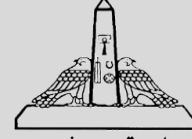


كلية الآداب

حوليات آداب عين شمس (عدد خاص ٢٠١٨)

<http://www.aafu.journals.ekb.eg>

(دورية علمية محكمة)



جامعة عين شمس

إدراك الجمهور المصري للقيم المتضمنة ببرامج الكاميرا الخفية (دراسة ميدانية)

سمر صبرى صادق*

مدرس مساعد بقسم علوم الإتصال والإعلام - كلية الآداب - جامعة عين شمس

المستخلص

تحولت برامج الكاميرا الخفية في السنوات الأخيرة عن الشكل المألوف لها، والمتمثل في تقديم موقف كوميدى بسيط لمتابعة ردود الفعل حوله، وأصبحت تُعرض ضيوفها لبعض المواقف المهينة ولجرعة كبيرة من التخويف، بما جعلها تتعرض لانتقادات مجتمعية واسعة، وأصبح الحديث حول مدى مساهمة هذه البرامج في تمرير قيم إيجابية أو سلبية إلى الجمهور يستدعى التدخل بدراسات أكاديمية تساعد في فهم أفضل لدور برامج الكاميرا الخفية في إمداد الجمهور بالقيم، وتستهدف الدراسة الحالية تحرى العلاقة بين التعرض لبرامج الكاميرا الخفية ومدى إدراك الجمهور للقيم المتضمنة بها، وقد اعتمدت الدراسة التي تم تطبيقها باستخدام منهج المسح على عينة متاحة من مشاهدى برامج الكاميرا الخفية قوامها ٤٠٠ مفردة ممن تتراوح أعمارهم بين ١٩ - أكثر من ٦٠ عام، وذلك بالتطبيق على برنامج (رامز يلعب بالنار) نموذجًا، وقد اعتمدت الدراسة على توظيف أسس كل من استراتيجية التعلم من خلال الترفيه، ومدخل التربية الإعلامية، وذلك باستخدام صحيفة استقصاء، وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في وجود علاقة بين كثافة التعرض لبرامج الكاميرا الخفية، والقيم المكتسبة من المواقف المقدمة فيها، بما يشير لإمكانية استثمار برامج الكاميرا الخفية كبيئة للتعلم الاجتماعى.

الكلمات المفتاحية: برامج الكاميرا الخفية - الإدراك - القيم.

مقدمة :

يُعد التليفزيون أحد أبرز وسائل التسلية في المجتمعات المعاصرة، بما يقدمه من مواد ترفيهية باختلاف القالب البرامجي لها، وبعد التغيرات السياسية الجذرية التي شهدتها المنطقة العربية عمومًا بدءًا من عام ٢٠١١، بدأ تقديم وتطوير العديد من الأشكال البرمجية الترفيهية لمساعدة الجمهور في التحرر من الضغوط المحيطة، وتعد برامج الكاميرا الخفية *Hidden camera shows* واحدة من القوالب البرمجية الترفيهية التي امتد لها التطور خلال السنوات السابقة، وذلك من حيث تقديم أفكار مبتكرة، والتنفيذ بتقنيات متطورة، ولعل واحدًا من أبرز تطورات برامج الكاميرا الخفية أنها لم تعد تعتمد على مجرد تقديم موقف كوميدى بسيط؛ لمتابعة ردود الفعل إزاءه، وإنما أصبحت تقدم مواقف تتضمن تخويف وترهيب ضيوفها، وتعرض حياتهم للخطر، أو تعريض الضيوف لمواقف محرجة أو مهينة أحيانًا والسخرية منهم، فضلاً عن احتوائها على قدر من العنف الجسدي واللفظي نتيجة انفعال الضيوف من المواقف التي تتضمنها هذه البرامج، ونظرًا لأن التليفزيون يمثل أحد أبرز المؤسسات التعليمية غير النظامية التي تؤثر في البناء القيمي للمشاهدين، تهتم الدراسة الحالية بالبحث في العلاقة بين التعرض لبرامج الكاميرا الخفية، وما يمكن أن يستمده أفراد الجمهور من قيم إيجابية أو سلبية، تُقدّم إليهم في إطار المواقف التي تتضمنها هذه البرامج.

الإطار الفكري للدراسة:**أولاً- نبذة عن ظهور برنامج الكاميرا الخفية Candid Camera:**

يعد برنامج الكاميرا الخفية *Candid Camera* من أشهر أمثلة برامج الترفيه واسعة الانتشار، وقد بدأ كبرنامج إذاعي في الراديو خلال الأربعينات في الولايات المتحدة الأمريكية، ثم تم بثه بعد ذلك عبر شاشة التليفزيون، وقد ظل البرنامج في مرتبة متقدمة بين العشر برامج الأوسع انتشارًا في الولايات المتحدة طوال فترة الستينات، وبعد ذلك تم إنتاج عدة نسخ من البرنامج في مختلف دول العالم. (Hill, 2005, P.21)

وقد بدأ ملايين من مشاهدى التليفزيون في متابعة برنامج الكاميرا الخفية *Candid Camera* في أواخر الأربعينات، لـ Allen Funt الذي صمم فكرته، وقد كانت فكرة البرنامج عبارة عن إذاعة تسجيلات فيلمية توثق الاستجابة العفوية لبعض الأشخاص العاديين تجاه مواقف غير معتادة، أو غريبة في بعض الأحيان، يقوم منتج البرنامج بإعدادها: كتسجيل استجابة شخص ما عند سماعه لصوت ينطلق من صندوق البريد في أثناء إيداعه لخطاب بالصندوق، بحيث تركز الكاميرا على رد فعل الشخص أثناء تعرضه لهذا الموقف.

(Milgram & Sabini, 1979, P.72).

ويُصنف برنامج الكاميرا الخفية *Candid Camera* لـ Allen Funt كأول برنامج تليفزيوني واقع، وقد تميز البرنامج على مر سنوات إذاعته في الولايات المتحدة الأمريكية بكونه واحدًا من أكثر البرامج شعبية، والتي لا يمكن أن ينساها الجمهور، وقد قدم Funt، الذي يعتبر أول من استحدث وطور شكل برامج الكاميرا الخفية - مساهمة أكبر من مجرد كونها مساهمة ثقافية للمجتمع في القرن العشرين، حيث لم يقدم Funt

شكل برامجي جديد يهدف للإضحاك فحسب، حتى وإن كان هذا يمثل هدفه الأساسي من إنتاج برنامج الكاميرا الخفية، وإنما استطاع Funt من خلال الجملة الشهيرة في برنامجه "ابتسم.. أنت في برنامج الكاميرا الخفية" Smile! You're on Candid Camera والتي كان يتم ترديدها عند الكشف عن الكاميرا التي تصور الموقف في نهايته - أن يقدم أيديولوجية جديدة للجمهور لتقليل القلق الذي ينتابه من فكرة تصويره، وأن يتحول الجمهور من فكرة الخصوصية إلى فكرة مشاركة لحظات الترفيه والتسلية مع الغير. وقد ظهر برنامج الكاميرا الخفية نتيجة تطوير برنامجاً إذاعياً تم بثه عبر الراديو في عام ١٩٤٧، وكان يحمل اسم "الميكروفون الخفي" "Candid- Microphone"، ثم قام Funt بعد ذلك بتطويره وتقديمه في شكل برنامج تليفزيوني عام ١٩٤٨.

(Holmes & Jermyn, 2007, P. 33).

ثانياً- استراتيجية التعلم من خلال الترفيه Entertainment-Education:

يعتبر مفهوم التعلم من خلال الترفيه استراتيجية، وليس نظرية من نظريات الاتصال، ويقوم جوهر هذه الاستراتيجية على نشر أفكاراً تستهدف إحداث تغييرات سلوكية واجتماعية.

(Singhal & Rogers, 2002, P.117).

وقد استخدمت استراتيجية التعلم من خلال الترفيه لأول مرة في بريطانيا عام ١٩٥١، عبر برنامج الراديو الشهير "الرماء" The Archers الذي استهدف تقديم رسائل تنموية مرتبطة بالمجتمع الزراعي، واستمر تقديمه حتى عام ١٩٩٦، أما في التلفزيون فقد استخدمت استراتيجية التعلم من خلال الترفيه لأول مرة في نهاية الستينات في أمريكا اللاتينية.

(Singhal & Brown, 1996, PP.23-24).

وتهتم استراتيجية التعلم من خلال الترفيه بالبرامج الترفيهية التي تُصمم لإحداث بعض التأثيرات الاجتماعية الإيجابية في المشاهدين، كالإمداد بالمعلومات، التصدي للآثار السلبية المتعلقة بموضوع معين، وتعديل السلوكيات الصحية..إلخ، كما إن بعض التعريفات المرتبطة بالتعلم من خلال الترفيه تركز على حدوث بعض التأثيرات الاجتماعية الإيجابية، حتى وإن لم تكن الرسالة مصممة في الأساس بغرض إحداث هذه التأثيرات.

(Gus'e & Nabi, 2010, P. 27)

ويُقصد بالتعلم من خلال الترفيه تضمين الرسائل الهادفة لخدمة المجتمع في محتوى إعلامي ترفيهي واسع الانتشار، ولا يُشترط في التعلم بالترفيه أن يحدث من خلال وجود نية مسبقة لدى القائمين على إنتاج الرسالة بإحداث إقناع، وإنما قد يحدث الإقناع والتأثير على السلوكيات من خلال اقتران وجود هذه النية مع تأييد جماعات الضغط، كالضغط من خلال الوالدين مثلاً، وبسبب البنية القصصية للرسائل الإعلامية المعتمدة على استراتيجية التعلم بالترفيه، فإنها تشجع المشاهدين على المشاركة والاستغراق في القصة، وتتم المشاركة من خلال الاهتمام بتتبع الأحداث التي تتضمنها الرسالة، أي أن الفكرة الرئيسية للتعلم من خلال الترفيه تدور حول إشراك الفرد في الأحداث التي تقدمها الرسالة الإعلامية، وخلق إحساس لديه بمعايشة الأحداث والشخصيات المقدمة، ومن ثم يمكن

التأثير عليه عاطفياً ومعرفياً، ويمكن للرسائل الإعلامية ذات المضمون المفيد اجتماعياً، التي يتم تضمينها في برامج التلفزيون الترفيهية أن ترفع وعى المشاهدين، وتغير من مواقفهم واتجاهاتهم نحو الموضوعات التي تغطيها هذه البرامج، وقد تكهن البعض أن التعلم من خلال الترفيه يمكن أن يقدم طرقاً أكثر فاعلية للتأثير في السلوكيات والمواقف مقارنة بالرسائل الإقناعية التقليدية؛ وذلك لأن المحتوى الترفيهي يلقي مقاومة أقل من جانب المتلقى.

(Papa et al., 2000, P. 35.)

الاستفادة من استراتيجيات التعلم من خلال الترفيه في الدراسة الحالية:

استُخدمت استراتيجيات التعلم من خلال الترفيه لاختبار قدرة برامج الكاميرا الخفية بما تقدمه من مواقف ترفيهية على المساهمة في تعليم أفراد الجمهور بعض القيم، فضلاً عن توظيف الاستراتيجيات للكشف عن العلاقة بين استغراق المشاهد في برامج الكاميرا الخفية، والقيم المكتسبة من هذه البرامج، حيث تفترض استراتيجيات التعلم من خلال الترفيه أن استغراق الفرد في الأحداث المقدمة في سياق ترفيهي، وتوحدته مع الشخصيات تزيد من احتمالية تأثره بالمحتوى.

ثالثاً- مدخل التربية الإعلامية Media Literacy:

يُجمع معظم الباحثين على أن مدخل التربية الإعلامية يركز بشكل أساسي على المعرفة والمهارات التي تساعد في تكوين تفكير نقدي بشأن وسائل الإعلام، أي تعزيز الحس النقدي لدى الجمهور من خلال زيادة الوعي والمعرفة بوسائل الإعلام وتأثيراتها، وكذلك تقييم الواقع كما تعكسه وسائل الإعلام، وقد وضع بعض الباحثين عدة تصنيفات لمدخل التربية الإعلامية، فمنهم من يري أنه يهتم بالمحتوى ليكشف عن الأفكار والقيم المتضمنة في الرسالة الإعلامية، ومنهم من يري أنه يهتم بقواعد اللغة المتضمنة في الرسالة، أي بالأساليب والتقنيات المستخدمة لتقديم الرسالة سواء كانت نصية أو مرئية كاستخدام أساليب القطع، وزوايا الكاميرا وعدسة الزووم، بينما يري البعض الآخر أن المدخل يهتم بالوسيلة الإعلامية، أي بخصائص الوسائل الإعلامية. (بركات وآخرون، ٢٠١١، ص ٢٥٢).

ويهتم مدخل التربية الإعلامية وفقاً لرؤية بعض الباحثين بمختلف الأشكال الإعلامية، كاللغة المنطوقة أو المكتوبة، والصور الثابتة أو المتحركة، وكذلك يهتم المدخل بمختلف وسائل الإعلام كالتلفزيون، والوسائل التي تعتمد على الوسائط المتعددة كأجهزة الحاسب الآلي، وغيرها من الوسائل.

(Christ & Potter, 1998, P.7).

ويقوم مدخل التربية الإعلامية على خمسة أسس رئيسية وهي:

- ١- جميع الرسائل الإعلامية لها بناء محدد.
- ٢- يتم بناء الرسائل الإعلامية باستخدام لغة إبداعية، تختلف من رسالة لأخرى، وفقاً لاعتبارات تتعلق بكل رسالة.
- ٣- يختلف استقبال أفراد الجمهور لنفس الرسالة الإعلامية وفقاً لخبراتهم.
- ٤- تتضمن رسائل وسائل الإعلام قيم ووجهات نظر.
- ٥- يتم تصميم وبناء معظم رسائل الإعلام بغرض تحقيق ربح و/ أو تأثير في الجمهور.

(Chen, 2007, P.90).

الاستفادة من مدخل التربية الإعلامية في الدراسة الحالية:

استُخدم مدخل التربية الإعلامية في الدراسة الحالية لمعرفة مدى قدرة أفراد الجمهور على تنفيذ ونقد الرسائل الإعلامية المقدمة ببرامج الكاميرا الخفية، وذلك من خلال معرفة مدى إدراك الجمهور المصري للقيم المقدمة ببرامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، ومدى تمييزه بين القيم الإيجابية والسلبية المقدمة في البرنامج.

الدراسات السابقة:

نظراً لندرة الدراسات المرتبطة ببرامج الكاميرا الخفية، تم مسح التراث العلمي المرتبط بتأثير برامج تليفزيون الواقع في قيم وأخلاقيات المشاهدين؛ لكونها امتداداً لشكل برنامج الكاميرا الخفية، وقد تمثلت أبرز الدراسات التي تم الاطلاع عليها فيما يلي:

– دراسة **Noa Lavie (٢٠١٦)**: استهدفت الدراسة معرفة اتجاهات النقاد بشأن القيم الليبرالية الجديدة التي تروج لها برامج تليفزيون الواقع الإسرائيلية، خاصة في ظل الانتقادات المتزايدة لهذا النوع البرامجى باعتباره أداة مسيئة لثقافة المجتمع، وقد استخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة بالتطبيق على عينة عمدية لتسعة من برامج تليفزيون الواقع الإسرائيلية، وأداة تحليل المضمون؛ لتحليل المقالات النقدية المنشورة بجريدين عن برامج تليفزيون الواقع محل الدراسة، وقد اعتمدت الدراسة على توظيف نظرية بورديو Bourdieu's Theory المعنوية باقتصاديات الإعلام، وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في أنه يمكن الحكم على جودة برنامج تليفزيون واقع معين من خلال تقييم مدى التزام البرنامج بتعزيز القيم الأخلاقية وعدم الترويج للقيم الليبرالية الجديدة.

(Lavie Noa, 2016 , PP. 502 –522).

– دراسة **Scarborough & McCoy (٢٠١٤)**: استهدفت الدراسة معرفة التأثيرات غير الأخلاقية الناتجة عن التعرض لبرامج تليفزيون الواقع، وقد أجريت الدراسة بالاعتماد على أدوات الاستقصاء الإلكتروني على عينة عنقودية قوامها ٢٥٠ مفردة من سكان مدينة ميد أتلانتيك الأمريكية **Mid-Atlantic**، والمقابلات شبه المقننة مع ٤١ مفردة، منهم ٢٥ مفردة تطوعوا للمشاركة في الدراسة، و١٦ مفردة تم التوصل إليهم بطريقة العينة المتاحة، وقد تمثلت أبرز نتائج الدراسة في تأثير برامج تليفزيون الواقع سلباً في ثقافة الأفراد والمجتمع، وإجماع نسبة (٦٨.٣%) من مفردات عينة المقابلات أن تعرضهم لبرامج تليفزيون الواقع يمثل تجربة أخلاقية سلبية، وكذلك اتفاق نسبة (٤٠.٧%) من مشاهدى برامج تليفزيون الواقع من عينة الاستقصاء بأن هذه البرامج يمكن تقييمها بأنها (برامج سيئة).

(Scarborough Roscoe C. & McCoy Charles Allan, 2016, PP. 164–191).

– دراسة **عبد الصادق حسن (٢٠١٥)**: استهدفت الدراسة معرفة اتجاهات الشباب نحو برامج تليفزيون الواقع، ومدى التزامها بمبادئ المسؤولية الاجتماعية، والضوابط الدينية والأخلاقية في المنطقة العربية بصفة عامة، ومملكة البحرين وجمهورية مصر

العربية بصفة خاصة، فضلاً عن معرفة الأفكار التي تروج لها هذه البرامج ومدى ملاءمتها لقيمتنا، وقد اعتمدت الدراسة الوصفية على منهج المسح الإعلاني بالتطبيق على عينة عمدية بلغ قوامها ٣٠٠ مفردة من مشاهدى برامج تليفزيون الواقع بالقنوات الفضائية العربية، ممن تتراوح أعمارهم بين ١٥- ١٨ سنة من طلاب المدارس الثانوية في مملكة البحرين وجمهورية مصر العربية، واستخدمت الدراسة أداة الاستقصاء بالمقابلة، ونظرية المسؤولية الاجتماعية، وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في توصيف المبحوثين لبرامج تليفزيون الواقع بأنها (تركز على انتشار الشائعات والأكاذيب)، (تركز على قضايا الإثارة والعنف)، (تسلط الضوء على المشاكل الحقيقية التي تواجه المراهقين والشباب)، (مناقشة العديد من القضايا المحظورة التي لا تناقشها البرامج الأخرى)، و (تقدم لغة مبتذلة وتؤدي إلى انتشارها بين المشاهدين).

(حسن، ٢٠١٥، ص ص ٤٣-١٠٣).

- دراسة **Pahad & Karkare & Bhatt (2015)**: استهدفت الدراسة معرفة اتجاهات المبحوثين بشأن تأثير برامج تليفزيون الواقع في المجتمع الهندي، ومعرفة مقترحات المبحوثين بشأن كيفية تجويد برامج تليفزيون الواقع مستقبلاً، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية من مشاهدى برامج تليفزيون الواقع، بلغ قوامها ٣٠ مفردة من طلاب كليات العلوم والتكنولوجيا، التجارة، والعلوم الاجتماعية بجامعة بارودا بالهند **University of Baroda**، ممن تتراوح أعمارهم من ١٧-٢٤ سنة، وذلك خلال العام الجامعي ٢٠١٣-٢٠١٤، وذلك باستخدام أداة المقابلات شبه المقننة لجمع البيانات، وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في اتفاق المبحوثون على أن تأثير برامج تليفزيون الواقع يمتد من التأثير في الأفراد وشخصياتهم إلى التأثير في المجتمع بشكل عام، أما أبرز مقترحات المبحوثين بشأن تطوير برامج تليفزيون الواقع فتتمثل في (وجود قوانين أكثر صرامة للرقابة على برامج تليفزيون الواقع)، (عدم تقديم المرأة كمثير جسدى في برامج تليفزيون الواقع)، (ضرورة بث برامج تليفزيون الواقع للقيم الإنسانية)

(Pahad & Karkare & Bhatt, 2015, 2015, PP. 305-307)

- دراسة **Georges Farha & others (٢٠١٥)**: استهدفت الدراسة معرفة مدى تأثير برامج تليفزيون الواقع في حياة المراهقين العرب في المجتمع اللبناني، ومعرفة كيفية تأثير هذه البرامج على الهوية الثقافية للمبحوثين، شخصياتهم، معتقداتهم، وسلوكياتهم، بالإضافة لتقييم برامج تليفزيون الواقع من وجهة نظر المبحوثين، وذلك بالتطبيق على برنامج "ستار أكاديمي"، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة طبقية متاحة من مشاهدى برنامج ستار أكاديمي من المراهقين اللبنانيين بلغ قوامها ٣٠٠ مفردة ممن تتراوح أعمارهم بين ١٢-١٩ سنة، واستخدمت الدراسة أداة الاستقصاء في جمع البيانات، وقد تمثلت أبرز نتائج الدراسة في اتفاق نسبة (٨٩.١١%) من المبحوثين على أن برامج تليفزيون الواقع تؤثر في قيم الثقافة العربية وتؤدي إلى خلخلتها نتيجة عيش الذكور والإناث معاً، فضلاً عن اتفاق نصف العينة على أن ما يُقدّم ببرنامج ستار أكاديمي يتعارض مع القيم والتقاليد السائدة في أسرهم وفي المجتمع بشكل عام.

(Farha et al., 2015, PP.437-453).

– دراسة Haq & Rahman (٢٠١٥): استهدفت الدراسة معرفة دور برامج تليفزيون الواقع في التنشئة الاجتماعية للمراهقين بالدول النامية، وكذلك معرفة مدى تأثير هذه البرامج في كل من قيم، سلوكيات، وإدراك المراهقين ببنجلاديش بالهند، وقد استخدمت الدراسة أداة مجموعات النقاش المركزة، وذلك بالتطبيق على عينة عمدية قوامها ٢٠ مفردة من مشاهدي برامج تليفزيون الواقع المراهقين، كما استخدمت الدراسة أيضاً أداة الاستقصاء بالتطبيق على عينة طبقية من ٤٠٠ مفردة من المراهقين ممن تتراوح أعمارهم بين ١٣- ١٩ سنة، وقد تمثلت أبرز نتائج الدراسة في قيام برامج تليفزيون الواقع بدور مهم في التأثير في النسق القيمي للمراهقين بالدول النامية، ونفور المبحوثون من القيم المقدمة لهم ببرامج تليفزيون الواقع، حينما تتعارض مع ثقافتهم الأصلية، ووجود علاقة طردية بين التعرض لبرامج تليفزيون الواقع، ومستوى إدراك المراهقين.

(Haq & Rahman, 2015, PP. 598-618).

التعليق على الدراسات السابقة:

يُلاحظ من عرض الدراسات السابقة أن برامج الكاميرا الخفية التي تمثل نواة ظهور برامج تليفزيون الواقع لم تحظ بالدراسة، بما يبرز الحاجة لإجراء دراسات بشأنها، كما يوضح عرض الدراسات السابقة تركيز معظم الدراسات على التطبيق على مرحلتى المراهقة والشباب، وهو ما قد يرجع لكونهما الفئات المستهدفة بشكل أساسي من برامج الواقع، ويعكس العرض السابق تأكيد نتائج الدراسات على تأثير برامج الواقع في النسق القيمي والأخلاقي للمشاهدين.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

يُعد مسح التراث العلمى من الخطوات المنهجية اللازمة للمساعدة في وضع حدود الدراسة، ولذا فقد ساهمت الدراسة السابقة في تحديد مشكلة البحث بدقة، وصياغة تساؤلات وفروض الدراسة، ووضع المدخل النظرى الملائم لها.

مشكلة الدراسة:

تحولت برامج الكاميرا الخفية خلال السنوات القليلة الماضية عن الشكل المألوف لهذا القالب البرامجى، الذي كان يعتمد على مجرد تقديم موقف كوميدى غير متوقع لمتابعة ردود الفعل إزاءه، وأصبحت تقدم مواقف تتضمن تخويف وترهيب ضيوفها بتعريض حياتهم للخطر، أو تعريض الضيوف لمواقف محرجة أو مهينة أحياناً والسخرية منهم، فضلاً عن احتوائها على قدر من العنف الجسدى واللفظى نتيجة انفعال الضيوف من المقلب؛ أي أن برامج الكاميرا الخفية قد تحولت من برامج تستهدف استكشاف ردود فعل ضيوفها - سواء كانوا من أفراد الجمهور العادى، أو من الشخصيات المشهورة - إزاء مواقف بسيطة بغرض إضحاك الجمهور، إلى برامج تستهدف إضحاك الجمهور من خلال مواقف تتضمن ما يتنافى مع الفطرة السليمة للإنسان أحياناً، بما يثير العديد من التساؤلات حول مدى مساهمة هذه البرامج في نقل بعض القيم غير المرغوبة للمشاهدين، وبالتالي فقد تحددت مشكلة الدراسة في تحري دور برامج الكاميرا الخفية في إمداد المشاهدين بقيم يتم تضمينها في المواقف المقدمة بها، وكذلك معرفة مستوى إدراك الجمهور لهذه القيم وقدرته على تمييز الإيجابى والسلبى منها، وذلك من خلال استكشاف علاقة كثافة التعرض لهذه البرامج، ومدى استغراق المشاهد مع ما يُقدّم فيها، بالقيم المكتسبة منها،

وكذلك معرفة مدى تأثير اختلاف العوامل الديموجرافية للمشاهدين في إدراكهم للقيم المتضمنة ببرامج الكاميرا الخفية.

أهمية الدراسة:

تتعلق أهمية الدراسة في ضوء ما يلي:

١- كون التلفزيون وسيلة للتنشئة الاجتماعية، ومؤسسة تربوية وتعليمية غير نظامية تؤثر في البناء القيمي للأفراد، ومع تعرض أفراد الجمهور لما يتم بثه عبر التلفزيون من مضامين لساعات طويلة من يومهم باعتباره أكثر وسائل الاتصال الجماهيرى انتشاراً، تبرز ضرورة اخضاع المضامين المختلفة المقدمة عبر التلفزيون للدراسة الأكاديمية.

٢- خطورة المواد الإعلامية المقدمة في سياق ترفيهي، حيث قد لا تلقى الرسائل الترفيهية مقاومة عالية من جانب الجمهور، خاصة في المجتمعات النامية التي ترتفع بها نسبة الأمية، كالمجتمع المصري، بما يعكس ضرورة اخضاع الرسائل الإعلامية الترفيهية للدراسة الأكاديمية وصولاً لفهم أفضل حول كيفية تأثيرها في الجمهور.

٣- مواكبة الإنتاج المتزايد لبرامج الكاميرا الخفية في السنوات القليلة الماضية بدراسات أكاديمية للتحرى بشكل علمي عن طبيعة هذه البرامج، من أجل معرفة إيجابياتها وسلبياتها، واستشراف مستقبلها.

٤- حداثة الموضوع، وقلة الدراسات العربية والأجنبية التي اهتمت باخضاع برامج الكاميرا الخفية وعلاقتها بقيم وأخلاقيات المشاهدين للدراسة.

٥- توفير خلفية معلوماتية للقائمين على إنتاج برامج الكاميرا الخفية عن اتجاهات نحو هذه البرامج وتفضيلاته بشأنها، بما قد يكفل مساعدة صناع برامج الكاميرا الخفية لتجويد منتجاتهم الإعلامية في ضوء احتياجات الجمهور.

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة بشكل أساسى إلى:

١- معرفة معدل تعرض الجمهور لبرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة.

٢- الكشف عن كثافة التعرض لبرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة.

٣- رصد القيم الإيجابية والسلبية التي يتضمنها برنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة في إطار ما يقدمه من مواقف.

٤- معرفة مستوى إدراك مشاهدى برنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة للقيم الإيجابية والسلبية التي يتم تمريرها في حلقات البرنامج.

٦- التحقق من مدى تأثير اختلاف بعض العوامل الديموجرافية ممثلة في: (السن، النوع، مستوى التعليم، والمستوى الاقتصادى الاجتماعى) في إدراك الجمهور للقيم التي يتضمنها برنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

سعت الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

١- ما معدل تعرض المبحوثين لبرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة؟

٢- ما كثافة تعرض المبحوثين لبرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة ؟

٣- ما اتجاهات المبحوثين نحو القيم المتضمنة ببرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة؟

٤- ما مدى إدراك المبحوثين للقيم المتضمنة ببرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة؟
فروض الدراسة:

- تنتطق الدراسة الحالية في ضوء عدة فروض وهي:
- ١- **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض لبرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، والقيم المكتسبة من المواقف المقدمة خلاله.
 - ٢- **الفرض الثاني** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى إدراك الجمهور للقيم التي يعكسها برنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، وفقاً لاختلاف العوامل الديموجرافية للمشاهدين، من حيث: (النوع- السن- مستوى التعليم- المستوى الاقتصادي الاجتماعي).
 - ٣- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية بين القيم المكتسبة من برنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، واستغراق المشاهد في الموقف المقدم خلالها، من حيث: (الإعجاب بشخصية مقدم البرنامج - التوحد مع الشخصية الرئيسة في الموقف المقدم - استخدام البرنامج عناصر إخراجية جذابة).
- التعريفات الإجرائية للدراسة:**

برامج الكاميرا الخفية Hidden/ candid camera shows: يُقصد بها البرامج التي تستهدف عمل حيلة "مقلب" في شخصية مشهورة؛ لتسجيل رد فعله تجاه الحيلة، وذلك بالتطبيق على برنامج (رامز يلعب بالنار) كنموذج لبرامج الكاميرا الخفية.

الإدراك Cognition: يُقصد به مستوى الفهم والمعرفة المتحقق بشأن القيم المتضمنة ببرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة سواء كان "مستوى منخفض - متوسط - مرتفع".

القيم Values: يُقصد بها المعايير الإيجابية والسلبية التي تقدمها برامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، وذلك في المجالات الاجتماعية أي القيم المنظمة للتعاملات مع الآخرين مثل احترام خصوصية الآخرين، احترام الكبير، والأخلاقية أي القيم الشخصية للفرد المرتبطة بأخلاقياته مثل التعاون، التسامح، الكذب، الغرور، والجمالية أي القيم المتعلقة بتذوق الفرد للجمال مثل التنسيق، وجمال المظهر، والدينية أي القيم الروحية المتعلقة بعلاقة الفرد بخالقه مثل الاستعانة بالله عند الخطر.

الإطار الإجرائي للدراسة:

أولاً- نوع ومنهج الدراسة:

تتنمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية، "وتستهدف الدراسات الوصفية وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقاتها في وضعها الراهن، ويُستخدم هذا النوع من الدراسات لوصف الدوافع والحاجات واستخدامات وسائل الإعلام والتفضيل والإهتمام" (عبد الحميد، ٢٠٠٠، ص ١٣)، حيث تستهدف الدراسة الحالية تناول الوصفي لظاهرة برامج الكاميرا الخفية، وعلاقتها بقيم المشاهدين، وتعتمد الدراسة على استخدام منهج المسح باعتباره "جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة من العدد الحدى من المفردات المكونة لمجتمع البحث و لفترة زمنية كافية للدراسة" (حسين، ١٩٩٥، ص ١٤٧)، وذلك من خلال المسح بالعينة لمشاهدي برامج الكاميرا الخفية.

ثانياً- عينة الدراسة:

تمثلت في عينة متاحة من مشاهدي برامج الكاميرا الخفية، بلغ قوامها ٤٠٠ مفردة من الذكور والإناث ممن تتراوح أعمارهم بين ١٩ وأكثر من ٦٠ سنة، وقد تم

سحب مفردات العينة من محافظة القاهرة الكبرى بما تشمله من محافظات (القاهرة، القليوبية، الجيزة) باعتبارها التجمع الحضرى الأكبر على مستوى الجمهورية من حيث الكثافة السكانية، حيث يزيد عدد سكانها على عشرين مليون ونصف نسمة، وفقاً لمؤشرات الموقع الرسمى لجهاز التبعئة العامة والإحصاء*
وقد تم اختيار التطبيق على برنامج (رامز يلعب بالنار)، وفقاً لنتائج دراسة استطلاعية تم تطبيقها على (٥٤) مفردة لمعرفة أبرز برامج الكاميرا الخفية التي شاهدها المبحوثون في رمضان ٢٠١٦، وقد تصدر برنامج (رامز يلعب بالنار) الترتيب.
خصائص عينة الدراسة وتشمل (النوع- الفئة العمرية - مستوى التعليم- المستوى الاقتصادى الاجتماعى):

جدول رقم (١)
توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع

| م | النوع | ك | % |
|---|---------|-----|------|
| ١ | ذكر | ٢٣٤ | ٥٨.٥ |
| ٢ | أنثى | ١٦٦ | ٤١.٥ |
| | المجموع | ٤٠٠ | ١٠٠ |

يتضح من بيانات الشكل السابق ما يلي:

- أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير "النوع" يشير إلى أن أغلبية المبحوثين كانوا من (الذكور) حيث بلغت نسبتهم (٥٨.٥%)، في حين بلغت نسبة (الإناث) (٤١.٥%).

جدول رقم (٢)
توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الفئة العمرية

| م | الفئة العمرية | ك | % |
|---|-------------------|-----|------|
| ١ | من ١٩- إلى ٢٩ سنة | ١٧٣ | ٤٣.٣ |
| ٢ | من ٣٠- إلى ٣٩ سنة | ١٦٧ | ٤١.٨ |
| ٣ | من ٤٠- إلى ٤٩ سنة | ٤٩ | ١٢.٣ |
| ٤ | من ٥٠- إلى ٥٩ سنة | ٩ | ٢.٣ |
| ٥ | ٦٠ سنة فأكثر | ٢ | ٠.٥ |
| | المجموع | ٤٠٠ | ١٠٠ |

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير "الفئة العمرية" يعكس أن أغلبية مفردات العينة من الفئة العمرية (من ١٩ إلى ٢٩ سنة)، بنسبة (٤٣.٣%)، تلتها الفئة العمرية (من ٣٠ إلى ٣٩ سنة) بفارق بسيط حيث بلغت نسبتها (٤١.٨%)، أما أقل فئات السن بين المبحوثين فكانت الفئة العمرية (٦٠ سنة فأكثر)، والتي مثلت أقل فئة بين مختلف فئات المبحوثين العمرية، وذلك بنسبة (٠.٥%) فقط من مفردات العينة، وسبققتها في الترتيب الفئة العمرية (من ٥٠ إلى ٥٩ سنة)، وذلك بنسبة بلغت (٢.٣%)، ليمتلا أقل الفئات العمرية بين مفردات العينة.

جدول رقم (٣)
توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير مستوى التعليم

| م | مستوى التعليم | ك | % |
|---|--------------------------------------|-----|------|
| ١ | تعليم اساسي (اعدادية) | ٢ | ٠.٥ |
| ٢ | دبلوم (فني- تجاري) | ٤٢ | ١٠.٥ |
| ٣ | ثانوية عامة | ٣٨ | ٩.٥ |
| ٤ | تعليم جامعي (طالب- خريج) | ٢٧٢ | ٦٨ |
| ٥ | تعليم بعد الجامعي (ماجستير- دكتوراه) | ٤٦ | ١١.٥ |
| | المجموع | ٤٠٠ | ١٠٠ |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير "المستوى التعليمي" يشير إلى تقدم فئة (التعليم الجامعي) وبفارق ملحوظ عن باقي المستويات التعليمية لمفردات العينة، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٦٨%) من إجمالي مفردات العينة، أما أقل مستوى تعليمي بين مفردات العينة فتمثل في (التعليم الأساسي)، بنسبة بلغت (٠.٥%)، وذلك وفقاً لردود مفردات عينة الدراسة.

جدول رقم (٤)
توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي

| م | المستوى الاقتصادي الاجتماعي | ك | % | الترتيب |
|---|-----------------------------|-----|-------|---------|
| ١ | منخفض | ١٣٥ | ٣٣.٧٥ | ٢ |
| ٢ | متوسط | ١٢٩ | ٣٢.٢٥ | ٣ |
| ٣ | مرتفع | ١٣٦ | ٣٤ | ١ |
| | المجموع | ٤٠٠ | ١٠٠ | |

- يتضح من بيانات الجدول السابق أن توزيع مفردات عينة الدراسة يعكس تقارب المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين الذين شملتهم الدراسة، وتقارب الفروق بين الطبقات الاجتماعية المختلفة إلى حد كبير.

ثالثاً- أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على صحيفة استقصاء شملت متغيرات الدراسة كافة، وعدد من أساليب القياس مثل قياس كثافة التعرض لبرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة (ضعيف - متوسط - كثيف)، وقياس كل من مستوى الاهتمام بمشاهدة إعادة حلقات البرنامج، ومدى مصداقية الجمهور لواقعيته، وذلك عبر مقياس ثلاثي، بالإضافة إلى قياس مستوى إدراك القيم المتضمنة بالبرنامج من خلال مقياس ثلاثي يقيس اتجاهات الجمهور نحو بعض القيم الجمالية والاجتماعية والأخلاقية والدينية؛ وذلك بغرض توصيف مستوى إدراك المبحوث للقيم المتضمنة بالبرنامج محل الدراسة (سطحي - متوسط - متعمق).

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الإنتهاء من جمع بيانات الدراسة من المبحوثين، تم تكويدها وإدخالها للحاسب الآلي للمعالجة الإحصائية، وذلك بالاستعانة ببرنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS"، وقد تم الاعتماد على عدد من المعالجات الإحصائية كالنسب المئوية والتكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب، فضلاً عن إجراء عدد

من الإختبارات الإحصائية كإختبار ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha لقياس ثبات فقرات الاستقصاء، ومعامل ارتباط سبيرمان (Correlation Spearman) لقياس قوة واتجاه العلاقة بين متغيرات الدراسة، ومعامل كاي² Cross tabs ومعامل الإقتزان Contingency Coefficient لإيجاد مدى استقلالية وقوة العلاقة، إختبار "ت" Independent t test لقياس مدى الفروق بين عينتين مستقلتين متمثلة في متغير (النوع)، وتحليل التباين أحادى الاتجاه "ف" (One Way ANOVA) لقياس مدى الفروق بين أكثر من عينتين مستقلتين متمثلة في العمر، المستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادى والاجتماعي.

إجراءات الصدق والثبات:

تم قياس صدق صحيفة الاستقصاء من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين من أسانذة الإعلام؛ للتأكد من مدى تحقيق أسئلة الاستمارة لهدف الدراسة، وقد تم تعديل بعض أسئلة الاستمارة في ضوء توجيهات السادة المحكمين، وحذف البعض الأخر، أما ثبات صحيفة الاستقصاء فقد تم قياسه من خلال استخدام معامل الثبات " ألفا كرونباخ" Cronbach's- Alpha، لقياس الإتساق الداخلى لمحتوى الدراسة، وقد تبين أن معامل الثبات قد بلغ (٠.٨٣٧)، مما يدل على الثبات المرتفع الذي انعكس أثره على الصدق الذاتى (الذي يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات)، فبلغ (٠.٩١٤)، طبقاً لردود عينة الدراسة.

نتائج الدراسة:

أولاً أبرز النتائج المرتبطة ببرامج الكاميرا الخفية عموماً:

- ١- تحرص نسبة (٩٤.٨%) من مفردات العينة على متابعة برامج الكاميرا الخفية، منهم (٦٦.٥%) يشاهدون برامج الكاميرا الخفية (أحياناً)، و(٢٨.٣%) يشاهدونها بشكل دائم، في حين تراجع نسبة من يشاهدونها (نادراً) لتبلغ (٥.٢%) فقط، وهو ما يدل على جذب هذا النوع البرامجى لانتباه الجمهور.
- ٢- تشاهد معظم مفردات العينة برامج الكاميرا الخفية منذ (ثلاث سنوات)، وهو ما قد يرجع إلى تطور شكل برامج الكاميرا الخفية خلال السنوات الماضية، لتشهد تقديم أفكاراً غير مألوفة، ولتنفيذ هذه الأفكار بعناصر إخراجية جاذبة من مؤثرات صوتية ومرئية وأعمال جرافيك وأغانى..إلخ.
- ٣- جاء الدافع المتعلق بالإضحاك في مرتبة متقدمة بين جملة دوافع التعرض لبرامج الكاميرا الخفية، بما يدل على أن إيقاع الحياة الذي نعيشه، وطبيعة الظروف المحيطة بالفرد في مجتمعاتنا العربية، تتطلب تقديم محتوى كوميدي يساعد الجمهور على التحرر من ضغوط وروتين الحياة بالضحك.
- ٤- يعد الاعتماد على مُقدم برامج محبب إلى الجماهير من أبرز دوافع التعرض لبرامج الكاميرا الخفية بغض النظر عن فكرة البرنامج، بما يشير إلى أن استحداث فكرة برامجية غير تقليدية يعد غير كافي لتقديم برنامج كاميرا خفية يحظى بكثافة مشاهدة عالية ما لم يُسند تقديم البرنامج إلى شخصية محببة إلى الجمهور، وقد يرجع

- السبب في ذلك إلى أن الاعتماد على شخصية يحبها الجمهور يُدعم فكرة البرنامج ويضفي عليها مكانة حتى وإن لم تكن الفكرة مبتكرة.
- ٥- تفضل غالبية مفردات العينة متابعة برامج الكاميرا الخفية (عند عرضها على التلفزيون لأول مرة في شهر رمضان)، وهو ما يدل على اهتمام الجمهور بمتابعة برامج الكاميرا الخفية، وجذب هذا الشكل البرامجي للمشاهدين، بما يدفعهم لمتابعته فور إذاعة مواسم جديدة خلال شهر رمضان.
- ٦- تشاهد معظم مفردات العينة برامج الكاميرا الخفية (مع الأسرة)، وهو ما قد يرجع إلى توقيت العرض، حيث أن معظم برامج الكاميرا الخفية تتم إذاعتها عادةً على قنوات التلفزيون المختلفة في أثناء فترة المساء التي تشهد تجمع أفراد الأسرة معاً، سواء كان ذلك عقب الإفطار في شهر رمضان، أو بعد رمضان حيث تكون إذاعة برامج الكاميرا الخفية أيضاً في فترة المساء عادةً، وهي الفترة التي قد تكون ملائمة لتجمع أفراد الأسرة معاً بعد انتهاء أعباء العمل أو الدراسة.
- ثانياً: النتائج المرتبطة ببرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة:
- ١- معدل تعرض المبحوثين لبرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة:
- جدول رقم (٥)

معدل التعرض لبرنامج رامز يلعب بالنار

| م | البرنامج | دائماً | | أحياناً | | لم أتابعه | | المتوسط الانحراف المعياري |
|---|------------------|--------|----|---------|----|-----------|---|---------------------------|
| | | ك | % | ك | % | ك | % | |
| ١ | رامز يلعب بالنار | ٢٧٢ | ٦٨ | ١٢٨ | ٣٢ | - | - | ٢.٦٨ |
| | | | | | | | | ٠.٤٧ |

- ٢- تدلل بيانات الجدول السابق على نجاح برنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة في لفت انتباه المبحوثين، بما جعلهم يحرصون على متابعة حلقاته سواء كانت المشاهدة دائمة (دائماً) أو مشاهدة متوسطة (أحياناً)، وهو ما يعكس مدى جذب برامج الكاميرا الخفية كشكل برامجي ترفيهي لمشاهدي التلفزيون، وقد يرجع التعرض المرتفع للبرنامج محل الدراسة إلى سيطرة مقدم البرنامج الممثل رامز جلال على سوق برامج الكاميرا الخفية لمدة خمسة أعوام بدءاً من عام ٢٠١١، قدم خلالها برامج "رامز قلب الأسد"، "رامز ثعلب الصحراء"، "رامز عنخ آمون"، "رامز قرش البحر"، و"رامز واكل الجو"، وهو ما قد يكون سبباً في ترقب الجمهور للجديد الذي يقدمه مقدم البرنامج كل عام، خاصةً مع تقديمه كل عام أفكاراً غير مألوفة.

٢- كثافة تعرض المبحوثين لبرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة:

جدول رقم (٦)

كثافة مشاهدة برنامج رامز يلعب بالنار أسبوعياً

| م | عدد الأيام | ك | % |
|---|------------|-----|------|
| ١ | يوم واحد | ٧١ | ١٧.٨ |
| ٢ | ٢-٣ أيام | ٢٨ | ٧ |
| ٣ | ٤-٥ أيام | ٨٣ | ٢٠.٨ |
| ٤ | كل يوم | ٢١٨ | ٥٤.٥ |
| | الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠ |

- تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع كثافة مشاهدة برنامج (رامز يلعب بالنار) حيث جاءت فنتى (كل يوم، من ٤-٥ أيام) في الترتيبين الأول والثاني، تلا ذلك المستوى المنخفض لكثافة المشاهدة (يوم واحد)، وأخيراً المستوى المتوسط لكثافة المشاهدة (٢-٣ أيام) وفقاً لردود عينة الدراسة، وتشير النتائج السابقة إلى جذب البرنامج محل الدراسة لانتباه الجمهور ودفعهم إلى مشاهدته، وهو ما قد يكون سببه شهرة مقدم البرنامج حيث إن الشهرة تعد قيمة تدعم مستوى البرامج وتجذب الجماهير إلى مشاهدتها، كما قد يرجع مستوى كثافة المشاهدة المرتفع لبرنامج (رامز يلعب بالنار) إلى توقيت عرض البرنامج، حيث كان يذاع عقب الإفطار خلال شهر رمضان، وهى المدة التي تبلغ ذروة المشاهدة فيها للتلفزيون إجمالاً في الدورة الإذاعية الخاصة لشهر رمضان.

٣- اتجاهات المبحوثين نحو القيم المتضمنة بالبرنامج محل الدراسة:

جدول رقم (٧)

اتجاهات المبحوثين نحو القيم المتضمنة ببرنامج رامز يلعب بالنار

| م | العبارات | مؤيد | | محايد | | معارض | | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|--|------|------|-------|------|-------|-----|-----------------|-------------------|
| | | ك | % | ك | % | ك | % | | |
| ١ | تصوير الضيوف دون علمهم يعتبر انتهاكاً لخصوصيتهم | ٦٦.٣ | ٦٦.٣ | ١١٤ | ٢٨.٥ | ٢١ | ٥.٣ | ٢.٦١ | ٠.٥٩ |
| ٢ | ظهور مقدم البرنامج والضيوف بملابس متناسقة ومظهر مهذب جعلنى أكثر حرصاً على الاهتمام بنفسى لأبدو مثلهم | ٥٨.٥ | ٥٨.٥ | ١٥٣ | ٣٨.٣ | ١٣ | ٣.٣ | ٢.٥٥ | ٠.٥٦ |
| ٣ | استعانة الضيوف بالله عند تعرضهم للخطر علمنى التمسك بالدين | ٥٤.٥ | ٥٤.٥ | ١٥٨ | ٣٩.٥ | ٢٤ | ٦ | ٢.٤٩ | ٠.٦١ |
| ٤ | يسخر البرنامج من ضيوفه ويستهزأ بهم بشكل غير لائق | ٥٣.٥ | ٥٣.٥ | ١٦١ | ٤٠.٣ | ٢٥ | ٦.٣ | ٢.٤٧ | ٠.٦١ |
| ٥ | عدم انفعال الضيوف على مقدم البرنامج عند اكتشاف المقلب علمنى العفو والتسامح | ٥٢.٥ | ٥٢.٥ | ١٦٤ | ٤١ | ٢٦ | ٦.٥ | ٢.٤٦ | ٠.٦٢ |
| ٦ | علمنى البرنامج أن مساعدة الآخرين وقت الخطر واجب | ٤٨.٨ | ٤٨.٨ | ١٨١ | ٤٥.٣ | ٢٤ | ٦ | ٢.٤٣ | ٠.٦٠ |
| ٧ | اضطرار بعض الضيوف للكذب أحياناً مقبول طالما أنه للتخلص من موقف محرج | ٤٥.٨ | ٤٥.٨ | ٢٠٠ | ٥٠ | ١٧ | ٤.٣ | ٢.٤٢ | ٠.٥٧ |
| ٨ | استفدت من البرنامج أن في وقت الخطر من الذكاء التفكير في إنقاذ نفسى فقط | ٤٤.٥ | ٤٤.٥ | ١٩٩ | ٤٩.٨ | ٢٣ | ٥.٨ | ٢.٣٩ | ٠.٥٩ |

| | | | | | | | | | |
|------|------|------|----|------|-----|------|-----|----|---|
| ٠.٥٥ | ٢.٣٩ | ٣.٣ | ١٣ | ٥٥ | ٢٢٠ | ٤١.٨ | ١٦٧ | ٩ | تصوير البرنامج في أماكن جميلة، واستخدام ديكورات جذابة علمي معني التنسيق والجمال |
| ٠.٦٢ | ٢.٣٧ | ٧.٥ | ٣٠ | ٤٨ | ١٩٢ | ٤٤.٥ | ١٧٨ | ١٠ | هدوء الضيوف عند التعرض للخطر علمي الصبر والرضا |
| ٠.٦٥ | ٢.٣٤ | ١٠ | ٤٠ | ٤٥.٨ | ١٨٣ | ٤٤.٣ | ١٧٧ | ١١ | استخدام الضيوف لألفاظ غير لائقة عند توترهم أو اكتشاف تعرضهم لمقلب أمر مقبول |
| ٠.٦٩ | ٢.٣٤ | ١٢.٥ | ٥٠ | ٤١.٣ | ١٦٥ | ٤٦.٣ | ١٨٥ | ١٢ | ضرب الضيوف لمقدم البرنامج عند اكتشاف المقلب مقبول نظراً لتعرضهم لضغط وخوف |
| ٠.٧٢ | ٢.٣١ | ١٥.٣ | ٦١ | ٣٨.٨ | ١٥٥ | ٤٦ | ١٨٤ | ١٣ | تعامل بعض الضيوف باستعلاء في البرنامج مقبول لأنهم نجوم |
| ٠.٦٤ | ٢.٣٠ | ١٠.٣ | ٤١ | ٤٩.٥ | ١٩٨ | ٤٠.٣ | ١٦١ | ١٤ | تضحية بعض النجوم بأنفسهم لأنقاذ الآخرين علمي معني الشجاعة |
| ٠.٥٢ | ٢.٢٩ | ٣.٥ | ١٤ | ٦٤.٥ | ٢٥٨ | ٣٢ | ١٢٨ | ١٥ | استخدام الضيوف أو مقدم البرنامج لمصطلحات أجنبية يزيد إعجابي بهم |
| ٠.٧١ | ٢.٢٦ | ١٥.٨ | ٦٣ | ٤٣ | ١٧٢ | ٤١.٣ | ١٦٥ | ١٦ | أقبل ملابس الضيوف إذا كانت ضيقة أو كاشفة، لأنها دليل على التحرر |
| ٠.٧٤ | ٢.٢٥ | ١٧.٨ | ٧١ | ٣٩.٥ | ١٥٨ | ٤٢.٨ | ١٧١ | ١٧ | التلامس الجسدي بين الجنسين يتنافى مع تقاليد وقيم مجتمعنا |
| ٠.٧١ | ٢.٢٣ | ١٦.٣ | ٦٥ | ٤٥ | ١٨٠ | ٣٨.٨ | ١٥٥ | ١٨ | عدم احترام الكبير مقبول طالما في إطار المزح في البرنامج |
| ٠.٢٦ | ٢.٣٨ | | | | | | | | لمتوسط العام الإجمالي |

من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي:

- أن المتوسط العام لإجمالي العبارات الموضحة لـ "اتجاهات المبحوثين نحو القيم المتضمنة ببرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة قد بلغت قيمته (٢.٣٨)، وبانحراف معياري قيمته (٠.٢٦)، بما يدل على غلبة الاتجاه (المؤيد) لإجمالي العبارات.
- وتشير النتائج السابقة إلى أن أبرز العبارات التي حظت باتفاق المبحوثين، قد تعلقت بالقيم الإيجابية المرتبطة باحترام خصوصية الآخرين، حُسن المظهر، الاستعانة بالله وقت الخطر، عدم السخرية من الغير، العفو والتسامح، وأخيراً التعاون، وهو ما عكسته عبارات: (تصوير الضيوف دون علمهم يعتبر انتهاكاً لخصوصيتهم)، (ظهور مقدم البرنامج والضيوف بملابس متناسقة ومظهر مهتم جعلني أكثر حرصاً على الاهتمام بنفسى لأبدو مثلم)، (استعانة الضيوف بالله عند تعرضهم للخطر علمي التمسك بالدين)، (يسخر البرنامج من ضيوفه ويستهزأ بهم بشكل غير لائق)، (عدم

انفعال الضيوف على مقدم البرنامج عند اكتشاف المقالب علمنى العفو والتسامح،
(وعلمنى البرنامج أن مساعدة الآخرين وقت الخطر واجب)، والتي جاءت في
المراتب الستة الأولى بمتوسطات حسابية (٢.٦١)، (٢.٥٥)، (٢.٤٩)، (٢.٤٧)،
(٢.٤٦)، (٢.٤٣)، على الترتيب، وفقاً لردود مفردات العينة.

- وتوضح النتائج السابقة أن برامج الكاميرا الخفية قد تسهم في إمداد الجمهور ببعض
القيم من خلال تمريرها له في إطار المواقف التي تحتويها، بما يشير إلى إمكانية
استثمار برامج الترفيه التلفزيونية لتعليم أفراد الجمهور، حتى دون أن يكون الهدف
من هذه البرامج تربوياً في المقام الأول، كما يشير تنوع موضوعات القيم التي جاءت
في المراتب الست الأولى وحظت بتأييد غالبية المبحوثين بشأنها، على تنوع المجالات
التي يمكن أن تخدمها برامج برامج الكاميرا الخفية، حيث تنوعت القيم التي جاءت
في مراتب متقدمة وفقاً لردود المبحوثين بين القيم الجمالية (حُسن المظهر)، والقيم
الدينية (الاستعانة بالله وقت الخطر)، والقيم الاجتماعية (احترام خصوصية الآخرين،
وعدم السخرية من الغير)، وأخيراً القيم الأخلاقية (التعاون، والعفو والتسامح)، وتتفق
النتيجة السابقة مع أسس استراتيجية التعلم من خلال الترفيه، والتي تشير إلى وجود
دلائل بشأن تأثيرات الترفيه في إحداث التعلم.

- أما أقل العبارات التي حظت باتفاق المبحوثين بشأنها فقد تعلقت ببعض القيم السلبية
مثل التحرر والانطلاق، ثم التلامس الجسدى بين الجنسين، وأخيراً إهانة الكبير تحت
دعوى المزح، وهو ما عكسته عبارات: (أقبل ملابس الضيوف إذا كانت ضيقة أو
كاشفة، لأنها دليل على التحرر)، (التلامس الجسدى بين الجنسين في البرنامج يتنافى
مع تقاليد وقيم مجتمعنا)، و(عدم احترام الكبير مقبول طالما في إطار المزح في
البرنامج)، حيث جاءت في المراتب الثلاثة الأخيرة من إجمالي العبارات المتعلقة
باتجاهات المبحوثين نحو القيم المتضمنة ببرامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، وذلك
بمتوسطات حسابية (٢.٢٦)، (٢.٢٥)، (٢.٢٣) على الترتيب، وتشير النتائج السابقة
إلى أن العبارات التي جاءت في المراتب الثلاثة الأخيرة تتعلق بالجوانب الاجتماعية،
وبالرغم من أن اختلاف المبحوثين بشأنها قد يكون بسبب نسبية رؤي المبحوثين بشأن
بعض المفاهيم الاجتماعية، إلا أن ذلك يعد في الوقت ذاته مؤشراً مهماً على أن بعض
برامج الترفيه التلفزيونية قد تؤدي إلى اختلاط بعض المفاهيم في أذهان أفراد
الجمهور، وتجعلهم يتقبلونها لأنها قُدمت إليهم في إطار ترفيهي، وهو ما تعكسه
حيادية آراء المبحوثين بشأن هذه العبارات.

١١- إدراك الجمهور للقيم الإيجابية السلبية المقدمة ببرامج الكاميرا الخفية محل
الدراسة:

جدول رقم (٨)

إدراك الجمهور للقيم المتضمنة ببرامج الكاميرا الخفية محل الدراسة

| م | نوع القيم | المتوسط العام | الانحراف المعياري |
|---|-----------|---------------|-------------------|
| ١ | الجمالية | ٢.٤٦ | ٠.٤٠ |
| ٢ | الدينية | ٢.٤٢ | ٠.٤٤ |
| ٣ | الأخلاقية | ٢.٣٨ | ٠.٢٧ |

| | | | |
|---|------------|---------------|-------------------|
| ٤ | الاجتماعية | ٢.٣٤ | ٠.٣٦ |
| م | نوع القيم | المتوسط العام | الانحراف المعياري |
| ١ | الإيجابية | ٢.٤٣ | ٠.٢٦ |
| ٢ | السلبية | ٢.٣١ | ٠.٣٥ |

ن = ٤٠٠

من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي:

- أن إجابات مفردات عينة الدراسة على إجمالي عبارات متغير "إدراك الجمهور للقيم المتضمنة ببرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة" تشير إلى تراوح مستوى إدراك الجمهور بين المستوى المرتفع والمتوسط للإدراك، وذلك لإجمالي القيم المتضمنة ببرنامج (رامز يلعب بالنار) على اختلافها بين قيم جمالية، دينية، قيم وأفكار أخلاقية، واجتماعية بما يدل على وعي الجمهور من جهة، وإمكانية تطويع البرامج الترفيهية التليفزيونية لتناول موضوعات تخدم مجالات متعددة قد تسهم في تنمية المجتمع في نواحي مختلفة من جهة أخرى.

- وقد حقق الباحثون مستوى إدراك مرتفع لإجمالي العبارات التي اهتمت بقياس كل من القيم الجمالية التي جاءت في الترتيب الأول، والقيم الدينية التي جاءت في الترتيب الثاني، ثم القيم الأخلاقية التي جاءت في الترتيب الثالث، وأخيراً جاءت القيم الاجتماعية في الترتيب الرابع، حيث حقق الباحثون مستوى إدراك متوسط لإجمالي العبارات التي اهتمت بقياسها.

- ويشير مجيء القيم الجمالية في مقدمة القيم التي ارتفع إدراك الباحثين بشأنها، لتسبق في الترتيب القيم الدينية الروحية التي تحدد أساس التعاملات الحياتية كافة، ولتسبق أيضاً القيم الأخلاقية التي تحدد السمات الشخصية للأفراد، أن مجتمعنا ينشغل أفراده بصورة أكبر بالجوانب المتعلقة بالمظهر، وذلك على حساب قيم أكثر أهمية قد تحدد طبيعة العلاقات بين الأفراد وتنظمها، بما يعكس الحاجة إلى مزيد من الاهتمام من جانب القائمين على برامج الكاميرا الخفية انطلاقاً من مسؤوليتهم الاجتماعية للتشديد من خلال المحتوى البرامجي الذي يقدموه على القيم المنظمة لحياة الأفراد بصورة أكبر، كما أن تحقيق الباحثين لمستوى إدراك متوسط للقيم الاجتماعية وحلولها في المرتبة الأخيرة، يشير إلى أن الموضوعات الاجتماعية تحتاج مزيد من الاهتمام والتركيز في تناول الإعلامي الترفيهي، لأنه قد يسهم في طرح الموضوعات التي تمس المجتمع بصورة غير تقليدية، مقارنة بالتناول الجاد لهذه الموضوعات.

نتائج اختبار فروض الدراسة:

- الفرض الأول:

يختبر الفرض الأول مدى وجود علاقة بين كثافة التعرض لبرامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، ومدى إدراك القيم المكتسبة من المواقف المقدمة خلالها.

جدول رقم (٩)

العلاقة بين كثافة التعرض لبرنامج (رامز يلعب بالنار)، والقيم المكتسبة منه

| النتيجة (الدلالة) | مستوى المعنوية | معامل الارتباط (r) | العلاقة |
|----------------------|-------------------|-----------------------|--|
| دالة | ٠.٠٢ | ٠.٦٠٣ | - كثافة التعرض لبرنامج (رامز يلعب بالنار)، والقيم المكتسبة من المواقف المقدمة فيه |

* دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١

* دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥

من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلى:

- باستخدام معامل ارتباط سبيرمان للترتيب spearman Correlation؛ بغرض اختبار درجة واتجاه العلاقة بين كثافة تعرض المبحوثين لبرنامج (رامز يلعب بالنار)، ومدى إدراك المبحوثين للقيم المكتسبة من المواقف المقدمة فيه، ثم بحساب معنوية الاختبار؛ للتدليل على وجود علاقة بين المتغيرات إذا كان مستوى المعنوية أقل من (٠.٠٥)، أو للدلالة على عدم وجود علاقة إذا كان مستوى المعنوية أكبر من (٠.٠٥)، وُجد أنه توجد علاقة إيجابية-متوسطة الشدة- ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لبرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، والقيم المكتسبة من المواقف المقدمة فيه، حيث بلغ معامل الارتباط (٠.٦٠٣) بمستوى معنوية أقل من (٠.٠٥).

- وتدلل النتيجة السابقة أنه كلما زاد تعرض أفراد الجمهور لبرامج الكاميرا الخفية، زاد اكتسابهم للقيم التي يتم تضمينها بالمواقف المقدمة في حلقات هذه البرامج، وسواء أقصد القائمون على صناعة برامج الكاميرا الخفية تمرير هذه القيم، أو لم يعتمدوا ذلك، إلا أن النتيجة السابقة تدل على أنه يمكن لبرامج الترفيه التلفزيونية ممثلة في برامج الكاميرا الخفية أن يتم استثمارها لتحقيق أغراض تعليمية باعتبارها شكل برامجي جاذب للمشاهدين ليتم من خلالها تقديم وإرساء بعض القيم التي يحتاج المجتمع لتضافر الجهود الإعلامية ليثباتها في نفوس أفراد الجمهور، بما يتلائم مع احتياجات تطوير المجتمع والارتقاء به.

- ونخلص مما سبق إلى:

إثبات وقبول الفرض الإحصائي الأول القائل: "توجد علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض لبرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، والقيم المكتسبة من المواقف المقدمة خلاله".

-الفرض الثانى:

يختبر الفرض الثانى مدى وجود فروق في إدراك الجمهور للقيم التي يعكسها برنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، وفقاً لاختلاف العوامل الديموجرافية للمشاهدين، من حيث: (النوع- السن- مستوى التعليم- المستوى الاقتصادى الاجتماعى):

أ- العلاقة بين مدى إدراك المبحوثين للقيم التي يعكسها برنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، والنوع:

جدول رقم (١٠)

مدى إدراك المبحوثين للقيم المتضمنة ببرنامج رازم يلعب بالنار وفقاً للنوع

| مستوى الإدراك | النوع | ك | المتوسط | الانحراف المعياري | قيمة ت المحسوبة | مستوى الدلالة | الدلالة الإحصائية |
|---|-------|-----|---------|-------------------|-----------------|---------------|-------------------|
| إدراك الجمهور للقيم المتضمنة ببرنامج رازم يلعب بالنار | ذكور | ٢٣٤ | ١.٩٩ | ٠.٧٧ | ١.٦٣٩ | ٠.٥٢ | غير دالة |
| | إناث | ١٦٦ | ٢.٠٤ | ٠.٧٩ | | | |

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

- باستخدام اختبار "ت" لعينتين مستقلتين Independent T Test، ثم بحساب معنوية الاختبار على أساس مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥) ليدل على معنوية الفروق، أو للدلالة على عدم معنوية الفروق إذا كان مستوى المعنوية أكبر من (٠.٠٥)، لم يثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين (ذكور- إناث)، ومدى إدراكهم للقيم المتضمنة ببرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، حيث بلغت قيمة "ت" (١.٦٣٩)، وذلك عند مستوي معنوية أكبر من (٠.٠٥).

- وقد يرجع ذلك إلى أن القيم تعد أحكام يصدرها الفرد بعقله على الأشياء لتحديد الصواب والخطأ، أو للتمييز بين المرغوب والمنبذ، وبالتالي فإن إدراك الفرد لقيمة ما تعد عملية عقلية لا تتعلق بنوع الفرد إن كان ذكراً أو أنثى.

ب - العلاقة بين مدى إدراك المبحوثين للقيم المتضمنة ببرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، وبعض الخصائص الديموجرافية:

جدول رقم (١١)

مدى إدراك القيم المتضمنة ببرنامج رازم يلعب بالنار وفقاً لبعض خصائص العينة

| النتيجة | الخصائص العينة | التوزيع | ك | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة F | |
|----------|--------------------------------|-----------------------|-----|-----------------|-------------------|----------------|---------|
| | | | | | | مستوي المعنوية | الدلالة |
| غير دالة | ١- العمر | من ١٩- إلى ٢٩ سنة | ١٧٣ | ٢.١٠ | ٠.٧١ | ٢.٣١٤ | ٠.٠٦ |
| | | من ٣٠- إلى ٣٩ سنة | ١٦٧ | ١.٨٦ | ٠.٨١ | | |
| | | من ٤٠- إلى ٤٩ سنة | ٤٩ | ٢.٢٤ | ٠.٧٧ | | |
| | | من ٥٠- إلى ٥٩ سنة | ٩ | ١.٦٦ | ١.٠٠ | | |
| | | ٦٠ سنة فأكثر | ٢ | ٢.٠٠ | ١.٤١ | | |
| غير دالة | ٢- مستوى التعليم | تعليم أساسي (إعدادية) | ٢ | ١.٩٨ | ٠.٦٥ | ١.٢٥٢ | ٠.٢٨ |
| | | دبلوم (فني- تجاري) | ٤٢ | ٢.٠٧ | ٠.٨٣ | | |
| | | ثانوية عامة | ٣٨ | ٢.٠٠ | ٠.٨١ | | |
| | | تعليم جامعي | ٢٧٢ | ٢.٠٢ | ٠.٧٦ | | |
| | | تعليم بعد الجامعي | ٤٦ | ١.٨٦ | ٠.٨٠ | | |
| غير دالة | ٣- المستوى الاقتصادي الاجتماعي | منخفض | ١٣٥ | ١.٩٥ | ٠.٧٩ | ١.٨٩٢ | ٠.٤٤ |
| | | متوسط | ١٢٩ | ٢.٠٧ | ٠.٦٧ | | |
| | | مرتفع | ١٣٦ | ٢.٠٠ | ٠.٤٧ | | |

يتضح من بيانات الجدول السابق أنه باستخدام تحليل التباين أحادى الاتجاه "ف" (One- Way ANOVA) لأكثر من عینتين مستقلتين، ثم بحساب معنوية الاختبار على أساس مستوى معنوية أقل من (0.05) ليبدل على وجود فروق دالة إحصائية، أو للتدليل على عدم وجود فروق دالة إحصائية، إذا كان مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، وُجد أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى إدراك الجمهور للقيم التي يعكسها برنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة وفقاً لاختلاف فئات متغير (العمر)، أو (مستوى التعليم)، أو (المستوى الاقتصادي الاجتماعي)، وتشير النتائج السابقة إلى أن إدراك الجمهور للقيم المقدمة له في إطار المواقف المتضمنة بحلقات برنامج (رامز يلعب بالنار)، لا يتوقف على اختلاف خصائص المبحوثين من نوع أو سن أو مستوى تعليم، أو مستوى اجتماعي اقتصادي، وهو ما قد يرجع إلى أن غالبية القيم التي اهتمت الدراسة بقياس إدراك المبحوثين لها، قد يتم تمييزها بنسبة كبيرة من خلال الفطرة الإنسانية، بغض النظر عن السن أو مستوى التعليم أو المستوى الاقتصادي الاجتماعي، وذلك على عكس القيم المستحدثة التي لا يألفها أفراد المجتمع لكونها قيم دخيلة على ثقافته، كذلك القيم المرتبطة بالتححرر والانطلاق، والراحة والاستمتاع بالحياة.. الخ، والتي قد تتدخل العوامل الديموجرافية للمشاهدين في إدراكها وفي اتجاهاته نحوها، أما غالبية القيم محل الدراسة فتتنتمي للقيم التقليدية التي لا تحتمل وجود خلاف كبير بشأنها من جانب المبحوثين؛ لتوافقها مع أعراف وقيم وتقاليد المجتمع السائدة بالفعل، كقيم احترام الكبير، الاستعانة بالله وقت الخطر، عدم السخرية من الغير، التعاون، حب الخير.. وغيرها من القيم التي اهتمت بها الدراسة، وبالتالي فقد يكون عدم وجود فروق دالة في مدى إدراك المبحوثين لهذه القيم، وفقاً لاختلاف خصائصهم الديموجرافية نابعاً من كون معظم القيم محل الدراسة من القيم التقليدية المألوفة للأفراد والسائدة مجتمعياً، والتي يمكن تمييزها بالفطرة بغض النظر عن مستوى اقتصادي اجتماعي أو تعليمي أو سن.

ومما سبق نخلص إلى:

عدم ثبوت صحة الفرض الثاني القائل: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى إدراك الجمهور للقيم التي يعكسها برنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، وفقاً لاختلاف العوامل الديموجرافية للمشاهدين، من حيث: النوع- السن- مستوى التعليم- المستوى الاقتصادي الاجتماعي".

٣- الفرض الثالث:

يختبر الفرض الثالث مدى وجود علاقة بين القيم التي يكتسبها المبحوثون نتيجة تعرضهم لبرنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، واستغراقهم في المواقف المقدمة خلال حلقات البرنامج، وذلك من حيث: (الإعجاب بشخصية مقدم - التوحد مع الشخصية الرئيسية في الموقف المقدم - استخدام البرنامج عناصر إخراجية جذابة).

جدول رقم (١٢)

علاقة القيم المكتسبة من برنامج (رامز يلعب بالنار) باستغراق المشاهد في المواقف المقدمة خلاله

| النتيجة (الدالة) | مستوى المعنوية | معامل الارتباط (r) | نوع الاستغراق في الحلقة |
|------------------|----------------|--------------------|--|
| دالة | *.٠٠٢ | ٠.٥٠٩ | ١- الإعجاب بشخصية مقدم البرنامج |
| دالة | **٠.٠٠١ | ٠.٥٦١ | ٢- التوحد مع الشخصية الرئيسية في الموقف المقدم |
| دالة | **٠.٠٠١ | ٠.٥٩٣ | ٣- استخدام البرنامج عناصر إخراجية جذابة |

** دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١

* دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥

من بيانات الجدول السابق يتضح أنه باستخدام معامل ارتباط سبيرمان للرتب spearman Correlation؛ لاختبار درجة واتجاه العلاقة بين نوع استغراق المبحوثين في مواقف حلقات برنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، ومستوى الإدراك المتحقق لديهم بشأن القيم التي تضمنتها الحلقات، وُجد ما يلي:

١- توجد علاقة إيجابية - متوسطة الشدة- ذات دلالة إحصائية بين "القيم المكتسبة من برنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، والإعجاب بشخصية مقدم البرنامج"، حيث بلغ معامل الارتباط (٠.٥٠٩) بمستوى معنوية أقل من (٠.٠٥).

٢- توجد علاقة إيجابية - متوسطة الشدة- ذات دلالة إحصائية بين "القيم المكتسبة من برنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، والتوحد مع الشخصية الرئيسية في الموقف المقدم"، حيث بلغ معامل الارتباط (٠.٥٦١) بمستوى معنوية أقل من (٠.٠١).

٣- توجد علاقة إيجابية - متوسطة الشدة- ذات دلالة إحصائية بين "القيم المكتسبة من برنامج الكاميرا الخفية محل الدراسة، واستخدام البرنامج عناصر إخراجية جذابة"، حيث بلغ معامل الارتباط (٠.٥٩٣) بمستوى معنوية أقل من (٠.٠١).

- وتشير النتائج السابقة إلى أنه كلما زاد استغراق المشاهد في الموقف المقدم له في برنامج الكاميرا الخفية الذي يتابعه، زادت القيم التي يكتسبها نتيجة تعرضه لهذا البرنامج، سواء كان الاستغراق مع الموقف سببه الإعجاب بشخصية مقدم البرنامج، أو لأن البرنامج نجح في جعل المشاهد يتقمص الحالة الشعورية التي تمر بها الشخصية الرئيسية بالموقف المقدم، أو لتوظيف البرنامج لعناصر إخراجية جذابة تدمج المشاهد في الموقف المقدم من مؤثرات صوتية وبصرية وموسيقى وأغاني وغيرها، وهو ما قد يرجع إلى أن الاستغراق مع الموقف يتسبب في مزيد من الانتباه والاهتمام بأحداث الحلقة والتأثر عاطفياً بما يدور فيها، ومن ثم تصبح الفرصة أكبر أمام الجمهور لاكتساب كم أكبر من القيم التي يتم تمريرها بالحلقة؛ حيث أن التأثير العاطفي بأحداث الحلقة قد يؤدي إلى إعمال العقل والتفكير في الموقف المقدم، بما يجعل المشاهد في النهاية منتبهاً للموقف بصورة أكبر، وهو ما قد يؤدي أيضاً في النهاية لمزيد من الانتباه والتركيز فيما يتم تقديمه من مواقف يتضمنها برنامج الكاميرا الخفية، بما يجعل التعرض لهذه المواقف من جانب الجمهور في النهاية تجربة تعرض واعي، تسهم في تمرير كم أكبر من القيم إلى الجمهور.

الخلاصة والتوصيات:

أهتمت الدراسة الحالية بالبحث في العلاقة بين التعرض لبرامج الكاميرا الخفية، ومدى إدراك الجمهور المصري للقيم المتضمنة بها، وذلك بالتطبيق على برنامج (رامز يلعب بالنار) الذي أشارت نتائج دراسة استطلاعية قامت بها الباحثة إلى أنه الأعلى في كثافة المشاهدة بين برامج الكاميرا الخفية التي أذيعت في رمضان ٢٠١٦، وقد أشارت النتائج إلى أن برامج الكاميرا الخفية تسهم في توفير بيئة للتعلم الاجتماعي من خلال ما تقدمه من مواقف تتضمن تمرير قيم إلى المشاهدين، حتى وإن لم يستهدف صنّاع البرنامج ذلك، وأن مشاهدي هذه البرامج يتمتعون بحس نقدي يجعلهم قادرين على إدراك القيم التي يتم تمريرها إليهم في سياق ترفيهي، والتميز بين الإيجابي والسلبي منها، وتأسيساً على نتائج الدراسة فإنه يمكن الإشارة إلى ما يلي:

١- إمكانية استثمار برامج الكاميرا الخفية كنوع من أنواع برامج الترفيه التلفزيوني، لتحقيق أهداف تعليمية وتربوية، وذلك من خلال تضمين القيم الإيجابية في إطار المواقف المقدمة بهذه البرامج.

٢- مدى وعي الجمهور بالقيم التي يمكن أن يتم تمريرها له في المواقف المتضمنة ببرامج الكاميرا الخفية، وقدرته على التمييز بين القيم الإيجابية والسلبية المقدمة له في هذه البرامج، بما يتفق مع أسس مدخل التربية الإعلامية الذي يشير إلى تمتع الجمهور بحس نقدي.

٣- خروج القائمين على صناعة بعض برامج الكاميرا الخفية عن الدور المرجو منهم كقادة مجتمع، بما يجعل برامجهم تمرر قيم سلبية إلى الجمهور في إطار ما تقدمه من مواقف.

ولذا فإنه ينبغي على القائمين على إنتاج برامج الكاميرا الخفية والبرامج الترفيهية عموماً تحقيق الموازنة بين حرية التعبير في الممارسة الإعلامية عند إنتاج برامجهم، ومراعاة مصالح المجتمع وخدمة المصلحة العامة، وذلك من خلال الرقابة الداخلية التي يفرضها صنّاع برامج الكاميرا الخفية على أنفسهم من خلال تحكيم ضمائرهم أولاً فيما يقدمونه إلى المشاهدين، قبل السعي وراء المكاسب المادية، والوعي بأن ما يقدمونه من ترفيه تلفزيوني من الممكن أن يتحول إلي أداة من أدوات بناء المجتمع، وتقويم أفراده إذا أحسن استثماره، وإلا أصبح أداة من أدوات تخريب المجتمع وزعزعة النسق القيمي والأخلاقي به.

Abstract**Egyptian Audience's Cognition of values transmitted in Hidden Camera Shows (Field study)****By Samar Sabry Sadeek**

While originally intended for Light comedy situations, Hidden Camera Shows have turned in the recent years to a tool of guests' humiliation and intimidation.

The purpose of this study is investigating the relationship between the public's exposure to "Ramez playing with Fire"; the most watched Hidden Camera Show during Ramadan 2016, and their level of awareness regarding the underlying values of such show and the negative messages it sends. The present study is based on examining the foundation of learning through entertainment strategy (Entertainment Education) and media literacy. The study's methodology was surveying media outlets to collect a sample of viewers of hidden camera shows, which reached 400 persons aged 19-60 and even older. Results proved that there is a correlation between heavy exposure to Hidden Camera Shows and viewers' cognition of values transmitted through such programs. Findings suggest that Hidden Camera Shows can be used as a tool of Social Learning.

Key-words: Hidden Camera Shows – Cognition – Values.

الهوامش

* <http://www.capmas.gov.eg/default.aspx>.

اطلعتُ على محتوى الرابط بتاريخ ٢٤ / ٣ / ٢٠١٥.

أسماء السادة المحكمين:

- ١- أ.د/حنان يوسف، عميد كلية الإعلام، الأكاديمية البحرية.
- ٢- أ.د/ دينا يحيى، الأستاذ بقسم علوم الاتصال والإعلام بكلية الآداب، جامعة عين شمس.
- ٣- أ.د/ سوزان القليني، عميد كلية الآداب، جامعة عين شمس.
- ٤- أ.د/ عادل عبد الغفار، عميد كلية الإعلام، جامعة النهضة.
- ٥- أ.د/ علي عجوة، الأستاذ بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- ٦- أ.د/ مصطفى مرتضى، الأستاذ بكلية الآداب، جامعة عين شمس.
- ٧- د/ محمد عتران، الأستاذ المساعد بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- ٨- د/ دينا الخطاط، المدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام بكلية الآداب، جامعة عين شمس.
- ٩- د/ عمرو نحلة، المدرس بقسم الإعلام وثقافة الطفل بمعهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

١٠- د/ منة عبد الحميد، المدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام بكلية الآداب، جامعة عين شمس.

١١- د/ مي حمزة، المدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام بكلية الآداب، جامعة عين شمس.

قائمة المصادر والمراجع:**مراجع عربية:**

- ١- بركات، وليد فتح الله وآخرون. (٢٠١١). التربية الإعلامية والعالم في نصف قرن: الواقع واتجاهات المستقبل. المؤتمر العلمي السابع عشر لكلية الإعلام بجامعة القاهرة، بحوث الإعلام في مصر في نصف قرن: الواقع واتجاهات المستقبل، ص ٢٥٢.

- ٢- حسن، عبد الصادق. (٢٠١٥). اتجاهات المراهقين نحو برامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية: دراسة في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون*، العدد الثاني: ص ٤٣-١٠٣.
- ٣- حسين، سمير. (١٩٩٥). *بحوث الاعلام*. الطبعة الثانية. القاهرة: عالم الكتب.
- ٤- عبد الحميد، محمد. (٢٠٠٠). *البحث العلمى في الدراسات الاعلامية*. الطبعة الأولى. القاهرة: عالم الكتب.

مراجع أجنبية:

- 5- Chen Guo-Ming. (2007). Media (Literacy) Education in the United States. **China Media Research**, Vol. 3, Issue 3, P.90.
- 6- Christ William G. & Potter W. James. (1998). Media Literacy, Media Education, and the Academy. **Journal of Communication**, Vol. 48, Issue 1, P.7.
- 7- Farha Georges et al. (2015). Reality TV Shows in the Arab World: Star Academy Impacts on Arab Teenagers. **International Journal of Social Sciences and Education**, Vol.5, Issue 3, PP.437-453.
- 8- Gusé Emily Moyer & Nabi Robin L. (2010). Explaining the Effects of Narrative in an Entertainment Television Program: Overcoming Resistance to Persuasion. **Human Communication Research**, Vol. 36, Issue 1, P. 27.
- 9- Haq Md Ridhwanul & Rahman Syed H. (2015). Role of Reality TV as a Consumer Socialization Agent of Teenagers in a Developing Country. **International Journal of Emerging Markets**, Vol. 10, Issue 3, PP. 598-618.
- 10-Hill Annette. (2005). **Reality TV: Audiences and Popular Factual Television**. New York: Routledge, P.21.
- 11-Holmes Su & Jermyn Deborah.(2007). **Understanding Reality Television**. 1st Ed, New York: Routledge, P. 33.
- 12-Lavie Noa. (2016). Reality Television Critique in Israel: How 'Quality' Became 'Morality'. **Cultural Sociology**, Vol. 10, Issue 4, PP. 502 -522.
- 13-Milgram Stanley & Sabini John. (1979). Candid Camera. **Society**, Vol. 16, Issue 6, P.72.
- 14-Pahad Anjali & Karkare Nidita & Bhatt Mimansh.(2015). Influence of Reality Television Shows on Society. Research Paper. **Indian Journal of Applied Research**, Vol. 5, Issue 4, PP.703-705.
- 15-Papa Michael j. et al. (2000). Entertainment-Education and Social Change: An Analysis of Parasocial Interaction, Social learning, Collective Efficacy and Paradoxical Communication. **Journal of Communication**, Vol. 50, Issue 4, P. 35.
- 16-Scarborough Roscoe C. & McCoy Charles Allan. (2016). Moral Reactions to Reality TV: Television Viewers' Endogenous and Exogenous Loci of Morality. **Journal of Consumer Culture**, Vol.16, Issue 1, PP. 164-191.
- 17-Singhal Arvind & Rogers Everett M.(2002). A Theoretical Agenda for Entertainment Education. **Communication Theory**, Vol. 12, Issue 2, P.117.
- 18-Singhal Arvind & J. Brown William. (1996). the Entertainment-Education Communication Strategy: Past Struggle, Present Status, And Future Agenda. **Jurnal Komunikasi**, Vol. 12, PP.23-24

مواقع الإنترنت:

- 19- <http://www.capmas.gov.eg/default.aspx>.
اطلعتُ على محتوى الرابط بتاريخ ٢٤ /٣/ ٢٠١٥.