

## اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية وعلاقتها بالنسق الفكري لديهم

د/ ايمان عزالدين محمد دوابه(\*)

### مقدمة:-

انتشرت برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة في الفترة الأخيرة بشكل ملحوظ، وشغلت حيزاً هاماً على خارطة القنوات التلفزيونية حتى اعتقد البعض أنها مُستحدثاً كغيرها من المُستحدثات التي ستأخذ وقتاً وتنتهي، إلا أن الواقع أشار إلى عكس ذلك حيث استطاعت برامج المسابقات غزو معظم الشاشات التلفزيونية المصرية والعربية، والبعض منها ما كان الا نسخة مُعربة من برامج المسابقات الغربية، وبهذا فإن العديد من برامج المسابقات بل أغلبها يُحاور العقلية الفكرية للمشاهد ويُناور تفكيره إما من خلال مداعبة أحلامه وخلق الأمل في نفسه للتغلب على الظروف المعيشية القاسية بسهولة دون مجهود، أو من خلال إغراءه ببريق الشهرة والنجومية والثراء من خلال الفوز أو تنمية مواهبه، وبالتالي فإن هذه البرامج تنسج على المدى الطويل تغييراً في البناء الفكري للمشاهد الذي يُعد بمثابة المُسير للسلوك والشخصية، والبناء الاجتماعي، والمعرفي، والثقافي.

إن تعدد برامج المسابقات جعل بعضها يفقد مصداقيته، فمن هذه البرامج ما يعرض إجابات غاية في السهولة ومعروفة لدى الجميع وبالرغم من ذلك لم يصل معظم الجمهور المُتصل إلى الحل الصحيح وذلك طبعاً غير معقول، وبرامج أخرى تعرض جوائز مادية ضخمة أو عينية قيمة تُثير حماس الشباب المُشاهد فيُقبل على الاشتراك فيها عبر أشكال المشاركة المتعددة، كما تتزايد مشاركات الجمهور عبر وسائل الاتصال المتاحة دون جدوى من الفوز، ومنها ما يعتمد بشكل أساسي على شهرة ونجومية المُحكّمين والقائمين عليها لتدعيم البرامج بشيء من المصداقية والثقل وذلك يجذب الكثير من الشباب إلى المشاركة في برامج المسابقات دون تردد، وغير ذلك من أساليب اللعب على أوتار الطموح والحماس، أو الفقر والحاجة، أو الأحلام والأمال.

ونظراً للطبيعة الفسيولوجية والاجتماعية لفئة الشباب والتي قد تزيد عليها الظروف الاقتصادية والبطالة وسوء الأحوال المعيشية، علاوة على رغبتهم الدائمة في الدخول إلى عالم التجربة والجديد، فإن الشباب هم الأعمق تفاعلاً مع المشهد المعاصر

(\*) أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

والأكثر عرضة للاقتحام الفكري، والاعتقال العقلي، والأول استهدافاً من الدعوات الهدامة، إلى جانب أن الشباب يعيش كثيراً من التناقضات والأزمات والتحديات الفكرية في ظل الظروف الراهنة التي تنعكس عليهم وتترك بصماتها على فكرهم وسلوكهم، وتلقي بظلالها على أفكارهم ومقومات شخصيتهم وتوجهاتهم المستقبلية، حيث شهدت المجتمعات العربية في السنوات الأخيرة مجموعة من التغيرات السريعة والمتلاحقة التي كان لها الأثر في اضطراب المنظومة الفكرية الحاكمة لتصرفات الافراد.

لذا الشباب هم أكثر الفئات تأثراً بتلك النوعية من البرامج وأكثرهم إقبالاً عليها، وأدى ذلك الى خلق المخاوف وإثارة الجدل حول المخاطر الفكرية الناتجة عن مضامين هذه البرامج، وتأثيراتها على البناء الانساني التي قد تكون ايجابية مع بعض الشباب وسلبية مع البعض الآخر كلاً حسب بناء شخصيته، وحسب بناءة المعرفي والثقافي، والاجتماعي، والعقلي، وبالتالي قد تتأثر العقلية الفكرية للشباب ويحدث تغييراً في النسق الفكري فتتغير أو تتأثر أنماط التفكير وطريقة تقييم الأحداث واتخاذ القرار والحكم على الأمور والمعالجة الاجتماعية لشؤون الحياة.

حيث تُعد هذه النوعية من البرامج نافذة تعرض للشباب عالم جديد مليء بالإثارة والتشويق وتنقل به إلى شكل آخر من أشكال الحياة والسلوك التي قد تختلف كثيراً عن الحياة الواقعية التي يحيهاها بالفعل العديد من الشباب، لذا ينبهر الشباب بهذه البرامج وما تقدمه من إغراءات، وبالتالي قد يحدث تغييراً في النسق الفكري للشباب نتيجة التعرض للعالم السحري لبرامج المسابقات، ولكن بعض الشباب يُحاول الاستفادة من هذا العالم الجديد واستثماره في صالحة فتتسع مداركه وتتجدد أفكاره بالشكل المناسب مع ظروفه ومُجتمعهم، على عكس البعض الآخر الذي يحلم بتحول الحلم إلى واقع ويصل به الأمر إلى السكون في قائمة الانتظار مُعلقاً آماله وطموحاته على فرصة الفوز في إحدى هذه البرامج وكان الفوز بمثابة تذكرة دخول عالم الأحلام، ثم يكتشف أنه فاز بضياح وقته وماله، وأحلامه باتت في مهيب الريح.

كما أن برامج المسابقات تصرف فكر بعض الشباب عن الجهد والمثابرة والعمل وتجعله يتجه اتجاهاً آخر إلى التركيز على كيفية الفوز ومتى سيحالفه الحظ وذلك يحمل جانب إيجابي يتمثل في اكتساب الشباب العزيمة والإرادة والقدرة على التخطيط للنجاح، وآخر سلبي يتمثل في فقدان الإحساس بالمسؤولية، والعزلة الفكرية، والتعلق بوهم

الثراء، والاعتماد على الحظ أكثر من العمل، والتمرد على الأوضاع والأعراف والعادات.

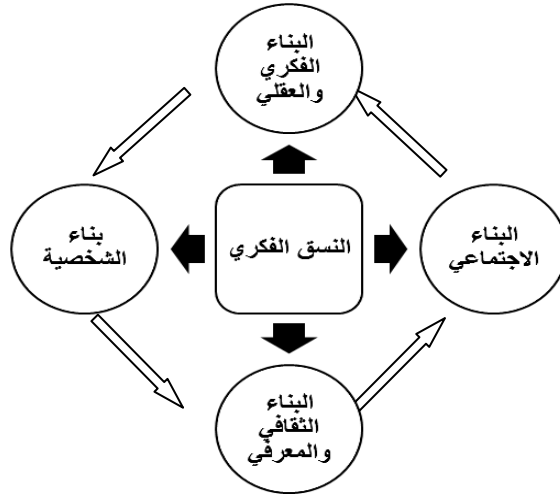
وبالتالي فإن البحث في رسائل التفكير الموجهة الي الشباب من قبل برامج المسابقات ودراسة اتجاهاتهم نحو تلك البرامج بأنواعها المختلفة، ورصد التغييرات التي قد تحدثها في النسق الفكري لديهم يحتل أهمية كبيرة تستدعي الدراسة.

### مشكلة البحث:-

انتشرت برامج المسابقات التلفزيونية في الآونة الأخيرة بشكل ملحوظ، ورغم الأزمات التي يعيشها العالم العربي إلا أن هذه البرامج بأنواعها المختلفة تستأثر اهتمام ومتابعة شعبية واسعة في العالم العربي؛ فقد تحولت برامج المسابقات إلى إحدى أكثر البرامج إثارة لاهتمام المشاهدين، وخاصة الأجيال الشابة منهم.

وتعددت أنواع برامج المسابقات وتنوع جمهورها كما تنوعت أهدافها، فمنها ما يستهدف التنقيف وتنوير الفكر والتنمية المعرفية، وتشجيع الابداع، ودعم الاختراع والبحث كبرامج المسابقات الثقافية والعلمية والدينية وما على شاكلة ذلك، وأخرى تلعب على العقول وتستهدف الإثارة وإهدار طاقات المشاهدين وتسطيح تفكيرهم والسعي وراء الربح التجاري لا أكثر.

وبالتالي فإن رسائل التفكير المتضمنة في برامج المسابقات والموجهة إلى العقول قد تؤثر على فكر وثقافة الجمهور خاصة الشباب منه إما بالسلب أو بالإيجاب، وقد يكون لها دور غير مباشر في التغيير الفكري، ولأن الفكر هو أساس بناء ثقافة المجتمعات، والتحرير فيه يؤثر على الثقافة المجتمعية، وقد يحول دفتها إلى مسارات أخرى قد لا تتناسب مع طبيعة المجتمع؛ فإنه على البحث العلمي الاتجاه إلى هذا النوع من البرامج؛ لدراسة ورصد التغيرات التي قد تحدثها في النسق الفكري للشباب؛ لحمايتهم من أضرارها ودعم ما يُفيد فيها، وترى الباحثة أن النسق الفكري يتمثل في (البناء الثقافي والمعرفي، البناء الاجتماعي، البناء الفكري والعقلي، بناء الشخصية) كلُّ يؤثر ويتأثر بالآخر، وتوضح الباحثة في الشكل التالي:-



شكل رقم (1) النسق الفكري

لذا كان هذا البحث، والذي تمثلت مشكلته الرئيسية في التساؤل الرئيسي التالي:-  
ما اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية، وما علاقتها  
بالنسق الفكري لديهم؟

### أهمية البحث:-

- ترجع أهمية البحث إلى عدد من الاعتبارات تتمثل أهمها في الآتي:-
- 1- حداثة موضوع البحث الحالي حيث لم تجد الباحثة - في حدود علمها - أي من الدراسات الإعلامية التي تناولت النسق الفكري، ولا أي من الدراسات السابقة التي ربطت بين برامج التلفزيون والنسق الفكري.
  - 2- أهمية دراسة أسباب الغزو التلفزيوني لبرامج المسابقات التي احتلت الشاشة التلفزيونية لغالبية القنوات المصرية والفضائية.
  - 3- أهمية دراسة النسق الفكري (البناء الثقافي والمعرفي، البناء الاجتماعي، البناء الفكري والعقلي، بناء الشخصية) الذي من المفترض أن تسعى البرامج التلفزيونية إلى إنتاجه بشكل مُثمر ومُجدي للفرد والمجتمع.
  - 4- الوقوف على مدى التغيير الفكري لدى الشباب المُتابع لبرامج المسابقات التلفزيونية.
  - 5- لقاء الضوء على رسائل التفكير المُتضمنه في برامج المسابقات والمُوجهه إلى عقول الشباب بشكل مباشر أو غير مباشر.

6- أهمية فئة الشباب التي يستهدفها البحث الحالي حيث أنها أكثر فئات المجتمع رغبة في التغيير والجديد، وأكثرها تأثراً بالرسالة الإعلامية بحكم المستوي العُمري والفكري والثقافي.

### أهداف البحث:-

يسعي البحث إلى الوصول إلى عدة أهداف، وتتمثل أهمها في الآتي:-

- 1- التعرف على اتجاهات الشباب نحو برامج المسابقات التلفزيونية على اختلاف أنواعها.
- 2- التعرف على مدى تأثير التعرض لبرامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري للشباب (البناء الثقافي والمعرفي، البناء الاجتماعي، البناء الفكري والعقلي، بناء الشخصية).
- 3- التعرف على مدى تأثير برامج المسابقات على العقلية الفكرية للمشاهد.
- 4- التعرف على المتغيرات المؤثرة في اتجاهات الشباب نحو برامج المسابقات التلفزيونية.
- 5- التعرف على أكثر أنواع برامج المسابقات نفعاً وفائدة بالنسبة للشباب والمجتمع.

### الدراسات السابقة:-

اطلعت الباحثة على مجموعة من البحوث والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث الحالي، والتي اشتركت معه في تغطية جوانب معينة من الموضوع، ومن خلال تتبع تلك الدراسات، لم تجد الباحثة - في حدود علمها- أيّاً من الدراسات الإعلامية التي تناولت موضوع البحث الحالي، أو ربطت بين متغيراته (برامج المسابقات التلفزيونية، النسق الفكري)، ويُمكن عرض بعض الدراسات القريبة من الموضوع متمثلة في المحورين التاليين:-

أولاً:- الدراسات الخاصة ببرامج المسابقات التلفزيونية

ثانياً:- الدراسات الخاصة بالنسق الفكري.

### أولاً:- الدراسات الخاصة ببرامج المسابقات التلفزيونية:-

- دراسة (Havard, Cody T; Ridinger, Lynn L, 2016) عن تأثير برامج المسابقات الرياضية على ادراك المتسابقين للمنافسة وقواعدها وأخلاقياتها، حيث هدف البحث إلى تقييم عدد من برامج المسابقات الرياضية واكتشاف مدى

- ادراك المتسابقون لروح المنافسة، علاوة على الوقوف على أهم القواعد والأخلاقيات التي تحكم أي سباق بين مجموعه من الأفراد، وتوصلت النتائج إلى أن ضغوط المنافسة أكسبت نسبة من المتسابقين الحماس والتحدي، والبعض الآخر أضعفت عزيمتهم وطاقتهم.
- دراسة (CHO, Daegon, et al, 2016) عن برامج المسابقات التلفزيونية الغنائية وصناعة النجوم، حيث هدفت الدراسة إلى بحث أسباب الانتشار العالمي لبرامج المسابقات الغنائية، والكشف عن دورها في تقديم النجوم، وتوصلت النتائج عن تأثير برامج المسابقات الغنائية على الذوق الموسيقي وانتشار الموسيقى الرقمية، كما كشفت النتائج أن الربح التجاري ودفع الجمهور إلى التصويت من أهم أسباب صناعة برامج المسابقات التي يسعى خلفها القائمين على تلك البرامج.
- دراسة (Hans Jarle Kind, 2015) عن التسابق التلفزيوني من خلال المشاهدين والإعلانات، حيث هدفت الدراسة إلى بحث الإفراط التلفزيوني في عرض الإعلانات وبرامج المسابقات، والتعرف على الدوافع وراء ذلك، حيث توصلت الدراسة إلى أن أهم الدوافع تمثلت في زيادة معدلات المشاهدة والربح المادي، كما بينت النتائج وجود علاقة بين الاستياء الجماهيري وبين زيادة حجم الإعلانات المعروضة.
- دراسة (Sora Park, 2015) عن تأثير المسابقات التلفزيونية على التنوع البرمجي، حيث هدفت الدراسة إلى تناول العلاقة بين الاتجاه نحو المنافسة وبين تنوع البرامج الموجهة نحو الجمهور، وأثبتت النتائج وجود علاقة بين المسابقات وبين التنوع والجذب والإبهار في البرامج، وأثبتت أن هداف المصلحة العامة للتلفزيون تصطدم أحيانا مع أهداف شركات البث والإرسال التي يُحركها السوق، لأن قوى السوق يكون لها تأثير واضح على قطاع البث في معظم البلدان، كما بينت النتائج أن لكل نوع من المسابقات تأثيراته الهامة على تنوع البرامج التلفزيونية.
- دراسة (Nilakantan, R, 2014) عن الإعلان، والمسابقات، وألعاب الخوف في صناعة البث التلفزيوني، حيث هدفت الدراسة إلى بحث دوافع استخدام الإعلانات والمسابقات والخوف في صناعة البرامج التلفزيونية، والكشف عن الآثار المترتبة على ذلك، وتوصلت النتائج إلى زيادة نسبة البرامج التلفزيونية المعتمدة على الإعلانات والمسابقات مقارنة بالبرامج الأخرى، كما انتهت النتائج

إلى وجود علاقة بين استخدام ألعاب الخوف في برامج المسابقات وبين انتشار العنف بين الشباب.

- دراسة (بسام ابو زيد نمر، 2014م) عن علاقة تعرض الشباب الجامعي لبرامج المسابقات في التلفزيون المصري بمستوى الطموح لديهم، حيث هدفت إلى التعرف على تأثير تعرض الشباب الجامعي لبرامج المسابقات في التلفزيون المصري على معدل الطموح لديهم، ومدى متابعة أفراد العينة للبرامج، وعلاقة مستوى الطموح بالمتغيرات الديموجرافية، وأظهرت النتائج الإحصائية أن هناك نسبة متقاربة بين الذكور والإناث في مشاهدة برامج المسابقات التلفزيونية المعروضة على التلفزيون المصري بقنواته الفضائية العامة والخاصة حيث بلغ عدد الذكور 216 مفردة بنسبة 54% بينما بلغت نسبة عدد الإناث 184 بنسبة 46%، وأن أكثر البرامج التي يشاهدها الشباب الجامعي هي برامج المسابقات الغنائية والترفيهية بعدد 203 مفردة بنسبة 50.75 تليها برامج المسابقات الحوارية بعدد 78 مفردة بنسبة 19.5.

- دراسة **Coopération et de Développement Économiques**, (2013) عن القضايا والموضوعات محل التنافس والتسابق وتأثيراتها، حيث هدفت إلى التعرف على مدى تأثير القضايا والموضوعات التنافسية التلفزيونية على سلوكيات المشترك وردود أفعاله، بالإضافة إلى دراسة تأثير تلك الموضوعات على الاقتصاد والتنمية من زاوية تفاعل وتعامل البعض معها رغبة في التحدي والفوز، وتوصلت النتائج إلى وجود بعض المعايير التي على أساسها يتم اختيار قضايا التنافس.

- دراسة (Barton, Kristin M, 2013) عن أسباب مشاهدة الشباب لبرامج اكتشاف المواهب، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية بسيطة قوامها 258 مفردة، وتوصلت النتائج إلى وجود نوعين من الإشباعات تمثل في الاستمتاع بالشخصيات التي تؤدي أدوار الرقص والغناء في البرنامج، والاستمتاع بالحركات الغريبة التي تؤديها هذه الشخصيات، كما بينت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مضمون برامج اكتشاف المواهب وبين الإشباعات المترتبة على المشاهدة.

- دراسة (علاء عبدالمنعم إبراهيم، 2013) عن برامج المسابقات الغنائية وترسيخ سلطة النجم، حيث هدف البحث إلى المقارنة بين دور النجم على خشبة المسرح إلى دوره على منصة التحكيم، فكان المطرب يقف على خشبة المسرح في مواجهة

- جماهيره، وكلما كان المطرب قادراً على توظيف طاقاته الصوتية والتعبيرية وأحياناً الجسدية لحشد الجماهير وحفزهم على التفاعل معه كان ذلك دليلاً ناجحاً على مهاراته الاستقطابية العاكسة لمستوى نجوميته المرتفع، ولكن تبدل الوضع مع تعدد برامج المسابقات الغنائية حيث تخلى المطرب عن موقعه على خشبة لينتقل من وضعية النجم الواقف إلى وضعية الحَكَم الجالس على كرسي سلطة الحُكم على الآخر.
- دراسة (فتحي زغندة، 2012) عن مسابقة الأغنية الإذاعية والمقطوعة الموسيقية، حيث هدفت الدراسة إلى بحث أسباب انتشار الأغنية على حساب سائر القوالب الموسيقية، وتركيز أغلب المسابقات حولها، وتوصلت النتائج إلى مساهمة مسابقات الأغنية في تنمية الإنتاج الموسيقي في الوطن العربي والتعريف به، علاوة على دورها الكبير في نشر الموسيقى بمختلف اتجاهاتها الفنية، وللإجابة عن تساؤلات الدراسة اهتمت بتقديم تحليلاً فنياً للتوجهات العامة للأعمال المشاركة في المسابقات، كما انتهت الدراسة إلى أهمية مسابقة الأغنية الإذاعية والمقطوعة الموسيقية كمبادرة هامة في تنمية الذوق الجمالي.
- دراسة (Lau, T.-y, Atkin, D, 2012) عن تأثير المسابقات على شعبية البرامج التلفزيونية في إندونيسيا، حيث هدفت الدراسة إلى بحث دوافع اقبال البرامج التلفزيونية على الطابع التنافسي في البرامج ودوره في زيادة المشاركة الجماهيرية، وانتهت النتائج إلى وجود علاقة بين المسابقات وبين زيادة معدلات المشاهدة، كما توصلت النتائج إلى أن زيادة نسبة الإعلانات كان من أهم الآثار المترتبة على استخدام الطابع التنافسي في البرامج التلفزيونية.
- دراسة (Adam E. Barry, Anna K. Piazza-Gardner, 2012) عن بحث نظرية السلوك الصحي بالتطبيق على برنامج المسابقات الواقعي (الخاسر الأكبر)، حيث هدفت الدراسة إلى بحث استراتيجيات التغيير، وأهم السلوكيات الصحية التي يتبعها المتسابقين لتحقيق الفوز دون خساره صحيه على المدى البعيد، وتوصلت النتائج إلى أهمية برامج المسابقات الصحية الواقعية في نقل المحتوى الصحي إلى ذهن المشاهد والمتسابق من خلال التطبيق والتجربة، كما توصلت إلى وجود رابط بين برامج التسابق وبين قوة الدافع والعزيمة.
- دراسة (Milla Goldenberg, 2010) عن برامج المسابقات الواقعية التلفزيونية أفضلها وأسوأها، حيث هدفت الدراسة إلى حصر الأنواع المتباينة



المحتوى من برامج المسابقات الواقعية التلفزيونية والمقارنة بينها وفقاً لأسس متعددة منها جاذبية الجائزة أو المقابل المثير، ونوع المسابقة، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم دوافع إقبال المشتركين عليها كانت الحصول على فرص السفر حول العالم، والتحديات الجسدية والعقلية مع شريك من اختيارهم.

### ثانياً:- الدراسات الخاصة بالنسق الفكري:-

- دراسة (Elizabeth J. Krumrei, Steven V. rouse, 2016) عن تطوير الفكر الإنساني، حيث هدفت الدراسة إلى بحث كيفية تطوير الفكر الإنساني وتحقيق الاتزان الفكري، واعتمد البحث على تطبيق مقياس على عينه تجريبية من الأفراد لقياس اتجاهاتهم الفكرية تجاه بعض القضايا والأحداث المجتمعية، وطريقة وصفهم وتقييمهم لها، وتوصلت النتائج إلى أن أهم دعائم تحقيق الاتزان الفكري تمثل في التواضع والاستقلال الفكري، كما توصلت النتائج إلى تأثير التوازن الفكري للفرد على ادراك للواقع المحيط وتقييم الأحداث المجتمعية.
- دراسة (Adam Kotsko, 2016) عن الحرية الفكرية ووسائل الاعلام الاجتماعي وتأثيرها على القيم والفكر، حيث هدفت الدراسة إلى بحث العلاقة بين استخدام الجمهور للإعلام الاجتماعي مثلاً في مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكه للحرية الفكرية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة بين ادراك العينة لمعنى الحرية الفكرية وكيفية استخدامها وبين القيم التي يقتنها الفرد، كما كشفت النتائج عن تأثير الحرية الفكرية على المنظومة الفكرية والمفاهيم والقيم.
- دراسة (Tom M. Buckmiller, Jerrid W. Kruse, 2015) عن العلاقة بين إنجاز المشاريع التعليمية والنسق الفكري، حيث أشارت الدراسة إلى أهمية دور مشاريع الطلاب، والواجبات المنزلية، والأنشطة، والاختبارات في التدريب على إعمال الفكر وتقييم العمل الفكري، كما أوضحت النتائج الرابط بين المشاريع الدراسية لطلاب وزيادة القدرة على التحصيل الدراسي والفكري على حد سواء، وأشارت إلى دور المشاريع خارج الفصل في تغيير النظام الحياتي للتفكير.
- دراسة (William A. Reiners, et al, 2014) عن الفكر المجتمعي وتطوير البيئة الأمريكية، حيث هدفت الدراسة إلى بحث سبل وآليات تطوير المجتمع الفكري بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث اعتمدت الدراسة على قياس النسق والمنهجية الفكرية للأفراد ومحاولة تطويرها بما يناسب التقدم المعلوماتي

- والتكنولوجي، وانتهت النتائج إلى تأثير الحياة الفكرية للفرد على التقدم المجتمعي ككل، كما انتهت إلى وجود علاقة بين التطور الفكري والتطور البيئي.
- دراسة (سليمان أحمد الزاهر، 2014) عن النسق في الفلسفة والتعرف على الإشكالات والخصائص، حيث هدف البحث إلى كشف ماهية النسق، وإدراك بنيته ومكوناته الفكرية وتفسير خصائصه العامة، وكان البحث محاولة علمية جادة في فهم سيرة العقل الفلسفي ومعرفة ماهية عمل العقل وذلك من خلال الإجابة عن التساؤل الآتي: ما طبيعة الإشكال النظري لمفهوم النسق في الأدبيات الفلسفية العربية؟ وما النسق والمذهب، وهل هما مفهومان على سبيل الترادف أم أنهما مختلفان بالدلالة والمضمون والتوظيف المعرفي؟، وكشفت النتائج عن أربع خصائص أساسية عامة تشترك فيها الأنساق، وهي: الكلية، والترابط والانسجام، والأصالة والإبداع.
- دراسة (Patrick Baert and Josh Booth, 2013) عن وسائل الإعلام والسياسة وتأثيرها على الفكر العام، حيث هدفت الدراسة إلى بحث تأثير التدخلات السياسية على التورات الفكرية للجمهور، علاوة على بحث تأثير وسائل الإعلام الاجتماعية على المجال الفكري العام للأفراد ودورها في تشكيل ردود الأفعال تجاه المواقف المختلفة، وتوصلت الدراسة إلى تأثير التدخلات السياسية على وسائل الإعلام الاجتماعية وعلاقة ذلك بالإطار الفكري الجماهيري، كما توصلت إلى أن التطورات التكنولوجية الحديثة لها دور في تمكين التدخلات الفكرية الجديدة في المجال العام.
- دراسة (محمد نبيل الشيمي، 2013) عن النخبة وتأثيرها في تكوين واستقرار المجتمعات وتشكيل نسق الحكم والفكر، حيث هدفت الدراسة إلى بحث أهمية النخبة كأدوات مؤثرة في تكوين واستقرار المجتمعات وتشكيل النسق الفكري الذي بدوره يؤثر في نسق الحكم، حيث أن دراسة النخبة تعني إلقاء الضوء على مكون أساسي في صنع الواقع الثقافي والفكري في مجتمع ما، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة بين النخبة وتغيير فكر وثقافة الأفراد وتوجيههم إلى السلوكيات الهادفة لتشكيل منظومه فكرية معتدلة.
- دراسة (Barbara A. Misztal, 2012) عن الفكر العام والمؤسسات الفكرية، حيث هدفت الدراسة إلى بحث تأثير مؤسسات المجتمع الفكرية الأكاديمية والإعلامية والتربوية على الاتجاهات الفكرية العامة للجمهور، وتوصلت النتائج

- إلى دور مؤسسات الفكر المجتمعية والعلمية في إنتاج السوق الحرة للأفكار، كما انتهت إلى سيطرة المفكر الأكاديمي الاجتماعي والناقد الفكري على توجيه فكر المثقفين نحو القضايا المتعددة، بالإضافة إلى مساهمة المثقف الأكاديمي العام في صناعة الرأي العام ونوعية المعايير الديمقراطية.
- دراسة (Charles F. Gattone, 2012) عن الفكر في عصر وسائل الإعلام، حيث هدفت الدراسة إلى بحث كيفية تحقيق التوازن الفكري في عصر وسائل الإعلام، وبحث دور العلوم الاجتماعية في تكوين فكر متوازن يستطيع مواجهة التحديات المعاصرة، وأشارت الدراسة إلى أن دور علماء الاجتماع لا يقل عن دور المفكرين في مساعدة الأفراد على تخطي المنهجيات الفكرية الهدامة للفرد والمجتمع.
- دراسة (ضرار عبيد الماحي، 2010) عن برنامج تكامل معرفي نحو نسق فكري إسلامي، حيث هدف البرنامج إلى بث ثقافة التكامل المعرفي وإصلاح مناهج الفكر، وتعزيز قدرات أعضاء هيئة التدريس واللجان العلمية ولجان تطوير المناهج، وتوجيه الجامعات وتفعيلها في مجالات الاسهام العلمي الحضاري، وتطوير منهجية فاعله تُسهّم في معالجة المعرفة المعاصرة، وانتهت النتائج إلى ضرورة عقد دورات تكوينية لتدريب أساتذة الجامعات على مفاهيم النسق الفكري ومنهجية تحقيق التكامل المعرفي في مضامين الكتب المعرفية والبرامج الدراسية المختلفة بالجامعات.

### التعليق على الدراسات السابقة، وأوجه الاستفادة منها:-

- باستعراض التراث العلمي للدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت متغيرات البحث يُمكن رصد مجموعة من الملاحظات والاستنتاجات على النحو التالي:-
- بالنسبة للدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت برامج المسابقات التلفزيونية لاحظت الباحثة قلة الدراسات العربية - في حدود علمها - التي اتجهت الى دراسة برامج المسابقات، فركزت معظم الدراسات السابقة على بحث علاقة التعرض بمتغيرات كمستوى الطموح مثل دراسة (بسام ابو زيد نمر، 2014م)، والتنوع البرامجي مثل دراسة (Sora Park, 2015)، واهتمت بعض الدراسات الأخرى ببحث القضايا التنافسية محل البرامج مثل دراسات (Coopération et de Développement Économiques, 2013)، و (Milla Goldenberg, 2013).

(2010)، وأكثر الدراسات السابقة التي لفتت نظر الباحثة دراسات (Nilakantan, R. 2014)، و(Lau, T.-y, Atkin, D. 2012) لأنها تميزت بحدائثة الفكرة حيث اتجهت الى تناول تأثير الطابع البرامجي التنافسي على زيادة معدلات المشاهدة.

- أما الدراسات السابقة التي تطرقت إلى دراسة النسق الفكري فلاحظت الباحثة أن الدراسات العربية تناولته بشكل تربوي واجتماعي وبعيداً إلى حد ما عن وسائل الإعلام، حيث لم تجد الباحثة - في حدود علمها- أي من الدراسات السابقة العربية التي تناولت العلاقة بين وسائل الاعلام والنسق الفكري كالبحت الحالي محل الدراسة، أما الدراسات السابقة الأجنبية التي تناولت النسق الفكري فلاحظت الباحثة تعدد الموضوعات التي تناولت علاقتها بالفكر مثل استقرار المجتمعات وتطور البيئة، كما أن هناك القليل من الدراسات الأجنبية التي اتجهت الى دراسة العلاقة بين الإعلام الجديد وفكر المجتمعات مثل دراسات Patrick Baert and Josh Charles F. Gattone. )، (Barbara A. Misztal.2012)، (Booth. 2013)، و(Adam Kotsko, 2016)، و(2012).

- وبالنسبة لاستفادة الباحثة من الاطلاع على الدراسات السابقة:-

لاحظت الباحثة أن الدراسات السابقة العربية والأجنبية جاءت متنوعة من حيث الهدف والأهمية واختيار العينة والأدوات المستخدمة والنتائج؛ مما أفاد الباحثة في البحث الحالي، حيث استفادت منها في تحديد موضوع البحث وبلورة المشكلة البحثية وصياغة التساؤلات والفروض العلمية، كما استفادت منها في وضع الإطار النظري وتكوين خلفية معلوماتية عن المتغيرات الخاصة بالدراسة ومحاورها، كما أن الدراسات السابقة ونتائجها ساعدت الباحثة على تحديد الأدوات الأنسب للبحث والمقاييس الإحصائية المناسبة لاختبار العلاقات بين المتغيرات، علاوة على الاستعانة بها في تصميم تلك الأدوات.

**الإطار النظري للبحث:-**

**برامج المسابقات ما بين الفكر والتجارة: -**

أصبحت بعض برامج المسابقات تجارة مُربحة يبدو أنها تحقق مكاسب جمه لأصحابها، وذلك ما دفع العديد من القنوات حتى الإذاعات الدخول في سباق استغلال الجمهور من خلال هذه المسابقات، والغريب أن هذا الأمر لم يقتصر على القنوات الصغيرة والمغمورة، بل طال قنوات تمتعت باسم كبير وتاريخ عريق في مجال العمل

الإعلامي، ويعمل القائمون على هذه المسابقات من وقت لآخر على تطوير تجارتهم وأساليبهم في جذب المشاهدين، فهناك برامج تستعين بنجوم ومشاهير الفن أو الرياضة الذين يتمتعون بشعبية واسعة لدى المشاهد بهدف ترويح فكرة المسابقة، بينما لجأت أخرى إلى أساليب تسويقية تقوم على شحن مشاعر المشاهد ودفع حماسه للمشاركة من خلال عرض الجوائز التي تنتظره والحديث عن مزاياها بإسهاب، وعرض مشاهد لأشخاص آخرين سبق وشاركوا في المسابقة فتغيرت حياتهم بالكامل؛ ليشعر المشاهد بأن امكانية الفوز قد تكون قريبة، وأن الأمل ليس مستحيلًا، في حين لجأت قنوات إلى طرح أسئلة على المشاهدين تتم الإجابة عنها عبر إحدى وسائل الاتصال، وفي النهاية يفوز صاحب الإجابة الصحيحة، وبالطبع تكون الأسئلة سهلة جداً إلى حد السذاجة، لتشجيع أكبر عدد ممكن من المشاهدين على المتابعة وإرسال الإجابات، والمشاركة في المسابقة (إيناس ميحسن، 2013).

لذا من الضروري النظر إلى محتوى برامج المسابقات لمعرفة أهم رسائل الفكر المقدمة من خلالها بشكل مباشر أو غير مباشر، وهل تُسهم في بناء وتقديم المجتمع والحفاظ على هويته وذاته أم تقف حائلاً أمام التنمية والتقدم، وتقضي على الهوية بحجة التغيير الذي ما هو الا تقليد اعمى صادر عن المجتمع الغربي، وكذلك الوقوف على مدى اسهام تلك البرامج في دفع أو عرقلة التنمية الفكرية من حيث تقديم الافكار في إطار سلبي أو ايجابي قد ينتج عنه نسق فكري جديد لدى الشباب خاصة كثيفي المشاهدة منهم.

### الجدل حول برامج المسابقات

تباينت الاتجاهات والآراء حول برامج المسابقات فالبعض يرى أن الهدف الرئيسي لهذه البرامج هو الربح التجاري، وإبراز نجومية القائمين عليها، والهاء الجمهور بمعارك وهمية، وصرف اهتمام الأجيال الشابة عن القضايا الأكثر إلحاحاً، ولكن مؤيدي وأنصار هذه البرامج في رأيهم أن نجاح وشعبية هذه البرامج دليل على الحاجة إلى برامج تبعد الشباب عن أخبار الحروب والأزمات، كما أن اهتمام الشباب وتفاعلهم مع هذه البرامج يشير إلى وجود فجوة بين اهتمامات وهموم ومشاكل الشباب واهتمامات المعنيين (BBC Arabic، 2013).

علاوة على أن برامج المسابقات الفنية والترفيهية استطاعت إزاحة برامج التوك شو عن طريقها، بالرغم من سيطرة الأحداث السياسية على الساحة في الوطن العربي

بأكمله، فإن بعض القنوات الفضائية قررت تغيير مواعيد بث بعض برامج التوك شو، على الرغم من أنها تحقق نسب متابعة كبيرة، ولها قاعدة جماهيرية عريضة حتى تستطيع تخصيص مساحة كافية لبرامج المسابقات (مي فهمي، 2013).

وهنا سؤال هل يجب اعطاء مساحة أكبر لبرامج من هذا النمط على شاشاتنا العربية لأنها متنفس للجماهير وسط ضغوط سياسية واقتصادية هائلة؟، أم أنه من غير المناسب الاهتمام بهذه النوعية من البرامج في الوقت الذي تنصدر فيه أرقام ضحايا النزاعات اخبار المنطقة العربية؟ (BBC Arabic، 2013).

### أنواع برامج المسابقات

تتعدد تصنيفات برامج المسابقات وفقاً للمحتوى الذي يتناوله البرنامج، فهناك برامج المسابقات العامة التي تتناول كل المجالات أو أغلبها (مثل برامج المسابقات الثقافية التي تحوي أسئلة في كل المجالات تقريباً)، وهناك برامج المسابقات المتخصصة التي تُركز في مجال مُحدد (مثل برامج المسابقات الرياضية)، وبالطبع تتعدد أيضاً هذه التصنيفات وفقاً لفئة الجمهور المُستهدف فهناك برامج مسابقات الشباب، الأطفال، المرأة، الجمهور العام،...، ويمكن إلقاء الضوء على أنواع برامج المسابقات في التالي:-

- برامج المسابقات العلمية
- برامج المسابقات الدينية
- برامج المسابقات الأدبية
- برامج المسابقات الفنية
- برامج مسابقات المغامرة والإثارة
- برامج المسابقات الرياضية
- برامج المسابقات الثقافية والمعلومات
- برامج مسابقات الألعاب
- برامج مسابقات الطهي
- برامج المسابقات الإعلامية
- برامج مسابقات الموضة والأزياء
- برامج مسابقات المواهب

**برامج المسابقات العلمية:-** برامج تُنظم مسابقات مُتخصصة في إحدى مجالات العلوم المختلفة (الطب، الزراعة، الهندسة، الاختراعات في شتى المجالات.....).

**برامج المسابقات الدينية:-** برامج تُنظم مسابقات مُتخصصة في المجال الديني وتتناول المعلومات والموضوعات المتعلقة بالشؤون الدينية.

**برامج المسابقات الأدبية:-** برامج تُنظم مسابقات مُتخصصة في المجال الأدبي كالشعر والزرل والخواطر.....

**برامج المسابقات الفنية:-** برامج تُنظم مسابقات مُتخصصة في الفنون كالغناء والرقص والتمثيل والديكور والمونتاج والخدع البصرية وغيرها من أشكال الفن المختلفة.

**برامج مسابقات المغامرة والإثارة:-** برامج تُنظم مسابقات مُتخصصة في العروض التشويقية، والمغامرات غير المألوفة.

**برامج المسابقات الرياضية:-** برامج تُنظم مسابقات مُتخصصة في العروض الرياضية وممارسة الرياضة بكل أنواعها.

**برامج المسابقات الثقافية والمعلومات:-** برامج تُنظم مسابقات مُتخصصة في المعرفة والتثقيف وتحتوي على أسئلة وفقرات في مجالات متنوعة.

**برامج مسابقات الألعاب:-** برامج تُنظم مسابقات في الألعاب بأشكالها المختلفة ويغلب عليها الطابع الفكاهي والترفيهي ويُشاهدها البعض بقصد الترفيه والتسلية.

**برامج مسابقات الطهي:-** برامج تُنظم مسابقات حول كيفية الطبخ وتقديم الأطباق وإعداد الطهاة وغير ذلك.....

**برامج المسابقات الإعلامية:-** برامج تُنظم مسابقات في مجالات الإعلام المتعددة كالإنتاج والإعداد واختيار أفضل مذيع أو مراسل وغير ذلك.....

**برامج مسابقات الموضة والأزياء:-** برامج تُنظم مسابقات حول عالم الموضة والأزياء والديكور وغير ذلك.....

**برامج مسابقات المواهب:-** برامج تُنظم مسابقات لعرض الابتكار والإبداع ليس في مجال واحد ولكن تنطرق إلي نواحي العلوم المختلفة.

### النسق الفكري

تعددت دلالات النسق بتعدد سياقات استخدامه في مختلف المجالات المعرفية كالفلسفة والعلوم الإنسانية، إذ يدل اصطلاحه اللغوي في اللغتين العربية واللاتينية على النظام (معن زيادة، 1986)، ويستمد النسق قيمته من شبكة العلاقات التي تجمع العناصر البنائية للنص، فلا قيمة لوجود أي عنصر بمفرده إلا داخل النسق، فقيمة النص

في بنيته الكلية، والنسق هو الذي يعطي قيمة للعناصر التي تنضوي تحته ولا تعطي قيمة له (فتحي ملكاوي، رائد عكاشة، عبدالرحمن أبو صعيلىك، 2014).

ونصادف اتفاقاً واضحاً بين الباحثين العرب في ترجمة مصطلح "نسق" system إذ يطلق عليه جميل صليبا "المذهب"، لكنه يقدم تعريفاً للنسق بأنه مجموعة من الآراء والنظريات الفلسفية ارتبطت بعضها ببعض ارتباطاً منطقياً حتى صارت ذات وحدة عضوية منسقة ومتماسكة، وهو أعم من النظرية (جميل صليبا، 1979).

وقد ذهب لالاند في موسوعته الفلسفية إلى أن مصطلح النسق يقال بمعنيين عام وخاص؛ والنسق بالمعنى العام هو جملة عناصر مادية أو غير مادية يتعلّق بالتبادل بعضها ببعض، والنسق بمعناه الخاص هو مجموعة من أفكار علمية أو فلسفية مترابطة منطقياً من حيث تماسكها لا من حيث حقيقتها (خليل أحمد خليل، 1996).

ويتسم النسق بوضوح الأفكار والقدرة على تصنيفها وترتيبها وفرزها وتمحيصها ونقدها وتبين الفكرة الجوهرية من الأفكار الثانوية وتحديد الأولويات وفهم المتغيرات، والنسق الفكري سمة ليس بالضرورة أن يكون عند جميع أفراد المجتمع، وان كانت آلياته لا بد من ادخالها في مناهج التعليم المدرسي والتربية الأسرية كمكتسب معرفي (بوقفه رؤوف، 2014).

ولا شك أن حياتنا الإنسانية ليست مثالية كما رسمها توماس مور؛ ولا ببشاعة قوى الشر كما وصفها توماس هوبز؛ ولكنها "كالرحى" كما وصفها ابن القيم؛ لك أيها الإنسان ان تحصل على المعرفة من كافة المجالات وتسعى بإدراكك العقلي وحدسك وأهوائك العاطفية لبناء نسقك الفكري؛ ببيان كافة الرؤى والآراء حولها وما يتعارض معها وبناء منظومتك الخاصة بما يتوافق تشاركياً مع كافة الآراء وحسابات المجتمع وضوابط الإنسانية والروح الأخلاقية (إيمان زهران، 2013).

ولمؤسسات المجتمع وخاصة الإعلامية الدور الكبير في تشكيل النسق الفكري للمجتمع، وإرساء دعائمهم، والمحافظة عليه، وحمائته من محاولات الاختراق والتعدي، وعن إسهامات الاعلام في تشكيل النسق الفكري؛ فبعضها يتوجه إلى الشباب، وبعضها إلى الفضاء الاجتماعي العام وفق قيم الأمة وأصولها وإطارها الحضاري العام، والاعتناء بالطلاب له أولوية في الجهود التي تبذلها المؤسسات الإعلامية في ترسيخ المنظومة الفكرية والثقافية فهم في مرحلة عمرية شديدة التأثير بالأفكار والتوجهات والفلسفات التي تُروج عبر القنوات التلفزيونية.



### النسق الفكري والبناء الإنساني

النسق الفكري جزء من ثقافة المجتمع التي تمثل حاصل تجاربه وخبراته ومدى وعيه لذاته والمُحيط به، فهو سجلّ للفكر الذي يحكم الممارسة الحياتية، وحين نتحدث عن النسق الفكري لا بد من ذكر مكونات البناء الإنساني حيث ترى الباحثة أن النسق الفكري للفرد يُعد حصيلة مكونات البناء الإنساني المتمثلة في (البناء الثقافي والمعرفي، البناء الاجتماعي، البناء العقلي، وبناء الشخصية)، وأيضاً هو بمثابة الرابط أو النظام الذي يربط بينهم وأي تأثير أو تغيير فيه يؤثر بدوره في الكل، وقامت الباحثة بتوضيح ذلك سابقاً في الشكل رقم (1).

فالفكر هو أساس بناء ثقافة المجتمعات والتحريف فيه يؤثر على الثقافة المجتمعية، وقد يُحول دفتها إلى مسارات أخرى قد لا تتناسب مع طبيعة المجتمع، ولا يزال النسق الفكري يُشكل كثيراً من معالم الحياة الثقافية للمجتمعات حيث أن الفكر هو نتاج تفاعل أهل هذه المجتمعات مع بيئتهم وتفاعلهم لعصور مع الأفراد المحيطين ومع غيرهم من المجتمعات.

الفكر يُعد الفعل الذي تقوم به النفس عند حركتها في المعقولات، أي النظر والتأمل وهو التدبر والاستنباط والحكم ونحو ذلك، وهو المعقولات نفسها أي الموضوعات التي انتجها العقل البشري، حيث أن حقيقة الفكر حركة عقلية ومدركه يكتشف الإنسان عن طريقها القضايا المجهولة لديه والتي يبحث عنها ويستهدف تحصيلها فتتمو معارفه وأفكاره في الحياة (مباركي زوبيده، 2015، ص ص 31، 30).

ولا شك أن الأمن الفكري والأخلاقي والقيمي، ليس فقط مسؤولية السلطات المعنية بالأمن الوطني، إنما هو أيضاً مسؤولية كل المؤسسات الاجتماعية بشتى أنواعها سواء التربوية أو الثقافية، أو الدينية أو الإعلامية، التي سيكون لها من المؤكد دور فعال في المساهمة في تحقيق أعلى مستويات الأمن الفكري والأخلاقي لأفراد المجتمع والشباب خاصة، كل هذه المؤسسات كما ذكرنا من قبل تسير في خط متواز؛ حتى دفع الأفراد إلى اتجاهات فكرية سليمة، تنتج سلوكيات سوية وبالتالي تؤدي إلى إقامة علاقات ايجابية، تعين الشباب على مواجهة الأفكار الهدامة والسلوكيات الانحرافية، ومن ثمة العيش بأمان وسلام في مجتمع خال من جميع الأمراض والأفات الفكرية (طاهر بشلوش، 2013).

وإذا استطاع المجتمع بجهاته ومؤسساته وأفراده تشكيل مكونات البناء الإنساني بشكل سوي وفكري سليم فإنه يخلق نسق فكري متوازن المقومات قادر على مواجهة تحيات العصر وبإمكانه تنقيح كل الوارد إليه عبر وسائل الإعلام حتى يمتص منه الفائدة ويطلق ما هو ضار بالفرد والمجتمع.

#### البناء الثقافي والمعرفي:-

يُمثل البناء الثقافي والمعرفي إطار المعارف والمعلومات والقيم التي يمتلكها الفرد والتي بدورها تُساند شخصية وبناءة الاجتماعي في مواجهة تحديات وضغوط الحياة، وبالتالي تعمل بدورها على توازن النسق الفكري خاصة في عصر يتميز بأنه عصر التكنولوجيا الذي حول العالم إلى ما يشبه القرية الصغيرة وربط الشعوب المتباعدة بعضها ببعض وأصبح الإنسان قادراً على رصد ما يجري على الجانب الآخر من الكرة الأرضية في لمح البصر.

أصبح الشباب يقلد كل أنواع السلوك التي يشاهدها في الفضائيات، كالغناء والرقص واللباس والمأكل والمشرب، الأمر الذي سيؤدي إلى سلب الشخصية الوطنية ذاتيتها وأصالتها ومقوماتها، وهذه الظاهرة تُعد خطيرة للغاية، فهي تحتاج إلى مواجهة فعالة وإلى اتخاذ تدابير وقائية للحد أو التخفيف على الأقل من انعكاساتها على المجتمع بصفه عامة وعلى وشريحة الشباب بصفه خاصة (طاهر بشلوش، 2013، ص15).

وتعود أهمية الثورة العلمية والتكنولوجية إلى التأثير العميق الشامل الذي تحدثه في كافة جوانب الحياة وإلى المشكلات الاقتصادية والاجتماعية التي تثيرها، ونجم عن هذا الانفجار المعرفي والتكنولوجي العديد من التغيرات في كافة المجالات إذ زادت حدة التغير الاجتماعي وبخاصة في القيم والعلاقات الاجتماعية، فالتغير في القوى المنتجة سيُلقي بظلاله على أنماط الحياة الاجتماعية بأسرها (أمجد قاسم، 2011م).

وللإعلام الحصة الأكبر في تكوين البناء الثقافي المعرفي، فمن خلال الإعلام تتوفر النوافذ الكبيرة للمعرفة، ولا بدَّ من صياغة إعلام بمستوى هذا التحدي الذي نواجهه مرغمين، ولخطورة الإعلام فإن العمل على هذه الجبهة يقتضي السرعة واستنفار العقول التي يُمكن أن تُعد وتضع تصورات إسعافية في هذا المجال، وليس المهم هنا كمية المعرفة والمعلومات التي يُمكن أن تتوصل إليها، بل نوعيتها وطريقة استخدامها وتوظيفها، فالمعرفة شرط ضروري للثقافة دائماً، خاصة في ظل إدراك أن

المجتمع يتعرض لاستهداف ثقافي ولهجرة العقول والمبدعين ومحاولات تفريغ بلدنا من الخبرات ومن العقول المتوقّدة ( توفيق أحمد، 2016).

### البناء الاجتماعي:-

يُمثل البناء الاجتماعي إطار المعايير التي تحكم الحياة المجتمعية للأفراد، وبالرغم من أن كل جديد في التكنولوجيا يتعين توظيفه في صالح المجتمع وترشيد وتطوير البناء الإنساني، إلا أن بعض ما تقدمه القنوات الفضائية العربية من منتجات إعلامية لا تُسهم في تحقيق هذا الغرض.

ويُعد البناء الاجتماعي الإطار التنظيمي العام الذي يندرج تحته كافة أوجه السلوك الإنساني في مجتمع ما ويتضمن مجموعة النظم الاجتماعية ذات القواعد السلوكية المستقرة التي تحكم الأنشطة الإنسانية المتعددة في مجتمع ما، وهو مجموعة الأطر التنظيمية التي تنتظم في إطارها كافة العلاقات الإنسانية، سواء تلك العلاقات البينية بين الأفراد أو الأشخاص داخل مجتمع ما، أو تلك العلاقات التبادلية بين الأفراد في مجتمع ما وغيره من المجتمعات (جمال سلامه، 2006).

وبالرغم من معاناة الفرد من كثير من المشكلات والمعوقات الثقافية والاجتماعية، إلا أن كثيرًا من القنوات الفضائية العربية لا توجه اهتمامًا كافيًا لمعالجة هذه المشكلات، وتوجه اهتماماً أكبر إلى المضمون الترفيهي والغرائز الإنسانية وكأن المواطن العربي قد حُلت كافة مشكلاته، وبالطبع ذلك لا يساهم في رقي البناء الاجتماعي ولكن يُهدد ثوابته الفكرية ويبطئ من عجلة التنمية الفكرية الثقافية والاجتماعية.

ويمكن القول أن البناء الاجتماعي هو النظام الاجتماعي العام، وهو عبارة عن مجموعة النظم الاجتماعية الرئيسية والفرعية داخل المحيط البيئي لأي مجتمع، ومفهوم البناء الاجتماعي بما يتضمنه من نظم اجتماعية رئيسية وفرعية هو مفهوم يرتبط بالسلوك الإنساني أو بتلك الظواهر التي تتأثر بالسلوك الإنساني، والنظم الاجتماعية التي تشكل في مجملها البناء الاجتماعي هي في حد ذاتها عبارة عن مجموعة مترابطة من الظواهر الاجتماعية المرتبطة بالسلوك الإنساني، وتتحدد طبيعة كل نظام اجتماعي بموجب هذا الترابط بين مجموعة الظواهر الاجتماعية المتعلقة بناحية معينة من السلوك الإنساني التي تميز كل نظام اجتماعي عن النظام الآخر (جمال سلامه، 2006).

## البناء الفكري والعقلي:-

البناء الفكري يتكون من مفهومين: مفهوم البناء ومفهوم الفكر، مفهوم البناء يصاحبه التخطيط والتصميم والتنظيم، ويقابله التكديس والتجميع العشوائي، ومفهوم الفكر، يصاحبه العلم في تمكن، والثقافة في إحاطة، والوعي في هدى، ويقابله تقليد بلا علم، وتبعية بلا هدى، وتعصب أعمى دون نظر، فالذي لا يملك فكراً، يقوم بما يقوم به من أعمال انقياداً لهوى مُتبع، سواءً كان هوى نفسه، أو هوى غيره (المعهد العالمي للفكر الإسلامي، 2013).

وهو المنظومة الفكرية والعقلية التي تحكم تصرفات وسلوكيات الأفراد، حيث أن تحصيل فكر الشباب بتقديم المحتوى الاعلامي الرشيد يُحقق الاتزان الفكري الذي هو الأساس الجوهرى في تحقيق الاتزان في جوانب حياة الفرد وسلوكياته وتصرفاته استناداً على اتصال الفكر بغيره من الجوانب، والبعد عن طريق الاتزان الفكري يُولد اضطرابات نفسية وسلوكية نظراً للارتباط الوثيق بين الفكر والسلوك.

فالبناء الفكري بناء للإنسان يتصف بالحركة والتطور والتغير والنمو من داخل الإنسان، وتتشكل شخصية الفرد الإنساني من بنائه الفكري، وبنائه النفسي، وفي الوقت الذي يختص البناء الفكري بالقناعات العقلية والمعتقدات، وما تتضمنه من حقائق ومفاهيم ومبادئ ونظريات، فإن البناء النفسي يختص بالجانب الانفعالي والوجداني من الإنسان، حيث تتحكم الإرادة والدوافع والمشاعر في السلوك العملي للإنسان، وكما أن الإنسان يحتاج إلى تربية وتنمية في الجانب الفكري- العقلي، فإنه يحتاج إلى تربية وتنمية في الجانب النفسي- الوجداني، ولكل من الجانبين مواد وطرقه في التربية والتنمية (المعهد العالمي للفكر الإسلامي، 2013).

## بناء الشخصية:-

بناء الشخصية من المكونات الرئيسية في النسق الفكري ولها عظيم الدور والأثر في تحقيق الثبات والتوازن الفكري ضد المغريات الخارجية التي يواجهها الانسان، حيث أن الفرد صاحب الشخصية المتزنة الصامدة تجاه الأعباء والصعوبات لا يقع ضحية الابهار والعالم المثالي الذي تقدمه بعض برامج المسابقات، وعلى جانب آخر نجد أن هناك العديد من الأفراد الذين تتأثر شخصياتهم بما تقدمه بعض برامج المسابقات والتي بالنسبة إليهم بمثابة جسر الأمل وتحقيق الأحلام، وذلك بدوره يؤثر على المنهجية الفكرية للفرد التي تسيطر على سلوكياته ونظرتة للحياة والعالم من

حواله، وبالتالي يتأثر النسق الفكري الذي قد يتغير أو يتحول في طريق البحث عن الأحلام والحياء المفقودة المزعومة التي تُروج لها أغلب برامج المسابقات.

ووفقاً للواقع توجد علاقه عكسية بين التأثير بالمنهج الغربي وبين الاتزان الفكري (مناهل بنت صالح الشيخ، 2014، ص18)، لذا من الضروري حماية الشباب وتدريبهم على التصدي للتحديات الفكرية من قبل بعض الرسائل الإعلامية وبصفه خاصة برامج المسابقات محور البحث الحالي، حيث أن معظم برامج المسابقات تسير على النحو الغربي وتأثيرها لا يُستهان به على تغريب عقول الشباب وجعله مبهور تماما بما تعرضه وتقدمه.

### أهمية النسق الفكري

- يُمثل المعيار الحضاري للمجتمع فمن خلاله يتشكل السياق الانساني.
- المُحدد لهوية المجتمع، والإطار لتحليل المثل والمعتقدات والسلوكيات.
- حصيلة مكونات البناء الانساني والتي تتمثل في (البناء المعرفي والثقافي – البناء الاجتماعي – البناء الفكري والعقلي - بناء الشخصية)، كما يعد حلقة الوصل التي تربط بينهم.
- المُوجه للنشاط الإنساني، والمُبرر للسلوكيات والتصرفات الصادرة عن الافراد.
- يمثل المحركات أو المعايير التي على اساسها يتم التفاعل الاجتماعي بين الافراد في مختلف مجالات الواقع.

### برامج المسابقات التلفزيونية والنسق الفكري للشباب المصري

اختلف الكثير من المختصين والدارسين لحقل الشباب في تحديد تعريف شامل لمفهوم الشباب على الرغم من اتفاقهم على حساسية هذه المرحلة حيث تعتبر المنعرج الحقيقي في تكوين الشخصية الإنسانية للفرد، المرحلة التي يكون فيها الإنسان (رجلا كان أو امرأة) قادراً ومستعداً على تقبل القيم والمعتقدات والأفكار والممارسات الجديدة التي من خلالها يستطيع العيش في المجتمع والتفاعل مع الأفراد والجماعات، وأصبح شبابنا في عصرنا الحاضر عبيداً لما تقدمه له القنوات الفضائية ومواقع الإنترنت والهواتف المحمولة من برامج ومحتويات، كما أنه أصبح يقلد كل ما يشاهده عبر هذه الوسائل، من سلوكيات وعادات وتقاليد سواء كانت مفيدة أو مضرّة بالنسبة له، وذلك تحت شعار الموضة والانفتاح على الآخر ومواكبة تطورات العصر (خالد منصر، 2012، ص ص ب، 17).

والشباب في يومنا هذا ما بين التحدي الاعلامي الذي يشمل كل وسائل الاعلام وبين التغيرات الحادثة في المجتمع يعيش أزمة فكرية حقيقية، كما أن هذه الفئة المهمة في مجتمعنا تعاني أيضاً تناقضات هذا العصر بين الوارد اليها من اساليب وافكار وبين ما يتمسك به مجتمعنا من عادات ومفاهيم، وكانت برامج المسابقات هي بصيرة الضوء التي تُبهر الشباب وتجذب انتباههم وهي سبيل الهروب من المشكلات وطريق تحقيق الاحلام، ولأن الشباب شريحة هامة داخل المجتمع فإن التعرف على ماهية رسائل التفكير الموجهة اليه من قبل برامج المسابقات تُعد من القضايا الهامة التي على المجتمع والجهات المعنية الاهتمام بها، ذلك أن الشباب هو القطاع الفاعل في الحاضر والمستقبل وتقع عليه أعباء التغيير وتحقيق أهداف التنمية.

والتعرض لبرامج المسابقات التلفزيونية يُعد سلاح ذو حدين فقد يحمل في طياته ما هو ايجابي وما هو سلبي، ويكون تأثير البرامج ايجابي على التكوين الفكري للفرد من حيث إكسابه العديد من الجوانب الإيجابية منها رفع المخزون المعرفي للفرد، التزود بالخبرات الحياتية، التحديث الفكري، التدريب على العصف الذهني، تنمية الوعي العقلي الفكري، التحلي بالقيم الإيجابية كالمثابرة والمبادرة والإصرار، بالإضافة إلى التحلي ببعض المهارات النافعة مثل حُسن التخطيط والقدرة على تحديد الأهداف.

أما التأثير السلبي لبرامج المسابقات على التكوين الفكري للفرد الذي قد يُصاب به بعض الشباب يُمكن أن يتمثل في التسطيح العقلي، التشويه الفكري، تغييب المنطق، علاوة على بعض الجوانب السلبية منها إضاعة الوقت، وتنمية وهم الثراء، والسعي خلف الشهرة والنجومية، والاتجاه إلى الإنفاق بدون تفكير، وتغيير مفردات النسق الفكري وتقبل غير التقليدي وما لا يتناسب مع المجتمع والطابع الشرقي.

النسق الفكري لأي مجتمع من المجتمعات يتأثر بمجريات الأمور في العالم بشكل عام بحكم الثورة التكنولوجية والمعلوماتية والاتصالية التي جعلت العالم قرية كونية صغيرة كل تغيير به تتأثر به كافة المجتمعات، ومن هنا يتسلل الاستعمار الفكري غازياً عقول الشباب مغيراً لأفكارهم مُجدداً لسلوكياتهم، وللأسف مؤثراً على عاداتهم وتقاليدهم.

وبلا شك فإن الاستعمار الفكري يتسلل عبر العديد من النوافذ والأساليب، منها الانظمة التعليمية، الابحاث، الدراسات... ولكن أخطرها ما يتم عبر وسائل الاعلام التي

أصبحت الأداة الأولى في تنفيذ المخططات الاستعمارية الفكرية والعقلية الجديدة (اميره محمد النمر، 2004، ص110).

وحتى نواجه مخاطر الاستعمار الفكري التي تتزايد مع استمرارية سرعة التغيير التي يعيشها عالمنا اليوم يجب على القائمين على الإعلام تنقيح المواد الإعلامية من تلك السموم التي تُشوه النسق الفكري للشباب مع تقديم القليل من الفائدة التي لا تصمد أمام هذا التشوه الصادر عن مجتمعات أجنبية لا تمس لمجتمعنا بصله، وذلك يفرض على الجهات المعنية تربية الشباب تربية فكرية لمواجهة تلك التغييرات المجتمعية وبناء نسق فكري يُسهم في التشكيل السوي للبناء الإنساني، لأن المجتمع الذي يملك نظاماً فكرياً راسخاً يستطيع مواجهة تحديات العصر وكل ما يطرأ عليه من تغيير.

وعلى هذا يُمكن القول أن برامج المسابقات تُسهم في تقديم فرص كبيرة لتقديم مادة فكرية، كما أنها قادرة على تحريك العقول وإلقاء أكثر من حجر في البركة الراكدة، وقد يكون لها دوراً محركاً في دعوة الشباب للمجابهة والقيام بمساهمة فعلية في خدمة المجتمع أو التمرد عليه بشتى الأشكال، فبرامج المسابقات حظيت بحيز كبير من الاهتمام، واستطاعت في أغلب الأحيان أن تفرض النمط الغربي في الشكل والمضمون ولذلك استطاعت أن تفرض تأثيراً كبيراً في الشباب.

ويقول أحد الكتّاب: "كل الدلائل تشير إلى نجاح الإعلام القادم من الغرب أو الإعلام العربي الذي يلبس ثوب الغرب، في التوصل إلى تزواج ناجح بين المحتوى الباهر المُقدم وبين طرق العرض وتقنياتها، مما جعل هذا الإعلام محطّ تطلّعات الشباب العربي وخلق لديه إمكانية القبول بما هو آتٍ كما هو، وبما يتضمنه من هجوم على ثقافتنا العربية والإتيان بمفردات ومصطلحات جديدة على حياتنا اليومية، وهنا تظهر نقطة جوهرية أن شبابنا هم المجال الحيوي الذي تستهدفه هذه الوسائل، ولا تخفى خطورة ذلك على الوطن وشبابه؛ لذلك لا بد من أن يكونوا مسلحين بالوعي والثقافة حتى لا يجرفهم هذا التيار، لأن السمك الميت وحده الذي يجري مع التيار (راميا الريحاني، 2009).

### تساؤلات البحث:-

- 1- ما مدى تأثير برامج المسابقات على العقلية الفكرية للمشاهد؟
- 2- ما مدى الفائدة التي تعود على الشباب الجامعي جراء التعرض لبرامج المسابقات التلفزيونية؟

- 3- ما اتجاهات الشباب الجامعي نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها؟  
4- ما مدى تأثير برامج المسابقات بأنواعها على النسق الفكري للشباب الجامعي المصري المتمثل في (البناء الثقافي والمعرفي، البناء الاجتماعي، البناء الفكري والعقلي، بناء الشخصية)؟

### فروض البحث:-

- الفرض الأول:-** هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي المصري لبرامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة والنسق الفكري لديهم.  
**الفرض الثاني:-** هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي المصري لبرامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة واتجاهاتهم نحوها.  
**الفرض الثالث:-** هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة والنسق الفكري لديهم.  
**الفرض الرابع:-** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي المصري في اتجاهاتهم نحو برامج المسابقات التلفزيونية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية ( النوع – محل الإقامة- العمل "بعض الشباب الجامعي يعمل بجانب الدراسة").  
**الفرض الخامس:-** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي المصري في مدى تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري لديهم وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع – محل الإقامة- العمل "بعض الشباب الجامعي يعمل بجانب الدراسة").

### مصطلحات البحث:-

#### الاتجاه:-

يُعرف الاتجاه بأنه الجانب الوجداني من السلوك الانساني والذي يساعد الاشخاص على إدراك البيئة التي تحيط بهم وكذا الاحداث والظواهر والأشخاص والأشياء ادراكاً تاماً (علياء عبدالفتاح، 2003، ص4).

#### الشباب:-

اجرائياً مرحلة الشباب هي مرحلة عمرية من أهم المراحل التي يمر بها الفرد حتى تبدأ الشخصية في التبلور وتتضح معالمها، والشباب هم الأعمق تفاعلاً مع المشهد المعاصر



والأكثر عرضة للاقتحام الفكري والاعتقال العقلي، كما يعيش كثيراً من التناقضات والأزمات والتحديات الفكرية في ظل الظروف الراهنة التي تنعكس عليهم وتترك بصماتها على فكرهم وسلوكهم، وتُلقي بظلالها على أفكارهم ومقومات شخصيتهم وتوجهاتهم المستقبلية.

وتوجه البحث الحالي إلى الشباب الجامعي المصري في الفئة العمرية من 18 – 21 سنة.

### برامج المسابقات:-

اجرائياً هي البرامج التي تقوم على عنصر المشاركة بين المشاهدين والشاشة التلفزيونية، ويعتمد أغلبها على تواجد مجموعة من الجماهير داخل الاستوديو، وبإمكان الجمهور في المنازل الاشتراك في المسابقة بأشكال متنوعة عبر وسائل الاتصال والتواصل المتعددة، ومُقدم البرنامج في هذا الشكل التلفزيوني له العديد من الأدوار منها الحكم بين المتسابقين وتنظيم المسابقة وربط الفقرات وإلقاء الأسئلة وإجراء القرعة، وعرض المشاركات الجماهيرية، وغيرها من أساليب تقديم وتنظيم البرنامج.

### النسق:-

يُعرف النسق بأنه مجموعة من العناصر التي لها نظام معين وتدخل في علاقات مع بعضها لتأدية وظيفة معينة (Wolman, 1975).

كما يُعرف بأنه جملة العناصر المرتبطة مع بعضها بعضاً تشكل وحدة محددة، أو هو كيان فكري مستقل من العلاقات الداخلية (معجم الألفاظ الأجنبية في اللغة الروسية، 1984).

وعرفته الموسوعة الفلسفية الروسية بأنه لفظة يونانية تعني "الكل المركب من الأجزاء (الموسوعة الفلسفية العربية، 1986).

والنسق في الفكر الفلسفي تجمعه علاقة متبادلة مع العناصر المُشكلة له فهو الناظم الفكري الذي يجمع مجموع الأفكار (فتحي ملكاوي، رائد عكاشة، عبدالرحمن أبو صعياليك، 2014).

## الفكر:-

يُعرف الفكر اصطلاحاً بأنه مرادف للتفكير لعلاقته الوثيقة بأنشطة الذهن وإعماله العقل في مجال المعرفة، كما أن الفكر ينبع من عقيدة ومبادئ المجتمع ويتأثر بهما ويؤثر فيهما سلباً أو ايجاباً (سعيد صالح العتيبي، 2011).

كما يُعرف بأنه ظاهره عقلية تنتج من عمليات التفكير والإدراك والتحليل والتعميم (هلال فلمبان، 2010).

وهو مجموع الأسس النظرية والمفاهيم والمعاني التي تكمن خلف مظاهر السلوك الإنساني (مصطفى زيادة، 2009).

## ومن ثم فإن النسق الفكري:-

اصطلاحياً:- هو الإناء الذي يحوي الرؤية الكلية، ومنهجية التفكير هي أدوات لتفعيل هذه الرؤية (فتحي ملكاوي، رائد عكاشة، عبدالرحمن أبو صعيلىك، 2014).

كما يُعرف النسق الفكري بأنه جزء من ثقافة المجتمع التي تمثّل حاصل تجربته ومدى وعيه لذاته والمحيط به (عاشور أحمد صقر، 2005، ص 25).

وتُعرف الباحثة النسق الفكري اجرائياً بأنه المنظومة العقلية الفكرية التي تُميز مجتمع ما وتُحدد سلوكه حيث تحوي الأفكار التي تحكم الممارسة الحياتية للأفراد وتوجه سلوكياتهم، ويُعد النسق الفكري بمثابة النظام أو الرابطة التي تربط بين مكونات البناء الإنساني، ومن وجهة نظر الباحثة يتكون النسق الفكري من (البناء الثقافي والمعرفي، البناء الاجتماعي، البناء الفكري والعقلي، بناء الشخصية).

وبالتالي يمكن القول أن النسق الفكري هو حصيلة البناء الإنساني للفرد وحاصل خبراته واتجاهاته.

## نوع البحث ومنهجه:-

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي لا تقف عند مجرد وصف الظاهرة ولكن تمتد إلى تفسير البيانات والمعلومات وتحليلها لاستنباط دلالات ذات مغزى والوصول إلى تعميمات تُمكن من الوقوف على طبيعة الظاهرة محل البحث (محمد

عبد الحميد، 1992، ص 121)، ويعتمد البحث على منهج المسح الإعلامي لعينة من الشباب الجامعي المصري لرصد اتجاهاتهم نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة، وانعكاس ذلك على النسق الفكري لديهم المتمثل في (البناء الثقافي والمعرفي، البناء الاجتماعي، البناء الفكري والعقلي، بناء الشخصية).

### مجتمع البحث:-

يتكون مجتمع البحث من جميع الوحدات التي يرغب الباحثون في دراستها وتصحيح النتائج عليها (فرج الكامل، 2001)، وهنا يتمثل مجتمع الدراسة في عينة من الشباب الجامعي المصري قوامها (400) مفردة بجامعتي (القاهرة، المنصورة)، تتراوح أعمارهم ما بين (18 : 21) عام مع مراعاة المتغيرات الديموجرافية للعينة (النوع - محل الإقامة- العمل "بعض الشباب الجامعي يعمل بجانب الدراسة").

### حدود البحث:-

**حدود موضوعية:-** جاء البحث لدراسة اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية، وعلاقتها بالنسق الفكري لديهم المتمثل في (البناء الثقافي والمعرفي، البناء الاجتماعي، البناء الفكري والعقلي، بناء الشخصية).

**حدود زمنية:-** تم تطبيق الدراسة الميدانية في العام الجامعي 2016م-2017م.

**حدود بشرية:-** تم تطبيق البحث على عينة من الشباب الجامعي المصري قوامها (400) مفردة بجامعتي (القاهرة، المنصورة)، تتراوح أعمارهم ما بين 18 : 21 عام مع مراعاة المتغيرات الديموجرافية للعينة (النوع - محل الإقامة- العمل).

**حدود مكانية:-** تم تطبيق البحث في القاهرة والمنصورة.

### عينة البحث:-

تم تطبيق البحث على عينة احتمالية من الشباب الجامعي المصري قوامها (400) مفردة بجامعتي القاهرة، المنصورة، تتراوح أعمارهم ما بين (18 : 21) عام مع مراعاة المتغيرات الديموجرافية للعينة (النوع - محل الإقامة - العمل "بعض الشباب الجامعي يعمل بجانب الدراسة") والجدول التالي جدول رقم (1) يوضح خصائص عينة البحث:-

## خصائص عينة البحث:

جدول (1) وصف عينة البحث

اجمالي		المتغيرات	
%	ك		
50	200	ذكور	النوع
50	200	اناث	
100	400	جملة	
50	200	ريف	محل الإقامة
50	200	حضر	
100	400	جملة	
36.3	145	يعمل "بجانب الدراسة"	العمل
63.7	255	لا يعمل	
100	400	جملة	

يُلاحظ من الجدول السابق الآتي:-

من حيث النوع: نسبة 50% من أفراد العينة ذكور، ونسبة 50% منهم إناث.  
من حيث الإقامة: نسبة 50% من أفراد العينة يُقيم بالريف، ونسبة 50% منهم يُقيم بالحضر.

من حيث العمل: نسبة 63.7% من أفراد العينة لا يعمل، ونسبة 36.3% منهم يعمل (حيث هناك بعض الشباب الجامعي يعمل بجانب دراسته الجامعية إما اضطراراً لمواجهة متطلبات الحياة الجامعية وتحمل النفقات المادية للدراسة، وإما رغبة في تطوير الشخصية وثقل القدرات).

## أدوات البحث:-

بعد القراءة والإطلاع في الإطار الفكري حول موضوع البحث الحالي، والاستفادة من الدراسات السابقة القريبة من الموضوع حاولت الباحثة تصميم أدوات البحث والتي تمثلت في:-

- 1- صحيفة استقصاء حول تعرض ومتابعة الشباب لبرامج المسابقات (من اعداد الباحثة).
- 2- مقياس بصحيفة الاستقصاء حول اتجاهات الشباب نحو برامج المسابقات بأنواعها المختلفة (من اعداد الباحثة).
- 3- مقياس بصحيفة الاستقصاء حول تأثير برامج المسابقات بأنواعها المختلفة على النسق الفكري للشباب (من اعداد الباحثة).

## 1- صحيفة استقصاء (من اعداد الباحثة):-

تم تطبيقها على عينة من الشباب المصري الجامعي قوامها (400) مفردة بجامعتي القاهرة، المنصورة، تتراوح أعمارهم ما بين 18 : 21 عام مع مراعاة المتغيرات الديموجرافية للعينة (النوع - محل الإقامة - العمل "بعض الشباب الجامعي يعمل بجانب الدراسة")، وهدفت الصحيفة إلى الحصول على بيانات عن معدل متابعة الشباب لبرامج المسابقات التلفزيونية، أكثر أنواع برامج المسابقات المفضلة لديهم، أهم دوافع متابعة الشباب لتلك النوعية من البرامج، آراء الشباب حول مدى الفائدة التي تعود عليهم من جراء التعرض لبرامج المسابقات، تأثير البرامج على العقلية الفكرية للمُشاهد، آراء الشباب حول أسباب انتشار برامج المسابقات على الساحة التلفزيونية في الأونة الأخيرة، مدى مشاركة الشباب في تلك البرامج، ونوعية المشاركة، اتجاهات الشباب المصري نحو برامج المسابقات، تأثير برامج المسابقات على النسق الفكري للشباب متمثلاً في (البناء الثقافي والمعرفي، البناء الاجتماعي، البناء الفكري والعقلي، بناء الشخصية).

## 2- مقياس بصحيفة الاستقصاء حول اتجاهات الشباب المصري نحو برامج المسابقات بأنواعها المختلفة (من اعداد الباحثة):-

المدى من 42: 126 درجة.

اتجاه سلبي من 42: 69 درجة.

اتجاه محايد: من 70: 98 درجة.

اتجاه ايجابي: من 99: 126 درجة

## 3- مقياس بصحيفة الاستقصاء حول تأثير برامج المسابقات بأنواعها المختلفة على النسق الفكري للشباب (من اعداد الباحثة):-

المدى من 56: 168 درجة.

موافق 3 درجات، موافق إلى حد ما درجتان، غير موافق درجة واحدة.

## إجراءات الصدق والثبات:-

رغبة في التأكد من قدرة أدوات البحث على القياس الدقيق للمتغيرات، حرصت الباحثة على الاستعانة بعدد من المحكمين في مجالي الإعلام والتربية للاستفادة من توجهاتهم العلمية، وبناءً عليه أجرت بعض التعديلات والحذف والإضافة لتكون الأدوات صالحة للإجابة على التساؤلات واختبار العلاقات بين المتغيرات.

### الصدق:-

تم قياس الصدق من خلال صدق المحكمين وذلك بعرض أدوات البحث على عدد من المحكمين المتخصصين في مجالي الإعلام والتربية لإبداء توجيهاتهم حول مدى صحة ودقة عباراتها وأسئلتها، وتم التعديل وفقاً لتوجيهات المحكمين وهذا ما يطلق عليه صدق المحكمين (الظاهري)، كذلك استمدت الصحيفة صدقها (البنائي) من خلال الرجوع إلى الفكر التربوي المتعلق بالموضوع وفي ضوء ذلك تم التعديل في بعض الفقرات واستبعاد عدد آخر لتستقر الأدوات على وضعها محل التطبيق.

### الثبات:-

تم قياس الثبات باستخدام طريقة إعادة الاختبار، Test- Retest حيث تم تطبيق أدوات البحث على عينة استطلاعية تتكون من (40) مبحوث من خارج عينة البحث، ثم أعيد التطبيق عليهم مرة أخرى بعد ثلاثة أسابيع دون إعلام مسبق وتم استخراج معامل الارتباط بين الاختبارين لمعرفة درجة العلاقة وفقاً لطريقة بيرسون (Pearson) وكان معامل الارتباط (81%) مما يدل على الثبات وقابلية الأدوات للتطبيق.

### المعالجة الإحصائية للبيانات:-

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" Statistical Package for the Social Science.

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)

### نتائج البحث:-

توصل البحث إلى النتائج التالية:-

- معدل مشاهدة برامج المسابقات التلفزيونية:

#### جدول (2)

معدل مشاهدة الشباب لبرامج المسابقات التلفزيونية

الاستجابة		معدل مشاهدة برامج المسابقات التلفزيونية
ك	%	
168	42	دائماً
138	34.5	أحياناً
94	23.5	نادراً
400	100	الجملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 42% من أفراد العينة يشاهدون برامج المسابقات التلفزيونية بصفه دائمة، ونسبة 34.5% منهم يشاهدونها أحياناً، ونسبة 23.5% منهم نادراً ما يشاهدونها.

وتلاحظ الباحثة مما سبق ارتفاع نسبة أفراد العينة المتابعين لبرامج المسابقات التلفزيونية، وقد يرجع ذلك إلى اختلاف تلك النوعية من البرامج عن غيرها من أشكال البرامج الأخرى التي اعتاد الجمهور مُشاهدتها، بالإضافة إلى ما تحمله برامج المسابقات من تشويق وإبهار وجذب وإثارة وتلك من المزايا المُفضلة في عالم الشباب.

- أنواع برامج المسابقات المُفضلة لدى الشباب:

#### جدول (3)

أنواع برامج المسابقات المُفضلة لدى الشباب

الترتيب	الاستجابة ن=400		أنواع برامج المسابقات المُفضلة لدى الشباب
	ك	%	
2	242	60.5	1- المسابقات الرياضية
3	225	56.2	2- مسابقات المغامرات والإثارة
4	170	42.5	3- المسابقات الثقافية والمعلومات
8	115	28.8	4- المسابقات العلمية (في أي من مجالات العلوم المختلفة)
9	97	24.2	5- مسابقات الألعاب
1	285	71.2	6- المسابقات الفنية
10	88	22	7- المسابقات الدينية
11	74	18.5	8- المسابقات الأدبية
7	125	31.2	9- مسابقات الطهي
6	133	33.2	10- مسابقات الموضة والأزياء
12	71	17.8	11- المسابقات الإعلامية
5	165	41.2	12- مسابقات المواهب (في أي من مجالات العلوم المختلفة)

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 71.3% من أفراد العينة برامج المسابقات الفنية هي أكثر برامج المسابقات المفضلة لديهم، ونسبة 60.5% منهم يفضلوا مشاهدة المسابقات الرياضية، ونسبة 56.2% منهم يفضلوا مشاهدة مسابقات المغامرات والإثارة، ونسبة 42.5% منهم يفضلوا مشاهدة المسابقات الثقافية والمعلومات.

وتُلاحظ الباحثة مما سبق أن برامج المسابقات الفنية هي البرامج الأكثر تفضيلاً لدى الشباب ويتطابق ذلك مع واقع الخريطة التلفزيونية وفقاً لملاحظات الباحثة وبحثها حول برامج المسابقات حيث وجدت أن برامج المسابقات الفنية هي الأكثر تواجداً على الشاشة التلفزيونية وبالتالي هي الأكثر حضوراً لدى الشباب، وقد يرجع ذلك إلى عالم الإبهار والتشويق والطموح الذي يكمن في طيات برامج المسابقات الفنية، بالإضافة إلى أنها من البرامج الأكثر تلويحاً بالثراء والشهرة وذلك هو مسعى الكثير من الشباب خاصة ذوي الظروف المعيشية القاسية.

- دوافع مشاهدة الشباب لبرامج المسابقات التلفزيونية:

#### جدول (4)

دوافع مشاهدة برامج المسابقات التلفزيونية المفضلة لدى الشباب

الترتيب	الاستجابة ن=400		دوافع مشاهدة برامج المسابقات التلفزيونية
	%	ك	
1	71.2	285	الطموح والرغبة في الربح
10	30.5	122	المرح والتسلية والترويح عن النفس
9	32.2	129	لقضاء وقت الفراغ
7	60.8	243	لمشاهدة الصيحات الجديدة في ملابس المتسابقين والحضور
2	69.5	278	الطمع في تحسين الأحوال المعيشية من خلال الفوز
5	67.8	271	لمتابعة النجوم والمشاهير المحكمين أو الفائزين عليها
11	29.5	118	لأنها تشبع احتياجاتي المعرفية بشكل كافٍ
13	24.8	99	تساعدني في التفكير وإعمال العقل
3	68.2	273	لأنها تنفرد بتشويق لا يوجد في برامج أخرى
4	68	272	للإطلاع على العالم المحيط
6	64.8	259	لمعرفة ما يحدث بالبلاد الأخرى
8	35	140	لتنمية موهبتي وقدراتي
12	27	108	كل ما سبق



يتضح من الجدول السابق أن نسبة 71.2% من أفراد العينة تمثل دافع مشاهدتهم لبرامج المسابقات التلفزيونية المفضلة لديهم في الطموح والرغبة في الربح، ونسبة 69.5% منهم كان دافعهم هو الطمع في تحسين الأحوال المعيشية من خلال الفوز، ونسبة 68.2% منهم كان دافعهم أنها تنفرد بتشويق لا يوجد في برامج أخرى، ونسبة 68% منهم كان الاطلاع على العالم المحيط.

وتُلاحظ الباحثة مما سبق أن الطموح والرغبة في الربح، والطمع في تحسين الأحوال المعيشية من خلال الفوز كانا من أوائل الأسباب التي خيمت على عقول الشباب ودفعتها إلى الاتجاه نحو برامج المسابقات ومتابعتها.

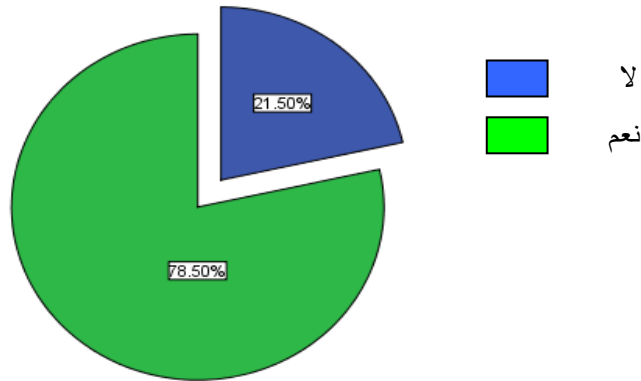
وقد يرجع ذلك إلى الظروف المتوترة التي يمر بها أغلب الشباب وبالتالي يتبلور النسق الفكري لديهم ويُغير دفته إلى الاتجاه الذي يحقق الأحلام والطموح والخروج عن قسوة الحياة من خلال الطريق الذي يمهده لهم عقلم وهو برامج المسابقات.

- مدى المشاركة في برامج المسابقات التلفزيونية:

#### جدول (5)

مدى مشاركة الشباب في برامج المسابقات التلفزيونية

الاستجابة		مدى المشاركة في برامج المسابقات التلفزيونية
%	ك	
78.5	314	نعم
21.5	86	لا
100	400	الجملة



مدى مشاركة الشباب في برامج المسابقات التلفزيونية

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 78.5% من أفراد العينة شاركوا في برامج المسابقات التلفزيونية على اختلاف نوع المشاركة سواء بالحضور أو عن طريق وسائل الاتصال، ونسبة 21.5% منهم لم يشاركوا في أي من برامج المسابقات التلفزيونية. وتلاحظ الباحثة مما سبق ارتفاع نسبة أفراد العينة المشاركين في برامج المسابقات التلفزيونية، وتبين الباحثة من ذلك أن برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة المعروضة على الشاشات المتعددة تتمتع بحضور عالي لدى الشباب الجامعي المصري وتحظى بمتابعة عالية من جهتهم كل وفقاً للأسباب التي تدفعهم إلى متابعة تلك النوعية من البرامج، والإقبال على المشاركة فيها عبر وسائل الاتصال المختلفة.

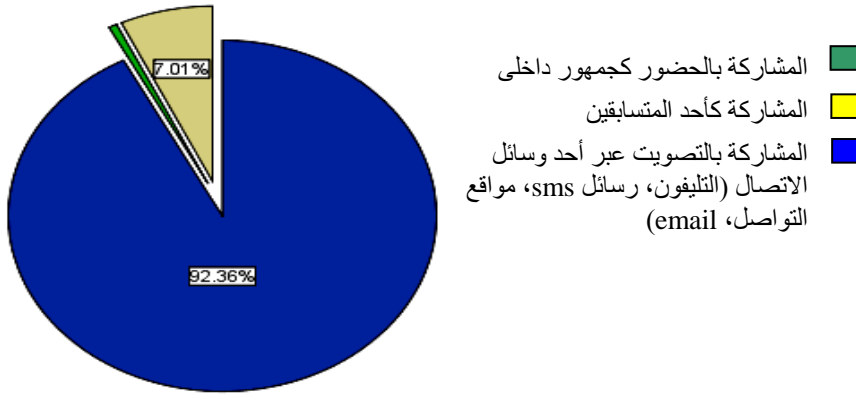
5- نوعية المشاركة في برامج المسابقات التلفزيونية:

#### جدول (6)

#### نوعية مشاركة الشباب في برامج المسابقات التلفزيونية

الاستجابة		نوعية المشاركة في برامج المسابقات التلفزيونية
ك	%	
290	92.4	المشاركة بالتصويت عبر أحد وسائل الاتصال (التليفون، رسائل sms، email، مواقع التواصل كالفيس وغيرها)
2	0.6	المشاركة بالحضور كجمهور داخلي
22	7	المشاركة كأحد المتسابقين
314	100	الجملة

#### نوعية المشاركة في برامج المسابقات



يتضح من الجدول السابق أن نسبة 92.4% من أفراد العينة تمثلت مشاركتهم في برامج المسابقات التلفزيونية في التصويت عبر أحد وسائل الاتصال (التليفون، رسائل email، sms، مواقع التواصل كالفيس وغيرها)، ونسبة 7% منهم تمثلت مشاركتهم في التواجد بالفعل كأحد المتسابقين، ونسبة 0.6% منهم كانت مشاركتهم بالحضور كجمهور داخلي.

وتلاحظ الباحثة مما سبق أن غالبية أفراد العينة اقتصرت مشاركتهم في برامج المسابقات على التصويت عبر إحدى وسائل الاتصال (التلفون، رسائل sms، email، مواقع التواصل كالفيس وغيرها)، حيث أن نسب الإقبال على المشاركة في برامج المسابقات كجمهور داخلي أو كأحد المتسابقين تكاد تكون ضعيفة من أفراد العينة. ومن خلال ملاحظات ومتابعات الباحثة استنتجت أن المشاركة عبر وسائل الاتصال تُعد أكثر أنواع المشاركات التي تحظى بها معظم البرامج التلفزيونية وليست برامج المسابقات فقط، وقد يرجع ذلك إلى أنها الأيسر والأكثر إتاحة لدى غالبية الجمهور.

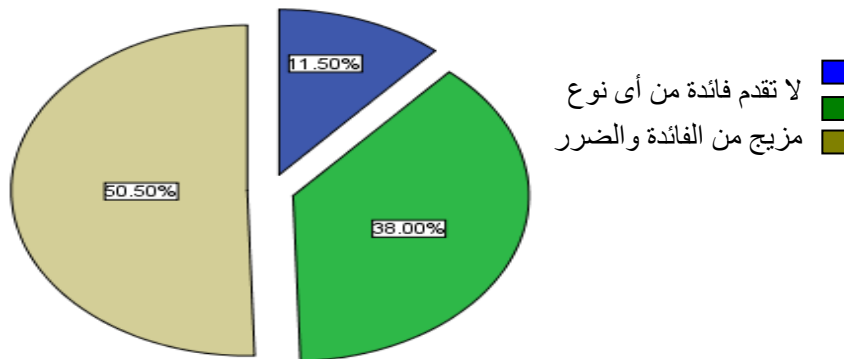
6- مدى فائدة برامج المسابقات التلفزيونية من وجهة نظر الشباب:

#### جدول (7)

مدى فائدة برامج المسابقات التلفزيونية

الاستجابة		مدى فائدة برامج المسابقات التلفزيونية
ك	%	
202	50.5	ذات فائدة ومنفعة
152	38	تحمل المزيج من الفائدة والضرر
46	11.5	لا تقدم فائدة من أي نوع
400	100	الجملة

د أنك حول مدى فائدة برامج المسابقات التلفزيونية بالنسبة للشباب



يتضح من الجدول السابق أن نسبة 50.5% من أفراد العينة من وجهة نظرهم أن برامج المسابقات التلفزيونية ذات فائدة ومنفعة لدى للشباب، ونسبة 38% منهم من وجهة نظرهم أن تلك البرامج تحمل المزيح من الفائدة والضرر، ونسبة 11.5% منهم ترى أنها لا تقدم فائدة من أي نوع.

وتُلاحظ الباحثة مما سبق ارتفاع نسبة أفراد العينة من الشباب الذين في رأيهم أن برامج المسابقات التلفزيونية ذات فائدة ومنفعة بالنسبة لهم، ومع ذلك لا بد ألا ننسى أن الفائدة هي نسبية فكل فرد يقيس مدى الفائدة من وجهة نظرة التي تختلف عن غيره.

وقد يرجع ذلك إلى اختلاف الظروف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والفكرية لكل فرد عن الآخر، واختلاف الأهداف والغايات، علاوة على اختلاف أسباب ودوافع اقبال الشباب على المتابعة والمشاركة؛ حيث أن تلك الأسباب قد تُحدد مدى فائدة البرامج بالنسبة للمُشاهد.

- أعلى أنواع برامج المسابقات فائدة للشباب من وجهة نظرهم:

#### جدول (8)

أنواع برامج المسابقات الأعلى فائدة من منظور الشباب

الترتيب	الاستجابة ن=400		أعلى أنواع برامج المسابقات فائدة للشباب
	ك	%	
2	255	63.8	1- المسابقات الرياضية
4	247	61.8	2- المسابقات الثقافية والمعلومات
9	132	33	3- مسابقات الألعاب
7	169	42.2	4- المسابقات العلمية (في أي من مجالات العلوم المختلفة)
6	229	57.2	5- مسابقات المغامرات والإثارة
5	234	58.5	6- المسابقات الفنية
1	278	69.5	7- المسابقات الدينية
8	138	34.5	8- المسابقات الأدبية
12	125	31.2	9- مسابقات الطهي
11	126	31.5	10- مسابقات الموضة والأزياء
10	128	32	11- المسابقات الإعلامية
3	251	62.8	12- مسابقات المواهب (في أي من مجالات العلوم المختلفة)

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 69.5% من أفراد العينة من وجهة نظرهم أن برامج المسابقات الدينية هي أكثر أنواع برامج المسابقات فائدة، يليها برامج المسابقات

الرياضية من وجهة نظر 63.8% من الشباب، وبرامج مسابقات المواهب (في أي من مجالات العلوم المختلفة) من وجهة نظر 62.8% من أفراد العينة، ثم برامج المسابقات الثقافية والمعلومات من وجهة نظر 61.8% منهم، يليها برامج المسابقات الفنية من وجهة نظر 58.5 من أفراد العينة.

وتُلاحظ الباحثة مما سبق تصدر برامج المسابقات الدينية قائمة أكثر برامج المسابقات فائدة من منظور الشباب، كما يُلاحظ أن برامج المسابقات الرياضية والمواهب تصدرت القائمة قبل الثقافية، والعلمية، ويدل ذلك على القبول الذي تحظى به برامج المسابقات التي تخاطب القدرات والمواهب والميول أكثر من التي تخاطب العقل والتفكير، وذلك بمثابة جرس انذار يشير إلى واقع يحتاج إلى التغيير.

وبالفعل تتفق تلك النتيجة مع الواقع التلفزيوني حيث أن برامج المسابقات الترفيهية والفنية وبرامج مسابقات المواهب تحتل أغلب المساحات على القنوات الفضائية المصرية والعربية.

- أسباب انتشار برامج المسابقات في الآونة الأخيرة من وجهة نظر الشباب.

#### جدول (9)

أسباب انتشار برامج المسابقات في الآونة الأخيرة

الترتيب	الاستجابة ن=400		أسباب انتشار برامج المسابقات
	ك	%	
7	133	33.2	سوء الأحوال المعيشية مما أتاح الفرصة إلى استغلال الحاجة السعي خلف الربح التجاري
1	141	35.2	إبراز نجومية الفائزين عليها
6	134	33.5	انتشار البطالة مما ساعد في إقبال الشباب على هذه النوعية من البرامج
4	137	34.2	اللعب على أحلام الفقراء وإغرائهم بالأفضل
3	139	34.8	صرف الاهتمام عن الهموم والمشكلات والقضايا
8	132	33	اتساع الفجوة بين الواقع والخيال
4	137	34.2	الفراغ الفكري لدى البعض
5	135	33.8	متنفس للجمهور وسط الضغط السياسي
2	140	35	الخواء الروحي والاجتماعي
9	130	32.5	

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 35.2% من أفراد العينة في رأيهم أن من أسباب انتشار برامج المسابقات في الآونة الأخيرة السعي خلف الربح التجاري، ونسبة

35% منهم يروا أنها انتشرت لأنها متنفس للجمهور وسط الضغط السياسي، ونسبة 34.8% منهم يروا أن سبب انتشارها اللعب على أحلام الفقراء وإغرائهم بالأفضل، ونسبة 34.2% منهم يروا أن سبب انتشارها هو انتشار البطالة مما ساعد في إقبال الشباب على هذه النوعية من البرامج، ونسبة 34.2% منهم يروا أن سبب انتشارها هو اتساع الفجوة بين الواقع والخيال.

وتلاحظ الباحثة مما سبق أن السعي خلف الربح التجاري تصدر قائمة أسباب انتشار نوعية برامج المسابقات من وجهة نظر الشباب في الآونة الأخيرة، وقد يدل ذلك على أن هناك اتفاق إلى حد ما بين غالبية أفراد العينة على أن تلك النوعية من البرامج هدفها الأول هو الكسب المادي قبل إلحاق الفائدة بالجمهور.

- آراء الشباب حول مدى تأثير برامج المسابقات على العقلية الفكرية للمشاهد:

#### جدول (10)

مدى تأثير برامج المسابقات على العقلية الفكرية للمشاهد

التأثير	المتوسط المرجح	عدد النقاط	تُهْمَشُ العقل والفكر		تُنْمَى العقل والفكر		أنواع برامج المسابقات
			%	ك	%	ك	
تُنْمَى	1.68	672	32	128	68	272	1- المسابقات الرياضية
تُهْمَشُ	1.33	532	67	268	33	132	2- مسابقات المغامرات والإثارة
تُنْمَى	1.71	683	29.2	117	70.8	283	3- المسابقات الثقافية والمعلومات
تُنْمَى	1.69	676	31	124	69	276	4- المسابقات العلمية (في أي من مجالات العلوم المختلفة)
تُنْمَى	1.56	624	44	176	56	224	5- مسابقات الألعاب
تُهْمَشُ	1.33	532	67	268	33	132	6- المسابقات الفنية
تُنْمَى	1.73	692	27	108	73	292	7- المسابقات الدينية
تُهْمَشُ	1.40	561	59.8	239	40.2	161	8- المسابقات الأدبية
تُهْمَشُ	1.31	522	69.5	278	30.5	122	9- مسابقات الطهي
تُهْمَشُ	1.40	561	59.8	239	40.2	161	10- مسابقات الموضة والأزياء
تُنْمَى	1.52	609	47.8	191	52.2	209	11- المسابقات الإعلامية
تُهْمَشُ	1.33	533	66.8	267	33.2	133	12- مسابقات المواهب (في أي من مجالات العلوم المختلفة)

يتضح من الجدول السابق أن أكثر برامج المسابقات من وجهة نظر أفراد العينة التي لها تأثير على العقلية الفكرية للمشاهد من حيث تنمية العقل والفكر (أي تهدف إلى إعلاء العقل وإنماء الفكر أكثر من اللعب على أوتار الحاجة وقسوة المعيشة) تمثلت في الآتي:

- المسابقات الدينية بمتوسط 1.73.
- المسابقات الثقافية والمعلومات بمتوسط 1.71.
- المسابقات العلمية (في أي من مجالات العلوم المختلفة) بمتوسط 1.69.
- المسابقات الرياضية بمتوسط 1.68.
- مسابقات الألعاب بمتوسط 1.56.
- المسابقات الإعلامية بمتوسط 1.52.

كما يُلاحظ أن أكثر برامج المسابقات من وجهة نظر أفراد العينة التي لها تأثير على العقلية الفكرية للمشاهد من حيث تهيمش العقل والفكر (أي تلعب على أوتار الحاجة وقسوة المعيشة أكثر من إعلاء العقل وإنماء الفكر) تمثلت في الآتي:

- مسابقات الطهي بمتوسط 1.31.
- مسابقات المغامرات والإثارة بمتوسط 1.33.
- مسابقات المواهب (في أي من مجالات العلوم المختلفة) بمتوسط 1.33.
- المسابقات الفنية بمتوسط 1.33.
- المسابقات الأدبية بمتوسط 1.40.
- مسابقات الموضة والأزياء بمتوسط 1.40.

وتُلاحظ الباحثة مما سبق أن بعض برامج المسابقات التي تُحاول إغراء المُشاهد بالمكاسب المادية وغيرها من المُغريات، واستقطابه من زاوية الحاجة والبحث عن الثراء والسعي خلف الأحلام ما هي إلا برامج تُهمش العقل وتتجاهل الفكر وبالتالي يكون لها تأثير سلبي على العقلية الفكرية للمشاهد وبدورة تؤثر على النسق الفكري بشكل سلبي، والعكس تماماً بالنسبة لبعض برامج المسابقات التي تعمل على إعلاء العقل ومخاطبة الفكر فإنها تحمل تأثير إيجابي على العقلية الفكرية للمشاهد وبالتالي على النسق الفكري.

- اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها:  
جدول (11)  
اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها:

الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.69	1077	5.8	23	19.2	77	75	300	أمدتني بالعديد من السلوكيات الجديدة
إلى حد ما	1.72	686	35.8	142	57	228	7.2	29	لا أتق في كل ما تقدمه من عروض ووعود وهمية
إلى حد ما	2.13	851	15.8	63	55.8	223	28.5	114	وسيلة حديثة للتربح المادي لا غير
إلى حد ما	2.19	878	23.5	94	33.5	134	43	172	نافذة إلى عالم مُمتع ومُشوق
إلى حد ما	2.09	839	23	92	44.2	177	32.8	131	من خلالها تعرفتُ على الجديد والغريب عن مجتمعي
إلى حد ما	1.92	767	29	116	50.2	201	20.8	83	برامج المسابقات أصبحت من أولى اهتماماتي
إلى حد ما	1.91	765	40.2	161	28.2	113	31.5	126	تنشر عادات وسلوكيات تتعارض مع طابع المجتمع الشرقي
إلى حد ما	2.23	892	12.8	51	51.5	206	35.8	143	تولد اتجاه سلبي نحو الحياة
موافق	2.39	959	7.8	31	44.8	179	47.5	190	ما هي إلا طريقة للغش والنصب على الجمهور
إلى حد ما	2.13	852	28.8	115	29.5	118	41.8	167	تقليد أعمى غير مجدي للغرب في عاداتهم وحياتهم
موافق	2.34	934	12.8	51	41	164	46.2	185	غيرت بعضاً من عادات حياتي القديمة
إلى حد ما	2.29	917	17.5	70	35.8	143	46.8	187	تُكسبني خبرات جديدة ومختلفة
إلى حد ما	1.99	794	33.2	133	35	140	31.8	127	تخدع الشباب باسم الشهرة والثراء الوهمي
موافق	2.71	1084	4.2	17	20.5	82	75.2	301	تلغي عقل المشاهد وتؤدي إلى التسطيح الفكري
إلى حد ما	1.73	692	35.2	141	56.5	226	8.2	33	ما هي إلا أضواء ونجوم تعمي الأبصار والعقول
إلى حد ما	2.15	861	15.2	61	54.2	217	30.5	122	تُداعب أحلام الفقراء بالثراء والخروج من دائرة الفقر
إلى حد ما	2.21	883	22.8	91	33.8	135	43.5	174	تستميل الشباب عن طريق التلويح لهم بالنجومية والشهرة
إلى حد ما	2.11	844	22	88	45	180	33	132	دمرت خيوط المصداقية بينها وبين الجمهور
إلى حد ما	1.91	762	29.2	117	51	204	19.8	79	هدر لوقت وفكر الشباب
إلى حد ما	1.90	761	40.5	162	28.8	115	30.8	123	لا توجد برامج مسابقات مفيدة إلا العلمية والتي تحتوي على معلومات
إلى حد ما	2.24	894	12.8	51	51	204	36.2	145	لا تنسم بالجدية ولا تُحقق المكاسب أو الفرص التي تُعلن عنها



تابع جدول (11)

اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها

الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.39	959	7.8	31	44.8	179	47.5	190	وسيلة لقضاء وقت الفراغ والترويح عن النفس
إلى حد ما	2.15	858	28	112	29.5	118	42.5	170	ما هي إلا ابتزاز علني مُبرر باسم التنافس
إلى حد ما	2.33	932	12.5	50	42	168	45.5	182	تثير حماس وتطلعات الشباب
إلى حد ما	2.31	923	16.8	67	35.8	143	47.5	190	تخلق لدى الشباب الطموح والرغبة في تحسين النفس
إلى حد ما	2.01	802	32.2	129	35	140	32.8	131	تولد اتجاه ايجابي نحو الحياة
موافق	2.71	1084	4.5	18	20	80	75.5	302	أخذ الكثير من المحيطين بي من أضرار هذه النوعية الحديثة من البرامج
إلى حد ما	1.74	696	34.8	139	56.5	226	8.8	35	تشجع المواهب وتنميتها
إلى حد ما	2.15	858	15.5	62	54.5	218	30	120	تتجه بالشباب إلى مرحلة السخط الاجتماعي وعدم الرضا المجتمعي
إلى حد ما	2.15	860	24.5	98	36	144	39.5	158	تعدم إحساس الشباب بالدور المجتمعي والمسئولية الاجتماعية
إلى حد ما	2.13	851	20.2	81	46.8	187	33	132	دعم الانتماء عندما تكون المسابقة عالمية والمتسابق يمثل وطنه
إلى حد ما	1.99	799	27	108	46.2	185	26.8	107	يدخل بالمشاهد إلى دنيا الأحلام والحياة الافتراضية البعيدة عن الواقع
إلى حد ما	1.97	789	35.5	142	31.8	127	32.8	131	بعضها يُشجع الابتكار وينشر الثقافة العلمية
إلى حد ما	2.17	867	16	64	51.2	205	32.8	131	تُثمي التذوق الفني والحس الروحي
موافق	2.41	963	7.5	30	44.2	177	48.2	193	أداة للتنمية الحضارية
إلى حد ما	2.15	859	28.5	114	28.2	113	43.2	173	تستخرج القيم الجمالية لدى الفرد
موافق	2.34	935	12.8	51	40.8	163	46.5	186	تُوظف أوقات الفراغ بشكل هادف
إلى حد ما	2.30	921	17.5	70	34.8	139	47.8	191	تستخف بعفوية المشاهد ولا تحترم تفكيره
إلى حد ما	2.01	802	32.5	130	34.5	138	33	132	تُفلس العقول وتقتصر على ثقافة التقليد
إلى حد ما	2.29	917	17.5	70	35.8	143	46.8	187	تستغل حاجة المواطنين وظروفهم المعيشية
إلى حد ما	2.31	923	17	68	35.2	141	47.8	191	تتعدم الشفافية بينها وبين الجمهور والمتسابقين
إلى حد ما	2.31	922	17.2	69	35	140	47.8	191	وسيلة لإبراز القائمين عليها من النجوم والمشاهير

يتضح من الجدول السابق أن اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها تمثلت في:-

أن العبارات التي حازت على موافقة وتأييد أفراد العينة كانت كالتالي:

- أمدتني بالعديد من السلوكيات الجديدة.
- ما هي إلا طريقة للغش والنصب على الجمهور.

- غيرت بعضاً من عادات حياتي القديمة.
  - تلغي عقل المشاهد وتؤدي إلى التسطيح الفكري.
  - وسيلة لقضاء وقت الفراغ والترويح عن النفس.
  - أخطر الكثير من المحيطين بي من أضرار هذه النوعية الحديثة من البرامج.
  - أداة للتنمية الحضارية.
  - تُوظف أوقات الفراغ بشكل هادف.
- كما كانت درجة موافقتهم إلى حد ما على باقي العبارات. وتلاحظ الباحثة مما سبق أن أعلى درجات موافقة لأفراد العينة تمثلت في العبارة (أخطر الكثير من المحيطين بي من أضرار هذه النوعية الحديثة من البرامج) بنسبة 75.5، مما يدل ذلك على وعي نسبة كبيرة من الشباب بالأضرار المادية والفكرية والمعنوية... التي قد تنجم عن برامج المسابقات المنتشرة على الشاشات. وقد يرجع ذلك إلى تجربة البعض منهم واحتكاكهم المباشر أو غير المباشر، أو قد يأتي هذا الوعي نتيجة الاتصال الشخصي ووسائل الإعلام.
- اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها:

#### جدول (12)

#### الاتجاهات نحو برامج المسابقات التلفزيونية

الاتجاهات		اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها
ك	%	
19	4.8	سلبى
276	69	محايد
105	26.2	إيجابى
400	100	أجمالى

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 26.2% من أفراد العينة كان اتجاههم إيجابى نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها، ونسبة 69% منهم كان اتجاههم محايد، ونسبة 4.8% منهم كان اتجاههم سلبى. وتلاحظ الباحثة مما سبق أن النسبة المئوية المعبرة عن الاتجاه السلبى للشباب نحو برامج المسابقات كانت 4.8% وهي نسبة ضئيلة جداً، كما أن النسبة المئوية المعبرة عن الاتجاه الإيجابى للشباب نحو برامج المسابقات كانت 26.2% ولكنها أيضاً ليست بالنسبة الكبيرة فهي تُعد أيضاً نسبة ضعيفة، أما نسبة الاتجاه المحايد فكانت 69% فقد لوحظ أنها الأعلى.

وتبينت الباحثة من ذلك أن هناك نسبة من الشباب ليست بالقليلة التي لم يتكون لديها اتجاه مُحدد نحو برامج المسابقات التلفزيونية حيث عبرت عن اتجاهها بشكل محايد، وقد يرجع ذلك إلى عدم الاحتكاك المباشر من قبل بعض أفراد العينة بالضرر أو النفع الناتج عن المشاركة في برامج المسابقات التلفزيونية حتى وإن كان لديهم الوعي بمدى نفعها أو ضررها، حيث أن هناك نسب كبيرة من الشباب تكتفي بالمُتابعة والمشاهدة فقط، أو

الاكتفاء بالمشاركة عبر وسائل الاتصال فقط وذلك ما تبين في نتيجة سابقة.  
- مدى تأثير برامج المسابقات بأنواعها على النسق الفكري للشباب الجامعي المصري:

جدول (13)

مدى تأثير برامج المسابقات بأنواعها على النسق الفكري للشباب الجامعي المصري

الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
<b>المحور الأول:- البناء الثقافي والمعرفي</b>									
إلى حد ما	1.93	773	28.8	115	49.2	197	22	88	تُسهّم في التغيير الثقافي للشباب
إلى حد ما	1.96	783	38.5	154	27.2	109	34	137	تُتيح الفرصة للانفتاح الكوني والتعرف على العالم المحيط
إلى حد ما	2.25	899	12.8	51	49.8	199	37.5	150	تُعرف الشباب على سلوكيات حياة مختلفة
موافق	2.39	959	7.8	31	44.8	179	47.5	190	تُسهّم في تفاعل الشباب مع الثقافات الجديدة
إلى حد ما	2.16	865	28	112	27.8	111	44.2	177	تُساعد في استكشاف الجديد من ثقافات المجتمعات الأخرى
موافق	2.37	947	11.8	47	39.8	159	48.5	194	تُغرس مفاهيم جديدة في عقول الشباب
إلى حد ما	2.32	927	17.2	69	33.8	135	49	196	تُشكل معارف الشباب وتُمدّمهم بالمعلومات
إلى حد ما	2.04	814	31.5	126	33.5	134	35	140	تُخرج بعض برامج المسابقات عن الثقافة السائدة المألوفة لدى المجتمع
موافق	2.56	1023	9	36	26.2	105	64.8	259	برامج المسابقات وعاء لغوي بما يناسب ولا يناسب المجتمع العربي
إلى حد ما	1.79	715	35.5	142	50.2	201	14.2	57	تُلبّ على الأصول والركائز الأساسية للشباب
إلى حد ما	2.18	871	14.5	58	53.2	213	32.2	129	يختلف مُحتوى بعض برامج المسابقات عن العادات المجتمعية المعروفة
إلى حد ما	2.26	903	19.2	77	35.8	143	45	180	أداة للتنمية العقلية وسعة الإطلاع
إلى حد ما	2.13	852	22.5	90	42	168	35.5	142	تملئ عقل المشاهد بمعلومات لا قيمة لها
إلى حد ما	2.01	805	26	104	46.8	187	27.2	109	تؤثر على تشكيل الوعاء الثقافي للشباب

تابع جدول (13)

مدى تأثير برامج المسابقات بأنواعها على النسق الفكري للشباب الجامعي المصري

الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
<b>المحور الثاني:- البناء الاجتماعي</b>									
إلى حد ما	2.13	852	22.8	91	41.5	166	35.8	143	تُخفف من حدة الضغوط النفسية والاجتماعية
موافق	2.61	1043	5.2	21	28.8	115	66	264	تُخرج بحياة الشباب من الإطار النمطي إلى المغامر (الإثارة والمغامرة)
إلى حد ما	1.94	777	30	120	45.8	183	24.2	97	تُتيح فرصة اكتساب الخبرات الحياتية
إلى حد ما	2.27	907	12.5	50	48.2	193	39.2	157	تُنمي القيم الحياتية لدى الشباب
إلى حد ما	2.29	915	19	76	33.2	133	47.8	191	تُقوي التفاعل الاجتماعي بين الفرد والآخرين
إلى حد ما	2.13	852	23.5	94	40	160	36.5	146	تُفعّل روح الفريق الواحد والتنافس الشريف
إلى حد ما	2.24	896	15	60	46	184	39	156	تُساهم في التغيير الاجتماعي للشباب
إلى حد ما	2.18	870	22	88	38.5	154	39.5	158	تُوسع دائرة معارف الشباب وتُتيح فرص المشاركة الاجتماعية
إلى حد ما	2.04	816	28.8	115	38.5	154	32.8	131	تُززع الثوابت المجتمعية
إلى حد ما	2.25	900	14.5	58	46	184	39.5	158	تُخلق الحافز لدى الأشخاص الذين لم يكن لديهم أهداف في الحياة
إلى حد ما	2.26	905	18.2	73	37.2	149	29	178	تُنمي قيم العزيمة والإرادة والتحدى لدى الشباب
إلى حد ما	2.02	806	27.5	110	43.5	174	29	116	تُنمي مهارات العرض والاتصال والتواصل الفعال
إلى حد ما	1.92	768	40	160	28	112	32	128	تُساعد بعض الشباب في التغلب على العزلة الاجتماعية
إلى حد ما	2.25	901	12.2	49	50.2	201	37.5	150	تؤثر على رؤية الشباب تجاه قضايا مجتمعة والقدرة على استيعابها

تابع جدول (13) يوضح مدى تأثير برامج المسابقات بأنواعها على النسق الفكري للشباب الجامعي المصري

الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
<b>المحور الثالث:- البناء العقلي والفكري</b>									
موافق	2.37	948	12	48	39	159	49	196	تصرف انتباه المشاهد عن المنطقي والمعقول
إلى حد ما	2.30	921	17.5	70	34.8	139	47.8	191	تغير مسار أنماط التفكير التي اعتاد عليها الشباب
إلى حد ما	1.99	797	33	132	34.8	139	32.2	129	تفعل أعمال العقل
موافق	2.72	1087	3.8	15	20.8	83	75.5	302	تغير مفردات النسق الفكري للشباب
إلى حد ما	1.77	709	33.8	135	55.2	221	11	44	تؤثر على العقلية الفكرية للمشاهد
إلى حد ما	2.18	872	14.2	57	53.5	214	32.2	129	تتعمق مهارات التفكير والتصرف
إلى حد ما	2.20	880	21.5	86	37	148	41.5	166	تتجه بالشباب إلى اقتناء المبادئ الحديثة
إلى حد ما	2.16	865	22.2	89	39.2	157	38.5	154	بعض برامج المسابقات تتعمق القدرات العقلية من خلال العصف الذهني
إلى حد ما	2.24	896	18.2	73	39.5	158	42.2	169	تتعمق الفكر الإبداعي والرغبة في التميز
إلى حد ما	1.87	749	37.2	149	38.2	153	24.5	98	تتسبب النشاط الفكري وتثريه
إلى حد ما	2.22	889	13.2	53	41.5	166	35.5	142	تتملى الفراغ العقلي لدى بعض الشباب
إلى حد ما	2.32	928	13.2	53	41.5	166	45.2	181	تتبنى الأفكار وتشجعها
إلى حد ما	2.15	859	28.5	114	28.2	113	43.2	173	تتجاهل القيم الموروثة لدى المجتمع
موافق	2.35	940	12.5	50	40	160	47.5	190	تزيد من قدرة الشباب على اتخاذ القرار وتحمل عواقبه

تابع جدول (13) يوضح مدى تأثير برامج المسابقات بأنواعها على النسق الفكري للشباب الجامعي المصري

الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
<b>المحور الرابع:- بناء الشخصية</b>									
إلى حد ما	2.02	806	32.2	129	34	136	33.8	135	تُغرس لدى الشباب الرغبة في تحقيق الذات
موافق	2.69	1074	3.8	15	24	96	72.2	289	تُنمي لدى الشباب الميل إلى تقبل غير التقليدي وغير المألوف لديهم
إلى حد ما	1.76	706	33.2	133	57	228	9.8	39	تُنسج الفرصة إلى ترقية النفس الأفضل
إلى حد ما	2.17	866	14.5	58	54.5	218	31	124	تُنمي الجرأة والقدرة على التعبير
إلى حد ما	2.18	872	22	88	38	152	40	160	تُعزز الثقة بالنفس والقدرة على الإنجاز
موافق	2.39	955	13.5	54	34.2	137	52.2	209	تعمل على إنباء الاستكشاف وحب الاستطلاع
إلى حد ما	2.06	826	23	92	47.5	190	29.5	118	تُكون لدى بعض الشباب حب وتقدير الذات
إلى حد ما	1.94	774	33.5	134	39.5	158	27	108	تُبث روح التنافس واستحضار العزيمة
إلى حد ما	2.21	882	14.8	59	50	200	35.2	141	تُنسج الرغبة في الاستقلال الذاتي لدى بعض الشباب
موافق	2.40	963	9.8	39	39.8	159	50.5	202	تُغير مقومات الشخصية لدى بعض الشباب
إلى حد ما	2.07	827	28.2	113	36.8	147	35	140	تُزيد من الدافعية وقبول التحدي والرغبة في القمة
إلى حد ما	2.31	925	12.8	51	43.2	173	44	176	تُثير حماس وتطلعات الشباب
إلى حد ما	2.26	905	18.5	74	36.8	147	44.8	179	تُحسن لدى الشباب القدرة على التخطيط والوصول إلى النجاح
إلى حد ما	2.01	802	31.2	125	37	148	31.8	127	تُكسر لدى بعض الشباب حاجز الرهبة والخوف من المواجهة

يتضح من الجدول السابق حول تأثير برامج المسابقات بأنواعها على النسق الفكري للشباب الجامعي المصري الآتي:-

**بالنسبة للمحور الأول:- البناء الثقافي والمعرفي:-**

جاءت أعلى درجات موافقة لأفراد العينة على العبارات التالية:-

- برامج المسابقات وعاء لغوي بما يناسب ولا يناسب المجتمع العربي بنسبة 64.8%.

- تغرس مفاهيم جديدة في عقول الشباب بنسبة 48.5%.

- تسهم في تفاعل الشباب مع الثقافات الجديدة بنسبة 47.5%.

**بالنسبة للمحور الثاني:- البناء الاجتماعي:-**

جاءت أعلى درجات موافقة لأفراد العينة على العبارات التالية:-

- تخرج بحياة الشباب من الإطار النمطي إلى المغامر (الإثارة والمغامرة) بنسبة 66%.

- تقوي التفاعل الاجتماعي بين الفرد والآخرين بنسبة 47.8%.

- تخلق الحافز لدى الأشخاص الذين لم يكن لديهم أهداف في الحياة، وتوسع دائرة

معارف الشباب وتتيح فرص المشاركة الاجتماعية بنسبة 39.5%.

**بالنسبة للمحور الثالث:- البناء العقلي والفكري:-**

جاءت أعلى درجات موافقة لأفراد العينة على العبارات التالية:-

- تغيير مفردات النسق الفكري للشباب بنسبة 75.5%.

- تصرف انتباه المشاهد عن المنطقي والمعقول بنسبة 49%.

- تزيد من قدرة الشباب على اتخاذ القرار وتحمل عواقبه بنسبة 47.5%.

**بالنسبة للمحور الرابع:- بناء الشخصية:-**

جاءت أعلى درجات موافقة لأفراد العينة على العبارات التالية:-

- تنمي لدى الشباب الميل إلى تقبل غير التقليدي وغير المؤلف لديهم بنسبة 72.2%.

- تعمل على إنماء الاستكشاف وحب الاستطلاع بنسبة 52.5%.

- تغيير مقومات الشخصية لدى بعض الشباب بنسبة 50.5%.

وتلاحظ الباحثة مما سبق أن هناك تأثير لبرامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري للشباب ولكن بنسب متفاوتة من حيث البناء الثقافي والمعرفي، البناء العقلي والفكري، البناء الاجتماعي، وبناء الشخصية، وقد يدل ذلك على أن هناك نسبة من الشباب المصري على استعداد لتقبل الرسالة الإعلامية المباشرة أو غير المباشرة الموجهة إليهم من خلال برامج المسابقات التلفزيونية، وتختلف نسبة التأثير من شخص إلى آخر باختلاف ظروفهم المتغيرة والمتفاوتة.

### نتائج اختبار فروض البحث:-

الفرض الأول:- هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي المصري لبرامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة والنسق الفكري لديهم.

#### جدول (14)

العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي المصري لبرامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة والنسق الفكري لديهم

تعرض الشباب المصري لبرامج المسابقات التلفزيونية				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
0.01	متوسط	طردي	**0.542	المحور الأول:- البناء الثقافي والمعرفي
0.05	ضعيف	طردي	*0.270	المحور الثاني:- البناء الاجتماعي
0.01	قوي	طردي	**0.649	المحور الثالث:- البناء العقلي والفكري
0.01	متوسط	طردي	**0.369	المحور الرابع:- بناء الشخصية
0.01	متوسط	طردي	**0.532	تأثير برامج المسابقات بأنواعها على النسق الفكري

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب المصري لبرامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة، والبناء الثقافي والمعرفي، حيث كانت ( $0.3 > r > 0.6$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01.
  - وجود علاقة طردية ضعيفة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب المصري لبرامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة، والبناء الاجتماعي، حيث كانت ( $0.3 > r$ ) وهي دالة عند مستوى 0.05.
  - وجود علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب المصري لبرامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة، والبناء العقلي والفكري، حيث كانت ( $0.6 < r$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01.
  - وجود علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب المصري لبرامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة، وبناء الشخصية، حيث كانت ( $0.3 > r > 0.6$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وتلاحظ الباحثة مما سبق أن هناك علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب المصري لبرامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة والنسق الفكري لديهم، حيث كانت ( $0.3 > r > 0.6$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01، وبالتالي فإن



اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية وعلاقتها بالنسق الفكري لديهم

تعرض الشباب لبرامج المسابقات التلفزيونية له تأثير على النسق الفكري الخاص بهم، وبالتالي تحقق الفرض الأول.

الفرض الثاني:- هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي المصري لبرامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة واتجاهاتهم نحوها.

جدول (15)

العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي المصري لبرامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة واتجاهاتهم نحوها

تعرض الشباب المصري لبرامج المسابقات التلفزيونية				المتغير
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة	
0.01	قوية	طردي	**0.695	اتجاهات الشباب نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب المصري لبرامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة وبين اتجاهاتهم نحوها، حيث كانت ( $0.6 < r$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01، ويُلاحظ مما سبق أن تعرض الشباب لبرامج المسابقات التلفزيونية يؤثر على اتجاهاتهم نحوها، وبالتالي تحقق الفرض الثاني.

الفرض الثالث:- هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة والنسق الفكري لديهم.

جدول (16)

العلاقة بين اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة والنسق الفكري لديهم

اتجاهات الشباب المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية				المتغير
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة	
0.05	ضعيفة	طردي	**0.265	المحور الأول:- البناء الثقافي والمعرفي
0.01	متوسط	طردي	**0.414	المحور الثاني:- البناء الاجتماعي
0.01	متوسط	طردي	**0.348	المحور الثالث:- البناء العقلي والفكري
0.01	قوية	طردي	**0.651	المحور الرابع:- بناء الشخصية
0.01	متوسط	طردي	**0.410	تأثير برامج المسابقات بأنواعها على النسق الفكري

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية ضعيفة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الشباب المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة والبناء الثقافي والمعرفي لديهم، حيث كانت ( $r > 0.3$ ) وهي دالة عند مستوى 0.05.
- وجود علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الشباب المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة والبناء الاجتماعي لديهم، حيث كانت ( $r > 0.3$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الشباب المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة والبناء العقلي والفكري لديهم، حيث كانت ( $r > 0.3$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الشباب المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة وبناء الشخصية لديهم، حيث كانت ( $r < 0.6$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01.

ويُلاحظ مما سبق أن هناك علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الشباب المصري نحو برامج المسابقات التلفزيونية بأنواعها المختلفة وبين تأثيرها على النسق الفكري، حيث كانت ( $r > 0.3$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01، وبالتالي يتضح أن اتجاهات الشباب نحو برامج المسابقات التلفزيونية تُعد عامل مؤثر على النسق الفكري خاصتهم، وبهذا تحقق الفرض الثالث.

الفرض الرابع:- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي المصري في اتجاهاتهم نحو برامج المسابقات التلفزيونية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية ( النوع – محل الإقامة- العمل "بعض الشباب الجامعي يعمل بجانب الدراسة").

4(أ)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الشباب نحو برامج المسابقات التلفزيونية باختلاف النوع.

وللتحقق من صحة الفرض تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق في اتجاهات الشباب نحو برامج المسابقات التلفزيونية باختلاف النوع.

جدول (17)

قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الجنسين في اتجاهاتهم نحو برامج المسابقات

المتغيرات	النوع	ذكور (ن=200)		إناث (ن=200)		ت	الدلالة د.ح 398
		ع	م	ع	م		
اتجاهات الشباب نحو برامج المسابقات التلفزيونية		91.2	14.3 1	91.3	13.04	0.080-	0.936 غير دالة

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في اتجاهاتهم نحو برامج المسابقات التلفزيونية، حيث تبين أن قيم "ت" غير دالة إحصائياً عند درجة حرية = 398، ومستوي دلالة إحصائية = 0.05.

ويلاحظ مما سبق أن متغير النوع لا يؤثر على اتجاهات الشباب نحو برامج المسابقات التلفزيونية، وبهذا لم يتحقق الفرض الرابع جزئياً.

4(ب)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الشباب نحو برامج المسابقات التلفزيونية باختلاف محل الإقامة.

وللتحقق من صحة الفرض تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق في اتجاهات الشباب نحو برامج المسابقات التلفزيونية باختلاف محل الإقامة.

جدول (18)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق في اتجاهاتهم نحو برامج المسابقات التلفزيونية باختلاف محل الإقامة

المتغيرات	الإقامة	ريف (ن=200)		حضر (ن=200)		ت	الدلالة د.ح 398
		ع	م	ع	م		
اتجاهات الشباب نحو برامج المسابقات التلفزيونية		90.5	13.98	92.1	13.34	1.207-	0.228 غير دالة

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلي:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في اتجاهاتهم نحو برامج المسابقات التلفزيونية حيث تبين أن قيم "ت" غير دالة إحصائياً عند درجة حرية = 398، ومستوي دلالة إحصائية = 0.05.

ويُلاحظ مما سبق أن متغير محل الإقامة لا يُعد من المتغيرات المؤثرة على اتجاهات الشباب نحو برامج المسابقات التلفزيونية، وبهذا لم يتحقق الفرض الرابع جزئياً.

4(ج)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الشباب نحو برامج المسابقات التلفزيونية باختلاف العمل "بعض الشباب الجامعي يعمل بجانب الدراسة".

وللتحقق من صحة الفرض تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق في اتجاهات الشباب نحو برامج المسابقات التلفزيونية باختلاف العمل بجانب الدراسة.

#### جدول ( 19 )

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الشباب في اتجاهاتهم نحو برامج المسابقات التلفزيونية باختلاف العمل بجانب الدراسة

الدلالة د.ح398	ت	غير عاملين (ن=255)		عاملين (ن=145)		العمل المتغيرات
		ع	م	ع	م	
0.01	5.465-	14.21	96.9	13.59	90.1	اتجاهات الشباب نحو برامج المسابقات التلفزيونية

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذين يعملون بجانب الدراسة والذين لا يعملون في اتجاهاتهم نحو برامج المسابقات التلفزيونية لصالح أفراد العينة الذين لا يعملون، حيث تبين أن قيم "ت" دالة إحصائياً عند درجة حرية = 398، ومستوي دلالة إحصائية = 0.01.

وتُلاحظ الباحثة مما سبق أن الشباب الذي لا يعمل بجانب الدراسة هو الأكثر تأثراً ببرامج المسابقات التلفزيونية وبالتالي اتجاهه نحوها، وقد يرجع ذلك إلى الفراغ

الفكري الذي قد يعاني منه فاقد العمل، على عكس الشاب الذي يعمل بجانب دراسته حيث يتحلى بقدر من المسؤولية الاجتماعية التي تحول دون تأثره ببعض الرسائل الإعلامية، وعلى صعيد آخر هناك فئة أخرى من الشباب الجامعي العامل الذي نتيجة سوء حالته المادية يضطر إلى النزول إلى سوق العمل بجانب دراسته وبالتالي يبحث عن سبل تعويضية أخرى وقد تكون برامج المسابقات إحدى تلك السبل، وعلى هذا تحقق الفرض الرابع جزئياً.

الفرض الخامس:- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب المصري في مدى تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري لديهم وفقاً للمتغيرات الديموجرافية ( النوع - محل الإقامة - العمل "بعض الشباب الجامعي يعمل بجانب الدراسة").

5(أ)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب في تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري باختلاف النوع.

وللتحقق من صحة الفرض تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق بين الشباب في تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري لديهم باختلاف النوع.

#### جدول ( 20 )

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين الشباب في تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري

المتغيرات	النوع	ذكور (ن=200)		إناث (ن=200)		ت	الدلالة د.ح398
		ع	م	ع	م		
البناء الثقافي والمعرفي		5.80	30.5	5.12	30.2	0.603	0.547 غير دالة
البناء الاجتماعي		4.59	30.9	4.10	30.2	1.538	0.125 غير دالة
البناء العقلي والفكري		4.44	30.9	4.51	30.7	0.603	0.547 غير دالة
بناء الشخصية		4.99	30.7	4.74	30.2	0.873	0.383 غير دالة
تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري		16.31	123	15.04	121.3	1.081	0.281 غير دالة

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلى:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري لديهم، حيث تبين أن قيم "ت" غير دالة إحصائياً عند درجة حرية = 398، ومستوي دلالة إحصائية = 0.05.

ويلاحظ مما سبق أن متغير النوع لا يُعد من المتغيرات التي لها دور من حيث تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري لدى الشباب، وبهذا لم يتحقق الفرض الخامس جزئياً.

5(ب)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب في تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري باختلاف محل الإقامة.

وللتحقق من صحة الفرض تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق في تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري باختلاف محل الإقامة.

### جدول ( 21 )

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري باختلاف محل الإقامة

المتغيرات	الإقامة		حضر (ن=200)		ريف (ن=200)		الدلالة د.ح.398	ت
	ع	م	ع	م	ع	م		
البناء الثقافي والمعرفي	5.34	30.4	5.59	30.3	0.798	غير دالة	0.256	
البناء الاجتماعي	4.35	30.3	4.38	30.7	0.360	غير دالة	-0.917	
البناء العقلي والفكري	4.58	30.3	4.29	31.4	0.01	غير دالة	-2.613	
بناء الشخصية	4.89	30.1	4.83	30.8	0.131	غير دالة	-1.512	
تأثير برامج المسابقات التلفزيونية	16.30	121.1	15.01	123.2	0.170	غير دالة	-1.375	

### تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري، حيث تبين أن قيم "ت" غير دالة إحصائياً عند درجة حرية = 398، ومستوي دلالة إحصائية = 0.05.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري من حيث البناء العقلي والفكري، حيث تبين أن قيم "ت" دالة إحصائياً عند درجة حرية = 398، ومستوي دلالة إحصائية = 0.01.

وتلاحظ الباحثة مما سبق أن محل الإقامة بالظروف التي يتسم بها سواء كان ريف أم حضر له تأثير على البناء الفكري والعقلي للفرد الذي عليه الدور الأكبر في

تشكيل منظومة الفكر وتحديد خط سير السلوك الإنساني، وبالتالي فإن التعرض لبرامج المسابقات يختلف تأثيرها على الأفراد وفقاً لاختلاف محل الإقامة.

5(ج)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب في تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري باختلاف العمل "بعض الشباب الجامعي يعمل بجانب الدراسة".

وللتحقق من صحة الفرض تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق في تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري باختلاف العمل بجانب الدراسة.

### جدول ( 22 )

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الشباب في تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري باختلاف العمل بجانب الدراسة

الدلالة د.ح398	ت	غير عاملين (ن=255)		عاملين (ن=145)		العمل المتغيرات
		ع	م	ع	م	
0.001	5.674-	4.65	36.2	5.19	29.7	البناء الثقافي والمعرفي
0.001	5.595-	4.55	35.4	4.16	30.1	البناء الاجتماعي
0.001	6.751-	4.58	35.8	4.19	30.6	البناء العقلي والفكري
0.001	5.873-	5.05	37.4	4.65	29.6	بناء الشخصية
0.001	7.270-	16.67	139.8	14.46	120.0	تأثير برامج المسابقات التلفزيونية

### تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلى:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الذين يعملون بجانب الدراسة والذين لا يعملون في تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري لديهم كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (البناء الثقافي والمعرفي - البناء الاجتماعي- البناء العقلي والفكري - بناء الشخصية) لصالح غير العاملين، حيث تبين أن قيم "ت" دالة إحصائياً عند درجة حرية = 398، ومستوي دلالة إحصائية = 0.001.

وتلاحظ الباحثة مما سبق تأثير برامج المسابقات التلفزيونية على النسق الفكري للشباب غير العامل بشكل أكبر من الشباب العامل، وقد يرجع ذلك إلى أن تلك النوعية من البرامج تحظى بقبول أكثر لدى الشباب غير العامل خاصة إذا كانت ظروفه المعيشية والاجتماعية والمادية سيئة حيث تُعد بمثابة مسار موجه به إلى البحث عن

طرق بديلة للحصول على الدعم المادي، أو قد يرجع إلى أن غير العاملين بحوزتهم فراغ وفتي أكثر من غيرهم يُمهد لهم طرق متابعة برامج المُسابقات والاشتراك بها، وعلى هذا تحقق الفرض الخامس جزئياً.

**التعليق على نتائج البحث، ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة، وبيان أوجه الاتفاق والاختلاف:**

- بالنسبة لبرامج المسابقات التلفزيونية فقد اقتربت نتائج البحث الحالي مع ما توصلت إليه نتائج دراسات (بسام ابو زيد نمر، 2014م) و (Barton, Kristin M, 2013) في الإشارة إلى ارتفاع نسبة مشاهدي برامج المسابقات التلفزيونية وإقبال نسب ليست قليلة من الجمهور على المشاركة فيها، كما اقتربت من نتائج دراسات (Nilakantan, R, 2014) و (Milla Goldenberg, 2010) من حيث أن برامج المسابقات بعضها موجه لتحقيق رغبات وتوجهات القائمين عليها، وأن الربح المادي من أهم دوافع انتشارها دون التفات إلى أثارها السلبية على الفرد والمجتمع، بالإضافة إلى اتفاق نتائج البحث الحالي مع نتائج دراسات (Coopération et de Développement Économiques, 2013)، و (Adam E. Barry, Anna) و (K. Piazza-Gardner, 2012) في إثبات تأثير مضمون وشكل برامج المسابقات على السلوك الإنساني.

كما اختلفت نتائج البحث الحالي مع نتائج دراسة (Sora Park, 2015) ونتائج دراسة (Nilakantan, R, 2014) من حيث الفكرة المُراد التحقق من صدقها حيث حاول البحث الحالي التحقق من علاقة مضمون برامج المسابقات بالتغيير الفكري للمُشاهد بعكس تلك الدراسات التي حاولت من خلال نتائجها التحقق من علاقة البرامج بالتنوع البرامجي على الشاشة وعلاقتها بزيادة المنافسة بين البرامج والرغبة في الحصول على أعلى معدلات مشاهده.

وأيضاً اختلفت نتائج البحث الحالي مع نتائج دراسة (Milla Goldenberg, 2010) التي أثبتت أن أهم دوافع إقبال المُشاهدين على برامج المسابقات كانت الحصول على فرص السفر حول العالم، والتحديات الجسدية والعقلية مع شريك من اختيارهم، أما البحث الحالي فقد توصل إلى أن أهم الدوافع تمثلت في الخروج من ضيق الأحوال المعيشية من خلال الفوز، والرغبة في الثراء والشهرة.



- بالنسبة للنسق الفكري فقد اتفقت نتائج البحث الحالي مع نتائج دراسات ( William A. Reiners, etal, 2014) و(محمد نبيل الشيمي،2013) في تأكيد أهمية الفكر ومدى علاقته بتطور المجتمع ورُقيه، كما اتفقت النتائج إلى حد ما مع نتائج دراسات (Patrick Baert and Josh Booth, 2013) و ( Charles F. Gattone, 2012) في اثبات تأثير المحتوى الإعلامي على المنهج الفكري ومحاولة التطرق إلى أحوال التوازن الفكري في عصر الإعلام ومُستحدثاته ومُتغيراته، كما اتفقت النتائج مع نتائج دراسة (Barbara A. Misztal,2012) في تأكيد تأثير مؤسسات المجتمع الإعلامية على الاتجاهات الفكرية العامة للجمهور وصناعة الرأي العام.

**رؤية مستقبلية حول تطوير برامج مسابقات تلفزيونية تخدم العقلية الفكرية للجمهور:-**

- مما لا شك فيه في ظل التغييرات المتسارعة الأحداث، والثورات المعرفية والتكنولوجية والاتصالية؛ يحتاج المجتمع إلى إنتاج وتطوير برامج تلفزيونية تحترم العقلية الفكرية للجمهور، وتصل به إلى نسق فكري متزن، وحاول البحث الحالي القاء الضوء على نوعية من البرامج التلفزيونية (برامج المسابقات) ودراسة علاقتها بالنسق الفكري للمشاهد، ومن خلال ما توصل إليه البحث من نتائج، حاولت الباحثة في النقاط التالية طرح رؤية مستقبلية حول تطوير برامج مسابقات تخدم الفرد والمجتمع:-
- ضرورة اهتمام الدراسات الإعلامية بتقديم خطط تلفزيونية مُقترحة حول إنتاج برامج مسابقات ثقافية تنويرية تُسهم في رقي وتقدم الفرد والمجتمع بشكل عام.
- حث الدراسات والبحوث على الاتجاه إلى أهمية توظيف برامج المسابقات في دعم التراث المجتمعي وحماية الفكر الإنساني؛ لعلها خطوه في دفع التنمية القومية على المدى الوقتي.
- العناية بتأهيل كوادر إعلامية متخصصة في إعداد وتقديم برامج المسابقات، وذلك عن طريق الدورات التدريبية والتنقيفية في مجالات الإعلام والثقافة.
- الاهتمام بتقديم برامج مسابقات جديده هادفة تنشر العلم والثقافة، وتُثمي الابتكار، وتُشجع المواهب في شتى المجالات.

- ضرورة وجود متابعة مستمرة من قبل الجهات المعنية لما يقدم في البرامج التلفزيونية عامة، وبرامج المسابقات محور البحث الحالي، وعرض نتائج تلك المتابعات للمناقشة والتحليل.
- وضع آليات مُحاسبه؛ حتى يتسنى للجهات المعنية مُحاربة برامج المسابقات التي تستهين بعقلية الجمهور، ودعم الأخرى التي تعمل على إثراء ورقي الفكر.
- بناءً على نتائج الدراسات السابقة، ونتائج البحث الحالي؛ فإن أغلب برامج المسابقات يغلب عليها الطابع الفني والترفيهي؛ لذا من الضرورة تطوير أفكار برامج المسابقات؛ كتنظيم مسابقات حول أطروحات علمية وفكرية تهدف إلى معالجة مشكلات المجتمع وقضاياها.
- مخاطبة برامج المسابقات المُوجهة إلى الشباب بأن تسعى خلف إنتاج شخصيات شبابية تتسم بالعقلانية المُدعمة بالطموح والمثابرة، علاوة على مُحاوله علاج الشخصيات الانعداميه الانهزاميه التابعه للآخر.
- اهتمام القائمين على التخطيط التلفزيوني بمخاطبة الفكر الشبابي وتوجيهه إلى سبل خدمة الفرد والمجتمع، ومراجعة الخطاب التلفزيوني الموجهة إلى فئات الشباب بصفة خاصة.
- توجيه المسؤولين إلى وضع ضوابط لمُتابعة التدفق التلفزيوني لبرامج المسابقات، وبالمقابل إعداد برامج لتوعية الشباب وحماية فكرهم، والتصدي لأي محاولات فكرية تشويهية.

### التوصيات:-

لقد كان هذا البحث بمثابة محاولة للتوقف عند ظاهرة انتشار برامج المسابقات، والتفكير في ماهيتها ودوافعها وأهدافها، واكتشاف تأثيراتها واتجاهات المشاهدين نحوها، ومدى علاقتها بالنسق الفكري لديهم، علاوة على التعرف على أبرز المجالات التي ركزت عليها برامج المسابقات، والمجالات الأخرى المُهمشة أو الغائبة عن ساحة برامج المسابقات.

وأخيراً، وفي نهاية البحث خلصنا إلى جملة من التوصيات تمثلت فيما يلي:-

- الحاجة إلى تعاون مشترك بين الاعلاميين والتربويين والمُفكرين في وضع خطط اعلاميه تتبنى الاتزان الفكري في خضم التحديات الفكرية الحالية.

- الحاجة إلى تخطيط برامجي هادف نظراً للانتشار الارتجالي وغير المدروس لبرامج المسابقات على القنوات التلفزيونية وخاصة الترفيهية والفنية منها.
- وضع الصالح العام والارتقاء الفكري صوب الهدف حيث أن التشابه والتمائل من حيث الرغبة في التريح والتهميش الفكري للمشاهد هو القاسم المشترك والسمة البارزة بين معظم برامج المسابقات.
- مناشدة المسؤولين عن الصناعة التلفزيونية إلى بذل الجهد في تطوير برامج مسابقات تخدم عقل المشاهد وتلبي مطالبة الفكرية.
- لا بد من تقنين طغيان المواد الترفيهية على برامج المسابقات، ولفت أنظار المسؤولين إلى أن هناك شبه غياب للمواد الثقافية والمعرفية.
- توجيه أنظار القائمين على التخطيط البرامجي إلى أهمية دراسة متطلبات واحتياجات الجمهور مما يساعد على التخلص من سموم بعض البرامج، والسعي إلى إنتاج محتوى هادف يحافظ على توازن التكوين الفكري.
- أهمية التصدي لمحاولات تشويه الفكر الإنساني من خلال الرسائل المباشرة وغير المباشرة التي تُبث عبر بعض البرامج.
- التشديد على احترام المهنية الأخلاقية والإيمان بسمو الرسالة التي تدخل إلى بيوت الشباب من خلال التلفزيون.
- لا بد أن يتصدر النسق الفكري قائمة اهتمام الباحثين والمسؤولين في مجال الإعلام ووضع خطط إعلامية تكشف عن أهم المتغيرات المؤثرة عليه.
- ضرورة إعداد برامج تدريبية نوعية للارتقاء بالعمل الإعلامي بشكل عام، ورفع مستوى برامج المسابقات والتوعية بضرورة احترام عقل المشاهد وتوقير ظروفه الاجتماعية وأنها ليست مجال للاستغلال أو للاحتيال.
- توجيه الباحثين في التربية والإعلام إلى أهمية دراسة تأثير المواد التلفزيونية على النسق الفكري للشباب وخطورة تأثير ذلك على كيانه الشخصي بأكمله الذي بدوره سيؤثر حتماً على المجتمع.
- التشديد على التزام البرامج بأدبيات المهنة والحفاظ على قيم وأخلاقيات المجتمع، وألا تكون مجرد نسخ معربة من نسخ برامج المسابقات الأجنبية.

- توجيه القائمين على صناعة برامج المسابقات باختيار الأفكار التي تناسب المجتمع العربي حتى لا يحدث تصادم بين ما تعكسه البرامج من أفكار والواقع الفعلي للشباب.

### الخاتمة:-

شهد الفضاء التلفزيوني تنافساً بين القنوات التلفزيونية في اجتذاب برامج المسابقات وقد يعود ذلك إلى اعتقاد القائمين علي تلك البرامج بأنها قادرة على استقطاب عدد كبير من المشاهدين والمشاركين والمُعَلِّنين، ولكن ليس كل نوعيات برامج المسابقات تفوز بالاهتمام التلفزيوني أو تحظى بالإقبال الجماهيري فهناك البرامج التي تهدف إلى التثقيف والتنوير والمعرفة لا تشهد اهتماماً من القنوات كبرامج المسابقات الفنية أو الترفيهية التي تحتوي على المغامرات والألعاب والتي احتلت الشاشة في الفترة الأخيرة ومازالت، وذلك بالطبع له تأثير سيئ على النسق الفكري للشباب فيجب على برامج المسابقات أن توجه أنظارها إلى خدمة العقل البشري وتلبية مطالبه الفكرية، لأن النسق الفكري يُعد محور البناء الإنساني وعليه تتشكل مقومات الشخصية وينمو البناء العقلي والاجتماعي والثقافي والمعرفي.

وبالتالي فإن الواقع يُشير إلى أن بعض برامج المسابقات تُمثل ملاذاً للذين لا يجدون ضالتهم في المادة التلفزيونية المُقدَّمة إليهم من قبل القوالب البرمجية الأخرى، وأصبح المنطق التجاري طاغياً على الجانب الإعلامي والتثقيفي والتربوي مما يطرح سؤالاً هاماً يوجّه إلى المختصين في البحوث السمعية البصرية هل الهدف من البرامج التلفزيونية إيجاد سُبُل تجعل التلفزيون مشروعاً استثمارياً مربحاً راجحاً في جذب المعلنين قبل المشاهدين؟ أم هو مشروع تربوي فكري تعليمي يُشارك الأسرة والمجتمع في تربية وتقويم الشباب.

وتأسيساً على ذلك حاول البحث الحالي دراسة برامج المسابقات التلفزيونية وتوجيه الأنظار والعقول إلى رسائل التفكير الموجهة إلى المشاهد من خلالها، وبحث اتجاهات الشباب المصري خاصة الجامعي نحوها، وعلاقة ذلك بالنسق الفكري لديهم، علاوة على الوقوف على سلبيات ومميزات تلك التجربة لمحاولة استشراف ملامح مستقبلها، كما تتمنى على القائمين بالصناعة التلفزيونية الإيمان بسمو الرسالة الإعلامية وإعادة النظر فيما يُقدم إلى الجمهور ويدخل منازلهم ويتسلل إلى عقولهم.

## المراجع:-

### (أولاً) المراجع العربية:-

- 1- أحمد خليل خليل. موسوعة لالاند الفلسفية، (بيروت: منشورات عويدات، 1996)، ج3، ص1417.
- 2- اميرة محمد النمر. "أثر التعرض للقنوات الفضائية على النسق القيمي للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية". رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، 2004).
- 3- بسام ابو زيد نمر عوض. "علاقة تعرض الشباب الجامعي لبرامج المسابقات في التلفزيون المصري بمستوى الطموح لديهم"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، 2014)، مج17، ع64، يوليو سبتمبر.
- 4- بشلوش، طاهر. العولمة وأثرها على الامن الفكري والاخلاقي للشباب في المجتمع، في: مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، (الجزائر: جامعة سعد دحلب البليده، 2013)، ع9.
- 5- جمال سلامة علي. النظام السياسي والبناء الاجتماعي: النموذج الواقعي لتحليل النظم السياسية، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2006).
- 6- جميل صليبا. المعجم الفلسفي، (بيروت: دار الكتاب اللبناني، 1979)، ج2، ص361.
- 7- خالد منصر. "علاقة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، (باتنه: جامعة الحاج لخضر، 2012).
- 8- راميا الريحاني. تأثير الإعلام على الشباب العربي: إبطاطات الواقع وأمال المستقبل، في: مجلة كلية التربية، (جامعة القلمون الخاصة، 2009).
- 9- سامي جاد الله. اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة برامج المسابقات في القنوات الفضائية العربية: دراسة ميدانية، بحث غير منشور، (غزة: الجامعة الإسلامية، قسم الصحافة والإعلام، 2002).
- 10- سعد بن صالح العتيبي. "الأمن الفكري في مقررات التربية الإسلامية في المرحلة الثانوية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة أم القرى بمكة المكرمة، كلية التربية، 2011).
- 11- سليمان أحمد الضاهر. مفهوم النسق في الفلسفة: (النسق: الإشكالات والخصائص)، في: مجلة جامعة دمشق، مج30، ع30، 2014.
- 12- ضرار عبيد الماحي. الحلقة الدراسية لبرنامج التكامل المعرفي: نحو نسق فكري إسلامي، في: مجلة التجديد، جامعة الخرطوم، ع29، مج13، 2010.
- 13- علاء عبدالمنعم ابراهيم. برامج المسابقات الغنائية ترسيخ سلطة النجم، ع5، في: مجلة الدوحة، (قطر: وزارة الإعلام القطرية، 2013).
- 14- علياء عبدالفتاح رمضان. "القيم الثقافية التي تعكسها الدراما العربية والاجنبية بالتلفزيون المصري للمراهقين"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، 2003).

- 15- فتحي زغندة. مسابقة الأغنية الإذاعية والمقطوعة الموسيقية في الميزان: نظرة نقدية في الإنتاج المقدم، في: مجلة الاذاعات العربية، (تونس: اتحاد اذاعات الدول العربية، 2012)، ع3.
- 16- فتحي ملكاوي، رائد عكاشة، وعبدالرحمن أبو صعيديك. إسماعيل الفاروقي وإسهاماته في الإصلاح الفكري الإسلامي المعاصر، ط1، (عمان: دار الفتح للدراسات والنشر، 2014).
- 17- فرج الكامل. بحوث الإعلام والرأي العام، (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2011).
- 18- مباركي زويده. الخطاب الفكري والجمالي في رواية "مقابر الياسمين" ل: إبراهيم وطار، في: مجلة كلية الآداب واللغات، (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي: جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015).
- 19- محمد عبد الحميد. دراسة الجمهور في وسائل الإعلام، ط1، (القاهرة: عالم الكتب، 1992).
- 20- مصطفى عبدالقادر زيادة وآخرون. الفكر التربوي مدارسه واتجاهاته وتطوره، ط4، (الرياض: مكتبة الرشد، 2009).
- 21- معجم الألفاظ الأجنبية في اللغة الروسية، (موسكو، 1984)، ص 459.
- 22- معن زيادة. الموسوعة الفلسفية العربية، (بيروت: معهد الإنماء العربي، 1986)، ج1، ص 812 – 813.
- 23- مناهل بنت صالح الشيخ. "دور التربية الإسلامية في تحقيق الاتزان الفكري للفتاة المسلمة في ظل التحديات الفكرية المعاصرة"، رسالة ماجستير غير منشوره، (جامعة أم القرى: كلية التربية بمكة المكرمة، 2014).
- 24- هلال فلمبان. دور الحوار التربوي في وقاية الشباب من الإرهاب الفكري، (الرياض: مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، 2010).
- (ثانياً) المراجع الأجنبية:-**
- 25- Adam E. Barry, Anna K. Piazza-Gardner, (2012). Applying the Transtheoretical Model to Reality Television: The Biggest Loser Case Study, **Journal of Health Education Teaching**, 2012; 3(1):20-26.
- 26- Adam Kotsko. (2016). Intellectual Freedom in the Age of Social Media, **A journal of intellectual freedom**, Volume 1, Issue 1
- 27- Barbara A. Misztal. (2012). Public Intellectuals and Think Tanks: A Free Market in Ideas, **International Journal of Politics, Culture, and Society**.
- 28- Barton, Kristin M, (2013). Why We Watch Them Sing and Dance: The Uses and Gratifications of Talent-Based Reality Television, **Communication Quarterly**, Apr, Vol. 61 Issue 2, p217-235.

- 29- Buckmiller, Tom M. and Kruse, Jerrid W.,(2015). Writing the Book...Literally: The Convergence of Authentic Intellectual Work (AIW) and Project-Based Learning (PBL), **Journal of University Teaching & Learning Practice**, 12(3).
- 30- CHO, Daegon, et al.(2016). **Television Singing Competitions Create Stars?: An Empirical Evidence from the Digital Music Chart**, College of International Studies, Kyung Hee University.
- 31- Charles F. Gattone. (2012). The Social Scientist as Public Intellectual in an Age of Mass Media, **International Journal of Politics, Culture, and Society**, Vol. 25, No. 4.
- 32- Coopération et de Développement Économiques, Organisation for Economic Co-operation and Development, (2013). **Competition Issues in Television and Broadcasting .**
- 33- Elizabeth j. Krumrei, Steven V. rouse. (2016). The Development and Validation of the Comprehensive Intellectual Humility Scale, **Journal of Personality Assessment**, Volume 98, Issue 2.
- 34- Havard, Cody T; Shapiro, Stephen L; Ridinger, Lynn L. (2016). Who's our Rival? Investigating the Influence of a New Intercollegiate Football Program on Rivalry Perceptions, **Journal of Sport Behavior**, 39.4 (Dec 2016): 385-408
- 35- Lau, T.-Y, Atkin, D. (2012). Competition and the decline in Western television program popularity in Indonesia during the 1990s, Asian, **Journal of Communication**, Volume 22, Issue 3, June 2012, Pages 320-333.
- 36- Nilakantan, R. (2014). Advertising, programme choice, and competition concerns in a mixed duopoly television broadcast industry, **International Journal of Economics and Business Research**, Volume 8, Issue 3, 2014, Pages 309-323.
- 37- Patrick Baert and Josh Booth. (2013). Tensions Within the Public Intellectual: Political Interventions from Dreyfus to the New Social Media, **International Journal of Politics, Culture, and Society**, Vol. 25, No. 4, Public Intellectuals (December 2012), pp. 127-141.
- 38- William A. Reiners, Alison E. Anastasio and Juliana C. Mulroy. (2014). Intellectual Communities and Iconic Places in the Development of American Ecology, **Bulletin of the Ecological Society of America**, Vol. 95, No. 2 (April 2014), pp. 177-186.
- 39- Wolman, B. B. (1975). Ed, Dictionary of behavioral science. London, **The Macmillan press Ltd**,p.81.

(ثالثاً) مصادر الإنترنت:-

أ- مصادر باللغة العربية:-

- 40- أحمد، توفيق. (2016). بناء الوعي المعرفي الثقافي. [http://thawra.sy/\\_archive.asp?FileName=61093221520161011094446](http://thawra.sy/_archive.asp?FileName=61093221520161011094446)
- 41- التركي، عبدالله. (2015). أبرز مقومات الأمن الفكري. <http://majles.alukah.net>
- 42- الشيمي، محمد نبيل. (2013). النخبة وتأثيرها في تكوين واستقرار المجتمعات وتشكيل نسق الحكم والفكر، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.
- 43- المعهد العالمي للفكر الإسلامي. (2013). البناء الفكري: مفهومه وعناصره ومستوياته <http://iiitjordan.org/index.php>
- 44- رؤوف، بوقفه. (2014). النسق الفكري <http://www.maqalaty.com/56529.html>
- 45- زهران، ايمان. (2013). الاستقراء الجدلي وبناء النسق الفكري للإنسان. <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=389609>
- 46- فهمي، مي. (2013). برامج المسابقات الغنائية تسيطر على شاشات الفضائيات، 2013. <http://www.cairodar.com>
- 47- قاسم، أحمد. (2011). الانسان وتحديات المستقبل <http://al3loom.com/?p=666>
- 48- ميحسن، ايناس. (2013). المسابقات التلفزيونية أحلام الفقراء في مهب الريح <http://www.emaratalyoum.com/>
- 49- BBC Arabic. (2013). لماذا يهتم المشاهدون العرب ببرامج المسابقات الغنائية؟ <http://www.bbc.com/arabic/interactivity>

ب- مصادر باللغة الإنجليزية

- 50- Hans Jarle Kind, (2015). **Competition for Viewers and Advertisers in a TV Oligopoly**, Norwegian School of Economics and Business Administration, Tore Nilssen, University of Oslo. [folk.uio.no/toreni/research/AdvertisingOnTV.pdf,2015](http://folk.uio.no/toreni/research/AdvertisingOnTV.pdf,2015)
- 51- Milla Goldenberg,(2010). **Ranked: TV's Best and Worst Reality Competition Shows**. <http://www.metacritic.com/feature/best-and-worst-reality-competition-tv-shows,2010>
- 52- Sora Park,(2015). **Competition's Effects on Programming Diversity of Different Program Types**, The International Journal on Media Management, Kwangwoon University, School of communication Arts, South Korea. [www.mediajournal.org/index.php/jmm/article/download/78/218](http://www.mediajournal.org/index.php/jmm/article/download/78/218)