

برامج المسابقات بالفضائيات العربية وعلاقتها بالجانب المعرفي
برامج المسابقات بالفضائيات العربية وعلاقتها بالجانب المعرفي والاجتماعي للشباب

المصري

(دراسة ميدانية)

الباحثة/مى عمر سعيد هندی

لدرجة الماجستير فى الآداب من قسم الإعلام/شعبة الإذاعة/ إنتاج المواد الإذاعية جامعة المنصورة

إشراف

د. شادي إبراهيم بهلول

مدرس بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنصورة

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الدراسات العليا
للطفولة بجامعة عين شمس وعميد معهد
الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الإتصال

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة التعرف علي العلاقة بين تعرض الشباب المصري لبرامج المسابقات بالفضائيات العربية و الجانب المعرفي والاجتماعي لديهم ، تنتمي الدراسة إلي الدراسات الوصفية ، استخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان لجمع البيانات من خلال مسح لعينة عمدية قوامها (٤٢٠) مفردة من الشباب المصري من متابعي برامج المسابقات بالفضائيات العربية.

مقدمة:

زادت أهمية برامج المسابقات في القنوات الحكومية والخاصة ، وأصبحت ظاهرة اجتماعية ، ومع ازدياد عدد القنوات الفضائية العربية وازدياد حدة التنافس بينهما علي جذب الجمهور وبالفعل فبرامج المسابقات يشاهدها الكثيرون، وبالتالي فهي تسهم بشكل كبير في تشكيل الجانب المعرفي للشباب خاصة أن المعرفة والمعلومات في تلك البرامج تُقدم في قالب ترفيهي مما يسهل عملية الاستيعاب والبقاء لوقت أطول في ذهن الشباب وبالتالي لها تأثيرات عديدة علي متابعيها وتلك التأثيرات قد تكون معرفية حيث تمد الأفراد بالمعلومات خاصة لو كانت مسابقات ثقافية فبالنتالي تساهم في التشكيل الثقافي الذي يشمل طريقة التفكير مما يخلق لمتابعيها آراء ثقافية عن موضوعات ومفاهيم جديدة يوثر في اتجاهات الشباب ومواقفهم وسلوكهم الاجتماعي ، كما أنها تؤثر أيضاً في تشكيل الجانب الاجتماعي

الباحثة/مى عمر سعيد هندی

للشباب من خلال طريقة التعاملات وطريقة الحوار بين المتسابقين ومقدم البرنامج ، وبين المتسابقين وبعضهم البعض والمنافسة الشريفة بينهم مما يؤثر علي سلوك الشباب الاجتماعي ومواقفهم وقيمهم الاجتماعية وبالفعل تؤثر علي تفاعل الشباب مع أصدقائهم والأسرة .

الدراسات السابقة:

بعد أن تم الاطلاع على الدراسات السابقة تم تقسيمها إلى محورين وذلك لتغطية مختلف جوانب الدراسة الحالية كالتالي :

المحور الأول : الدراسات التي تتعلق ببرامج المسابقات .

المحور الثاني : الدراسات المتعلقة بتأثيرات الفضائيات العربية علي الجانب المعرفي والاجتماعي .

المحور الأول: الدراسات التي تتعلق ببرامج المسابقات .

١. دراسة ايمان محمد عبد القوي متولي، ٢٠١٩ حول "دوافع تعرض المراهقين لبرامج

إكتشاف المواهب ببعض قنوات التليفزيون المصري والإشباع المتحققة منه

سعت الدراسة الدراسة إلي التعرف علي دوافع وأسباب تعرض المراهقين لبرامج إكتشاف المواهب بالتليفزيون المصري ببعض قنوات بالتليفزيون المصري والإشباع المتحققة منها كهدف رئيسي تسعي الدراسة إلى تحقيقه ،وأجريت الدراسة علي عينة قوامها (٣٠٠) مفردة من الطلاب (ذكور - إناث) من محافظة القاهرة والجيزة، تمثل التوزيع المتساوي على الجامعات المصرية والحكومية والخاصة، جامعة حكومية (١٥٠) وطبقت على جامعة عين شمس ،جامعة خاصة (١٥٠) وطبقت على جامعة ٦ أكتوبر ، تم استخدام إستمارة الاستبيان ، وتم استخدام منهج المسح الإعلامي من خلال تطبيق استمارة الاستبيان

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها:

١- أن حصول برامج المسابقات وإكتشاف المواهب علي المركز الأول بنسبة بلغت ٤٧,٠%.

برامج المسابقات بالفضائيات العربية وعلاقتها بالجانب المعرفي
٢- أن نسبة (٤٢,٩%) من أفراد العينة يعتقدون أن برامج إكتشاف المواهب تسهم في إكتشاف مواهبهم.

٢. دراسة خالد بنداري عبد العاطي موسي ٢٠١٨ حول "استخدام المراهقين لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية والإشباعات المتحققة لهم

سعت الدراسة إلي التعرف علي استخدام المراهقين لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية والإشباعات المتحققة لهم ، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الاعلامي الميداني عن طريق مسح لعينة من المراهقين سن (١٥-١٧) عاما بالمدارس الثانوية (حكومي- خاص) علي عينة عشوائية قوامها (٤١٠) من خلال تطبيق استمارة الاستبيان.

وتوصلت الدراسة إلي العديد من النتائج من أهمها:

١- أن قنوات المسابقات المفضلة للمراهقين بالترتيب هم (قناة مايسترو_ قناة اندكس_ قناة شهرزاد فهذه المسابقات بهذه القنوات أصبحت ظاهرة لها تأثيرها، فوجد فيها مظاهر "الإثارة السلوكية"، ومظاهر الإثارة التي تحدث من خلال ملابس المرأة، ومظاهر الإثارة الجسدية".

٢- أنه جاء نمط المشاهدة "بمفردتي" هو النمط السائد في المشاهدة لدي (عينة الدراسة) من المراهقين، ويأتي في المرتبة الثانية نمط "حسب الظروف"، ثم في المرتبة الثالثة نمط "المشاهدة مع الأصدقاء".

المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بتأثيرات الفضائيات العربية علي الجانب المعرفي والاجتماعي.

١. دراسة أحمد حسين كاظم الجبوري، ٢٠١٩ حول "دور البرامج العلمية في التلفزيون العراقي في تعريف الجمهور بتقنيات المعلومات الحديثة، دراسة تحليلية ميدانية"
سعت الدراسة إلي التعرف علي الدور الذي تؤديه البرامج العلمية، ومدي تزويدها للجمهور العراقي بتقنيات المعلومات الحديثة، ورصد الاتجاه العام للجمهور العراقي نحوها، وتم استخدام المنهج الوصفي والتحليلي والميداني ، وتم استخدام الاستبيان والمقابلة كأدوات لجمع البيانات ، وتم التطبيق علي (٤٠٠) مفردة من الجمهور العراقي .

الباحثة/مى عمر سعيد هندی

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها:

١- أن البرامج العلمية والتكنولوجية تهئ التربة الخصبة لظهور الاختراعات العلمية لتحقيق الرقي والتطور للمجتمع، وأنها تساعد علي تنظيم الفكر والرؤي نحو مجتمع المعرفة، وأن البرامج العلمية أحد أهم السبل لتحقيق التميز الحضاري للشعوب، وأنها تساعد علي استغلال الموارد البشرية أفضل، لكونها تقدم موضوعات جادة تسهم في إفادة المشاهد .

٢- أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أسباب التعرض للبرامج العلمية وفقاً للمهنة العمل " لصالح مهنة رجل أعمال.

٢. دراسة فيبي رؤوف فهمي، ٢٠١٨ حول "العلاقة بين التعرض للقنوات العلمية ومستوي المعرفة لدى الشباب المصري: (دراسة حالة على قناتي **National Geographic** & **Discovery channel Abu Dhabi**)

سعت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين القنوات العلمية المتخصصة، ومعارف الشباب العلمية عينة الدراسة، وتحليل الأشكال البرمجية للمواد العلمية والتكنولوجية في القناتين محل الدراسة، بالإضافة إلى رصد وتفسير مكانة الوسائل الإعلامية المختلفة لدى الشباب كمصادر للمعلومات، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي، واستخدمت نظرية ثراء وسائل الإعلام، واستخدم صحيفة استقصاء كأداة لجمع البيانات على عينة عمدية من الشباب المصري من سن (١٩ إلى ٣٥) سنة قوامها (٣٠٠) من المبحوثين الذين يتعرضون لمشاهدة البرامج والمواد العلمية من خلال قناتي الدراسة في الفترة من ٢٧ ديسمبر ٢٠١٧ حتى ٢٧ فبراير ٢٠١٨ .

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها:

١- أن نسبة (١٧.٧%) من المبحوثين عن اهتمامها المحدود بمشاهدة البرامج والمواد العلمية والتكنولوجية، بينما بلغت نسبة المهتمين جداً (٢٨.٣%)، ويمكن تفسير ذلك في ضوء خصائص عينة الدراسة .

٢- تصدر عالم الحيوان المركز الأول من بين المجالات العلمية والتكنولوجية التي يحرص المبحوثون من الشباب المصري عينة الدراسة على متابعتها، ويأتي المركز الثاني من

برامج المسابقات بالفضائيات العربية وعلاقتها بالجانب المعرفي
نصيب عالم البحار، ثم المركز الثالث لمجالات العلوم بصفة عامة، بينما يأتي مجال
الفضاء الخارجي والكونيات في المركز الرابع، ويليه مجال الاكتشافات العلمية
والاختراعات الجديدة الذي يمثل المركز الخامس.

مشكله الدراسة :

للتليفزيون مكانة هامة في حياة الأفراد والشعوب نظرًا لدوره الكبير في غرس القيم و
تكوين الأفكار والسلوكيات ، فالفنوات الفضائية أداة قوية للتأثير علي سلوكيات وعلاقات
ومعارف الجمهور لما تبتثه من مواد وبرامج تجذب جميع شرائح المجتمع ، فبرامج المسابقات
من أكثر البرامج جذبًا للانتباه والاستحواذ علي اهتمام الشباب وتتمتع بساعات عرض طويلة
علي الفضائيات العربية، ولاقت برامج المسابقات نجاح كبير بمختلف أنواعها فمنها الثقافية
والتمثيلية والغنائية وغيرها، وتتبع الآثار التي يمكن أن تتركها هذه البرامج في تشكيل الجوانب
المعرفية والاجتماعية للجمهور وخاصة الشباب والشابات مما يتابعون برامج المسابقات
ويتفاعلون معها سواء المشاركة أو بالتصويت للمشاركين مما يجعلهم يعتادون عليها
ويتأثرون بها فالشباب من أكثر الفئات التي تحب المغامرة والتجربة وحب التنافس.
ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في محاولة التعرف علي علاقة برامج المسابقات
بالفضائيات العربية والجانب المعرفي والاجتماعي للشباب المصري؟ .

أهمية الدراسة:

تسعي هذه الدراسة إلى التعرف على برامج المسابقات وعلاقتها بالجانب المعرفي
والاجتماعي للشباب المصري، وذلك من خلال استبانة علي عينة عمدية من الشباب مصري
عددها (٤٢٠) مفردة وتتبع أهمية الدراسة من التالي

١- أهمية دراسة برامج المسابقات نظرًا للانتشار الواسع في الآونة الأخيرة والتي
تجذب الكثير من الشباب لمشاهدتها ، وبخاصة في الوقت الحاضر؛ حيث تتمتع
هذه النوعية من البرامج بمساحات كبيرة من المدد الزمنية أثناء عرضها
بالفضائيات العربية.

٢- تعد هذه الدراسة إضافة معرفية لحقل الدراسات الإعلامية حيث تسعي للتعرف
على علاقة برامج المسابقات بالجانب المعرفي والاجتماعي للشباب المصري.

٣- أهمية الشريحة العمرية (الشباب) التي يتم التطبيق عليها والتي تمثل الشريحة الرئيسية في المجتمع المصري.

أهداف الدراسة:

- يتمثل الهدف الرئيسي في التعرف على مدى علاقة برامج المسابقات بالجانب المعرفي والاجتماعي للشباب المصري وبنيتق عن هذا الهدف أهدافاً فرعية:
- ١- ما الفئة الأكثر اهتماماً ومتابعة لهذه البرامج (ذكور-إناث).
 - ٢- ما كثافة تعرض الشباب المصري لبرامج المسابقات.
 - ٣- ما رأي الشباب المصري في برامج المسابقات.
 - ٤- ما العلاقة الموجودة بين متابعة الشباب لهذه البرامج و نسبة تأثرهم بها.

الإطار النظري للدراسة

نظرية الاستخدامات والإشباع:

تهتم نظرية الإستخدامات والإشباع بالتركيز علي الجمهور الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية بشكل نشط لتحقيق حاجات معينة، حيث يعتمد مدخل الاستخدامات والإشباع علي فكرة مفادها أن استخدام الجمهور لنفس الرسالة تختلف باختلاف الأهداف التي يسعى هؤلاء الأفراد لتحقيقها كما أن تأثير أي وسيلة إعلامية محددة ترتبط بشكل كبير بالاختلافات القائمة بين الأفراد في تعاملاتهم مع الوسيلة، ومن ثم فإن حاجة الأفراد ورغباتهم وتوقعاتهم تعد جميعاً متغيرات وسيطة بين الرسائل الإعلامية وتأثيرات تلك الرسائل ، ويقوم الجمهور بتحديد نوع المضمون الاتصالي الذي يتعرض له بناء علي مدى توقعه للجمهور بأن ذلك المضمون سوف يشبع ما لديه من احتياجات شخصية، وتختلف تلك الحاجات من فرد لآخر.

اعتمدت هذه الدراسة علي إطار نظري يتمثل في نظرية الاستخدامات والإشباع لأنها الأنسب للدراسة الحالية وكما أنها أحدي النظريات التي تفسر طريقة استخدام الأفراد لوسائل الإعلام كمصدر هام في إشباع احتياجاتهم ، و لأن النظرية تنظر إلي جمهور وسائل الإعلام علي أنه جمهور نشط في استخدامه لهذه الوسائل وعليه فإن الدراسة تنظر إلي الشباب علي أنهم جمهور نشيط يتعرض للفضائيات العربية وبيحث عن ما يريد حيث

برامج المسابقات بالفضائيات العربية وعلاقتها بالجانب المعرفي

يقوم الشباب بدور واع في انتقاء الوسائل التي تشبع احتياجاته المتعددة، سواء كانت معرفية، أو اجتماعية ، ويعرض عن الوسائل التي لا تحقق له أى إشباع ، واستفادت الدراسة الحالية من نظرية الاستخدامات والاشباع في تقسيم الدوافع إلي دوافع طقوسية وأخري نفعية ورصد العلاقة بين برامج المسابقات بالفضائيات العربية وعلاقته بالجانب المعرفي والاجتماعي للشباب المصري والاشباع المتحققة لهم وتم أخذ ذلك في الاعتبار عند تصميم استمارة الاستبيان كما يمكن الاستفادة من النظرية في تحديد المحاور الرئيسية للدراسة الميدانية من خلال وضع أسئلة الاستبيان والمساعدة في تحديد العوامل الديموغرافية لعينة الدراسة.

تساؤلات الدراسة :

تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

- ١- ما الفئة الأكثر اهتمامًا ومتابعة لهذه البرامج (ذكور-إناث)؟
- ٢- ما كثافة تعرض الشباب المصري لبرامج المسابقات؟
- ٣- ما رأي الشباب المصري في برامج المسابقات؟
- ٤- العلاقة الموجودة بين متابعة الشباب لهذه البرامج و نسبة تأثرهم بها؟

فروض الدراسة:

تم تحديد فروض الدراسة بناء على تحديد المشكلة البحثية بأبعادها السابقة وذلك كالتالي:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين كثافة التعرض لبرامج المسابقات والمستوى المعرفي للمبحوثين.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين كثافة التعرض لبرامج المسابقات والجانب الاجتماعي لدى المبحوثين.

الإجراءات المنهجية:

نوع الدراسة ومنهجها:

هذه الدراسة تعد من الدراسات الوصفية ، وتستخدم هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي الوصفي الذي يعد من انسب المناهج لموضوع الدراسة الحالية حيث تستهدف الدراسة رصد وتوصيف علاقة برامج المسابقات بالفضائيات العربية بالجانب المعرفي

الباحثة/مى عمر سعيد هندی

والاجتماعي للشباب المصري وذلك من خلال مسح لعينة عمدية من الشباب المصري من متابعي برامج المسابقات بالفضائيات العربية.

مجتمع وعينة الدراسة

مجتمع الدراسة : ويتمثل في الشباب المصري (الذكور _ الإناث) في المرحلة العمرية من (١٨ إلى أقل من ٣٥) سنة وتم تطبيق الدراسة على عينة ميدانية من متابعي برامج المسابقات بالفضائيات العربية قوامها (٤٢٠) مفردة من الشباب المصري .

أدوات جمع البيانات

إستمارة الاستبيان : هي إستمارة جمع المعلومات والبيانات من المبحوثين مباشرة، تم استخدامها كأداة لجمع البيانات من المبحوثين عينة الدراسة. وقامت الباحثة بإعداد استمارة الإستبيان لتغطية تساؤلات الدراسة وتم عرضها على السادة المحكمين، وتضمنت الاستمارة (٤١) سؤالاً وتم توجيهها للمبحوثين عن طريق الاستبيان الورقي والإلكتروني.

حدود الدراسة

الحدود الموضوعية :-

تتعلق الحدود الموضوعية بالتعرف علي العلاقة بين برامج المسابقات بالفضائيات العربية وعلاقتها بالجانب المعرفي والاجتماعي للشباب المصري.

الحدود المكانية:-

تم تطبيق الاستمارة علي عينة عمدية من الشباب المصري في المرحلة العمرية (١٨-٣٥) عامًا في محافظتي الأسكندرية وبنى سويف.

الحدود الزمنية :-

تتمثل الحدود الزمنية لتطبيق الدراسة الميدانية في الفترة من ٢٠١٩/٦/١٧ إلى ٢٠١٩/٨/١٧.

برامج المسابقات بالفضائيات العربية وعلاقتها بالجانب المعرفي

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

برامج المسابقات: شكل من أشكال البرامج التليفزيونية الترفيهية، التي تقوم على التحدي والتنافس بين المشتركين للفوز بالجائزة التي يحددها البرنامج وقد تكون مسابقة غنائية، أو رياضية، أو ثقافية .

الفضائيات العربية: هي وسيلة تستخدم لإرسال البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية التي تمتد بعيداً عن المكان الأصلي حاملاً ما تبثه الفضائيات من برامج تليفزيونية وأخبار وأفلام ومسلسلات.

الجانب المعرفي: هو الجانب الذي يكتسبه الأفراد نتيجة للعيش في المجتمع فهم يستقبلون المعلومات التي تسهم في تكوين الجانب المعرفي لديهم، وتتنافس وسائل الإعلام في التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في تكوين الجانب المعرفي .

الجانب الاجتماعي: هو ذلك الجانب الذي يشمل القيم والمعتقدات والسلوكيات والأعراف السائدة والعلاقات الاجتماعية في المجتمع و يتكون هذا الجانب لدى الشباب نتيجة لمحاكاة والاندماج في المجتمع .

الشباب : ويقصد به الشباب من سن ١٨ إلى أقل من ٣٥ عاماً.

١. مدى مشاهدة برامج المسابقات في الفضائيات العربية:

جدول رقم (١)

مدى مشاهدة برامج المسابقات في الفضائيات العربية

مدى مشاهدة برامج المسابقات	ك	%
دائما	٩٥	٢٢.٦%
أحيانا	٢٧٨	٦٦.٢%
نادرا	٤٧	١١.٢%
الإجمالي	٤٢٠	١٠٠%

تشير بيانات الجدول السابق إلي حيث جاء معدل مشاهدة برامج المسابقات في الفضائيات العربية في المركز الأول أحيانا بنسبة (٦٦.٢ %)، وذلك لانتشار برامج المسابقات بكافة أنواعها واستحواذها علي غالبية الجمهور وذلك لما تقدمه من مضمون ترفيهي يخفف حدة التوتر والقلق والهروب من ضغوط الحياة اليومية، يليها في المركز الثاني دائما (٢٢.٦ %) ، يليها في المركز الثالث نادراً بنسبة (١١.٢ %).

وتتفق مع دراسة خالد بنداري عبد العاطي موسي (٢٠١٨) ،حيث جاء معدل مشاهدة قنوات المسابقات التلفزيونية في المركز الأول أحيانا بنسبة (٤٨.٧ %) ، يليها في المركز الثاني دائما بنسبة (٤٢.٤ %)، ويليه في المركز الثالث لا يشاهدونها إطلاقا بنسبة (٨.٩ %).

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة ايمان محمد عبد القوي متولي (٢٠١٨) ،حيث جاء معدل مشاهدة برامج اكتشف المواهب بالتلفزيون المصري في المركز الأول نعم يشاهدونها بنسبة (٥٣.٤ %)، يليها في المركز الثاني أحيانا بنسبة (٤٥.٣ %) ، يليها في المركز الثالث لا يشاهدونها بنسبة (١.٣ %).

٢. نوعية برامج المسابقات التي تشاهدها في الفضائيات العربية:

برامج المسابقات بالفضائيات العربية وعلاقتها بالجانب المعرفي

جدول رقم (٢)

نوعية برامج المسابقات التي تشاهدها في الفضائيات العربية

نوعية برامج المسابقات التي تشاهدها في الفضائيات العربية	ك	%
برامج مسابقات غنائية ترفيهية	٢١٦	٥١.٤%
برامج مسابقات ثقافية	١٧٥	٤١.٧%
برامج مسابقات الطبخ	١٢٣	٢٩.٣%
برامج مسابقات دينية	٨٧	٢٠.٧%
برامج مسابقات رياضية	٧٠	١٦.٧%
برامج المسابقات الاقتصادية والتكنولوجية	٤٠	١٤.٨%
برامج المسابقات الاجتماعية	٦٢	١٤.٨%
برامج المسابقات التمثيلية	٥٧	١٣.٦%
برامج مسابقات اكتشاف المواهب غير التمثيلية والغنائية	١٥٢	٩.٥%

تشير بيانات الجدول السابق إلى نوعية برامج المسابقات التي يشاهدها الباحثون

في الفضائيات العربية حيث جاء في المركز الأول برامج المسابقات الغنائية الترفيهية بنسبة (٥١.٤%)، مما يوضح استحواد البرامج الغنائية الترفيهية على اهتمام الكثير لما يميزها من إمكانيات تبهر المشاهدين وتخفف عن مشاكل وهموم الحياة ومضمون ترفيهي ومسلّي وعروض غنائية ترفيهية، يليها في المركز الثاني برامج المسابقات الثقافية بنسبة (٤١.٧%)، وذلك لأنها تحوي كم كبير من المعلومات المتنوعة في كافة المجالات، يليها في المركز الثالث برامج مسابقات الطبخ بنسبة (٢٩.٣%)، فبرامج مسابقات الطبخ تشد الكثير خاصة محبين التنافس، والمهتمين بإعداد الطعام ومعرفة أحدث الآكلات والوصفات، يليها في المركز الرابع برامج المسابقات الدينية (٢٠.٧%)، وهي تحوي كم هائل من المعلومات الدينية وأسئلة من القرآن والسنة، يليها في المركز الخامس برامج المسابقات الرياضية بنسبة (١٦.٧%) ويتنافس فيها المتسابقون في مختلف الأنشطة الرياضية كالجري، والسباحة، يليها في المركز السادس كل من البرامج الاقتصادية والتكنولوجية و برامج المسابقات الاجتماعية بنسب متساوية لكلاهما وهي (١٤.٨%)، فالأولي تشجع وتدعم الاقتصاد والاستثمار، والثانية تحفز علي النهوض بالمجتمع، يليها في المركز السابع برامج المسابقات التمثيلية (١٣.٦%) ويتنافس فيها المتسابقون في عرض مواهبهم التمثيلية عن

طريق مجموعة من المشاهد التمثيلية التي يقدمونها أمام لجنة التحكيم والمشاهدين، يليها في المركز الثامن برامج مسابقات اكتشاف المواهب غير التمثيلية والغنائية بنسبة (٩.٥%) ويهتم هذا النوع بالمواهب المتعددة كالرسم ورقص البالية وبعض القدرات الخارقة عن الأشخاص كالمشي علي الحبال وأكل الزجاج وغيره.

وتختلف مع دراسة إنجي حلمي محمود إبراهيم (٢٠١٧) ، حيث جاء ترتيب لنوعية برامج المسابقات التي يفضلها المبحوثين عينة الدراسة حصل علي المركز الأول برامج المسابقات الغنائية في بأهمية نسبية مقدارها (٩٨.٨ %)، يليها في المركز الثاني برامج المسابقات العلمية بأهمية نسبية مقدارها (٨٥.٥%)، يليها في المركز الثالث برامج المسابقات الثقافية بأهمية نسبية مقدارها (٨٢.٥%)، وفي المركز الرابع برامج المسابقات الرياضية بأهمية نسبية مقدارها (٧٠%)، وفي المركز الخامس برامج المسابقات الدينية بأهمية نسبية مقدارها (٦٤%).

٣. يتسم أسلوب عرض برامج المسابقات:

جدول رقم (٣)

يتسم أسلوب عرض برامج المسابقات (ن=٤٢٠)

يتسم أسلوب عرض برامج المسابقات	ك	%
تتشر جو من البهجة والاستمتاع	١٩١	٤٥.٥%
جودة التقديم	١٦٣	٣٨.٨%
تبهرنى المؤثرات المرئية والسمعية	١٢٣	٢٩.٣%
ديكورات جذابة	٩٩	٢٣.٦%

يتضح من نتائج الجدول السابق سمات أسلوب عرض برامج المسابقات حيث جاء في المركز الأول "تتشر جو من البهجة والاستمتاع بنسبة (٤٥.٥%) يري الكثير من الشباب المبحوثين عينة الدراسة أن أهم ما يميز برامج المسابقات هو أنها تتشر جو من البهجة والاستمتاع فهي تقدم مضمون ترفيهي ومسلّي من الدرجة الأولى مما يجعل الشباب يشاهدونها ، وفي المركز الثاني جاء "جودة التقديم" بنسبة (٨٣.٨%) فهناك ترتيب وإعداد جيد لهذه البرامج وتتكون من فقرات مسلية وممتعة ، وفي المركز الثالث "تبهرنى المؤثرات المرئية والسمعية" بنسبة (٢٩.٣%) فبرامج المسابقات تستخدم تقنيات حديثة ومؤثرات مرئية

برامج المسابقات بالفضائيات العربية وعلاقتها بالجانب المعرفي وسمعية تبهر وتجذب المشاهدين ، ثم في المركز الرابع والأخير "ديكورات جذابة" بنسبة (٢٣.٦%) وذلك لأن برامج المسابقات تنتقي الديكورات بعناية فائقة مريحة لأعين المشاهدين.

٤. مدى إسهام مشاهدة برامج المسابقات الثقافية في زيادة المعلومات:

جدول رقم (٤)

مدى إسهام مشاهدة برامج المسابقات الثقافية في زيادة المعلومات

المدى	النسبة (%)	العدد
إلى حد كبير	١٤.٥%	٦١
إلى حد متوسط	٦٠.٥%	٢٥٤
إلى حد قليل	٢٥%	١٠٥
الإجمالي	١٠٠%	٤٢٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى إسهام مشاهدة برامج المسابقات الثقافية في زيادة المعلومات حيث جاء في المركز الأول إلى حد متوسط بنسبة (٦٠.٥%) وهي تدل على ارتفاع نسبة الذين يستفيدون إلى حد متوسط معرفيا من برامج المسابقات الثقافية حيث تطرح مجموعة من الأسئلة المتنوعة في جميع المجالات ، يليها في المركز الثاني "إلى حد قليل" بنسبة (٢٥%) مما يدل على أنها ليست المصدر الوحيد للمعرفة بالنسبة للشباب ، يليها في المركز الثالث والأخير "إلى حد كبير" بنسبة (١٤.٥%) تلك النسبة التي تساهم ببرامج المسابقات الثقافية في زيادة المعلومات والمعرفة لديهم وهي نسبة قليلة ربما لأن الآخرين يعتمدون على مصدر آخر من مصادر المعلومات المتنوعة والعديدة .

٥. اتجاه المبحوثين من مجموعة العبارات التي تصف ما يمكن أن تكون عليه علاقتهم

بأصدقائهم وأفراد أسرهم بعد مشاهدة برامج المسابقات:

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات التي تصف ما يمكن أن تكون عليه علاقتهم بأصدقائهم وأفراد أسرهم بعد مشاهدة برامج المسابقات

الترتيب	الوزن النسبي	معارض		محايد		موافق		الموقف العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
١	%90.1	%3.1	13	%23.6	99	%73.3	308	أحب أسرتي أكثر
٢	%86.2	%7.4	31	%26.7	112	%66	277	شعرت أكثر بأهمية الأسرة
٣	%85.7	%8.1	34	%26.7	112	%65.2	274	أشعر بالمسؤولية في عملي وتطوير مهاراتي أكثر من ذي قبل
٤	%85.2	%7.1	30	%30	126	%62.9	264	أنا راض عن علاقتي بأسرتي
٥	%82.6	%10.2	43	%31.7	133	%58.1	244	أنا راض عن علاقتي بأصدقائي
٦	%79.9	%8.3	35	%43.6	183	%48.1	202	أقضي وقت فراغي مع أسرتي
٧	%76.2	%13.6	57	%44.3	186	%42.1	177	تسهم برامج المسابقات في اكتساب أفراد الأسرة مهارة للحوار البناء
٨	%74.4	%21.7	91	%33.3	140	%45	189	أشعر بالخوف من المستقبل في ظل ما يعاني منه المجتمع
٩	%73.5	%16.2	68	%47.1	198	%36.7	154	أقضي وقت فراغي مع أصدقائي
١٠	%73.3	%17.6	74	%44.8	188	%37.6	158	أتحدث مع أسرتي حول كل شيء
١١	%72.4	%17.4	73	%48.1	202	%34.5	145	تنمي برامج المسابقات روح العمل التعاوني بين أفراد الأسرة
١٢	%72.3	%21.2	89	%40.7	171	%38.1	160	الجأ كثيرا إلى أصدقائي عندما تواجهني مشكلة ما
١٣	%72.1	%21.4	90	%41	172	%37.6	158	أعتمد على أسرتي في حل بعض مشاكلي الشخصية
١٤	%70.6	%21	88	%46.4	195	%32.6	137	أتحدث مع أصدقائي حول كل شيء
١٥	%68.5	%21.7	91	%51.2	215	%27.1	114	تساعد برامج المسابقات على تماسك الأسرة
١٦	%62	%39	164	%36	151	%25	105	أشعر برغبة في العزلة والوحدة وعدم الرغبة في النقاش مع الآخرين
١٧	%53.8	%52.1	219	%34.3	144	%13.6	57	أنتشجر مع أصدقائي ونتعصب علي بعضنا
١٨	%49.4	%64.3	270	%23.1	97	%12.6	53	أشعر أني مهمش من قبل أصدقائي
١٩	%47.1	%68.3	287	%22.1	93	%9.5	40	أشعر أني مهمش من قبل أسرتي

تشير بيانات الجدول السابق إلي :موقف المبحوثين من مجموعة العبارات التي تصف ما يمكن أن تكون عليه علاقتهم بأصدقائهم وأفراد أسرهم بعد مشاهدة برامج

برامج المسابقات بالفضائيات العربية وعلاقتها بالجانب المعرفي

المسابقات حيث جاء في المركز الأول " أحب أسرتي أكثر" بوزن نسبي (٩٠.١%) ، مما يعني أن برامج المسابقات لا تضعف الروابط الأسرية بل بالعكس تجعل الفرد يحب أسرته أكثر ، تليها في المركز الثاني "شعرت أكثر بأهمية الأسرة" بوزن نسبي (٨٦.٢ %) مما يعني أن المشاهد ربما يري مدي تشجيع أسرة المتسابق في أحد برامج المسابقات حينها يشعر بأهمية دعم الأسرة ، يليه في المركز الثالث "أشعر بالمسؤولية في عملي وتطوير مهاراتي أكثر من ذي قبل " بوزن نسبي (٨٥.٧%) ، مما يعني أن مشاهدة روح التنافس في برامج المسابقات تحفز الشباب لكي يطوروا أكثر من مهاراتهم ، يليه في المركز الرابع "أنا راض عن علاقتي بأسرتي" بوزن نسبي (٨٥.٢%) مما يدل أن علاقة بالأسرة لا تسوء بسبب برامج المسابقات بل تتحسن ، يليه في المركز الخامس "أنا راض عن علاقتي بأصدقائي" بوزن نسبي (٨٢.٦%) مما يعني أن الشباب تكون علاقتهم مع أصدقائهم عقب التعرض لبرامج المسابقات قوية ومترابطة ، يليه في المركز السادس "أقضي وقت فراغي مع أسرتي" بوزن نسبي (٩٧.٩%) مما يعني أن برامج المسابقات ساهمت في قضاء وقت أكبر مع الأسرة وهذا يعد استخدام جيد لأوقات الفراغ ، يليه في المركز السابع "تسهم برامج المسابقات في اكتساب أفراد الأسرة مهارة للحوار البناء" بوزن نسبي (٧٦.٢ %) مما يعني أنهم يستفادون من طريقة الحوار ومهارات التحدث المستخدمة في برامج المسابقات ، يليه في المركز الثامن "أشعر بالخوف من المستقبل في ظل ما يعاني منه المجتمع" بوزن نسبي (٧٤.٤ %) مما يعني أن الشباب يشاهدوا عالم وواقع مختلف عن واقعهم مما قد يشعروهم بالخوف من المستقبل ، يليه في المركز التاسع "أقضي وقت فراغي مع أصدقائي" بوزن نسبي (٧٣.٥ %) مما يعني أن برامج المسابقات لا تؤثر سلبا علي قضاء وقت الفراغ مع الأصدقاء ، يليه في المركز العاشر " أتحدث مع أسرتي حول كل شئ" بوزن نسبي (٧٣.٣%) مما يعني أن برامج المسابقات لها تأثير إيجابي علي علاقة الشاب بأسرته ، يليه في المركز الحادي عشر "تنمي برامج المسابقات روح العمل التعاوني بين أفراد الأسرة" بوزن نسبي (٧٢.٤%) مما يعني أن وجود روح التعاون بين متسابقين الفرق الواحدة تشعر الشباب بأهمية العمل التعاوني بينهم ، يليه في المركز الثاني عشر "ألجأ كثيرا إلي أصدقائي عندما تواجهني مشكلة ما" بوزن نسبي (٧٢.٣%) مما يعني أن استعانة المتسابقين بأصدقائهم في

الاجابة في برامج المسابقات تنمي مفهوم الصداقة والأستعانة بالأصدقاء ، يلية في المركز الثالث عشر "أعتمد علي أسرتي في حل بعض مشاكلي الشخصية" بوزن نسبي (٧٢.١%) مما يعني أن برامج المسابقات نجحت في برز دور الأسرة وأهميته دعمهم من خلال حضور بعض الأسر إلي البرامج مع المتسابقين ، يليها في المركز الرابع عشر "أتحدث مع أصدقائي حول كل شيء" بوزن نسبي (٧٠.٦%) مما يعني قدرة برامج المسابقات علي إلقاء الضوء علي أهمية وجود الأصدقاء ومساندتهم لبعضهم البعض من خلال السماح للأصدقاء بحضور برامج المسابقات وتشجيع أصدقائهم المتسابقين ، يليها في المركز الخامس عشر "تساعد برامج المسابقات علي تماسك الأسرة" بوزن نسبي (٦٨.٥%) مما يوحي بقدرة برامج المسابقات علي توحيد الأسرة للمشاهدة الجماعية التي تتيح لهم النقاش البناء حول ما يدور في برامج المسابقات، يليها في المركز السادس عشر "أشعر برغبة في العزلة والوحدة وعدم الرغبة في النقاش مع الآخرين" بوزن نسبي (٦٢%) مما يعني أن مشاهدتهم لواقع يختلف عن واقعهم وأشخاص يعيشون حياة مختلفة ربما يجعلهم يشعرون برغبة في العزلة ، يليها في المركز السابع عشر "أتشاجر مع أصدقائي ونتعصب علي بعضنا" بوزن نسبي (٥٣.٨%) مما يعني أن هناك بعض الشباب الذين يعانون من بعض الخلافات مع أصدقائهم ربما من المقارنة بينهم وبين الأصدقاء الذين يراهم يساندون أصدقائهم في بعض برامج المسابقات ، يليها في المركز الثامن عشر "أشعر أني مهمش من قبل أصدقائي" بوزن نسبي (٤٩.٤%) مما يعني ان يوجد فارقا بين أصدقاؤه وأصدقائه المتسابقين الذين يدعمون صاحبهم ويشجعونه ، يليها في المركز التاسع عشر والأخير "أشعر إنني مهمش من قبل أسرتي" بوزن نسبي (٤٧.١%) مما يعني أن لا يلقي الدعم والتشجيع من أسرته رغم أنه يري الأسر تشجع أبنائها المتسابقين .

ثانيا : نتائج اختبار الفروض

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لبرامج المسابقات والمستوى المعرفي للمبحوثين

معنوية العلاقة بين كثافة التعرض لبرامج المسابقات والمستوى المعرفي للمبحوثين

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
**٠.٢٤٧	٠.٠٠١

** دال عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١

توضح بيانات هذا الجدول رقم () معنوية العلاقة بين كثافة التعرض لبرامج المسابقات والمستوي المعرفي للمبحوثين ، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.٢٤٧) وهي قيمة داله إحصائياً عند مستوي معنوية (٠.٠٠١) ومن حيث شدة العلاقة يمكن وصفها بالضعيفة حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.٢٤٧) أما من حيث اتجاه العلاقة فهي علاقة طردية

ومن ذلك يمكن القول بثبوت صحة الفرض الأول القائل بمعنوية العلاقة بين كثافة التعرض والمستوي المعرفي

ومن ذلك تستنتج أنه من خلال التعرض الكثير لبرامج المسابقات يجعل المشاهدين يكتسبون المزيد من المعرفة

وهو ما يشير إلى صحة الفرض الذي ينص علي " توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لبرامج المسابقات والمستوى المعرفي للمبحوثين " الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لبرامج المسابقات والجانب الاجتماعي لدى المبحوثين

معنوية العلاقة بين كثافة التعرض لبرامج المسابقات والجانب الاجتماعي لدى المبحوثين

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
**٠.١٣٦	٠.٠٠٤

** دال عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١

الباحثة/مى عمر سعيد هندی

توضح بيانات هذا الجدول رقم () معنوية العلاقة بين كثافة التعرض لبرامج المسابقات والجانب الاجتماعي للمبحوثين ، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.١٣٦ وهي قيمة داله إحصائيا عند مستوي معنوية (٠.٠٠٠٤) ومن حيث شدة العلاقة يمكن وصفها بالمتوسطة حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.١٣٦) أما من حيث اتجاه العلاقة فهي علاقة طردية

ونستنتج من ذلك أن الجوانب الاجتماعية للمبحوثين عينة الدراسة تتأثر بكثرة التعرض لبرامج المسابقات

وهو ما يشير إلى صحة الفرض الذي ينص علي " توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لبرامج المسابقات والجانب الاجتماعي لدى المبحوثين"
توصيات الدراسة:

- تقترح الدراسة الاهتمام بالدراسات التي تتناول الأشكال البرمجية التي لها تأثير علي الشباب والتي قد تكون مستنسخة من الغرب.
- توصي الدراسة ضرورة الأشراف علي المضمون الذي تقدمه برامج المسابقات وتقوية والارتقاء بمستواه الثقافي والابداعي خاصة لبرامج المسابقات الثقافية حتي يصبح المحتوي معززا لتنمية مهارات الشباب والارتقاء بالمستوي المعرفي لهم.
- تقترح الدراسة ضرورة التأكد من مصداقية برامج المسابقات من حيث النزاهة في اختيار المشتركين والتصفيات بكل المراحل التي يمر بها البرنامج وحتى اعلان الفائزين وكذلك توزيع الجوائز حتي لا يكون الشباب ضحية لبعض البرامج المذيفة.

١. ايمان محمد عبد القوي: "دوافع تعرض المراهقين لبرامج إكتشاف المواهب بالفضائيات العربية والإشباع المتحققة منه"، رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة /قسم الإعلام وثقافة الأطفال،٢٠١٩)
٢. خالد بنداري عبد العاطي موسي:"استخدام المراهقين لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية والإشباع المتحققة لهم"، رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة عين شمس : كلية الدراسات العليا للطفولة/ قسم الإعلام وثقافة الأطفال،٢٠١٨)
٣. أحمد حسين كاظم الجبوري: "دور البرامج العلمية في التلفزيون العراقي في تعريف الجمهور بتقنيات المعلومات الحديثة،دراسة تحليلية ميدانية"،رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة المنصورة: كلية الآداب/ قسم الإذاعة والتلفزيون،٢٠١٩)
٤. فيبي رؤوف فهمي : "العلاقة بين التعرض للقنوات العلمية ومستوي المعرفة لدى الشباب المصري: (دراسة حالة على قناتي National Geographic Abu Dhabi & Discovery channel)رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة القاهرة : كلية الإعلام /قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٨)
5. Mos bah, He sham :”Uses and Gratification of T.V. Viewing among Egyptian Adults “,**Un-published M.A. thesis**,(the Department of journalism American University in Cairo ,1992),P21
٦. فرج الكامل:"بحوث الإعلام والرأي العام"، (القاهرة: دار النشر،٢٠٠١)،ص٨٨
٧. محمد عبد الحميد ،البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط١، (القاهرة، عالم الكتب،٢٠٠٠)، ص ٣٤٠
٨. خالد بنداري عبد العاطي موسي : مرجع سابق ، ص ٥٦،٥٥
٩. ايمان محمد عبد القوي: مرجع سابق ، ص ١٤
١٠. إنجي حلمي محمود إبراهيم : مرجع سابق ،ص٣٧