

## استخدام المراهقين لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية والإشباع المتحققة لهم

أ. د. محمود حسن إسماعيل  
 أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس  
 د. سلوى الجبار  
 مدرس الإعلام بكلية رياض الأطفال جامعة بورسعيد  
 خالد بندارى عبدالعاطى موسى

## المخلص

**المشكلة:** تبلورت في التساؤل الرئيسي ما استخدامات المراهقين لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية؟ وما الإشباع المتحققة لهم؟  
**الأهمية:** أهمية موضوع الدراسة وما يمثله من إسهام علمي في مجال بحوث الاعلام، أهمية دراسة قنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية التي تم استنساخها من الدول الأجنبية في واقع عربي مختلف.

**الأهداف:** التعرف على معدل تعرض المراهقين لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية، والتعرف على أسباب تفضيل المراهقين لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية.  
**حدود الدراسة:** الحدود الموضوعية اقتصرت هذه الدراسة على التعرف على استخدام المراهقين (١٥-١٧) عاما لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية والإشباع المتحققة لهم، والحدود الزمنية تم تطبيق الدراسة الميدانية في الفترة من ١ نوفمبر ٢٠١٧ إلى ٣١ ديسمبر ٢٠١٧، والحدود المكانية طبقت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية من طلبة التعليم الثانوى العام (١٥-١٧) عاما بمحافظة القاهرة.

**النوع والمنهج:** تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي.  
**الفروض:** يوجد فرق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث (عينة الدراسة) في معدل التعرض لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية، ويوجد فرق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة في دوافع التعرض لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية.

**المتجمع والعينة:** تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في فئة المراهقين سن (١٥-١٧) عاما بالمدارس الثانوية (حكومي- خاص) على عينة عشوائية قوامها ٤٥٠، مبحوث.  
**الأداة:** صحيفة الاستبيان.

**النتائج:** هناك ارتفاعا ملحوظا في معدل مشاهدة قنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية، والقنوات المفضلة بالترتيب هم (قناة مايسترو- قناة اندكس- قناة شهرزاد. أما نتائج اختبار صحة الفروض فكانت لا يوجد فرق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث (عينة الدراسة) في معدل التعرض لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية، وتوجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرض المبحوثين (عينة الدراسة) لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية والدوافع الطقوسية والنفعية لهذا التعرض.

## Teenagers' Use Of Television Competition Satellites and the Achieved Gratifications

**Problem:** In the main question, what are the uses of adolescents for satellite TV channels? What are the expectations for them?

**Importance:** The importance of the subject of the study and its scientific contribution in the field of media research through the study channels competitions Arab satellite, and The importance of studying the channels of satellite television competitions, which were copied from foreign countries in a different Arab reality as a phenomenon spread and attracted a number of viewers, especially adolescents.

**Aim:** The main objective of the study is to identify adolescents' use of satellite TV channels and their resulting impressions, Identify the exposure rate of adolescents to satellite TV channels, and Identify the reasons for the preference of adolescents to satellite TV channels.

**Methodology& Tools:** This study is one of the descriptive studies that used the field media survey method by surveying a sample of 410 adolescents aged years (15- 17) years..

**Tools:** Questionnaire For The Adolescent.

**Limits:** Objective limits: This study was limited to adolescents aged (15- 17) years of channels of satellite television competitions and the innovations achieved by them, Time Limits: The field study was applied to adolescents in the time duration from 1 November 2017 to 31 December 2017, and Spatial boundaries: The field study was applied to a random sample of general secondary education students (15- 17) years in Cairo Governorate (Public schools- Private schools).

**Results:** There is a significant increase in the rate of watching satellite TV channels, Channels favorite competitions for adolescents in order are (Maestro channel- channel Index- channel Shahrazad These competitions these channels have become a phenomenon affecting, we find manifestations of "Behavioral excitement" and "Manifestations of excitement that occur through women's clothing" and "Manifestations of excitement Physical".

المجتمعات وتساعد في تطوير مؤسسات الإعلام وتبرز مظاهر الحياة اليومية وتظهر المخترعين والعباقرة أمام المجتمع.

وفي ضوء ذلك التعريف يتضح أن برامج المسابقات هي أحد البرامج التلفزيونية والتي تصور الاختراعات في مجال تقنية الاتصال لتلبية احتياجات الأفراد والجماعات في آن واحد والتي أصبحت مظهرا من مظاهر الحياة اليومية ولها أهمية في كونها تساعد على التنمية والتقدم وتبرز نماذج للعباقرة والمتفوقين في المسابقات.

كما ترى روبرتس، جيسكا Jessica Roberts أن برامج المسابقات هي شكل من أشكال البرامج التي تقدم على شاشة التلفزيون والتي تعتمد على الغثارة والتدقيق والنظر من خلال توجيه أسئلة للجمهور وتتم الإجابة في ضوء هذه الإثارة والتدقيق والنظر.

وهذا التعريف يؤكد على الدور الذي تؤديه برامج المسابقات في الفكر الاجتماعي فهي بمثابة ميكانيك تتحدد إمكانيته في أربع عوامل وهي القدرة التعبيرية والاستمرارية وتجاوز عامل المكان والسرعة وقدرة الانتشار والوصول إلى الإراد المجتمع كافة.

#### الدراسات السابقة:

يعرض الباحث لمجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة منها:

١. دراسة إنجي حلمي محمود (٢٠١٧)<sup>(٦)</sup> بعنوان "تعرض الشباب الجامعي لبرامج المسابقات الغنائية في القنوات الفضائية وعلاقته بسماتهم الشخصية". هدفت الدراسة إلى التعرف على حجم تعرض الشباب الجامعي لبرامج المسابقات الغنائية بالقنوات الفضائية وتحديد مواقع مشاهدة الشباب الجامعي (التعددية- النفعية) لبرامج المسابقات الغنائية بالقنوات الفضائية وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني بالتطبيق على عينة من الشباب الجامعي قوامها ٤٠٠ مفردة من خلال أداة الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: يشاهد ٧٠,٥% من أفراد العينة من الشباب الجامعي برامج المسابقات في القنوات الفضائية، ونسبة ١٦% يشاهدونها أحيانا، ونسبة ١٢,٥% يشاهدونها نادرا، ويشاهد ٩٨,٨% من الشباب الجامعي برامج المسابقات الغنائية في المركز الأول ثم برامج المسابقات العلمية بنسبة ٨٥,٥% ثم برامج المسابقات الثقافية بنسبة ٨٢,٥% في المركز الثالث ثم برامج المسابقات الرياضية بنسبة ٧٠% في المركز الرابع.

٢. دراسة دينا سليمان (٢٠١٥)<sup>(٤)</sup> بعنوان "القيم التي تعكسها البرامج الواقعية في القنوات الفضائية العربية وانعكاسها على إدراك الشباب للواقع الاجتماعي". اهتمت الدراسة بالتحرف على القيم التي تقدمها برامج تلفزيون الواقع بالقنوات الفضائية العربية وتأثيرها على إدراك الشباب للواقع الاجتماعي، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني بالتطبيق على عينة قوامها ٥٠٠ مفردة من الشباب الجامعي في جامعة القاهرة والمينا ومصر والنهضة تتراوح أعمارهم بين (١٨ - ٢٥) عام، وقامت الباحثة بتحليل مضمون برامج تلفزيون الواقع المذاعة خلال عام ٢٠١٢ لمدة أربعة أشهر. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: تحرص عينة الدراسة على مشاهدة برنامج الواقع المفضل لهم أحيانا بنسبة ٤٥% ثم في المركز الثاني دائما بنسبة ٤٤% وهذا يدل على الإقبال الشديد من قبل عينة الدراسة من الشباب على مشاهدة برامج الواقع، وقد جاء سبب أنها برامج غير مفيدة وتضيع الوقت بنسبة ٢٨,٥% في مقدمة أسباب عدم مشاهدة عينة الدراسة لبرامج تلفزيون الواقع، كما حصل برنامج ستار أكاديمي على المركز الأول بنسبة ٧٦,٣٣%.

٣. دراسة بسام ابوزيد (٢٠١٤)<sup>(٣)</sup> بعنوان "علاقة تعرض الشباب الجامعي لبرامج المسابقات في التلفزيون المصري وعلاقته بمستوى الطموح لديهم". هدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة تعرض الشباب الجامعي لبرامج المسابقات في التلفزيون المصري وعلاقته بمستوى الطموح لديهم، وتعد هذه الدراسة من

#### مقدمة:

تعد برامج المسابقات التلفزيونية أحد قوالب برامج المنوعات التلفزيونية حيث تقتدر برامج المنوعات بالترفيه أو التسلية أو التثقيف أو التعليم، ولذلك فإن الفهم الصحيح لبرامج المنوعات يتطلب المعرفة بالجوانب الأساسية لإطارها الأوسع وهو الترفيه، خاصة في ضوء هذا الإقبال الجماهيري الهائل على المواد الترفيهية، كما أن برامج المسابقات التلفزيونية تجذب انتباه المراهقين لما بها من عناصر إبهار وتفاعل مع الأسئلة المطروحة، ومن الملاحظ أن هناك قنوات متخصصة للمسابقات مثل قناة (شاشتي، ومايسترو، وانكس)، والتي تقدم مسابقاتها فتيات يتمايلن أمام الكاميرات بملامح غريبة وتعمل هذه القنوات على جذب المراهقين بجوائزها للاتصال على رقم (٠٩٠٠).

فهذه القنوات تعمل على توفير درجة عالية من الإثارة لكي تجذب المشاهد، فهي في الغالب تقدم بدون أي شكل من أشكال الرقابة التي تفرضها القنوات على بعض مضامين هذه الرسائل، مما يمثل خطورة التأثير السلبي المضاعف الواقع على المراهقين الذين يشاهدون مثل هذه القنوات بمعدلات وأنماط ودوافع مختلفة، ويتفاعلون مع المسابقات من خلال الاتصال الهاتفي للفوز بالمليون وتحقيق حلم الثراء.

#### مشكلة الدراسة:

تبلورت في التساؤل الرئيسي ما استخدامات المراهقين لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية؟ وما الإشباع المتحققة لهم؟

#### أهمية الدراسة:

أهمية دراسة التأثيرات المختلفة والإشباع المتحققة للمراهقين من مشاهدة قنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية.

#### هدف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدامات المراهقين لقنوات المسابقات الفضائية والإشباع المتحققة لهم.

#### الإطار المفاهيمي للدراسة:

إذا كانت برامج المنوعات تتدرج تحت شكلين كبيرين هما الشكل البسيط الذي يغلب عليه التلقائية في الأسلوب وليس في المضمون، وشكل التقديم المشارك، فإن هذين الشكلين يتنوعان عند تنفيذهما وإنتاجهما، ويخرج منها قوالب برمجية عديدة ما يهمنها منها هو قوالب برامج المسابقات والألعاب والقوارير وهو كالتالي: يغلب عليها طابع المنافسة بما تقدمه من ألعاب قد تعتمد على أجهزة ومعدات خاصة، بجانب فقرات أخرى كالعناء والاستكشاف الدرامية التي تستخدم كواصل بين الفقرات، وتتيح المشاركين الحصول على الجوائز، كما تقدم فقرة خاصة لجمهور المنازل، وبشكل عام يزداد نجاح قوالب المسابقات إذا ما توفر المعد الموهوب والمتميز في تحويل الأسئلة والألعاب إلى شكل مرئي يتناسب مع طبيعة التلفزيون، وإلى جانب المقدم الجيد، والحرص من المخرج على أن يظهر البرنامج في شكل باهر يجذب المشاهد من خلال فنيات الإخراج المختلفة من تصوير وإضاءة وديكور وموسيقى وباقي فنيات إخراج المنوعات.

ويعتبر التلفزيون من بين وسائل الإعلام المختلفة، وسيطا ثقافيا وهو بهذا المعنى أداء مهمة في تعزيز النمو المعرفي للأفراد الذين يتمتعون بقدرة كبيرة على التركيز والتخيل إلى التجديد والإبتكار.<sup>(٥)</sup>

ولعل ذلك يؤكد على أهمية تحديد المفاهيم تحديدا دقيقا واضحا حتى يتضح البحث وتظهر أهميته فهناك العديد من المصطلحات التي يجب تحديدها ألا وهي مفاهيم التلفزيون والبرامج ثم برامج المسابقات.

وتعتمد برامج المسابقات التلفزيونية على توجيه أسئلة للجمهور مباشرة وتأتي الإجابة عليها إما بعد أسبوع أو من خلال التليفون أو تتم الإجابة عليها في نفس الوقت من جانب الجمهور بالإستديو.

كما يعرفها بريسلوبسكي Brislobisky بأنها أكثر البرامج انتشارا وتشويقا في

كنموذج للحياة المنزلية وبرنامج The Swan كنموذج للبرامج البوليسية، وبرنامج Punke'd يمثل الكاميرا الخفية. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها إن أكثر برامج التلفزيون الواقعي قربا إلى الجمهور هي تلك الأنواع التي تمثل الرومانسية عليها برامج المنافسة، والمسابقات، ولم تتضح الفروق بين عيني الدراسة فيما يتعلق بتوقيت عرض البرامج.

#### المفاهيم الإجرائية للدراسة:

٢ قنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية: هي قنوات فضائية عربية متخصصة غالبا مجهولة المصدر وتقدم شكل من أشكال برامج المنوعات وهي المسابقات وتعتمد على سؤال وجواب وجائزة تداعب الخيال من خلال مذيعه وتوجيه أسئلة للجمهور مباشرة، وتأتي الإجابة عليها من خلال الهاتف في نفس الوقت.

٣ الاستخدام: الأسباب التي تدفع المراهقين لمشاهدة قنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية.

٤ الإشباعات: يقصد بها الفائدة التي يحصل عليها المراهقون وتتحقق لهم من جراء مشاهدتهم لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية.

٥ المراهقون: يقصد بهم المراهقين في سن (١٥-١٧) عاما من الجنسين من طلبة المدارس الثانوية بالمرحلة الثانوية العامة (حكومي- خاص).

#### نوعية الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وتعتمد على منهج المسح الإعلامي الميداني بالعينه.

#### مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في فئة المراهقين سن (١٥-١٧) عاما بالمدارس الثانوية بالمدارس الثانوية (حكومي- خاص) على عينة عشوائية قوامها ٤٥٠ مبحوث

#### أدوات الدراسة:

اعتمد الباحث في جمع بيانات الدراسة على صحيفة الاستبيان.

#### فروض الدراسة:

٢ الفرض الأول: يوجد فرق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة في معدل التعرض لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية.

٣ الفرض الثاني: يوجد فرق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة في دوافع التعرض لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية.

#### أساليب المعالجة الإحصائية:

٢ التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

٣ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

٤ اختبار كاي Chi square test لدراسة دلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الإسمية Nominal.

#### نتائج الدراسة:

٢ مدى تعرض عينة الدراسة لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية طبقا لمتغير النوع:

جدول (١) توزيع إجابات عينة الدراسة طبقا لمعدل مشاهدة قنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية وفقا لمتغير النوع

النوع	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
معدل المشاهدة دائما	٩٦	٤٢,٧%	٩٥	٤٢,٢%	١٩١	٤٢,٤%
أحيانا	١١٢	٣٨,٧%	١٠٧	٣٧,٨%	٢١٩	٤٨,٧%
لا	١٧	٧,٦%	٢٣	١٠,٢٣%	٤٠	٨,٩%
المجموع	٢٢٥	١٠٠%	٢٢٥	١٠٠%	٤٥٠	١٠٠%

كأ: ١,١٢٠ درجة الحرية: ٣ مستوى معنوية ٠,٧٧٢

من بيانات الجدول السابق أن هناك ارتفاعا ملحوظا في معدل مشاهدة قنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية، حيث إن نسبة ٩١,١% من إجمالي عينة الدراسة يشاهدون قنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية، وجاءت نسب المشاهدة على النحو الآتي (دائما) بنسبة ٤٢,٤%، (أحيانا) بنسبة ٤٨,٧% في حين أفاد نسبة

الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني بالتطبيق على عينة قوامها ٤٠٠ طالب وطالبة من جامعتي (عين شمس- سوهاج) بأداة الاستبيان ومقياس الطموح، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: يشاهد ٧٦,٣% من المبحوثين لبرامج المسابقات بالتلفزيون المصري والقنوات الفضائية العامة والخاصة، ويشاهد المبحوثون برامج المسابقات لعدة أسباب وقد جاء التسلية والترفيه في الترتيب الأول بنسبة ٤٧%، يليها اتطلع لكي أصبح مليونيرا بنسبة ٢٧,٥%، كما يتفاعل المبحوثون من خلال الاتصال مع هذه المسابقات لتحقيق الاحلام المستقبلية بنسبة ٢٧%، وفي الترتيب الثاني لملء وقت الفراغ بمعلومات مفيدة بنسبة ٢٢%، وفي الترتيب الثالث لتحقيق الربح المادي والمكسب السريع بنسبة ٢٥%.

٤. دراسة كريستوفر Chrstopher وآخرين (٢٠١٣)<sup>(٧)</sup> بعنوان "التأثيرات الإيجابية

والسلبية لتلفزيون الواقع على الفتيات المراهقات" اهتمت الدراسة بتلفزيون الواقع والتعرف على التأثيرات الإيجابية والسلبية لتلفزيون الواقع على الفتيات المراهقات وتأثير وسائل الإعلام وبخاصة تلفيزيون الواقع على سلوك المراهقين من خلال التطبيق على عينة قوامها ٦٠٠ مراهقة تتراوح أعمارهن ما بين (١١-١٧) عاما. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: يؤثر تلفيزيون الواقع على سلوك المراهقين، وجاءت المشاهدة بدافع التسلية والترفيه في مقدمة الدوافع المشاهدة لدى الفتيات، وكلما زادت كثافة المشاهدة للبرنامج زادت فرص محاكاة المضمون وارتفعت نسبة الرضا عنه بما يؤثر في السلوكيات الاجتماعية للفتيات.

٥. دراسة (Natifa Mullings (2012)<sup>(٨)</sup> بعنوان "تأثير مشاهدة تلفيزيون الواقع

واتجاهات طلاب المدارس الثانوية بالمدينة الداخلية نحو التعليم". استهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين مشاهدة تلفيزيون الواقع واتجاهات طلاب المدارس الثانوية بالمدينة الداخلية نحو التعليم، وذلك بالتطبيق على ٢٥١ طالبا، وقد تم جمع بيانات الدراسة خلال العام الدراسي (٢٠١١-٢٠١٢) من خلال أداة الاستبيان. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أجاب نسبة ٥٥,٦% من كثيفي المشاهدة بأنهم لم يشعروا بأن مشاهدة برامج تلفيزيون الواقع تؤثر على اتجاهاتهم نحو التعليم، كما أن مشاهدة تلفيزيون الواقع لا يروق للطلاب الذين لديهم الحافز الدراسي بالرغم من ارتفاع نسبة مشاهدتهم لتلفيزيون الواقع فهم يشاهدونه لأسباب إجتماعية، مما يؤكد على أن مشاهدة تلفيزيون الواقع هو فقط لأغراض ترفيهية وبالتالي يفكر إلى مادة تعليمية على الرغم من أنه يحظى بشعبية كبيرة بين المراهقين.

٦. دراسة محمد هادي محمد (٢٠١١)<sup>(٩)</sup> بعنوان "استخدامات المواد الترفيهية

التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها". هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات المواد الترفيهية التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني بالتطبيق على عينة عشوائية من الشباب اليمنى قوامها ٥٠٠ مبحوثا تتراوح أعمارهم ما بين (١٥-٣٠) عاما باستخدام المقابلة الهاتفية. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن الترفيه التلفزيوني مفهوم نسبي يتسم بالتعقيد، ويختلف من شخص إلى آخر، فما يعد ترفيهيا لدى البعض قد لا يكون كذلك لدى آخرين، والغالبية العظمى من الشباب اليمنى يشاهدون التلفيزيون بنسبة بلغت ٩٨,١% وتصدرت القنوات الفضائية العربية المشاهدة بمتوسط حسابي ٢١,٣.

٧. دراسة نابی (Robin, Nabi (2007)<sup>(١٠)</sup> بعنوان "أبعاد الواقع التلفزيوني"، وقد

اهتمت الدراسة بتحديد أبعاد الواقع التلفزيوني حيث أجرى الباحث دراسة على عينة من ١٧٠ مفردة من طلاب الجامعات و١٣١ مفردة من المواطنين المقيمين تراوحت أعمارهم ٤٠% من العينة ما بين (١٨-٣٤) سنة، وكان ٤٠% من إجمالي العينة من الذكور و ٦٠% من الإناث وسل المبحوثين عن ثمانية برامج من تلفيزيون الواقع وهي Survivor ليمثل برنامج المنافسة وبرنامج Bachelor ليمثل الرومانسية، وبرنامج Trading Spaces وبرنامج Home Makeover

٨,٩% أنهم لا يشاهدونها مطلقاً، وهذه النتائج تؤكد على أن قنوات المسابقات تستقطب أعداداً كبيرة من المراهقين. وتشير النتائج التفصيلية إلى تقارب نسب عينة الدراسة من الذكور والإناث في معدل تعرضهم لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية، حيث جاءت قيمة كاً المحسوبة ١,١٢٠ عند درجة حرية ٣ ومستوى معنوية ٠,٠٧٧٢، مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع ومعدل التعرض لقنوات المسابقات.

٨,٩% أنهم لا يشاهدونها مطلقاً، وهذه النتائج تؤكد على أن قنوات المسابقات تستقطب أعداداً كبيرة من المراهقين. وتشير النتائج التفصيلية إلى تقارب نسب عينة الدراسة من الذكور والإناث في معدل تعرضهم لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية، حيث جاءت قيمة كاً المحسوبة ١,١٢٠ عند درجة حرية ٣ ومستوى معنوية ٠,٠٧٧٢، مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع ومعدل التعرض لقنوات المسابقات.

القناة الفضائية الأكثر تفضيلاً لمشاهدة المسابقات التلفزيونية من خلالها طبقاً لمتغير النوع:

جدول (٢) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع والقناة التي يفضل مشاهدتها

النوع	الذكور		إناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
قناة مايسنرو الفضائية	١٠٤	٥٠%	١٠٧	٥٣%	٢١١	٥١,٥%
قناة اندكس	٥٥	٢٦,٤%	٥٦	٢٧,٧%	١١١	٢٧,١%
قناة شهرزاد	٤٩	٢٣,٦%	٣٩	١٩,٣%	٨٨	٢١,٥%
جملة من سئلا	٢٠٨	١٠٠%	٢٠٢	١٠٠%	٤١٠	١٠٠%

كاً: ١,١٠٠ درجة حرية: ٢ مستوى المعنوية: ٠,٥٧٧

من بيانات الجدول السابق أن نسبة ٥١,٥% حريصون على مشاهدة المسابقات بقناة مايسنرو الفضائية في الترتيب الأول، في حين أشارت نسبة ٢٧,١% بأنهم حريصون على مشاهدة المسابقات بقناة اندكس في الترتيب الثاني، كما أشارت نسبة ٢١,٥% بأنهم حريصون على مشاهدة المسابقات بقناة شهرزاد.

ويرى الباحث أن المسابقات بهذه القنوات أصبحت ظاهرة لها تأثيرها، فنجد فيها مظاهر الإثارة السلوكية مثل الرقص، ومظاهر الإثارة التي تحدث من خلال ملابس المرأة، وهو ما يتعارض مع الآداب العامة من قول أو أداء أو صورة وكذلك يتعارض مع بعض المبادئ المتضمنة في العديد من المواثيق الخاصة بمسئوليات وسائل الإعلام نحو المجتمع، ومنها المبدأ الخاص باحترام القيم العامة للمجتمع، وعدم نشر أو إذاعة ما يشكل إساءة للذوق العام، وخاصة المواد الإباحية.

ومن الملاحظ تقارب نسب مشاهدة القنوات الخاصة بالمسابقات لدى الذكور والإناث عينة الدراسة مما يشير إلى أن متغير النوع لم يكن له تأثير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة كاً المحسوبة ١,١٠٠ عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٥٧٣، مما يشير إلى أن متغير النوع لم يكن له تأثير دال إحصائياً في معدل نوع القنوات التي تحرص العينة على مشاهدة المسابقات من خلالها في القنوات الفضائية.

متوسط ساعات مشاهدة قنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية يومياً طبقاً لمتغير النوع:

جدول (٣) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع ومتوسط ساعات مشاهدة قنوات المسابقات

النوع	الذكور		إناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
متوسط الساعات						
أقل من ساعة	٩٠	٤٤,٦%	٨٤	٤٠,٤%	١٧٤	٤٢,٤%
من ساعة إلى أقل من ساعتين	٦٠	٢٩,٧%	٥٩	٢٨,٤%	١١٩	٢٩%
ساعتان إلى أقل من ثلاث ساعات	٥٢	٢٤,٩%	٦٥	٣١,٤%	١١٧	٢٨,٧%
جملة من سئلا	٢٠٨	١٠٠%	٢٠٢	١٠٠%	٤١٠	١٠٠%

كاً: ١,٦٨ درجة الحرية: ٣ مستوى المعنوية: ٠,٦٤١

من بيانات الجدول السابق ارتفاع متوسط ساعات مشاهدة اليومية لقنوات المسابقات الفضائية فقد بلغت نسبة الباحثين الذين يشاهدون قنوات المسابقات لمدة أقل من ساعة يومياً ٤٢,٤% وتتخفف هذه النسبة كلما زادت عدد ساعات المشاهدة اليومية، حيث جاءت فترة المشاهدة من ساعة إلى أقل من ساعتين يومياً بنسبة ٢٩,٧%، ثم من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً بنسبة ٢٨,٧%.

ومن الملاحظ تقارب متوسط ساعات مشاهدة للمسابقات بين الذكور والإناث حيث جاءت كاً المحسوبة ١,٦٨ عند مستوى معنوية ٠,٦٤، ودرجة حرية ٢، وهذا يعني عدم وجود علاقة ذات مغزى بين النوع ومتوسط ساعات المشاهدة.

أنماط مشاهدة قنوات المسابقات في القنوات الفضائية طبقاً لمتغير النوع:

النوع	الذكور		إناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
بنمط التعرض						
بمفردى	١٣٥	٢٩,٣%	٩٨	٢٧,٧%	٢٣٣	٥٦%
حسب الظروف	٧٠	٣٣,٧%	٧١	٣٥,١%	١٤١	٣٤,٤%
مع الأصدقاء	٣	١,٤%	٣٣	١٦,٣%	٣٦	٨,٨%
جملة من سئلا	٢٠٨	١٠٠%	٢٠٢	١٠٠%	٤١٠	١٠٠%

كاً: ٣٣,٩٦ درجة حرية: ٣ مستوى المعنوية: ٠,٠٠٠ معامل التوافق: ٠,٢٧٧

من بيانات الجدول السابق أن أكثر أنماط مشاهدة عينة الدراسة من المراهقين لقنوات المسابقات في القنوات الفضائية جاءت على النحو التالي: جاء نمط المشاهدة "بمفردى" هو النمط السائد في المشاهدة لدى عينة الدراسة من المراهقين بنسبة ٥٦%، ويأتي في المرتبة الثانية نمط "حسب الظروف" بواقع ٣٤,٤% من إجمالي العينة من المراهقين، ثم في المرتبة الثالثة نمط "المشاهدة مع الأصدقاء" بنسبة ٨,٨% ويمكن إرجاع الاختلاف في أنماط المشاهدة هنا إلى عدة أسباب خاصة بعينة الدراسة من المراهقين من أهمها الظروف الدراسية لعينة الدراسة وخصوصاً أنهم في المرحلة الثانوية.

الأنشطة الممارسة أثناء مشاهدة قنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية طبقاً لمتغير النوع:

جدول (٥) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع والأنشطة الممارسة أثناء مشاهدة قنوات المسابقات

النوع	الذكور		إناث		ن = ٣٠٨		مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	
نوع الأنشطة							قيمة (Z)
تناول الطعام	٨٦	٤٨,٩%	٨١	٦١,٤%	١٦٧	٥٤,٢%	٢,١٨ غيردالة
تأدية الأعمال المنزلية	٩٩	٥٦,٣%	٢٦	١٩,٧%	١٢٥	٤٠,٦%	٦,٤٧ دالة**
التحدث مع أختي	٣٦	٢٠,٥%	٣٦	٢٧,٣%	٧٢	٢٣,٤%	١,٣٩ غيردالة
التحدث في الهاتف	٢٠	١١,٤%	٢٠	١٥,٢%	٤٠	١٣%	٠,٩٨ غيردالة
مذاكرة الدروس	٢١	١١,٩%	١٤	١٠,٦%	٣٥	١١,٣٦%	١,٧٧ غيردالة
ارتداء ملابس	١	٠,٦%	-	-	١	٠,٣%	٠,٨٩ غيردالة
جملة من أجابوا	١٧٦	١٠٠%	١٣٢	١٠٠%	٣٠٨	١٠٠%	

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الأنشطة التي يمارسها الباحثون عينة الدراسة أثناء مشاهدة قنوات المسابقات جاءت كالآتي: تمثلت هذه الأنشطة في تناول الطعام ٥٤,٢%، تأدية الأعمال المنزلية ٤٠%، التحدث مع أختي ٢٣,٤%، التحدث في الهاتف ١٣%، مذاكرة الدروس ١١,٣٦%، وارتداء الملابس ٠,٣%. وتشير النتائج التفصيلية إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع (الذكور والإناث) وبين الأنشطة الممارسة أثناء مشاهدة قنوات المسابقات، حيث جاءت قيمة (Z) المحسوبة في الجدول أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦ المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥% ما عدا "تأدية الأعمال المنزلية" حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة في الجدول ٦,٤٧ وهي قيمة أكبر من القيمة الجدولية ٢,٥٨ المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٩%.

جدول (٦) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع ومدى الموافقة على مشاهدة قنوات المسابقات

النوع	الذكور		الإناث		ن = ٢٩٣		الموافقة
	ك	%	ك	%	ك	%	
أوافق	٦٥	٤٤,٢%	٥٨	٣٩,٧%	١٢٣	٤٢%	
غير موافق	٨٢	٥٥,٧%	٨٨	٦٠,٢%	١٧٠	٥٨%	
جملة من سئلا	١٤٧	١٠٠%	١٤٦	١٠٠%	٢٩٣	١٠٠%	

كاً: المحسوبة ٠,٩٨٤ درجة حرية ٢ مستوى معنوية ٠,٦١١

من بيانات الجدول السابق مدى الموافقة من قبل عينة الدراسة من المراهقين على التدخل في مشاهدتهم لقنوات المسابقات حيث أشار بنسبة ٤٢% من إجمالي عينة الدراسة موافقتهم على هذا التدخل، وغير موافقون بنسبة ٥٨%، وهذه النتيجة تشير إلى وعي المراهق وقدرته على التمييز بين ما ينفعه وما يضره وأنه لا يحب التوجيهات إلا بالاعتناع.

ومستوى معنوية ٠,٦١١ مما يؤكد على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع، وبين مدى الموافقة على تدخل أفراد الأسرة في مشاهدة قنوات المسابقات.

ومن الملاحظ تقارب نسب الموافقة لدى الذكور والإناث على تدخل أفراد الأسرة في عملية مشاهدة قنوات المسابقات، مما يشير إلى أن متغير النوع ليس له تأثير ملحوظ في ذلك، حيث جاءت قيمة كا<sup>٢</sup> المحسوبة ٠,٩٨٤ عند درجة حرية ٢

أسباب الاتصال الهاتفي بقنوات المسابقات طبقاً لمتغير النوع:

جدول (٧) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع وأسباب الاتصال الهاتفي بقنوات المسابقات

الأسباب	الذكور		إناث		ن = ٥٦	٢٤	٣٢
	ك	%	ك	%			
للحصول على الأموال ولكي أصبح مليونيراً	١٠	٤١,٧%	١٨	٥٦,٣%	٢٨	٥٠%	١,١٦
الشعور بالسعادة لسماع اسمي	١١	٤٥,٨%	١٥	٤٦,٩%	٢٦	٤٦,٤%	٠,٩٣
فرصة للتعبير عن النفس	١٠	٤١,٧%	٩	٢٨,١%	١٩	٣٣,٩%	٠,٥٧
جملة من سلوا					٥٦		

ويأتى السبب الثاني متمثلاً في "الشعور بالسعادة لسماع اسمي" أثناء إذاعة المسابقات بنسبة ٤٦,٤%.

يوضح من بيانات الجدول السابق أن نصف عينة الدراسة من المراهقين يرون في اتصالهم الهاتفي "للحصول على الأموال ولكي أصبح مليونيراً" بنسبة ٥٠%،

دوافع المبحوثين لمشاهدة قنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية:

جدول (٨) توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لأسباب مشاهدة قنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية

الدوافع	موافقة		محايد		معارض		الانحراف	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%		
لتمضية وقت فراغي والتخلص من الملل	٢٥٧	٥٧,١%	١٠٥	٢٣,٣%	٤٨	١٠,٧%	٢,٥١	٨٣,٦
لشعوري بالهدوء والاسترخاء	١٦٨	٣٧,٣%	١٣٠	٢٨,٩%	١١٢	٢٤,٩%	٢,١٤	٧١,٣
لعدم شعوري بالوحدة	١٥٤	٣٤%	١٤٢	٣١,٦%	١١٥	٢٥,٦%	٢,٠٩	٦٩,٦
لاستعادة نشاطي وسعادتي	١٣٤	٢٩,٨%	١٧٠	٣٧,٨%	١٠٦	٢٣,٦%	٢,٠٧	٦٩
لنسيان مشاكل المدرسية والمنزلية	١٥٤	٣٤,٢%	١٢٥	٢٧,٨%	١٣١	٢٩,١%	٢,٠٦	٦٨,٦
لرؤيتي بعض المشاهد العاطفية	١١١	٢٤,٧%	١٢٣	٢٧,٣%	١٧٦	٣٩,١%	١,٨٤	٦١,٣
تعودت على مشاهدتها	١٠٠	٢٢,٢%	١١٠	٢٤,٤%	٢٠٠	٤٤,٤%	١,٧٦	٥٨,٦
اعتبر مشاهدتي لها إثباتاً لتحرري	٢٣٥	٥٢,٢%	١٣٠	٢٨,٩%	٤٥	١٠%	٢,٤٦	٨٢
تقدم معلومات تنشط ذاكرتي	١٠٨	٤٠%	١٧٥	٣٨,٩%	٥٥	١٢,٢%	٢,٣٠	٧٦,٦
تحقق أشتاياتي التي احتاجها	١٣٢	٢٩,٣%	١٤٦	٣٢,٤%	١٣٢	٢٩,٣%	٢	٦٦,٦
لسهول الاتصال بهذه القنوات	١٠١	٢٢,٤%	١٨٧	٤١,٦%	١٢٢	٢٧,١%	١,٩٥	٦٥
لتحقيق احلامي المستقبلية	٩٠	٢٠%	١٨٠	٤٠%	١٤٠	٣١,١%	١,٨٨	٦٢,٦
أرى نجوم الفن من خلال الاختلاف بين الصورتين	١١٢	٢٤,٩%	١١٨	٢٦,٢%	١٨٠	٤٠%	١,٨٣	٦١
لكي اعرف معلومات جديدة	٩٩	٢٢%	١٠٢	٢٢,٧%	٢٠٩	٤٦,٤%	١,٧٣	٥٧,٦
جملة من سلوا					٤١٠			

"اعتبر مشاهدتي لها إثباتاً لتحرري" في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢,٤٦، ثم يأتي دافع "تقدم معلومات تنشط ذاكرتي" في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي ٢,٣٠، ثم يأتي دافع "تحقق أشتاياتي التي احتاجها" في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي ٢, ثم يأتي دافع "سهولة الاتصال بهذه القنوات" في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي ١,٩٥، ثم يأتي دافع "لتحقيق احلامي المستقبلية" في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي ١,٨٨، ثم يأتي دافع "أرى نجوم الفن من خلال الاختلاف بين الصورتين" في الترتيب السادس بمتوسط حسابي ١,٨٣، ثم يأتي دافع "لكي اعرف معلومات جديدة" في الترتيب السابع بمتوسط حسابي ١,٧٣. وتشير بيانات الجدول السابق إلى تعاضد الدوافع الطقوسية لدى عينة الدراسة مقارنة بالدوافع النفعية ولعل ذلك يؤكد بعض الانتقادات الموجبة لتأثير قنوات المسابقات التي هدفها الأول "الترفيه"، وهنا تكمن خطورة تأثير مضمون هذه القنوات.

يوضح من بيانات الجدول السابق أهم دوافع المبحوثين لمشاهدتهم لقنوات المسابقات على القنوات الفضائية جاءت كالآتي (تم ترتيب الدوافع وفقاً للمتوسط الحسابي ترتيباً تنازلياً) إلى دوافع طقوسية ودوافع نفعية.

جاءت الدوافع الطقوسية لمشاهدة قنوات المسابقات على النحو التالي: جاء دافع "لتمضية وقت فراغي والتخلص من الملل" في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢,٥١ ثم يأتي دافع "لشعوري بالهدوء والاسترخاء" في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي ٢,١٤ ثم يأتي دافع "لعدم شعوري بالوحدة" في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي ٢,٠٩، ثم يأتي دافع "لاستعادة نشاطي وسعادتي" في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي ٢,٠٧، ثم يأتي دافع "لنسيان مشاكل المدرسية والمنزلية" في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي ٢,٠٦، ثم يأتي دافع "لرؤيتي بعض المشاهد العاطفية" في الترتيب السادس بمتوسط حسابي ١,٨٤، ثم يأتي دافع "تعودت على مشاهدتها"، في الترتيب السابع بمتوسط حسابي ١,٧٦.

جاءت الدوافع النفعية لمشاهدة قنوات المسابقات على النحو التالي: احتل دافع الإشتايات المتحققة للمبحوثين من مشاهدة قنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية:

جدول (٩) الإشتايات المتحققة للمبحوثين من مشاهدة قنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية

الإشتايات	موافقة		محايد		معارض		الانحراف	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%		
حلم الثراء السريع من خلال الملايين من الجنيهاات	١٧٧	٣٩,٣%	١٥٩	٣٥,٣%	٧٤	١٦,٤%	٢,٢٥	٧٥
اكتساب معلومات جديدة	١٥٢	٣٣,٨%	١٧٨	٣٩,٦%	٨٠	١٧,٨%	٢,١٨	٧٢,٦
نقل من شعوري بالتوتر والقلق فهي تنسني مشاكل	١٥٨	٣٥,١%	١٥٢	٣٣,٨%	١٠٠	٢٢,٢%	٢,١٤	٧١,٣
أتخلص من الإحساس بالوحدة	١٦٦	٣٦,٩%	١٢٧	٢٨,٢%	١١٧	٢٦%	٢,١٢	٧٠,٣
أتعرف على شخصيات مشهورة	١٥٣	٣٤%	١٣٧	٣٠,٤%	١٢٠	٢٦,٧%	٢,٠٨	٦٩,٣
تشعرتني بالحيوية والسعادة عند مشاهدتها	١٤١	٣١,٣%	١٥٨	٣٥,١%	١١١	٢٤,٧%	٢,٠٧	٦٩

الوزن المثوي	الانحراف	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الموافقة	الإشباع
			ك	%	ك	%	ك	%		
٦٥,٣	٠,٨٠	١,٩٦	١٣٨	٣٠,٧%	١٤٩	٣٣,١%	١٢٣	٢٧,٣%	١٢٣	أشعر بتحرر خيالي من خلال الاندماج مع الشخصيات
٦٣,٣	٠,٨١	١,٩٠	١٥٧	٣٤,٩%	١٣٦	٣٠,٢%	١١٧	٢٦%	١١٧	تعمل على تنشيط ذاكرتي
٦٠,٦	٠,٧٢	١,٨٢	١٥٠	٣٣,٣%	١٨٤	٤٠,٩%	٧٦	١٦,٩%	٧٦	تساعدني في النقاش مع أختي للوصول للإجابة
٦٠,٦	٠,٨٢	١,٨٢	١٨٣	٤٠,٧%	١١٩	٢٦,٤%	١٠٨	٢٤%	١٠٨	تشعرنى بالتشويق والاستثارة
٥٨,٦	٠,٨٣	١,٧٦	٢٠٣	٤٥,١%	١٠٢	٢٢,٧%	١٠٥	٢٣,٣%	١٠٥	انسى من خلالها مشاكل
٥٤,٦	٠,٧٣	١,٦٥	٢١١	٤٦,٩%	١٣٦	٣٠,٢%	٦٣	١٤%	٦٣	هناك بعض الأسئلة اتناقش فيها مع أصدقائي
٤٩	٠,٦٦	١,٤٧	٢٥٨	٥٧,٣%	١١٣	٢٥,١%	٣٩	٨,٧%	٣٩	تجعلني اتواصل مع الآخرين من خلال الهاتف
						٤١٠				جملة من سلوا

لقتوات المسابقات التلفزيونية الفضائية على النحو التالي: بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٠٣ بالنسبة للدوافع الطوقسية لصالح الإناث عن الذكور بمتوسط حسابي (١٥,٦، ١٦,٧) على التوالي، بينما بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٠٠، ١٥,٠٥) بالنسبة للدوافع النفعية لصالح الإناث عن الذكور بمتوسط حسابي (١٦,٥ على التوالي).

#### المراجع:

١. أحمد طاهر. المنوعات الإذاعية، القاهرة، مجلة الفن الإذاعي، العدد ١٠١، ١٩٩٥.
٢. إنجي حلمي محمود. "تعرض الشباب الجامعي لبرامج المسابقات الغنائية في القنوات الفضائية وعلاقته بسماتهم الشخصية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٧).
٣. بسام ابوزيد نمر عوض. "علاقة تعرض الشباب الجامعي لبرامج المسابقات في التلفزيون المصري وعلاقته بمستوى الطموح لديهم"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٤).
٤. دينا أحمد سليمان سيد. القيم التي تعكسها البرامج الواقعية في القنوات الفضائية العربية وإعكاسها على إدراك الشباب للواقع الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٥).
٥. فيوليت فؤاد إبراهيم، برامج التلفزيون في التنشئة الاجتماعية للأطفال، المؤتمر السنوي الأول للطفل المصري، تنشئة ورعاية، مج ١، (جامعة عين شمس، مركز دراسات الطفولة، ١٩٩٨).
٦. محمد هادي محمد. استخدامات المواد الترفيهية التلفزيونية الفضائية وإشباعها، دراسة على عينة من الشباب اليمنى، رسالة دكتوراه غير منشورة، (الرياض: كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود، ٢٠١١).
7. Christopher J. Ferguson, Kimberie Salmond and Kamla Modi. Reality Television Predicts both Positive and Negative Outcomes For Adolescent Girls, in *Journal of Pediatrics*, Vol. (162) Issue (6), 2013
8. Natifia Mullings. Rality Television and its Effect on The academic achievement of Inner City High School Students, Unpublished **Master Thesis** (Gonzaga University: School Of Professional Studies, 2012.
9. Robin Jessica, **Keeping it Real- A historical Look at Reality TV**, West Virginia, university, U.S.A 2011.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن إشباع "حلم التراء السريع من خلال الملايين من الجنينيات" جاء في مقدمة الإشباع المتحققة بمتوسط حسابي ٢,٢٥، ثم يأتي إشباع "اكتساب معلومات جديدة" الترتيب التالي بمتوسط حسابي ٢,١٨، ثم يأتي إشباع "تقلل من شعوري بالتوتر والقلق فهي تنسيني مشاكل" في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي ٢,١٤، ثم يأتي إشباع "أنتخلص من الإحساس بالوحدة" في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي ٢,١٢، ثم يأتي إشباع "أتعرف على شخصيات مشهورة" في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي ٢,٠٨، ثم يأتي إشباع "تشعرنى بالحوية والسعادة عند مشاهدتها" في الترتيب السادس بمتوسط حسابي متساوي ٢,٠٧، ثم يأتي إشباع "أشعر بتحرر خيالي من خلال الاندماج مع الشخصيات" في الترتيب السابع بمتوسط حسابي ١,٩٦، ثم يأتي إشباع "تعمل على تنشيط ذاكرتي" في الترتيب الثامن بمتوسط حسابي ١,٩٠، ثم يأتي إشباع "تساعدني في النقاش مع أختي للوصول للإجابة" في الترتيب التاسع بمتوسط حسابي متساوي ١,٨٢، ثم يأتي بعد ذلك إشباع "تشعرنى بالتشويق والاستثارة" في الترتيب العاشر بمتوسط حسابي ١,٧٦، ثم يأتي إشباع "انسى من خلالها مشاكل" في الترتيب الحادي عشر بمتوسط حسابي ١,٦٥، ثم يأتي إشباع "هناك بعض الأسئلة اتناقش فيها مع أصدقائي" في الترتيب الثاني عشر بمتوسط حسابي ١,٦٤، ثم يأتي إشباع "تجعلني اتواصل مع الآخرين من خلال الهاتف" في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي ١,٤٧.

#### نتائج فروض الدراسة:

٢ الفرض الأول: يوجد فرق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة في معدل التعرض لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية.

جدول (١٠) الفرق بين الذكور والإناث في التعرض لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية

التعرض	النوع	الذكور (ن=٢٠٨)		الإناث (ن=٢٠٢)		درجة الحرية	مستوى المعنوية
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
معدل التعرض	٤,٤١	١,٤٩	٤,٣١	١,٤٧	٠,٦٦ -	٤٠,٨	٠,٥٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أنه باستخدام اختبار (ت) T. test ظهرت فروق غير دالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة في معدل التعرض لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية، حيث بلغت قيمة (ت) ٠,٦٦ عند درجة حرية ٤٠٨ ومستوى معنوية ٠,٥٠، إذا جاء المتوسط الحسابي للإناث مقارباً من المتوسط الحسابي للذكور (٤,٣١، ٤,٤١) على التوالي، وبلغت قيمة الانحراف المعياري للذكور والإناث (١,٤٩، ١,٤٧) على التوالي.

٣ الفرض الثاني: يوجد فرق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة في دوافع التعرض لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية.

جدول (١١) الفرق بين الذكور والإناث في دوافع تعرضهم لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية

الدوافع	النوع	الذكور (ن=٢٠٨)		الإناث (ن=٢٠٢)		درجة الحرية	مستوى المعنوية
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
الطوقسية	١٥,٦	٣,٩١	١٦,٧	٣,٥١	٢,٩٣	٤٠,٨	٠,٠٣
النفعية	١٥,٠٥	٣,٢٤	١٦,٥	٣,١٣	٤,٦٥	٤٠,٨	٠,٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أنه باستخدام اختبار (ت) T. Test، ظهرت فروقا دالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة في دوافعهم للتعرض