

استخدامات المراهقين المصريين لمضامين الأبراج و التنجيم في وسائل الاعلام و الاشباعات المتحققة منها

أ.د. جمال عبدالمجى النجار
 أستاذ الصحافة والإعلام كلية الدراسات الإسلامية والعربية- بنات جامعة الأزهر
 د. مؤمن جبر عبدالشافى
 مدرس الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
 سمر محمد نجيب محمد محمد السيد

الملخص

الهدف: تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس هو التعرف على استخدامات المراهقين المصريين لمضامين الأبراج و التنجيم بوسائل الإعلام و الاشباعات المتحققة منها.
العينة: عينة من المراهقين قوامها ٤٤١ مفردة من طلاب الفرقة الأولى والثانية بجامعة عين شمس وجامعة بنها وجامعة ٦ أكتوبر.
النوع والمنهج: الدراسة وصفية وتعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي بالعينة في الدراسة الميدانية.
الأدوات: استمارة استبيان.

النتائج: جاءت نسبة من يتابع مضامين الأبراج و التنجيم أحيانا ٧٤,٦% و (لا يتابعها) نسبة ١٢,٩%, و يتابعها (دائما) نسبة ١٢,٥%, وجاءت (مضامين الأبراج و التنجيم) في الترتيب الرابع بين نوعيات المضامين التي يفضل المراهقين متابعتها بنسبة ٣٢,٧%, وجاءت في الترتيب الثالث بنسبة ٤٤,٦% بالنسبة للإناث، بينما جاءت في الترتيب السابع بنسبة ١٩,٥% بالنسبة للذكور، وجاءت (مواقع التواصل الاجتماعي) في مقدمة الوسائل التي يتابع المراهقين مضامين الأبراج و التنجيم من خلالها بنسبة ٨٣,٣%, وفي الترتيب الثاني جاءت (برامج/ فقرات الأبراج في التلفزيون) بنسبة ٢٤,٧%, يليها (حظك اليوم في الصحف) في الترتيب الثالث بنسبة ٢٢,٧%, ثم الهاتف المحمول (خدمات الخط الساخن أو الرسائل الخاصة بالأبراج) في الترتيب الرابع بنسبة ٧%, وفي الترتيب الخامس (برامج الراديو) بنسبة ٣,٦%. وفي فئة أخرى تذكر جاءت (الكتب) في الترتيب السادس بنسبة ٠,٥%, وبالنسبة لمدى اقتناع المراهقين عينة الدراسة بما تقدمه مضامين الأبراج و التنجيم في وسائل الإعلام من توقعات مستقبلية فقد جاءت فئة (لا أصدقها فهي للتسلية فقط) في الترتيب الأول بنسبة ٥٣,٩%, وفي الترتيب الثاني فئة (اقتنع بها أحيانا) بنسبة ٤٠,٤%, وفي الترتيب الثالث فئة (اقتنع بها تماما) بنسبة ٥,٧%, وتوجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين دوافع المراهقين لمتابعة مضامين الأبراج و التنجيم في وسائل الإعلام، وبين الاشباعات المتحققة لديهم من متابعتها، وتوجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المراهقين لمضامين الأبراج و التنجيم في وسائل الإعلام، وبين مدى اقتناعهم بها.

Egyptian teenagers Uses and Gratifications of the contents of Horoscopes and Astrology in Mass media

Aim: The study seeks to achieve the major goal is to identify Egyptian teenagers Uses and Gratifications of the contents of Horoscopes and Astrology in Mass media.

Sample: A sample of 441 male and female students from Ain Shams University, Benha University and 6th October University.

Type& methodology: Descriptive study based on the sample media survey methodology.

Tools: Questionnaire.

Results: Percentage of those who follow the contents of zodiac and astrology sometimes (74.6%), (not followed), 12.9%, followed by (Always)12.5%,. The contents of zodiac and astrology came in the fourth ranking between the types of content preferred by adolescents by 32.7%, and, it came In the third order by 44.6% for females, While in the seventh rank by 19.5% for males. The social networking sites came at the forefront of the means by which adolescents follow the contents of horoscopes and astrology through 83.3%. In the second rank Horoscopes programs on TV by 24.7%, Followed by (Horoscope in the newspapers) by 22.7%, Then (Hotline services or Private Messages horoscopic by mobile phone) by 7%, and in the fifth rank (Radio programs) by 3.6%. In the other category, books ranked sixth with 0.5%, about adolescents Conviction of the contents of horoscopes and astrology in the media of the future expectations came the category (I do not believe it is for entertainment only) in the first ranking by 53.9%, in the second category (believed sometimes) by 40.4%, In the third ranking category (Fully believed) by 5.7%, There is a positive relationship with statistical significance between the motives of adolescents to follow the contents of zodiac and astrology in media, and between their expectations of follow- up, and There is a statistically positive relationship between the intensity of adolescents' using the contents of zodiac and astrology in media, and the extent of their conviction.

٣. أهم الإشباعات التي تحققها مضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام لدى المراهقين.

الدراسات السابقة:

٢٤ دراسة بريجيت ماكينى كوستيلو Bridget McKenney Costello (٢٠٠٦)^(٤) بعنوان "حركة التنجيم: الثقافة والحالة في حياة مضطربة". تركز تلك الدراسة على استخدامات علم التنجيم كمادة ثقافية يبنى من خلالها الناس استراتيجيات قيادة الحياة اليومية والتي يمكن أن تحظى بأهمية اجتماعية خاصة لهؤلاء الذين لديهم نفوذ اجتماعي أقل. ويبنى التقرير الوصفي عن المعتقدات والممارسات التنجيمية على مقابلات متعمقة مع نوعية الناس الذين يعتقدون في التنجيم ويمارسونه بدرجات متفاوتة، وتقارير مباشرة عن الممارسات والمعتقدات التنجيمية ومراقبة الأنشطة التنجيمية المنظمة. وتوصلت الدراسة إلى نتائج من مسح للمعتقدات والممارسات التنجيمية المحلية ٩٣ إضافة إلى مصادر مختلفة للبيانات القومية الممثلة لإضافتها إلى وصف الباحث للتنجيم بشكل عام. وفي تحليل الباحث لمختلف أبعاد الممارسة التنجيمية وجد أن الناس تستخدم التنجيم لبناء استراتيجيات العمل، واستراتيجيات التفاعل (المتعلقة بالتجربة والأداء الذاتي)، واستراتيجيات العاطفة (المتعلقة بالتنظيم الذاتي عاطفياً). وعلى هذا النحو، يخدم علم التنجيم كمورد لإنجاز عمل نموذجي اجتماعياً وعاطفياً، يحال إلى المرأة في كل من الأسرة وسوق العمل. وعلاوة على ذلك، على الرغم من أن علم التنجيم يعمل كإجبار بقدر ما يجبر المنجمين على التعامل مع وصمة عار لحقت بممارستهم، فهو أيضاً يوفر الوصول إلى خطاب أخلاقي بديل يمكن للأفراد من خلاله التعبير عن التناقض العميق تجاه هيمنة العلوم المعيارية.

٢٥ دراسة نيك ألوم Nick Allum (٢٠١١)^(٥) بعنوان "ماذا يعتقد الناس أن التنجيم علم". تهدف الدراسة استكشاف بعض من الأسباب التي تجعل بعض الناس تعتقد أن التنجيم علم، وكيف ينظر للتنجيم فيما يتعلق بالممارسات الأخرى لإنتاج المعرفة باستخدام بيانات من مسح أوروبي وتم اختبار ثلاث فرضيات بصفة خاصة الأول: هو أن بعض الأوروبيين يفتقرون إلى المعرفة العلمية الضرورية للقراءة والكتابة لتمييز العلم من العلوم الزائفة. والثاني هو أن الناس لديهم خلط بشأن حقيقة التنجيم. والثالث: مشتق من دراسة ادورنو عن التسلط والغموض وتفترض أن هؤلاء الذين يتقيدون بالقيم السلطوية أكثر عرضة للاعتقاد في الإدعاءات التنجيمية وقد أكدت نتائج الدراسة الفرضيات الثلاثة.

٢٦ دراسة رشا محمد رشاد (٢٠١٢)^(٦) بعنوان "المعتقدات الشعبية والشباب المصري دراسة أنثروبولوجية في أحد الأحياء بمدينة القاهرة". هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على علاقة المعتقدات الشعبية بالشباب المصري ومدى تأثير هؤلاء الشباب بالمعتقدات وارتباطهم بها ومدى تأثير تلك المعتقدات الشعبية ذاتها بهؤلاء الشباب. واستخدمت الدراسة منهج المسح على عينة من الشباب من (١٧-٣٠) سنة باستخدام استمارة استبيان وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: هناك بعض المعتقدات لدى الشباب تقوم على التجربة الشخصية فقط، ولا تدعم من قبل الأسرة في أساليب التنشئة الاجتماعية وهي الأبراج، والنفال؛ بينما يقوم الاعتقاد في الكائنات فوق الطبيعية والحسد والتشاؤم على أساليب التنشئة الثقافية والموروثات الثقافية من الأسرة. كذلك فإن بعض الشباب الذين تلقوا تعليماً عالياً يرجع الإيمان بالأبراج على أنه قائم على أسس علمية وله متخصصين، أما الحظ فيعتبره البعض حراماً ولكن بعضهم يطلع عليه كنوع من الفضول أو التسلية.

٢٧ دراسة عزة لطفي عبد الحميد (٢٠١٢)^(٧) بعنوان "دور القنوات الفضائية العربية في نشر الفكر الخرافي: دراسة مسحية". استهدفت الدراسة تحليل البرامج التلفزيونية التي تروج للفكر الخرافي والتي تعرض في القنوات الفضائية العربية التي تخصص برامج للحظ وقراءة الكف والكوتشينة وتفسير الأحلام والتعرف على مدى تأثيرها على المشاهد المصري ومدى اهتمامه بمشاهدة البرامج والأفلام التي تهتم بالدجل والشعوذة. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي بشقيه

تتميز الطبيعة البشرية بالفضول والتطلع لمعرفة المستقبل ونتيجة لذلك نجد الإنسان منذ قديم الأزل يحاول التعرف على مستقبله وما سيحدث له من تطورات في حياته العائلية والعملية والمادية وتسد ذلك من خلال قراءة الفجنان وقراءة الكف واللجوء إلى العرافين مروراً بقراءة حظك اليوم على صفحات الجرائد والأبراج وصفاتها وتوافقات الأبراج وأصبح من المألوف مع نهاية كل عام ميلادي أن نجد صفحات الجرائد والبرامج الإذاعية والتلفزيونية تخصص مساحة كبيرة لتنبؤات علماء الفلك والتنجيم لأصحاب الأبراج المختلفة عن أحداث العام الجديد وما سيحدث فيه من تغيرات لصاحب البرج سواء في مجال العمل أو الدراسة أو في الحياة العائلية وكذلك التنبؤ بمستقبل الأحداث المحلية والإقليمية والعالمية. ومع مرور الزمن والتقدم التكنولوجي تطورت سبل التعرف على التنبؤات المستقبلية، وساعد على انتشارها كثرة البرامج المتاحة عن طريق مواقع الإنترنت، والإعلان عنها بشكل غير مسبوق في وسائل الإعلام المختلفة. وأصبح هناك متخصصون في هذا المجال مما زاد من قابليتهم للإقناع لدى من يتابعهم. ومع اندلاع ثورتي ٢٥ يناير و٣٠ يونيو وتصادم الأحداث السياسية بشكل كبير وصعود بعض الشخصيات إلى قمة الشهرة وهبوط شعبية شخصيات أخرى، نجد اهتمام وسائل الإعلام والجمهور بمعرفة تنبؤات خبراء الأبراج بعضهم يتابعها بغرض التسلية وهناك من يتابعها ويتفاعل معها ويصدق تلك التنبؤات ويعتمد عليها في حياته وتتأثر حالته النفسية وفقاً لما يتنبأ به برجه. ونظراً لما تتمتع به وسائل الإعلام من قدرة كبيرة على الإقناع وعلى التأثير في جمهورها وخاصة فئة المراهقين الذين يكون لديهم ميل أكبر للتأثر بوسائل الإعلام وبما يقدم من خلالها كان لابد من دراسة استخدامات المراهقين المصريين لمضامين الأبراج والتنجيم بوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة منها.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي ما استخدامات المراهقين المصريين لمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام؟ وما الإشباعات المتحققة منها؟، ويتفرع منه التساؤلات الفرعية التالية:

١. ما مدى تعرض المراهقين لمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام؟
٢. ما دوافع تعرض المراهقين لمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام؟
٣. ما أهم الإشباعات التي تحققها مضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام لدى المراهقين؟
٤. إلى أي مدى تساهم وسائل الإعلام المختلفة في تشكيل الاعتقاد بالأبراج والتنجيم وترسيخها؟

أهمية الدراسة:

- تتمثل أهمية دراسة مضامين الأبراج والتنجيم فيما يلي:
١. ما تحظى به مضامين الأبراج والتنجيم من انتشار واسع في الأونة الأخيرة في وسائل الإعلام بكافة أنواعها مستغلين في ذلك ما تتميز به الطبيعة البشرية من فضول لمعرفة ما سيحدث في المستقبل خاصة مع زيادة ضغوط ومشكلات الحياة؛ إضافة إلى ما تنيره تلك المضامين من جدل واسع لما تحمله من تحفظات دينية وعلمية وما لها من أبعاد نفسية واجتماعية.
 ٢. أهمية فئة المراهقين التي سيتم تطبيق الدراسة الميدانية عليها وأهمية دراسة استخداماتهم لمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام والإشباعات المتحققة منها.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس هو التعرف على استخدامات المراهقين المصريين لمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام والإشباعات المتحققة منها. ويتفرع من ذلك الهدف الرئيس عدة أهداف فرعية تتمثل في التعرف على:

١. مدى تعرض المراهقين لمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام.
٢. دوافع تعرض المراهقين لمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام.

نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث تسعى إلى معرفة استخدامات المراهقين المصريين لمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام والإشباع المتحققة منها.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي بالعينة العشوائية. على عينة من المراهقين في المرحلة العمرية (١٧-١٨) سنة من طلاب الفرقة الأولى والثانية بالمرحلة الجامعية بجامعة عين شمس وجامعة بنها وجامعة ٦ أكتوبر.

عينة الدراسة:

قامت الباحثة بإجراء الدراسة الميدانية بالتطبيق على عينة عشوائية من المراهقين قوامها ٤٤١ مفردة ويتابع ٣٨٤ مفردة مضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام مقابل ٥٧ مفردة لا يتابعونها.

أدوات الدراسة:

استمارة استبيان تم تقسيمها إلى عدة محاور خاصة بمدى متابعة وأنماط استخدام المبحوثين لمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام المختلفة (الصحف-التلفزيون-صفحات الفيسبوك)؛ إضافة إلى مقياس خاص باتجاهات المراهقين نحو المعتقدات الخاصة بالأبراج والتنجيم، ومقياس لمعرفة مدى تأييد أفراد الأسرة والأصدقاء المقربين لتلك المضامين.

نتائج الدراسة الميدانية:

٢٠ مدى متابعة المراهقين لمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام:

جدول (١) مدى متابعة المراهقين لمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي
	ك	%	ك	%	
دائما	١٤	٦,٧	٤١	١٧,٧	٥٥
أحيانا	١٦٨	٨٠	١٦١	٦٩,٧	٣٢٩
لا	٢٨	١٣,٣	٢٩	١٢,٦	٥٧
الإجمالي	٢١٠	١٠٠	٢٣١	١٠٠	٤٤١

كأ = ١٢,٤٤٩ = درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٦٦ = الدلالة = ٠,٠١

جاء في الترتيب الأول من يتابع مضامين الأبراج والتنجيم (أحيانا) بنسبة ٧٤,٦%، وفي الترتيب الثاني من (لا يتابعها) بنسبة ١٢,٩%، وفي الترتيب الثالث من يتابعها (دائما) بنسبة ١٢,٥%. وهو ما يوضح أن النسبة الأكبر من المراهقين عينة الدراسة لا يحرصون على متابعتها بانتظام. كما اتضح أن الإناث أكثر حرصا من الذكور على المتابعة المنتظمة لمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام. وقد بلغت قيمة كآ = ١٢,٤٤٩ عند درجة حرية = ٢ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠١، كما بلغت قيمة معامل التوافق = ٠,١٦٦ وهي أيضا قيمة دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠١، مما يؤكد على وجود علاقة دالة إحصائيا بين متغير النوع وبين مدى متابعة المراهقين لمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام.

التحليلي والميداني، وتم تطبيق الدراسة التحليلية على عينة من أفلام الدجل والشعوذة بلغت ١٣ فيلما سينمائيًا، كما تم تحليل عينة من البرامج تتناول موضوعات تتعلق بالأبراج والسحر وتفسير الأحلام بواقع برنامج لكل قناة من ٨ قنوات في الفترة الزمنية من ١ / ١ / ٢٠١٠ حتى ٣١ / ٣ / ٢٠١٠، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من المصريين قاطنى محافظتى القاهرة والغربية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أكدت الدراسة الميدانية ارتفاع نسبة مشاهدة برامج الأبراج والفلك بنسبة ٧٥,٢% تليها برامج تفسير الأحلام بنسبة ٧١,١% ثم برامج السحر بنسبة ٦٠,٥%، وقد تمثلت أكثر الدوافع النفعية لدى عينة الدراسة الميدانية في معرفة الطالع وأرقام الحظ ومعرفة مدى التوافق بين الأبراج وتفسير الأحلام ومعرفة كيفية حماية أنفسهم من السحر والحسد.

مصطلحات الدراسة:

٢٠ أولا الأبراج الفلكية Zodiac: تعرف بأنها المجموعة النجمية التابعة للمجموعة الشمسية وتنقسم المجاميع النجمية إلى اثني عشرة مجموعة تبدأ بالحمل وتنتهى بالحوث. أما تحديد البرج فيعتمد على وجود أشعة الشمس فيه (بمعنى آخر) عندما يولد شخص ما في يوم ٤ / ٣٠ من أى عام، فهو ينتمي إلى برج الثور على اعتبار أن أشعة الشمس يوم ولادته كانت في المجموعة النجمية المعروفة ببرج الثور، ويمثل البرج الصفات العامة للشخص فهو يعتمد على يوم الميلاد، وشهر الميلاد- وذلك لمعرفة صفات البرج العامة، أما عند معرفة الصفات الشخصية تضاف سنة الميلاد.^(٣)

٢٠ ثانيا التنجيم Astrology: يعرف في الاصطلاح بأنه الاستدلال بحركات الكواكب

والنجوم وأوضاعها على حوادث الأرض ومستقبلها وهو نوعان:

١. تنجيم عام: يتعلق بمستقبل جماعة أو مدينة أو شعب، أو حتى بمستقبل الإنسانية كلها.
٢. تنجيم خاص: يبحث عن مستقبل فرد معين وأحداث حياته المقبلة.^(١)

٢٠ ثالثا التعريف الإجرائي لمضامين الأبراج والتنجيم: يقصد بها كل ما تتناوله وسائل الإعلام المختلفة من معلومات خاصة بالأبراج والتوقعات المستقبلية، مثل حظك اليوم في الصحف، والبرامج التي تستضيف متخصصين في الأبراج، والإعلانات التلفزيونية، ومواقع الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي، والرسائل عبر الهاتف المحمول.

حدود الدراسة:

٢٠ الحدود الموضوعية: تتمثل في دراسة استخدامات المراهقين لمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام والإشباع المتحققة منها.

٢٠ الحدود الزمنية: قامت الباحثة بإجراء الدراسة الميدانية في الفترة الزمنية من ١ / ٨ / ٢٠١٧ - ١٦ / ١٠ / ٢٠١٧.

٢٠ الحدود الجغرافية: قامت الباحثة بتطبيق الدراسة الميدانية على عينة من طلاب جامعة عين شمس وجامعة بنها وجامعة ٦ أكتوبر.

٢٠ دوافع المراهقين لاستخدام مضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام:

جدول (٢) دوافع المراهقين لاستخدام مضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		السبب
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٠,٥١١	١,٧٧	٤,٤	٨	١٢,٦	٢٣	٨٣	١٥١	التسلية والترفيه.
			٤	٨	١٦,٣	٣٣	٧٩,٧	١٦١	
			٤,٢	١٦	١٤,٦	٥٦	٨١,٣	٣١٢	
محايد	٠,٧٨٢	١,٠١	٢٤,٢	٤٤	٤٣,٤	٧٩	٣٢,٤	٥٩	الهروب من الضغوط اليومية والاسترخاء
			٣٥,٦	٧٢	٣٥,١	٧١	٢٩,٢	٥٩	
			٣٠,٢	١١٦	٣٩,١	١٥٠	٣٠,٧	١١٨	
موافق	٠,٧٢٥	١,٤٢	١٥,٤	٢٨	٢٧,٥	٥٠	٥٧,١	١٠٤	قضاء وقت الفراغ.
			١٢,٩	٢٦	٣٢,٢	٦٥	٥٥	١١١	
			١٤,١	٥٤	٢٩,٩	١١٥	٥٦	٢١٥	

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الموقف	السبب	
			%	ك	%	ك	%	ك			
محايد	٠,٨٠٨	٠,٧٥	٤٤,٥	٨١	٣١,٣	٥٧	٢٤,٢	٤٤	ذكور	التخلص من التوتر والقلق.	
			٥١,٥	١٠٤	٢٦,٢	٥٣	٢٢,٣	٤٥	إناث		
			٤٨,٢	١٨٥	٢٨,٦	١١٠	٢٣,٢	٨٩	الإجمالي		
موافق	٠,٥٤٤	١,٧٦	٨,٢	١٥	١١,٥	٢١	٨٠,٢	١٤٦	ذكور	الفضول وحب الاستطلاع.	
			٣,٥	٧	١٢,٩	٢٦	٨٣,٧	١٦٩	إناث		
			٥,٧	٢٢	١٢,٢	٤٧	٨٢	٣١٥	الإجمالي		
موافق	٠,٦٦٨	١,٥٦	١٣,٢	٢٤	٢٥,٣	٤٦	٦١,٥	١١٢	ذكور	معرفة المعلومات الخاصة بصفات الأبراج.	
			٦,٩	١٤	٢٣,٨	٤٨	٦٩,٣	١٤٠	إناث		
			٩,٩	٣٨	٢٤,٥	٩٤	٦٥,٦	٢٥٢	الإجمالي		
محايد	٠,٨٤٨	١,١٧	٢٢	٤٠	٢٥,٣	٤٦	٥٢,٧	٩٦	ذكور	معرفة التوقعات الخاصة ببرجي.	
			٣٤,٧	٧٠	٢٥,٢	٥١	٤٠,١	٨١	إناث		
			٢٨,٦	١١٠	٢٥,٣	٩٧	٤٦,١	١٧٧	الإجمالي		
محايد	٠,٧٥٧	٠,٦٨	٤٦,٢	٨٤	٣٥,٢	٦٤	١٨,٧	٣٤	ذكور	إيجاد حوار مشترك مع أصدقائي حول الأبراج.	
			٥٣	١٠٧	٣٠,٢	٦١	١٦,٨	٣٤	إناث		
			٤٩,٧	١٩١	٣٢,٦	١٢٥	١٧,٧	٦٨	الإجمالي		
محايد	٠,٨٥٥	٠,٩٧	٤٠,٧	٧٤	٢٩,١	٥٣	٣٠,٢	٥٥	ذكور	التعرف على كيفية التعامل مع الآخرين من خلال أبراجهم.	
			٣٥,١	٧١	٢٥,٢	٥١	٣٩,٦	٨٠	إناث		
			٣٧,٨	١٤٥	٢٧,١	١٠٤	٣٥,٢	١٣٥	الإجمالي		
معارض	٠,٧٥٨	٠,٦٠	٥٧,١	١٠٤	٢٥,٨	٤٧	١٧	٣١	ذكور	أصبحت عادة يومية لدى.	
			٥٥,٩	١١٣	٢٧,٧	٥٦	١٦,٣	٣٣	إناث		
			٥٦,٥	٢١٧	٢٦,٨	١٠٣	١٦,٧	٦٤	الإجمالي		
موافق	٠,٨٠٣	١,٣٨	٢٩,٧	٥٤	١٧,٦	٣٢	٥٢,٧	٩٦	ذكور	التعرف على المميزات والعيوب الخاصة ببرجي.	
			١١,٩	٢٤	٢٤,٣	٤٩	٦٣,٩	١٢٩	إناث		
			٢٠,٣	٧٨	٢١,١	٨١	٥٨,٦	٢٢٥	الإجمالي		
معارض	٠,٧٥١	٠,٥٢	٦٥,٩	١٢٠	٢١,٤	٣٩	١٢,٦	٢٣	ذكور	لنساعدني على اختيار شريك الحياة المناسب لشخصيتي.	
			٦٢,٤	١٢٦	١٩,٣	٣٩	١٨,٣	٣٧	إناث		
			٦٤,١	٢٤٦	٢٠,٣	٧٨	١٥,٦	٦٠	الإجمالي		
					الإجمالي	٢٠,٢	١٨٢	إناث	١٨٢	ذكور	جملة من سلوا

جاءت الدوافع النفعية على الترتيب التالي: جاء الاتجاه (موافق) نحو الدوافع التالية: دافع (معرفة المعلومات الخاصة بصفات الأبراج) بمتوسط ١,٥٦، يليه دافع (التعرف على المميزات والعيوب الخاصة ببرجي) بمتوسط ١,٣٨، وجاء الاتجاه (محايد) نحو الدوافع التالية: دافع (معرفة التوقعات الخاصة ببرجي) بمتوسط ١,١٧، يليه دافع (التعرف على كيفية التعامل مع الآخرين من خلال أبراجهم) بمتوسط ٠,٩٧، ثم (إيجاد حوار مشترك مع أصدقائي حول الأبراج) بمتوسط ٠,٦٨، وجاء الاتجاه (معارض) نحو دافع (لنساعدني على اختيار شريك الحياة المناسب لشخصيتي) بمتوسط ٠,٥٢.

توضح بيانات الجدول السابق أهم دوافع المراهقين لاستخدام مضامين الأبراج والتنجيم والتي تنوعت بين الدوافع الطقسية والنفعية وجاءت الدوافع الطقسية على الترتيب التالي جاء الاتجاه (موافق) نحو الدوافع التالية دافع (التسلية والترفيه) بمتوسط ١,٧٧، يليه دافع (الفضول وحب الاستطلاع) بمتوسط ١,٧٦، ثم في الترتيب الثالث (قضاء وقت الفراغ) بمتوسط ١,٤٢، وجاء الاتجاه (محايد) نحو الدوافع التالية: دافع (الهروب من الضغوط اليومية والاسترخاء) بمتوسط ١,٠١، ثم (التخلص من التوتر والقلق) بمتوسط ٠,٧٥، وجاء الاتجاه (معارض) نحو دافع (أصبحت عادة يومية لدى) بمتوسط ٠,٦٠.

ك أكثر الوسائل التي يتابع المراهقون مضامين الأبراج والتنجيم من خلالها وفقاً للنوع:

جدول (٣) أكثر الوسائل التي يتابع المراهقون مضامين الأبراج والتنجيم من خلالها وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الوسيلة						
برامج/ فقرات الأبراج في التلفزيون	٤٨	٢٦,٤	٤٧	٢٣,٣	٩٥	٢٤,٧
برامج الراديو	٦	٣,٣	٨	٤	١٤	٣,٦
حظك اليوم في الصحف	٤٨	٢٦,٤	٣٩	١٩,٣	٨٧	٢٢,٧
مواقع التواصل الاجتماعي	١٤٢	٧٨	١٧٨	٨٨,١	٣٢٠	٨٣,٣
الهاتف المحمول (خدمات الخط الساخن أو الرسائل الخاصة بالأبراج)	١٥	٨,٢	١٢	٥,٩	٢٧	٧
أخرى تذكر	-	-	٢	١	٢	٠,٥
جملة من سلوا	١٨٢	١٠٠	٢٠,٢	١٠٠	٣٨٤	١٠٠

ك مدى اقتناع المراهقين بما تقدمه مضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام:

جدول (٤) مدى اقتناع المراهقين بما تقدمه مضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مدى الاقتناع						
أقتنع بها تماماً	٩	٤,٩	١٣	٦,٤	٢٢	٥,٧
أقتنع بها أحياناً	٧٤	٤٠,٧	٨١	٤٠,١	١٥٥	٤٠,٤
لا أصدقها فهي للتسلية فقط	٩٩	٥٤,٤	١٠٨	٥٣,٥	٢٠٧	٥٣,٩
الإجمالي	١٨٢	١٠٠	٢٠,٢	١٠٠	٣٨٤	١٠٠

ك١ = ٣٩,٤ = درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٣٢ = الدلالة = غير دالة

جاءت (مواقع التواصل الاجتماعي) في مقدمة الوسائل التي يتابع المراهقين مضامين الأبراج والتنجيم من خلالها بنسبة ٨٣,٣%، وفي الترتيب الثاني جاءت (برامج/ فقرات الأبراج في التلفزيون) بنسبة ٢٤,٧%، يليها (حظك اليوم في الصحف) في الترتيب الثالث بنسبة ٢٢,٧%، ثم (الهاتف المحمول خدمات الخط الساخن أو الرسائل الخاصة بالأبراج) في الترتيب الرابع بنسبة ٧%، وفي الترتيب الخامس (برامج الراديو) بنسبة ٣,٦%. وفي فئة أخرى تذكر جاءت (الكتب) في الترتيب السادس بنسبة ٠,٥%.

٥٠,٧%. وقد بلغت قيمة ك^٢ = ٠,٣٩٤ عند درجة حرية = ٢ وهي قيمة غير دالة إحصائياً ٠,٠١, كما بلغت قيمة معامل التوافق = ٠,٠٣٢ وهي أيضاً قيمة غير دالة إحصائياً عند أى مستوى من مستويات الدلالة. مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين متغير النوع وبين مدى الاقتناع بما تقدمه مضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام من توقعات.

تبين أن النسبة الأكبر من المراهقين عينة الدراسة لا يفتنون بمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام وإنما متابعتهم لها من باب التسلية والترفيه فقط أما النسبة الأكبر لمن يفتنون بها فهم يفتنون بها أحياناً. فقد جاءت فئة (لا أصدقها فهي للتسلية فقط) في الترتيب الأول بنسبة ٥٣,٩%, وفي الترتيب الثاني فئة (أفتن بها أحياناً) بنسبة ٤٠,٤%, وفي الترتيب الثالث فئة (أفتن بها تماماً) بنسبة

الإشباع التي تحققت لدى المراهقين من استخدامهم لمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام:

جدول (٥) الإشباع التي تحققت لدى المراهقين من استخدامهم لمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الموقف	الإشباع المتوقع	
			%	ك	%	ك	%	ك			
موافق	٠,٦٧٧	١,٤٦	١١		٣٣	٦٠	٥٦	١٠٢	ذكور	التخلص من الملل	
			٩,٩	٢٠	٣٣,٢	٦٧	٥٦,٩	١١٥			إناث
			١٠,٤	٤٠	٣٣,١	١٢٧	٥٦,٥	٢١٧			الإجمالي
موافق	٠,٦٧٧	١,٤٧	٨,٨	١٦	٣١,٩	٥٨	٥٩,٣	١٠٨	ذكور	القضاء على وقت الفراغ	
			١١,٩	٢٤	٣٣,٢	٦٧	٥٥	١١١			إناث
			١٠,٤	٤٠	٣٢,٦	١٢٥	٥٧	٢١٩			الإجمالي
محايد	٠,٧٩٠	٠,٨٣	٣٦,٨	٦٧	٣٨,٥	٧٠	٢٤,٧	٤٥	ذكور	الشعور بالاسترخاء والراحة	
			٤٥,٥	٩٢	٣١,٢	٦٣	٢٣,٣	٤٧			إناث
			٤١,٤	١٥٩	٣٤,٦	١٣٣	٢٤	٩٢			الإجمالي
محايد	٠,٧٨٠	٠,٦٧	٥٠,٥	٩٢	٣٢,٤	٥٩	١٧	٣١	ذكور	تساعدني في الهروب من مشكلاتي	
			٥٤	١٠٩	٢٤,٨	٥٠	٢١,٣	٤٣			إناث
			٥٢,٣	٢٠١	٢٨,٤	١٠٩	١٩,٣	٧٤			الإجمالي
محايد	٠,٨١٧	١,٢٦	٢٩,١	٥٣	٢٩,١	٥٣	٤١,٨	٧٦	ذكور	التعرف على مميزات وعيوب برجى يساعدني في تعديل وتطوير شخصيتي	
			١٨,٨	٣٨	٢٤,٨	٥٠	٥٦,٤	١١٤			إناث
			٢٣,٧	٩١	٢٦,٨	١٠٣	٤٩,٥	١٩٠			الإجمالي
محايد	٠,٨١٧	٠,٨٥	٣٨,٥	٧٠	٣٧,٤	٦٨	٢٤,٢	٤٤	ذكور	تفغني للبحث عن المزيد من المعلومات عن الأبراج والتوقعات المستقبلية.	
			٤٥,٥	٩٢	٢٥,٢	٥١	٢٩,٢	٥٩			إناث
			٤٢,٢	١٦٢	٣١	١١٩	٢٦,٨	١٠٣			الإجمالي
محايد	٠,٨٤٠	١,١٥	٢٦,٤	٤٨	٢٩,٧	٥٤	٤٤	٨٠	ذكور	تشبع فضولي وحب استطلاعى للمستقبل.	
			٣١,٢	٦٣	٢٥,٢	٥١	٤٣,٦	٨٨			إناث
			٢٨,٩	١١١	٢٧,٣	١٠٥	٤٣,٨	١٦٨			الإجمالي
محايد	٠,٧٧٤	٠,٦٨	٤٩,٥	٩٠	٢٩,٧	٥٤	٢٠,٩	٣٨	ذكور	التخلص من التوتر والقلق.	
			٥٢,٢	١٠٥	٣٠,٣	٦١	١٧,٤	٣٥			إناث
			٥٠,٩	١٩٥	٣٠	١١٥	١٩,١	٧٣			الإجمالي
محايد	٠,٨٤٨	٠,٩٦	٤٠,٧	٧٤	٣٣	٦٠	٢٦,٤	٤٨	ذكور	معرفة صفات الأبراج تساعدني في التعامل مع الآخرين.	
			٣٥,١	٧١	٢٣,٨	٤٨	٤١,١	٨٣			إناث
			٣٧,٨	١٤٥	٢٨,١	١٠٨	٣٤,١	١٣١			الإجمالي
معارض	٠,٧٦١	٠,٦١	٥٤,٩	١٠٠	٢٧,٥	٥٠	١٧,٦	٣٢	ذكور	أشعر بالتميز بين أصدقائي	
			٥٧,٤	١١٦	٢٦,٢	٥٣	١٦,٣	٣٣			إناث
			٥٦,٣	٢١٦	٢٦,٨	١٠٣	١٦,٩	٦٥			الإجمالي
محايد	٠,٧٨٤	٠,٧٠	٤٩,٥	٩٠	٢٨	٥١	٢٢,٥	٤١	ذكور	أعمل بالنصائح التي يقدمها المتخصصون لبرجى	
			٥١,٥	١٠٤	٣٠,٧	٦٢	١٧,٨	٣٦			إناث
			٥٠,٥	١٩٤	٢٩,٤	١١٣	٢٠,١	٧٧			الإجمالي
معارض	٠,٧٥٢	٠,٦٦	٤٥,٦	٨٣	٣٦,٨	٦٧	١٧,٦	٣٢	ذكور	معرفة التوقعات الخاصة ببرجى تظمنني على حل مشاكلي.	
			٥٦,٤	١١٤	٢٧,٢	٥٥	١٦,٣	٣٣			إناث
			٥١,٣	١٩٧	٣١,٨	١٢٢	١٦,٩	٦٥			الإجمالي
محايد	٠,٨٠١	٠,٨٠	٤٨,٤	٨٨	٣٠,٨	٥٦	٢٠,٩	٣٨	ذكور	أعرف الأبراج الخاصة بأصدقائي ومعارفي وناقش معهم فسي صفات أبراجهم.	
			٤٠,١	٨١	٣٣,٢	٦٧	٢٦,٧	٥٤			إناث
			٤٤,٠	١٦٩	٣٢	١٢٣	٢٤	٩٢			الإجمالي
معارض	٠,٦٨١	٠,٤٢	٥٨,٢	١٠٦	٢٦,٤	٤٨	١٥,٤	٢٨	ذكور	معرفة التوقعات المستقبلية للأحداث السياسية والاجتماعية تشعرني بالأمان.	
			٧٨,٦	١٥٨	١٤,٤	٢٩	٧	١٤			إناث
			٦٨,٩	٢٦٤	٢٠,١	٧٧	١١	٤٢			الإجمالي
معارض	٠,٨٠٥	٠,٦٢	٥٩,٣	١٠٨	٢٤,٧	٤٥	١٥,٩	٢٩	ذكور	تساعدني في معرفة الأبراج المتوافقة معى عند اختيار شريك الحياة.	
			٥٧,٤	١١٦	١٧,٨	٣٦	٢٤,٨	٥٠			إناث
			٥٨,٣	٢٢٤	٢١,١	٨١	٢٠,٦	٧٩			الإجمالي
		الإجمالي	٢٠٢		إناث		١٨٢		ذكور	جملة من سلوا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى الإشباع التي تحققت لدى المراهقين من متابعتهم لمضامين الأبراج والتنجيم في وسائل الإعلام والتي تنوعت بين إشباع خاصة بالمحتوى والتي انقسمت إلى (توجيهية واجتماعية) وإشباع

خاصة بعملية الاتصال وتمثلت في الإشباع شبة التوجيهية وكانت النتائج على النحو الآتي: جاءت إشباع العملية الاتصالية (شبه التوجيهية) على الترتيب التالي: جاء الاتجاه (موافق) نحو الإشباع التالية: الإشباع الخاص (بالقضاء

على وقت الفراغ) بمتوسط ١,٤٧، يليه (التخلص من الملل) بمتوسط ١,٤٦، ثم، وجاء الاتجاه (محايد) نحو الإشباعات التالية: (الشعور بالاسترخاء والراحة) بمتوسط ٠,٨٣، ثم (التخلص من التوتر والقلق) بمتوسط ٠,٦٨، يليه (تساعدني في الهروب من مشكلاتي) بمتوسط ٠,٦٧، وجاء الاتجاه (معارض) نحو الإشباعات التالية: (معرفة التوقعات الخاصة ببرجي تظمنني على حل مشكلتي) بمتوسط ٠,٦٦، يليه (معرفة التوقعات المستقبلية للأحداث السياسية والاجتماعية تشعرني بالأمان) بمتوسط ٠,٤٢.

انقسمت إشباعات المحتوى إلى إشباعات توجيهية وإشباعات اجتماعية: بالنسبة للإشباعات التوجيهية جاءت على الترتيب التالي: جاء الاتجاه (محايد) نحو الإشباعات التالية: (التعرف على مميزات وعيوب برجي يساعدني في تعديل وتطوير شخصيتي) بمتوسط ١,٢٦، يليه (تشبع فضولي وحب استطلاع للمستقبل) بمتوسط ١,١٥، يليه (تدفعني للبحث عن المزيد من المعلومات عن الأبراج والتوقعات المستقبلية) بمتوسط ٠,٨٥، ثم (أعمل بالنصائح التي يقدمها المتخصصون لبرجي) بمتوسط ٠,٧٠.

بالنسبة للإشباعات الاجتماعية جاءت على الترتيب التالي: جاء الاتجاه (محايد) نحو الإشباعات التالية: (معرفة صفات الأبراج تساعدني في التعامل مع الآخرين) بمتوسط ٠,٩٦، يليه (أعرف الأبراج الخاصة بأصدقائي ومعارفي واتناقش معهم في صفات أبراجهم) بمتوسط ٠,٨٠، وجاء الاتجاه (معارض) نحو الإشباعات التالية: (تساعدني في معرفة الأبراج المتوافقة معي عند اختيار شريك الحياة) بمتوسط ٠,٦٢، يليه (أشعر بالتميز بين أصدقائي) بمتوسط ٠,٦١.

المراجع:

١. خيرى عبدالفتاح حبيب: "استشراف المستقبل في الفكر الإسلامي"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية البنات، قسم الفلسفة، ٢٠١١)، ص ٦٥:٦٤.
٢. رشا محمد رشاد عبدالسلام شبل: "المعتقدات الشعبية والشباب المصرى دراسة أنثروبولوجية فى أحد الأحياء بمدينة القاهرة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، قسم الاجتماع-شعبة الأنثروبولوجيا والفولكلور، ٢٠١٢).
٣. عزة لطفى عبدالحميد علام: "دور القنوات الفضائية العربية فى نشر الفكر الخرافى- دراسة مسحية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة- كلية الإعلام- قسم الإذاعة والتلفزيون) ٢٠١٢.
4. Costello, Bridget McKenney; "Astrology in action: Culture and status in unsettled lives". **Ph.D.** dissertation, University of Pennsylvania, 2006.
5. Nick Allum: "What Makes Some People Think Astrology Is Scientific?". **Science Communication**, 33(3), Oct 4, 2011, valid on: <http://scx.sagepub.com/content/33/3/341>.