الأخير (0.262، ومستوى معنوية 0.000)، أي أن العلاقة الطردية قد قلت، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير مكان الإقامة أدى لإضعاف العلاقة بين متغيري مستوى التوقعات الاجتماعية لدي

الفتيات في مصر ومستوى الرضا عن الحياة لديهن، أي أن العلاقة بين المتغيرين تتأثر بمتغير مكان الإقامة.

- جاءت قيمة الارتباط الجزئي بين متغيري: مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوى الرضا عن الحياة لديهن باستبعاد تأثير متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي = 0.284 لهذا التعرض عند مستوى معنوية (0.000) وهو أكبر من قيمة الارتباط بينهما دون استبعاد تأثير هذا الأخير (0.262، ومستوى معنوية 0.000)، أي أن العلاقة الطردية قد زادت، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي أدى إلى زيادة العلاقة بين متغيري مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوى الرضا عن الحياة لديهن، أي أن العلاقة بين المتغيرين تتأثر بمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

ويتضح من النتائج السابقة أن العلاقة بين مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوى الرضا عن الحياة لديهن تتأثر بالمتغيرات الديموغرافية (السن، المستوى التعليمي، مكان الإقامة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

وبناء على كل ما سبق يتبين صحة الفرض الثالث من فروض الدراسة: إذ تبين أن العلاقة بين مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوى الرضا عن الحياة لديهن تتأثر باستبعاد تأثير متغيرات: دوافع تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، ومستوى انتباه الفتيات أثناء التعرض، وخصائصهن الديموغرافية.

وتمثل هذا التأثير في تدعيم متغيرات: الدوافع (النفعية والطقوسية)، مكان الإقامة، للعلاقة بين المتغيرين المُشار إليهما، كما تمثل هذا التأثير في إضعاف متغيرات: مستوى انتباه الفتيات أثناء التعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، السن، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي والاجتماعي للعلاقة بين المتغيرين المُشار إليهما.

وتتفق هذه النتيجة مع ما يشير إليه مدخل الاستخدامات والاشباكات من أن المضمون الاتصالي يؤدي لحدوث تأثيراته من خلال عوامل وسيطة قد تخرج عن عملية الاتصال نفسها مثل، دوافع التعرض، مستوى الانتباه أثناء التعرض، المتغيرات الديموغرافية

مناقشة نتائج البحث:

اهتم البحث بالتعرف علي كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، ثم تحديد مستوى الرضا عن الحياة لديهن، والعلاقة بين كثافة هذا التعرض ومستوي الرضا عن الحياة لدي الفتيات المصريات التي تتعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، فضلاً عن دراسة تأثير كل من: دوافع التعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، مستوى الانتباه أثناء التعرض، مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر، فضلاً عن المتغيرات الديموغرافية لهن، وتأثير هذه المتغيرات علي هذه العلاقة، وتم إجراء البحث من خلال تطبيق استمارة الاستبيان علي عينة من الفتيات المصريات اللاتي تتعرضن للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة بلغ قوامها 400 مفردة.

وبعد إجراء البحث الميداني، واستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، توصلت البحث إلى مجموعة من النتائج التي اهتمت بالإجابة على مجموعة من التساؤلات واختبار عدة فروض والتي تم تحديدها في ضوء مشكلة البحث وإطارها النظري ونتائج الدراسات السابقة، ويمكن إيجاز نتائج الإجابة على هذه التساؤلات ونتائج اختبار الفروض، ثم مناقشة هذه النتائج كما يأتي:

- تشير نتائج البحث الميداني إلى أن كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة جاءت منخفضة ومتوسطة القوة لدي الغالبية العظمي من مفردات العينة (جدول رقم 6) وهو ما يمكن تفسيره وجود مصادر بديلة لتلقي المعلومات الخاصة بالمرأة منها انستجرام، يوتيوب، تيك توك وفيسبوك ومتابعة مدونات الموضة والنساء المؤثرات في مختلف المجالات بالإضافة إلي تكرار المضمون والمحتوي

المُقدم في البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة وسطحية عرض الموضوعات مما يؤدي للشعور بالملل وضعف إقبال الفتيات علي مشاهدة البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.

- جاءت الدوافع بوجه عام متوسطة القوة ثم قوية لدي النسبة الأكبر من الفتيات المصريات التي تتعرضن للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة (جدول رقم 7)، وجاءت نسبة غير قليلة ممن لديهن دوافع طقوسية ونفعية قوية للتعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة (جدول رقم 8 و 9) ويمكن تفسير ذلك بأن برامج المرأة مصدراً مهماً للمعلومات الخاصة بالمرأة واكتساب الخبرات بالإضافة إلى كونها إحدى وسائل التسلية والترفيه.

- خلصت نتائج البحث الميداني أن مستوى انتباه الفتيات أثناء التعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة جاء متوسط القوة ومنخفض القوة لدي الغالبية العظمي من مفردات العينة (جدول رقم 11)، وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه نتائج الدراسة الميدانية (جدول رقم 8 و 10) من قوة الدوافع النفعية لتعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة إذا ما قُورنت بالدوافع الطقوسية وهو ما يمكن تفسيره في ضوء طبيعة البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة التي ترتبط غالباً بتزويد المرأة بالمعلومات والخبرات في مختلف مجالات الحياة منها تثقيف المرأة، تمكين المرأة وتوعيتها بصحتها الجسدية والنفسية وغيرها.

- انتهت البحث الميداني فيما يتعلق بمستوي التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر أن مستوى التوقعات الاجتماعية جاء مرتفعاً ومتوسطاً لدي الغالبية العظمي من مفردات العينة (جدول رقم 13)، وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه نتائج الدراسة الميدانية (جدول رقم 8) من أن الدوافع النفعية جاءت قوية لدي غالبية الفتيات عينة الدراسة، وأيضاً تتفق مع ما أشارت إليه نظرية التوقعات الاجتماعية من أن وسائل الاتصال الجماهيرية تُعد مصدراً مهماً للتوقعات الاجتماعية النموذجية حول التنظيم الاجتماعي لجماعات معينة في المجتمع الحديث (زايد، إيمان عبد الحكيم أحمد، 2016م: 47) .

- أفصحت نتائج البحث فيما يتعلق بمستوي الرضا عن الحياة لدى الفتيات في مصر أن مستوي الرضا عن الحياة جاء مرتفعاً ومتوسطاً لدى الغالبية العظمي من مفردات العينة (جدول رقم 15)، وتتفق هذه النتيجة مع ما خلصت إليه نتائج الدراسة الميدانية (جدول رقم 13) فيما يتعلق بمستوي التوقعات الاجتماعية لدى الفتيات في مصر بأن مستوي التوقعات جاء مرتفعاً ومتوسطاً لدى الغالبية العظمي من أفراد العينة وهو ما يمكن تفسيره باهتمام البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة بالصحة النفسية، واستضافة أطباء نفسين لتقديم التوعية النفسية للمرأة بالإضافة إلي النصائح والتوجيهات التي تساعد علي رفع مستوي الرضا عن الحياة لديها.

- توصلت نتائج البحث الميداني لعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متغيري كثافة تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة وعلاقته بمستوي الرضا عن الحياة لديهن ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما أشارت إليه نتائج الدراسة الميدانية جدول رقم (11) من أن مستوي انتباه الفتيات أثناء التعرض للبرامج التلفزيونية لموجهة للمرأة جاء متوسطاً أو ضعيفاً لدى الغالبية العظمي من مفردات العينة

- أشارت نتائج البحث الميداني إلى وجود فروق دالة بين فئات متغير مستوي التوقعات الاجتماعية لدى الفتيات في مصر على فئات مستوي الرضا عن الحياة لديهن وجاءت هذه الفروق بين فئتي متوسطي مستوي التوقعات الاجتماعية ومنخفضي مستوي التوقعات الاجتماعية، وفئتي مرتفعي مستوي التوقعات الاجتماعية ومنخفضي مستوي التوقعات الاجتماعية، وفئتي مرتفعي مستوي التوقعات الاجتماعية ومتوسطي مستوي التوقعات الاجتماعية لصالح الفئة الأعلى ويمكن تفسير هذه النتيجة بوجود تأثير للمضامين الاتصالية المتنوعة لوسائل الإعلام علي الجمهور والتوقعات حولهم والذي يؤثر بدوره علي كيفية تعاملهم مع هذا الواقع وفي مرحلة متقدمة يؤثر علي تقبلهم لمستقبلهم ومستوي رضاهم عن واقعهم (زايد، إيمان عبد الحكيم أحمد، 2016م: 47)

- كما توصلت نتائج البحث الميداني إلي وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن، و يمكن تفسير هذه النتيجة بأنه كلما كان مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر مرتفع كان مستوى الرضا عن الحياة لديهن مرتفع، وكلما كان مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر متوسطاً كان مستوى الرضا عن الحياة لديهن متوسطاً، وكلما كان مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ضعيفاً كان مستوى الرضا عن الحياة لديهن ضعيفاً، وقد أشارت نتائج الدراسة الميدانية في الجدول رقم (13) بأن مستوى التوقعات الاجتماعية مرتفعاً ومتوسطاً، مما يؤكد أن مستوى الرضا عن الحياة لديهن مرتفعاً ومتوسطاً كما هو موضح في الجدول رقم (15).

- تبين أن العلاقة بين مستوى التوقعات الاجتماعية لدي الفتيات في مصر ومستوي الرضا عن الحياة لديهن تتأثر باستبعاد تأثير متغيرات: دوافع تعرض الفتيات في مصر للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، ومستوي انتباه الفتيات أثناء التعرض، وخصائصهن الديموغرافية.

وتمثل هذا التأثير في تدعيم متغيرات: الدوافع (النفعية والطقوسية)، مكان الإقامة، للعلاقة بين المتغيرين المشار إليهما، كما تمثل هذا التأثير في إضعاف متغيرات: مستوى انتباه الفتيات أثناء التعرض للبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، السن، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي والاجتماعي للعلاقة بين المتغيرين المشار إليهما.

وتتفق هذه النتيجة مع ما يشير إليه مدخل الاستخدامات والاشباع من أن المضمون الاتصالي يؤدي لحدوث تأثيراته من خلال عوامل وسيطة قد تخرج عن عملية الاتصال نفسها مثل، دوافع التعرض، مستوى الانتباه أثناء التعرض، المتغيرات الديموغرافية.

توصيات البحث:

تقترح الباحثة في ضوء ما توصلت إليه من نتائج للبحث الحالي بعض التوصيات كالآتي:

- 1- أن تهتم البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة بالجانب النفسي للمرأة وتحديدًا رضاها عن حياتها وتخصيص فقرة لذلك، فضلاً عن الاستعانة بالمتخصصين وذوي الخبرة في الشأن النسائي والنفسي.
- 2- التركيز في البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة على عرض النماذج الإيجابية والقنوات الحسنة في كافة المجالات لتحفيز الفتيات المصريات على العمل والإنجاز والافتداء بتلك النماذج ورفع مستوى الرضا عن الحياة لديهن.
- 3- مراعاة الدقة في اختيار مقدمات البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة والتزامهن بالقيم والمعايير الأخلاقية والمجتمعية السائدة.
- 4- العمل على تطوير وتحسين المضامين المقدمة في البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة والتي تخاطب فئة من أكبر وأهم فئات المجتمع وهي المرأة.
- 5- ضرورة إجراء الدراسات الممتدة التتبعية للتعرف على تأثير البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة عليها وعلى مستويات الرضا الحياتية لديها

مراجع البحث:

أولاً: المراجع العربية:

الرسائل العلمية:

- (1) أحمد، داليا. اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو برامج المرأة بالقنوات العربية كما تعكسها تعليقاتهم في هذه المواقع، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2023.
- (2) حسين، مني. الرضا عن الحياة والصلابة النفسية وعلاقتها ببعدي الغضب لدي أبناء الأمهات العاملات وغير العاملات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنصورة، ص24، 2013.
- (3) سيد، محمود. تطور الذكاء الوجداني والرضا عن الحياة خلال المراحل العلاجية لدي عينة من المتعافين من الاعتماد على المواد المؤثرة نفسياً، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنصورة، ص 47، 2020.

الأبحاث المنشورة والمجلات العلمية:

- (4) إبراهيم، نجوى. الرضا عن الحياة، بحث منشور بالمؤتمر السنوي الخامس عشر، الإرشاد الأسري وتنمية المجتمع نحو آفاق إرشادية رحبة، مركز الإرشاد النفسي، جامعة عين شمس، مجلد2، ص750، أكتوبر 2010.
- (5) أحمد، جعفر. الرضا عن الحياة لدي الأبناء، المجلة العلمية لكلية رياض الأطفال، المجلد 5، العدد2، ص 266، أكتوبر 2018.
- (6) البرجي، هشام. اتجاهات الجمهور المصري نحو البرامج النسائية ودورها في التعبير عن حقوق وقضايا المرأة، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 395، 396، يناير-يونيو 2023.
- (7) حسن، سمر. دور البرامج الحوارية بالفصائيات المصرية الخاصة في ترتيب أجندة الجمهور نحو قضايا المرأة، دراسة (تحليلية - ميدانية)، مجلة بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية، العدد 89، يوليو 2023.
- (8) راشد، ندي. أساليب مواجهة الضغوط النفسية وعلاقتها بالرضا عن الحياة لدي النساء الأرامل في مدينة الرياض، مجلة الفتح للبحوث التربوية والنفسية، المجلد الثامن والعشرون، العدد الأول، مارس 2024.
- (9) سامي، رنا. دور البرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات المرأة نحو قضاياها، دراسة تطبيقية، مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، مجلد 35، عدد4، ص 3-29، يناير 2023.

- (10) السعدي، رحاب. أزمة الهوية وعلاقتها بالرضا عن الحياة لدى الشباب الجامعي الفلسطيني في الجامعات الإسرائيلية، جامعة حيفا نموذجاً، **مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)**، مجلد 32(7)، 2018.
- (11) سعيد، عبد الكريم. فاعلية برنامج إرشادي لخفض الضغوط النفسية وتحسين مستوى الرضا عن الحياة لطلبة جامعة فلسطين بغزة، **مجلة العلوم التربوية**، عدد 2، ص 332-367، 2009.
- (12) السيد، بسام. برنامج مقترح من منظور العلاج المتمركز حول العميل في خدمة الفرد لتنمية مهارات توكيد الذات للزوجة المعنفة، **مجلة الخدمة الاجتماعية**، العدد 2، ص 379-438.
- (13) السيد، جمال. الصلابة النفسية والرضا عن الحياة لدى عينة من المسنين، دراسة مقارنة، **مجلة كلية التربية**، مجلد 19، عدد 3، ص 276، 2009.
- (14) عاطف، نهي. معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 5، ص 1، يناير 2016.
- (15) عبده، قطب. عادل، علياء، تأثير إدمان برامج التواصل الاجتماعي على الشعور بالرضا عن الحياة والحيوية الذاتية لدى طلاب الجامعة، **المجلة التربوية لكلية التربية بسوهاج**، العدد 108، ابريل 2023.
- (16) عبده، منال. إدراك الفتاة الجامعية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية المقدم في برامج المرأة بالقنوات الفضائية وعلاقته بمشاركتها السياسية، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد 54، يوليو 2020.
- (17) عثمان، أحمد أحمد أحمد، إدارة المشاهير لذواتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتقدير الذات لدى الجمهور المصري، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 21، العدد 4، ديسمبر 2022.
- (18) متولي، أحمد. تعرض المراهقات لبرامج المرأة بالقنوات الفضائية وعلاقته باتجاهاتهن نحو النسوية، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، العدد 23، ص 213، يناير 2022.
- (19) محمد، نادية. المرونة النفسية وعلاقتها بالرضا عن الحياة لدى طالبات جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن، **مجلة الإرشاد النفسي**، عدد 50، جزء 2، ص 1-49، يوليو 2021.
- (20) محمود، زينب. معالجة برامج المرأة في الفضائيات المصرية لمشكلاتها وعلاقتها بإدراكها لواقعها الاجتماعي، **مجلة بحوث كلية الآداب**، جامعة المنوفية، يناير 2024.
- (21) مصطفى، أشرف. تعرض المراهقات للمسلسلات الهندية التلفزيونية وعلاقته بمستوي الرضا عن الحياة لديهن، **المجلة العلمية لكلية التربية النوعية**، العدد 25، ص 264-265، يناير 2021.

الكتب:

- (22) البهي، فؤاد. علم النفس الإحصائي وقياس العقل البشري، ط3، القاهرة، دار الفكر العربي، ص 402، 1979.
- (23) ظافر، محمد. كتاب جودة الحياة وعلاقتها بتقدير الذات والصحة النفسية لدى طلاب المرحلة الثانوية بالمملكة العربية السعودية، ص 34-36، يناير 2023.

أسماء المحكمين بحسب الترتيب الأبجدي:

- أ.د إيمان خضر، أستاذ ورئيس قسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنصورة.
- أ.د إسلام أحمد أحمد عثمان، أستاذ العلاقات العامة ووكيل كلية الإعلام جامعة بني سويف.
- أ.د سامي النجار، أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنصورة.
- أ.د عبد الفتاح درويش أستاذ علم النفس ووكيل كلية الآداب السابق جامعة المنوفية.
- أ.د عربي الطوخي، أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الآداب جامعة بنها.
- أ.د محمد الغريب، أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الآداب جامعة الزقازيق.
- أ.د محمد معوض، أستاذ بقسم الإعلام وثقافة الطفل بمعهد الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس.
- أ.د ممدوح مكاوي أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام جامعة بني سويف.

المراجع الأجنبية:

- 1) Choi, Doo-Hun. Impact of Social Media Use on the Life Satisfaction of Adolescents in South Korea Through Social Support and Social Capital. **SAGE Open**. 14. 10.1177/21582440241245010, 2024.
- 2) Kanji, S., Carmichael, F., Darko, C., Egyei, R., & Vasilakos, N. The Impact of Early Marriage on the Life Satisfaction, Education and Subjective Health of Young Women in India: A Longitudinal Analysis. **The Journal of Development Studies**, 60(5), 705-723. <https://doi.org/10.1080/00220388.2023.2284678>, 2023.
- 3) Martinez-Sheperd, I. Attitudes of Women Toward Their Portrayals in Specialized TV programs and Relationship to Their Self-esteem, **MA Thesis**, Iowa State University, 2019.
- 4) Momeni, Ali & Montazer-Ghaem, Mahdi. An Analysis of the Evolution of the Representation of Women in Celebratory Occasional Programs of IRIB TV from 2016 to 2021: **Hijab and Behavior of Women Hosts and Guests/10.22034.122-91./MCR.2023.181954**, 2024.

- 5) Pawłowska – Muc, Agnieszka & Pilewska-Kozak, Anna & Stadnicka, Grażyna & Kęsik, Jan & Dobrowolska, Beata. Satisfaction with the life of Polish women experiencing domestic violence. **Frontiers in Public Health**. 11. 1073612. 10.3389/fpubh.2023.1073612,2023.
- 6) Tahir, Maria & Bilal, Ahmad. IMPACT OF REALITY TV COSMETIC SHOWS ON BODY IMAGE SATISFACTION IN YOUNG WOMEN. **Pakistan Journal of Social Research**. 05. 516–527. 10.52567/pjsr.v5i02.1133,2023.