

التأثيرات المختلفة لتعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية

د/ زكريا إبراهيم الدسوقي (*)

مقدمة:

يشهد العالم تطوراً تكنولوجياً كبيراً، في الوسائل والتقنيات التكنولوجية الحديثة في الإرسال والاستقبال التليفزيوني والقنوات الفضائية، ولما كبة هذا التطور أصبح أمام القنوات الفضائية استحداث العديد من البرامج المتنوعة لتحقيق الأرباح ومواجهة المنافسة بين القنوات، حيث تسعى كل قناة فضائية إلى التميز والتطور لجذب أكبر عدد ممكن من الجمهور، لذا ظهرت برامج تليفزيون الواقع وهي تعد من البرامج الجديدة التي لاقت إقبالاً من الجمهور، حيث يعتمد هذا النوع من البرامج على الترفيه، وإدخال أفراد من الجمهور للمشاركة في البرنامج وتعرضه لتجربة حقيقية، تجعله يصل إلى الشهرة، والجدير بالذكر أن برامج تليفزيون الواقع يرجع ظهورها إلى الغرب، ثم تطورت حتى ظهرت بالشكل الحالي، وتعتمد القنوات الفضائية في هذا النوع من البرامج على مشاركة الجمهور من خلال التصويت والتفاعلية من قبلهم، لذا تستهدف هذه البرامج الفئات العمرية الأصغر سناً كالمراهقين لأنهم أكثر فئات الجمهور تفاعلاً مع هذه البرامج، لما تتسم بها هذه المرحلة العمرية من خصائص مثل عدم الاستقرار النفسي والاجتماعي والعاطفي، ومحاولة إثبات الذات، وكثرة طموحاتهم، ويجادون في هذا النوع من البرامج فرصة لتحقيق احتياجاتهم النفسية، و تحقيق أحلامهم في الشهرة وإثبات الذات، لذا وجد الباحث أهمية دراسة التأثيرات المختلفة لتعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية.

أولاً: تحديد المشكلة البحثية:

انتشرت في السنوات الأخيرة برامج تليفزيون الواقع عبر القنوات الفضائية، حيث أصبحت واقعاً فرض نفسه على الجمهور ممن يتابعون هذا النوع من البرامج، خاصة من المراهقين الذين يتعاطفون مع المشاركين فيها ويشركون بالتصويت لهم، حتى بلغ الأمر إيمان البعض بالتعرض لها، لتعدد برامجها من برامج اكتشاف المواهب وبرامج الطهي، وغيرها من برامج تليفزيون الواقع المختلفة .

لذا قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على عينة من المراهقين قوامها (40 مفردة) بما يمثل 10% من العينة الأصلية للدراسة. وتمثلت نتائج الدراسة الاستطلاعية فيما يلي:

(*) أستاذ مساعد بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس.

- 1- أثبتت نتائج الدراسة أن 92.5% من المراهقين عينة الدراسة يتابعون برامج تليفزيون الواقع.
- 2- أثبتت نتائج الدراسة أن 90% من عينة الدراسة يشاهدون برامج تليفزيون الواقع للتسلية والترفيه.

لذا تطرح الدراسة تساؤل رئيسي هو "ما التأثيرات المختلفة لتعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية؟"

- 1- أهمية دراسة تأثيرات تليفزيون الواقع بوصفها ظاهرة عالمية حيث لاقت إقبالاً من فئة المراهقين نظراً لتقديمها نماذج من الشخصيات الشابة التي تنتمي لدول عربية مختلفة ووجود روح المنافسة بينهم .
- 2- تتمثل أهمية هذه الدراسة في أهمية المرحلة العمرية (15-18) سنة فهي مرحلة تتكون فيها شخصية المراهق ويكون طريقه لإكمال نموه، ونجد هذه المرحلة تتسم بعدم ثباتها الانفعالي وتأثرها بالمتغيرات المحيطة بها في المجتمع.
- 3- أهمية معرفة التأثيرات المختلفة لبرامج تليفزيون الواقع على المراهقين، لما تحتويه من عادات وأنماط تختلف مع واقع المجتمع المصري .

ثالثاً: أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة في معرفة التأثيرات المختلفة لتعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية من خلال :

- 1- التعرف على عدد ساعات تعرض عينة الدراسة لبرامج تليفزيون الواقع بالقنوات الفضائية.
- 2- معرفة دوافع تعرض عينة الدراسة لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات
- 3- رصد أكثر برامج تلفزيون الواقع التي يتابعها عينة الدراسة.
- 4- التعرف على معدل ثقة عينة الدراسة فيما يتم تقديمه عبر برامج تليفزيون الواقع وأسباب الثقة.
- 5- التعرف على تأثيرات متابعة عينة الدراسة لبرامج تليفزيون الواقع بالفضائيات.

رابعاً: مفاهيم للدراسة:

التأثير:

الأخرى في المجتمع لا تستطيع إنجاز أعمالها وتحقيق أهدافها دون الاعتماد على بعضهم البعض الذي أصبح ملزماً في المجتمع الحديث⁽⁴⁾

الآثار المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام :

يرصد "ملفين ديفليز وساندرابول روكيتش Deflure and Rockeach مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات رئيسية هي:⁽⁵⁾

أولاً : الآثار المعرفية Cognitive effects

تشتمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام وفقاً لنظرية الاعتماد على كشف الغموض , وتكوين الاتجاهات , وترتيب الأولويات , إتساع المعتقدات والقيم .

- (1) **الغموض** : ترتبط مشكلة الغموض بالآثار المعرفية لوسائل الإعلام , والغموض عبارة عن مشكلة ناتجة إما عن نقص المعلومات , أو معلومات بها صراع أو تناقض فالغموض يمكن أن يحدث لأن الناس يفتقدون إلى معلومات كافية لفهم معنى حدث أو يفتقدون إلى المعلومات التي تحدد التفسير الصحيح من بين تفسيرات عديدة تقدمها وسائل الإعلام .
- (2) **تكوين الاتجاه**: من الآثار المعرفية للأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام , أنهم يستخدمون تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع.
- (3) **ترتيب الأولويات** : تلعب وسائل الإعلام دورها في ترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة والمشكلات الملحة من بين العديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع .
- (4) **اتساع المعتقدات** : تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد الجمهور لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة من وسائل الإعلام , ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلى الأسرة أو الدين أو السياسة .
- (5) **القيم**: هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل : الأمانة - الحرية - المساواة وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية هذه القيم والتأكيد عليها .

ثانياً : الآثار الوجدانية Affective Effects:

- حيث يحدد ديفليير وروكيتش هذه الآثار الوجدانية في الفتور العاطفي أو اللامبالاة والخوف والقلق , والدعم المعنوي والاعتراب :
- (1) الفتور العاطفي : يفترض أن كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام يؤدي إلى الشعور بالتبلد أو اللامبالاة وعدم الرغبة في تقديم العون للآخرين حيث تقع أحداث عنيفة في الواقع الحقيقي .
 - (2) الخوف والقلق : عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث والاعتيالات فإنها تثير مشاعر الخوف لدى المتلقين والقلق من الوقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع .
 - (3) الدعم المعنوي والاعتراب : من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدى المواطنين أو تزايد الشعور بالاعتراب .

ثالثاً : التأثيرات السلوكية Behavioral Effects:

تتخصص الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين هما التنشيط والخمول:

- **التنشيط** : يعني قيام الفرد ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية , وقد يتمثل هذا التنشيط في اتخاذ مواقف مؤيدة لمطالبة الفرد لحقوقه والتنشيط في هذه الحالة يكون مفيداً اجتماعياً ولكن التنشيط الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام قد يكون ضاراً اجتماعياً مثل التورط في أعمال ضد المجتمع , ومحاكاة العنف والجرائم .
 - **الخمول** : يعني عدم النشاط وتجنب القيام بفعل معين وهذا النوع من الآثار السلوكية قد يتمثل في العزوف عن المشاركة السياسية وعدم الادلاء بالتصويت الانتخابي وعدم المشاركة في الأنشطة التي تقيد المجتمع.⁽⁶⁾
- وامتداد لقدرة التليفزيون على نقل المعلومات في بعض الأحداث والتأثير على الرأي العام من خلال عنصر الصورة تؤكد دراسة Larsen أن التليفزيون يمكن أن يغير إدراك الجمهور نحو بعض الموضوعات خاصة عندما ينقل التليفزيون معلومات مصورة جديدة ويكررها لمدة⁽⁷⁾

الافتراضات التي تقوم عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة من الافتراضات نستعرضها فيما يلي:.

- يعد النظام الإعلامي مهماً للمجتمع وتزداد درجة اعتماد الجمهور عليه في حالة إشباعه لحاجاته، يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما كان النظام

الإعلامي قادراً على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي أو الجمهور، وفي هذه الحالة ينبغي على النظام الإعلامي أن يتطور .

- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام كنتيجة لاختلافهم في الأهداف أو المصالح والحاجات الفردية؛⁽⁸⁾، ويختلف الجمهور من حيث اعتماده على وسائل الإعلام (الصفوة قمة الهرم) قد يكون له وسائل إعلامية الخاصة به غير الوسائل التقليدية (الصحافة...)، بمعنى أن للصفوة مصادرهما في الحصول على المعلومات (برقيات أو وكالات أنباء) والتي ليست متاحة لكل الناس.

- تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة وتبعاً لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار، ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات فيكون الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام، وكلما زادت التغيرات والأزمات في المجتمع زادت حاجة المجتمع للمعلومات (أي تغيير اجتماعي أو سياسي أو اقتصادي).⁽⁹⁾

مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

يحدد بعض الباحثين مزايا مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام في النقاط التالية :

1- تأخذ هذه النظرية في الحسبان حقيقة أن التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام بالنسبة للجمهور ربما تؤدي إلى تأثيرات على النظام الاجتماعي وعلى النظام الإعلامي نفسه فتؤدي إلى التغيير إما من خلال النظام السياسي أو بواسطة آلية السوق الحر وظهور وسائل إعلام بديلة.⁽¹⁰⁾

2- مقاييس الاعتماد أكثر أهمية من مقاييس الاستخدام العام وذلك بمجرد حساب المتغيرات الديموجرافية ودرجة الاهتمام، ولا تقوم مقاييس الاستخدام العام بمساهمة ذات دلالة في المعرفة .

3- من فوائد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أننا نستطيع أن نستخدم نفس المفاهيم الأساسية التي تنطبق على العلاقات الكبيرة بين النظم لبحث العلاقات الأكثر تحديداً بين الأفراد ووسائل الإعلام الجماهيرية.⁽¹¹⁾

4- توجيه النظر إلى الاهتمام بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الفردية والشخصية ولذلك فهي أصلح النماذج الاتصالية وأشملها في التعامل مع النظام الاجتماعي.⁽¹²⁾

أوجه القصور في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

هناك بعض أوجه القصور في نظرية الاعتماد نعرض لها كالآتي:.

1- لم تتعرض النظرية لدور قنوات الاتصال الشخصي داخل الجماعة أو داخل المنظمات.

- 2- تفتقر النظرية إلى الدليل المؤيد الموضوعي، ويرجع هذا إلى صعوبة إجراء دراسة على نطاق واسع تضم كل المتغيرات الخاصة بالنظرية.⁽¹³⁾
- 3- أن النموذج يباليغ في الاستقلال الواقعي للعناصر الثلاثة المختلفة في نظرية الاعتماد خصوصاً النظام الإعلامي من النظام الاجتماعي والذي يقدم كما لو أنه مصدر حيادي متاح لمقابلة مهما يظهر من احتياجات، حيث أن من المحتمل أن يرتبط النظام الإعلامي عن قرب أو يندمج في المؤسسات المهيمنة في المجتمع.⁽¹⁴⁾

دوافع اختيار نظرية الاعتماد في الإطار النظري للدراسة:

تُعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory مدخلاً نظرياً ملائماً لهذه الدراسة وهو الإطار النظري الذي تقوم على أساسه هذه الدراسة للأسباب التالية:

- 1- تساعد نظرية الاعتماد على اختبار مدى اعتماد المراهقين على برامج تليفزيون الواقع.
- 2- تعمل نظرية الاعتماد على توضيح الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى المراهقين من حيث مدى إلمامهم بما تقدمه برامج تليفزيون الواقع .
- 3- تساعد نظرية الاعتماد على التعرف على متي؟ ولماذا؟ يتعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع، وما التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

سادساً: الدراسات السابقة :

تعتبر الدراسات السابقة لما تتضمنه من حقائق ومعلومات ذات أهمية بالغة في مساعدة الباحثين على إنجاز أبحاثهم، كما أنها حجر الأساس الذي تركز عليه الدراسة والتي من خلالها قام الباحث بتحديد الخطوات والإجراءات التي اتبعتها لمعالجة مشكلة الدراسة باتباع خطوات البحث العلمي، وذلك بحصر ما توافر من الدراسات والبحوث السابقة والتي لها علاقة بموضوع الدراسة الحالية، وبالإطلاع على التراث العلمي في مجال الإعلام ومسح الدراسات السابقة فسوف يعرض الباحث الدراسات السابقة :

أكدت دراسة **إنجي حلمي محمود (2017)**⁽¹⁵⁾ حول تعرض الشباب الجامعي لبرامج المسابقات الغنائية في القنوات الفضائية وعلاقته بسماتهم الشخصية أن يشاهد 70.5% من أفراد العينة من الشباب الجامعي برامج المسابقات في القنوات الفضائية، ونسبة 16% يشاهدونها أحياناً، ونسبة 12.5% يشاهدونها نادراً، كما أثبتت مشاهدة الشباب الجامعي برامج المسابقات الغنائية (العروض المباشر والكواليس) بنسبة 47.7% وفي المركز الثاني جرى المشاهدة مرة واحدة بنسبة 39.5%، كما يشاهد

الشباب الجامعي برامج المسابقات الغنائية أكثر من ساعة بنسبة 47% في المركز الأول، كذلك أثبتت أن أكثر برامج المسابقات الغنائية التي يشاهدونها بالترتيب (ذا فويس- عرب أيدول- عرب جوت تالنت- أكس فاكطور- ستار أكاديمي- سوبر ستار)، بينما أوضحت دراسة **بسام أبو زيد (2014)** ⁽¹⁶⁾ حول علاقة تعرض الشباب الجامعي لبرامج المسابقات في التلفزيون المصري بمستوى الطموح لديهم أن أكثر برامج المسابقات التي تقبل عينة الدراسة على مشاهدتها في برامج المسابقات الغنائية والترفيهية، بينما توصلت دراسة **Christpher وأخرين (2013)** ⁽¹⁷⁾ حول تلفزيون الواقع يتنبأ بالنتائج الإيجابية والسلبية للفتيات المراهقات إلى أن تلفزيون الواقع يؤثر على سلوك المراهقين، وأثبتت أيضا أن مشاهدة التلفزيون الواقع له علاقة بزيادة الاهتمام بالمظهر الخارجي والاستعداد لتقديم تنازلات تتعلق بالقيم والعادات من أجل الشهرة، و أوضحت دراسة **دينا سليمان (2013م)** ⁽¹⁸⁾ حول القيم التي تعكسها البرامج الواقعية في القنوات الفضائية العربية وانعكاسها على إدراك الشباب للواقع الاجتماعي حرص عينة الدراسة على مشاهدة برنامج الواقع المفضل لهم أحيانا بنسبة 45% ثم في المركز الثاني دائما بنسبة 44% وهذا يدل على الإقبال الشديد من قبل عينة الدراسة من الشباب على مشاهدة برامج الواقع، جاء سبب أنها برامج غير مفيدة وتضيع الوقت بنسبة 28.5% في مقدمة أسباب عدم مشاهدة عينة الدراسة لبرامج تلفزيون الواقع، حصل برنامج ستار أكاديمي على المركز الأول بنسبة 76.33% وحصل برنامج Top Chef على المركز الرابع بنسبة 52.66% ثم برنامج الرابح الأكبر في المركز الخامس بنسبة 51.66% وبينت النتائج أيضا وجود علاقة بين كثافة المشاهدة وإدراك الشباب الجامعي للواقع الاجتماعي كما تقدمه برامج الواقع، وأظهرت دراسة **Natifia Mullings (2012)** ⁽¹⁹⁾ حول تلفزيون الواقع وأثره على التحصيل الدراسي لطلاب المدارس الثانوية في المدينة الداخلية أن 55.6% من كثفي المشاهدة أجابوا بأنهم لم يشعروا بأن مشاهدة برامج تلفزيون الواقع تؤثر على اتجاهاتهم نحو التعليم، وأوضحت أيضا أن تلفزيون الواقع لا يروق للطلاب الذين لديهم الحافز الدراسي بالرغم من ارتفاع نسبة مشاهدتهم لتلفزيون الواقع فهم يشاهدونه لأسباب اجتماعية ومنها مناقشة ما يحدث داخل العروض مع أصدقائهم مما يؤكد على أن مشاهدة تلفزيون الواقع هو فقط لأغراض ترفيهية وبالتالي يفتقر إلى مادة تعليمية على الرغم من أنه يحظى بشعبية كبيرة بين المراهقين، بينما أكدت دراسة **رانيا سعيد (2012)** ⁽²⁰⁾ حول برامج تلفزيون الواقع وعلاقتها بالسلوك الاجتماعي للشباب المصري أن الإناث تعد الفئة الأكثر مشاهدة لبرنامج ستار أكاديمي، وجاءت المشاهدة بدافع التسلية والترفيه في مقدمة الدوافع المشاهدة لدى الشباب وأوضحت أيضا أنه كلما زادت كثافة المشاهدة للبرنامج زادت فرص محاكاة المضمون وارتفعت نسبة الرضا عنه بما يؤثر في السلوكيات الاجتماعية للجمهور المشاهد، و أثبتت دراسة **Janell Le Roux (2011)** ⁽²¹⁾ حول تلفزيون الواقع وبناء الهوية أن تلفزيون الواقع يلعب دورا مهما في تشكيل هوية ما بعد الحداثة

من الناس العاديين والمشاهير، وأن المشاركين في البرامج التي تم تحليلها من السهل عليهم جعل هوية شخص آخر خاصة بهم فيبدو أن العقل ما بعد الحداثة يتأثر بسهولة ويكون على استعداد لتبني هوية أحد المشاهير واعتبار هذه الهوية ملكاً لهم، والتالي يمتلك المشاركون الهوية قص ولصق، في حين كشفت دراسة **محمد هادي محمد (2011)** (22) حول استخدامات المواد الترفيهية التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها، دراسة على عينة من الشباب اليمنى أن المتغير الرئيسي والمؤثر في انتقاء البرامج التلفزيونية هو مدى قيمتها الترفيهية، كما أفصحت أن الغالبية العظمى من الشباب اليمنى يشاهدون التلفزيون بنسبة بلغت (98.1%) وتصدرت القنوات الفضائية العربية المشاهدة بمتوسط حسابي (21.3) وأن أهمية الترفيه التلفزيوني للشباب اليمنى مقارنة بالمواد التلفزيونية الأخرى بلغت (70%) وأن ساعات المشاهدة لها يوماً وتصدرت القنوات الفضائية وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى كوسيلة ترفيه عن الشباب بمتوسط (71.3) وأن أبرز القنوات الفضائية المفضلة لديهم هي الجزيرة، MBC والسعيدة، اليمن، اقرأ، المجد، الرسالة، العربية، وجاءت البرامج المفضلة في هذه القنوات متمثلة في البرامج الدينية والكوميديا والأخبار والمسابقات والمسلسلات والتمثليات، وتوصلت دراسة **بسنت مراد فهمي حسن (2010)** (23) حول علاقة الشباب الجامعي ببرامج تلفزيون الواقع في إطار تطبيق نظرية تأثير الشخص الثالث، دراسة ميدانية إلى قبول الفرض الإدراكي للنظرية وقبول كلا من الفرض الخاص بالمسافة الاجتماعية اختلاف المتغيرات الديموجرافية بين الذات والآخرين جزئياً، وتم قبول الفرض الخاص بالمرغوبية الاجتماعية جزئياً ولم يتم قبول صحة الفرض الخاص بمتغيرات (التوحد- إدراك الواقعية- الاستمتاع- كم التعرض) ولكن ثبت قبول صحة الفرض الفرعي الخاص بأعمال العقل والانتباه جزئياً في العلاقة بين هذين المتغيرين وبين إدراك التأثير على الآخرين، بينما أوضحت دراسة **Caitlin Elizabeth Dyer (2010)** (24) حول تلفزيون الواقع: استخدام نظرية العلاقة الاجتماعية والاقتصادية النظرية لتحديد نجاح برمجة حقيقة الشبكة، أن برامج تلفزيون الواقع هي منتج ناجح اقتصادياً فهي قادرة على جلب أعلى الدولارات من خلال الإعلانات وخاصة وقت الذروة، أن المشاهدين الإناث أكثر عرضة لتكوين علاقات شبه اجتماعية من المشاهدين الذكور، كذلك أثبتت أن الأسباب التي تدفع المبحوثين لمشاهدة برامج تلفزيون الواقع هي (الإثارة الدرامية داخل البرنامج- التنافس الموجود بين المتسابقين- التواصل مع المتسابقين) وذلك من خلال التصويت للمتسابق المفضل لكي يبقى حتى نهاية البرنامج، وأكدت دراسة **سماح القاضي (2009)** (25) حول تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية أن برنامج سوبر ستار جاء في المركز الأول بنسبة 66.42% يليه برنامج ستار أكاديمي بنسبة 64.33% ثم برنامج هزي يا نواعم في المركز الثالث بنسبة 53.50%، كما أوضحت أن نسبة متابعة برامج تلفزيون الواقع كبيرة وبالتالي سوف يؤثر ذلك عليهم حيث جاء في المركز الأول منخفض التعرض لبرامج تلفزيون الواقع بنسبة 24.8% أما بالنسبة

لدوافع مشاهدة الشباب لهذه البرامج فجاء دافع الملل في المركز الأول بنسبة 80.33% يليه دافع قضاء وقت الفراغ بنسبة 79.42% ثم الاستقادة من أسلوب حياة المشتركين بنسبة 67.58%، وهناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لبرامج تلفزيون الواقع وزيادة استهلاك السلع الاستهلاكية الثقافية، و أثبتت **بونتس Erika S. Pontius (2008)** (26) حول تأثير تلفزيون الواقع على المشاهد، وتصورات للواقع أن المجموعة الأعلى كثافة في عدد ساعات مشاهدة الحلقات حققت درجات أعلى من المجموعة الأقل مشاهدة في درجات مقياس إدراك الواقع كما عرضته الحلقات، بينما توصلت دراسة **هبة شاهين (2008)** (27) حول " دور تلفزيون الواقع في تشكيل صورة ذهنية عن العلاقة بين الجنسين لدى الشباب الجامعي " دراسة حالة لبرنامج سنار أكاديمي إلى عدة نتائج من أهمها فيما يتعلق بالدراسة التحليلية، أن السلوكيات التي يمارسها المشاركون في البرنامج من الذكور والإناث لا تتوافق مع القيم والثقافة العربية، كما توصلت الدراسة الميدانية إلى ارتفاع نسبة إدراك المبحوثين للتأثيرات السلبية لبرنامج سنار أكاديمي بنسبة 57.3% من إجمالي المبحوثين، وجاء في مقدمة التأثيرات السلبية - كما أشار المبحوثين - التأثير على القيم الدينية، الانبهار بالغرب وتقليده، التأثير على الهوية الثقافية، في حين تمثلت إيجابيات البرنامج من - وجهة نظر المبحوثين - في اكتساب مهارات جديدة، إتاحة تفاعل الجمهور وإحساسه بسلطة اتخاذ القرار والتعرف على ملامح الواقع الذي نعيشه، وأكدت دراسة **علياء رمضان (2008)** (28) حول " حرية البث الفضائي ومسؤولية الإعلام العربي في الحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمعات العربية"، وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض الشباب الليبي للبث الفضائي الإعلامي وإدراكهم لكل من حرية البث الفضائي وإدراكهم لمسؤولية الإعلام العربي الليبي في الحفاظ على الهوية الثقافية، بينما توصلت دراسة **بطرس حلاق (2007)** (29) حول تأثير البرامج التلفزيونية في عملية التنشئة الاجتماعية، المجتمع السوري نموذجاً إلى عدم وجود اختلافاً في نمط المتابعة باختلاف الشرائح العمرية للأبناء وقد كان النمط المتبع هو المتابعة بشكل منقطع، وغياب الأب عن الفترات التي يتابع فيها الأبناء برامج التلفزيون، ولا تحظى البرامج التعليمية بتفضيل المتابعة لدى جميع أفراد الأسرة السورية، و أوضحت دراسة **نابي Robin, Nabi (2007)** (30) حول أبعاد الواقع التلفزيوني أن أكثر برامج التلفزيون الواقع قرباً إلى الجمهور هي تلك الأنواع التي تمثل الرومانسية، تليها برامج المناقشة والمسابقات ولم تتضح الفروق بين عينتي الدراسة فيما يتعلق بتوقيت عرض البرامج، و أظهرت دراسة **باباتشارلي ومندلسون Papacharissi and Mendelson (2007)** (31) حول استخدامات تلفزيون الواقع والإشباع المتحققة منها أن أهم دوافع مشاهدة تلفزيون الواقع كانت أنها وسيلة للترفيه والاسترخاء وتميرير الوقت والتفاعل الاجتماعي والتلذذ عن طريق التلصص، وكان الارتباط إيجابياً دالاً بين معدل مشاهدة التلفزيون ودوافع مشاهدة تلفزيون الواقع (التسلية الواقعية- تمضية الوقت- الصحبة- الاسترخاء- التفاعل

الاجتماعي)، وأشارت دراسة عبد الله الدناني (2006)⁽³²⁾ حول "البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية" إلى أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة بنسبة 80% بأنهم يشاهدون القنوات الفضائية العربية الخاصة، فيما يحرص على متابعة الفضائيات الحكومية (الرسمية) بنسبة 17% فقط من عينة الدراسة، وجاءت البرامج الترفيهية في المرتبة الرابعة بنسبة 13% من حيث أفضلية البرامج التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها في القنوات الفضائية، وأشار 67% من عينة الدراسة إلى أن القنوات الفضائية العربية تروج للعنف والإثارة والجنس، كما أشار 53% من عينة الدراسة إلى أن القنوات الفضائية العربية تسهم في ظاهرة تشويه صورة المواطن العربي، كما أكد 63% من عينة الدراسة أن الفضائيات العربية تتبع استراتيجية العولمة من حيث مضامين بعض البرامج التي تقدمها والتي تهدف إلى تكريس قيم واتجاهات محددة تخدم العولمة وتروج لأفكارها، وأوضحت دراسة نهلة عساف (2006)⁽³³⁾ حول "أثر استخدام تكنولوجيا التعبير المرئي على محتوى الصورة التليفزيونية - دراسة على عينة من الفضائيات العربية ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية لتصل 43.5% يتابعوا دائماً - 49.5% أحياناً - 7% أحياناً، كما ارتفعت ساعات المتابعة لتصل إلى نسبة 20.8 يشاهدوا أكثر من ثلاث ساعات يومياً، كما جاءت قناة دريم (1) في الترتيب الثاني من حيث تفضيل عينة الدراسة للقنوات الفضائية بنسبة بلغت 49.5%، وأكدت دراسة رونيك وبيسل Ronpeek and Bissel (2006)⁽³⁴⁾ حول تليفزيون الواقع و تصور الشخص الثالث مشاهدة المبحوثين لتلك البرامج الثلاثة لم تكن منتظمة، كما وجد الباحثان أن المبحوثين يرون أن الآخرين أنفسهم أكثر تأثراً بتلك البرامج أكثر منهم، سواء كان هؤلاء الآخرين هم الأصغر منهم سناً أو الأكبر سناً، وكان لمتغير المسافة الاجتماعية تأثير في الفجوة الإدراكية لتأثير برامج الواقع على الفئات.

أوجه الاستفادة من مراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بالدراسة وإطارها النظري:

- 1- فهم أبعاد المشكلة البحثية، وصياغتها، وتحديد أهميتها وهدفها الرئيسي وأهدافها الفرعية.
- 2- تحديد منهجية الدراسة من خلال الاعتماد على المنهج المسحي بشقه الميداني، وتحديد المدخل النظري الملائم للدراسة متمثلاً في الاعتماد على وسائل الإعلام.
- 3- تفسير نتائج الدراسة الميدانية من خلال مقارنة ما تم التوصل إليه بنتائج بعض الدراسات السابقة ذات العلاقة.

سابعاً: تساؤلات الدراسة:

- 1- ما عدد ساعات تعرض عينة الدراسة لبرامج تليفزيون الواقع بالقنوات الفضائية؟
 - 2- ما دوافع تعرض عينة الدراسة لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات ؟
 - 3- ما أكثر برامج تلفزيون الواقع التي يتابعها عينة الدراسة؟
 - 4- ما معدل ثقة عينة الدراسة فيما يتم تقديمه عبر برامج تليفزيون الواقع وأسباب الثقة؟
 - 5- ما تأثيرات متابعة عينة الدراسة لبرامج تليفزيون الواقع بالفضائيات؟
- ثامناً: فروض الدراسة:**

- 1- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية وبين دوافع تعرضهم لها.
- 2- توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات و درجة الثقة فيما يتم عرضه بهذه البرامج.
- 3- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات وتأثيراتها المختلفة عليهم.
- 4- توجد فروق دالة احصائياً بين تأثيرات متابعة المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع بالفضائيات مع المتغيرات الديموجرافية لديهم والمتمثلة في (النوع والسن والمستوي الاقتصادي الاجتماعي)".

تاسعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

(أ) نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى لرصد وتوصيف طبيعة تعرض المراهقين -عينة الدراسة - لبرامج تليفزيون الواقع ، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بشقه الميداني، وفي إطاره تم مسح عينة من المراهقين؛ لمعرفة التأثيرات المختلفة لتعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية.

(ب) مجتمع وعينة الدراسة:

- مجتمع الدراسة الميدانية : يتمثل مجتمع الدراسة في المراهقين ممن تتراوح أعمارهم ما بين (15-18 عام).
- وتم جمع عينة الدراسة من خلال :

- **عينة الدراسة البشرية :** تمثلت عينة الدراسة في عينة عمدية بلغ قوامها (400) مفردة من المراهقين (15-18 سنة) من الجنسين (200 ذكور، و200 إناث) .

جدول رقم (1) خصائص العينة

ونوضح خصائص عينة الدراسة في الجدول التالي .:

جدول رقم (1) يوضح خصائص عينة الدراسة

(ن = 400)		العينة	
%	ك	المتغيرات	
50	200	ذكور	النوع
50	200	اناث	
100	400	المجموع	
32.5	130	منخفض	المستوى الاجتماعي والاقتصادي
53.3	213	متوسط	
14.3	57	مرتفع	
100	400	جملة	
16	64	15 عام	السن
31.5	126	16 عام	
37.5	150	17 عام	
15	60	18 عام	
100	400	جملة	
19.8	79	منخفض	معدل التعرض
61.8	247	متوسط	
18.5	74	كثيف	
100	400	جملة	

(ج) أدوات جمع البيانات:

- استخدمت الدراسة صحيفة الاستقصاء بالمقابلة لتحقيق أهداف الدراسة واختبار فروضها.

أ- صدق صحيفة الاستبيان: تم عرض الصحيفة علي مجموعة من المحكمين (35) في مجال دراسات الإعلام، وأفادت ملاحظات السادة المحكمين في تعديل بعض الأسئلة لتصبح مواكبة لأهداف الدراسة .

ب- ثبات صحيفة: ويقصد بالثبات في صحيفة الاستبيان توصل الباحثين إلى نفس النتائج بتطبيق نفس الاستمارة، حيث يعبر الثبات عن نسبة الاتساق بين أكثر من باحث في تطبيق استمارة الاستبيان باستخدام نفس أداة استمارة الاستبيان، ولذا قام الباحث باختيار عينة مصغرة من المبحوثين، تمثل 10% من عينة الدراسة (40) مفردة من خلال (10 أسئلة) وذلك عن طريق المقابلة، ثم استعان الباحث بباحثين آخرين (36) لتطبيق الاستبيان مرة أخرى وذلك بعد توضيحه لهم، وتعريفهم بالهدف من الدراسة، حيث شرح الباحث لهم

الاستمارات، وتم تزويدهم بنسخ من استمارات الاستبيان، وقد أوضحت نتائج التطبيق تطابق التحليل في الحالتين وهو ما يشير إلى معدل مرتفع للثبات 97% مما يشير إلى صلاحية الاستمارة ودقتها، مما يدل على ثبات تطبيق الاستبيان في، وكذلك صلاحية صحيفة الاستبيان للتطبيق.

وتمثلت استفادة الباحث من هذه الخطوة فيما يلي:

- 1- التعرف على مدى وضوح الأسئلة.
- 2- التعرف على الزمن الذي يستغرقه ملء الاستمارة حيث أن التطبيق يتراوح بين 10-15 دقيقة.
- 3- محاولة التعرف على بعض مشكلات العمل الميدانية وتلافيها.

د) المعالجة الإحصائية للبيانات:

أساليب المعالجة الإحصائية:-

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى 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.:

- (1) التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- (3) معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين المتغيرات.
- (4) اختبار كا² Chi Square Test .
- دراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- (5) اختبار T- Test وهو أسلوب إحصائي بارامترى لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio) .
- (6) تحليل التباين ذي البعد الواحد One Analysis of Variance

المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

عاشراً: نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة الميدانية

1- عدد ساعات تعرض لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية.

جدول رقم (2)

يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث

في عدد ساعات تعرضهم لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية

الدلالة د ح 3	كا2	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع عدد الساعات
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.000 دالة	22.34	19.8	79	20	40	19.5	39	أقل من ساعة
		30.2	121	30	60	30.5	61	من ساعة إلى ساعتين
		31.5	126	32.5	65	30.5	61	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
		18.5	74	17.5	35	19.5	39	أكثر من ثلاث ساعات
		100	400	100	200	100	200	المجموع

• يتضح من الجدول السابق:-

إن نسبة (31.5%) من أفراد العينة يشاهدون برامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية يشاهدون ساعتين إلى ثلاث ساعات موزعة بنسبة (30.5%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (32.5%) لأفراد العينة الإناث ، بينما يشاهدها (30.2%) من ساعة إلى ساعتين موزعة بنسبة (30.5%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (30%) لأفراد العينة الإناث، بينما يشاهدها (19.8%) أقل من ساعة موزعة بنسبة (19.5%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (20%) لأفراد العينة الإناث، في حين يشاهدها نسبة (18.5%) من ثلاث ساعات فأكثر موزعة بنسبة (19.5%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (17.5%) لأفراد العينة الإناث.

- اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة سماح القاضي (2009)⁽³⁷⁾ حيث أوضحت أن نسبة متابعة برامج تليفزيون الواقع كبيرة، كما اتفقت مع نتائج دراسة إنجي حلمي محمود (2017)⁽³⁸⁾ حيث أثبتت أن عينة الدراسة تشاهد برامج المسابقات الغنائية أكثر من ساعة بنسبة 47% في المركز الأول.

التأثيرات المختلفة لتعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية

- كذلك يتضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (ذكور – إناث) في عدد ساعات مشاهدة برامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية، حيث كانت قيمة (كا=22.34) وهي دالة عند مستوى (0.05).

مما سبق نلاحظ:

ارتفاع معدل الساعات التي يقضيها أفراد العينة الذكور والإناث في مشاهدة برامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية.

2- أكثر فترات مشاهدة لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية بالأولوية.

جدول رقم (3)

يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث

في أكثر فترات مشاهدة لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية بالأولوية

الدلالة د ح 3	كا2	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع فترات المشاهدة
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.000 داله	83.560	11	44	12	24	10	20	الصباحية
		20.8	83	22	44	19.5	39	الظهيرة
		43	172	39	78	47	94	المساء
		25.2	101	27	54	23.5	47	السهرة
		100	400	100	200	100	200	المجموع

• يتضح من الجدول السابق:-

إن نسبة (43%) أفراد العينة يشاهدون برامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية في فترة المساء موزعة بنسبة (47%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (39%) لأفراد العينة الإناث، بينما جاء في المرتبة الثانية نسبة (25.2%) في فترة السهرة موزعة بنسبة (23.5%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (27%) لأفراد العينة الإناث، بينما يشاهدها (20.8%) في فترة الظهيرة موزعة بنسبة (19.5%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (22%) لأفراد العينة الإناث، بينما يشاهدها، في حين يشاهدها (11%) من الفترة الصباحية موزعة بنسبة (10%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (12%) لأفراد العينة الإناث.

- كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (ذكور – إناث) في فترات مشاهدة لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية، حيث كانت قيمة (كا=83.560) وهي دالة عند مستوى (0.05).

3- النتائج المتعلقة بدوافع تعرض المراهقون لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية

جدول رقم (4)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

لدوافع تعرض المراهقون لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية.

الإجمالي		انثي		ذكر		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
24.3	97	21	42	27.5	55	دوافع تعرضك لبرامج الواقع
17	68	11.5	23	22.5	45	ملء وقت الفراغ
13.3	53	15.5	31	11	22	التسلية والترفيه
11.3	45	10.5	21	12	24	تساعدني على معرفة ملامح الواقع الذي نعيشه
10.8	43	10.5	21	11	22	الفضول وحب الاطلاع على الآخرين
6	24	6.5	13	5.5	11	لأنها برامج من نوعية جديدة
5.5	22	5.5	11	5.5	11	بها معلومات تفيدني
5.3	21	7.5	15	3	6	لأنه تسمح للجمهور بالمشاركة
4.8	19	8.5	17	1	2	لمواكبة الجديد في البرامج ومناقشتها مع أصدقائي
4	16	5	10	3	6	لتشجيع المشاركين
						لأنها برامج منافسة
400		200		200		الإجمالي

يتضح من الجدول السابق :-

جاء ملء وقت الفراغ في مقدمة دوافع تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية لدى أفراد العينة بنسبة 24.3%، يليه في الترتيب الثاني التسلية والترفيه بنسبة 17%، بينما جاء معرفة ملامح الواقع الذي نعيشه في الترتيب الثالث بنسبة 13.3%، وفي الترتيب الرابع الفضول وحب الاطلاع على الآخرين بنسبة 11.3%، وجاء في الترتيب الخامس الفضول لأنها برامج من نوعية جديدة بنسبة 10.8%، وجاء في الترتيب السادس بها معلومات تفيدني بنسبة 6%.

- اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة رانيا سعيد (2012)⁽³⁹⁾ حيث أثبتت أن المشاهدة جاءت بدافع التسلية والترفيه في مقدمة دوافع تعرض عينة الدراسة لتليفزيون الواقع، كما اختلفت عن نتائج دراسة محمد هادي محمد (2011)⁽⁴⁰⁾ حيث أكدت أن الدافع في انتقاء البرامج هو مدى قيمتها الترفيهية، واختلفت عن نتائج دراسة Caitlin Elizabeth Dyer (2010)⁽⁴¹⁾ حيث أثبتت أن الأسباب التي تدفع المبحوثين لمشاهدة برامج تلفزيون الواقع هي (الإثارة

التأثيرات المختلفة لتعرض المراهقين لبرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية

الدرامية داخل البرنامج- التنافس الموجود بين المتسابقين- التواصل مع المتسابقين).

4- أكثر برامج تلفزيون الواقع التي يتابعها (عينه الدراسة)

جدول رقم (5)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأكثر برامج تلفزيون الواقع التي يتابعها المراهقون في الفضائيات العربية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الإجمالي ن = 400		أكثر برامج تلفزيون الواقع التي يتابعها المراهقون
			%	ك	
1	0.391	0.19	18.8	75	the voice
2	0.372	0.17	16.5	66	ستار اكاديمي
3	0.367	0.16	16	64	توب شيف Top chif
4	0.325	0.12	12	48	the voic kids ذا فويس كيدز
5	0.294	0.10	9.5	38	Mission Fashion برنامج
6	0.287	0.09	9	36	برنامج الراح الأكبر
7	0.255	0.07	7	28	شط بحر الهوي
7	0.251	0.07	6.8	27	المهمة 2
7	0.260	0.7	6.5	26	Arab Got Talent برنامج
8	0.233	0.06	5.8	23	برنامج رقص النجوم
9	0.208	0.05	4.5	18	برنامج ديو المشاهير
9	0.223	0.05	5.3	21	برنامج سوبر ستار

يتضح من الجدول السابق:-

جاء برنامج the voice في مقدمة برامج تلفزيون الواقع التي يتابعها المراهقون (عينه الدراسة) بنسبة (18.8%)، يليه في الترتيب الثاني برنامج ستار اكاديمي بنسبة (16.5%)، بينما جاء برنامج توب شيف Top chif في الترتيب الثالث بنسبة (16%)، في حين جاء برنامج the voic kids ذا فويس كيدز في الترتيب الرابع بنسبة (12%)، يليه في الترتيب الخامس برنامج Mission Fashion بنسبة (9.5%)، بينما جاء برنامج الراح الأكبر في الترتيب السادس بنسبة (9%)، في حين جاء برنامج (شط بحر الهوي - المهمة 2 - Arab Got Talent) في الترتيب السابع بنسبة (6.5%)، يليه في الترتيب الثامن برنامج رقص النجوم بنسبة (5.8%)، واخيرا جاء برنامج (ديو المشاهير - سوبر ستار) في الترتيب التاسع بنسبة (5.3%).

- اختلفت نتائج الدراسة الحالية عن نتائج دراسة سماح القاضي (2009) (42) أن برنامج سوبر ستار اكاديمي جاء في المركز الأول بنسبة 66.42% يليه برنامج

التأثيرات المختلفة لتعرض المراهقين لبرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية

ستار أكاديمي بنسبة 64.33% ثم برنامج هزي يا نواعم في المركز الثالث بنسبة 53.50%.

مما سبق نلاحظ

إن برنامج the voice جاء في مقدمة برامج تلفزيون الواقع التي يتابعها المراهقين (عينة الدراسة) بنسبة 18,8%، يليه في الترتيب الثاني برنامج ستار أكاديمي .

5- ما يجذب (عينة الدراسة) اثناء مشاهدة برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية

جدول رقم (6)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لما يجذب (عينة الدراسة) اثناء مشاهدة برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الإجمالي ن = 400		ما يجذب المراهقين اثناء مشاهدة برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية
			%	ك	
8	0.171	0.03	3	12	المتبارون البنات
8	0.178	0.03	3.3	13	المتبارون الأولاد
6	0.297	0.10	9.8	39	المدرّبون أو المشرفون
5	0.322	0.12	11.8	47	المكان
3	0.406	0.21	20.8	83	الإخراج
7	0.223	0.05	5.3	21	العفوية
1	0.461	0.31	30.5	122	التنافس
9	0.131	0.02	1.8	7	الدخول في حياة الآخرين الخاصة
4	0.399	0.20	19.8	79	النجومية المتاحة للجميع
1	0.463	0.31	31	124	التعبير عن المشاعر والانفعالات
2	0.441	0.26	26.3	105	التقدم الذي يحرزه المتنافسون

يتضح من الجدول السابق:-

جاء كلاً من التنافس والتعبير عن المشاعر والانفعالات في مقدمة ما يجذب المراهقون (عينة الدراسة) اثناء مشاهدة برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية بمتوسط 0.31 لكلاً منهما، يليه في الترتيب الثاني التقدم الذي يحرزه المتنافسون

التأثيرات المختلفة لتعرض المراهقين لبرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية

بمتوسط 0.26، بينما جاء الإخراج في الترتيب الثالث بمتوسط 0.21، في حين جاء النجومية المتاحة للجميع في الترتيب الرابع بمتوسط 0.20 يليه في الترتيب الخامس المكان بمتوسط 0.12، بينما جاء المدربون أو المشرفون في الترتيب السادس بمتوسط 0.10، في حين جاء العفوية في الترتيب السابع بمتوسط 0.05، يليه في الترتيب الثامن (المتبارون الاولاد - المتبارون البنات) بمتوسط 0.03، واخيرا جاء الدخول في حياة الآخرين الخاصة في الترتيب التاسع بمتوسط 0.02.

6- متابعة المراهقين لبرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية مع الآخرين.

جدول رقم (7)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

لمتابعة المراهقين لبرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية مع الآخرين

الإجمالي		انثى		ذكر		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
61.5	246	67	134	56	112	هل تتابع البرامج مع أفراد الأسرة
36	144	29	58	43	86	بمفردك
14.5	58	21.5	43	7.5	15	مع الأصدقاء
400		200		200		الإجمالي (ن)

• يتضح من الجدول السابق:-

إن نسبة (61.5%) من أفراد العينة يشاهدون برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية مع افراد الاسرة وعلي مستوي النوع نجد ان نسبة (56%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (67%) لأفراد العينة الإناث، في حين أن نسبة (36%) يشاهدون بمفردهم وعلي مستوي النوع نجد ان نسبة بنسبة (43%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (29%) لأفراد العينة الإناث، بينما يشاهدون مع الاصدقاء نسبة (14.5%) وعلي مستوي النوع نجد ان نسبة (7.5%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (21.5%) لأفراد العينة الإناث.

مما سبق نلاحظ:.

ارتفاع معدل متابعة المراهقين لبرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية مع افراد الاسرة بين أفراد العينة الذكور والإناث.

7- الثقة فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية.

جدول رقم (8)

يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث

الثقة فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية

الدلالة د ح 1	كا2	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الثقة
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.000 داله	47.610	67.3	269	77.5	155	57.0	114	نعم
		32.7	131	22.5	45	43.0	86	لا
		100	400	100	200	100	200	المجموع

• يتضح من الجدول السابق:-

إن نسبة (67.3%) من أفراد العينة يتقون فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية موزعة بنسبة (57%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (77.5%) لأفراد العينة الإناث، بينما لا يثق بنسبة (32.7%) موزعة بنسبة (43%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (22.5%) لأفراد العينة الإناث .

مما سبق نلاحظ:-

ارتفاع معدل الثقة فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية بين أفراد العينة الإناث.

- كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (ذكور – إناث) في الثقة فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية، حيث كانت قيمة (كا2=47.610) وهي دالة عند مستوى (0.05).

8- درجة الثقة في برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية.

جدول رقم (9)

يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث

درجة الثقة في برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية

الدلالة د ح 2	كا2	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الثقة
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.000 دال	69.960	19.7	53	22.6	35	15.8	18	أثق بدرجة كبيرة
		56.1	151	49.0	76	65.8	75	أثق بدرجة متوسطة
		24.2	65	28.4	44	18.4	21	أثق بدرجة منخفضة
		100	269	100	155	100	114	المجموع

يتضح من الجدول السابق:-

تثق أفراد العينة في برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية بنسبة (56.1%) بدرجة متوسطة موزعة بنسبة (65.8%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (49%) لأفراد العينة الإناث، في حين أن نسبة (24.2%) تثق بدرجة منخفضة موزعة بنسبة (18.4%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (28.4%) لأفراد العينة الإناث، نسبة (53%) من بدرجة كبيرة موزعة بنسبة (15.8%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (19.7%) لأفراد العينة الإناث

- كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (ذكور - إناث) في الثقة فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية، حيث كانت قيمة (كا = 2) (69.960) وهي دالة عند مستوى (0.5).

9- اسباب الثقة فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية.

جدول رقم (10)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

لأسباب الثقة فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية

اسباب الثقة		النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
26	22.8	45	29	71	26.4	26	22.8	71	26.4
58	50.9	60	38.7	118	43.9	58	50.9	118	43.9
30	26.3	50	32.3	80	29.7	30	26.3	80	29.7
114	100	155	100	269	100	114	100	269	100

• يتضح من الجدول السابق:-

تثق نسبة (43.9%) من أفراد العينة فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية لأنها تقدم صور للواقع موزعة بنسبة (50.9%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (38.7%) لأفراد العينة الإناث، بينما تثق نسبة (29.7%) لأنها تعتمد على معايير واضحة في التحكم موزعة بنسبة (26.3%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (32.3%) لأفراد العينة الإناث، كما نسبة (26.4%) من أفراد العينة فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية لأن القائمين على تقديمها من المشاهير موزعة بنسبة (22.8%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (29%) لأفراد العينة الإناث.

10- أسباب عدم الثقة فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية.

جدول رقم (11)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

لأسباب عدم الثقة فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
أسباب عدم الثقة		%	ك	%	ك	%	ك
لا تعتمد على معايير واضحة في التحكم		30.2	26	24.4	11	28.2	37
التحيز الواضح لبعض المتسابقين		37.2	32	51.1	23	41.9	55
لأنها عبارة عن تمثيل ولا تمثل الواقع		33.7	29	22.2	10	29.9	39
المجموع		100.0	86	100.0	45	100.0	131

يتضح من الجدول السابق:-

إن نسبة (41.9%) لا تثق فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية لأنها تظهر التحيز الواضح لبعض المتسابقين موزعة بنسبة (37.2%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (51.1%) لأفراد العينة الإناث، بينما لا تثق بنسبة (29.9%) لأنها عبارة عن تمثيل ولا تمثل الواقع موزعة بنسبة (33.7%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (22.2%) لأفراد العينة الإناث، بينما نسبة (28.2%) من أفراد العينة لأنها لا تعتمد على معايير واضحة في التحكم موزعة بنسبة (30.2%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (24.4%) لأفراد العينة الإناث

11- المناقشة مع الآخرين فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية.

جدول رقم (12)

يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث

المناقشة مع الآخرين فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		الدلالة د ح 1
	%	ك	%	ك	%	ك	
نعم	53.5	107	59.5	119	56.5	226	0.009 داله
لا	46.5	93	40.5	81	43.5	174	
المجموع	100	200	400	200	100	394	

• يتضح من الجدول السابق:-

إن نسبة (56.5%) من أفراد العينة يتناقشون مع الآخرين فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية موزعة بنسبة (53.5%) لأفراد العينة

التأثيرات المختلفة لتعرض المراهقين لبرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية

الذكور ونسبة (59.5%) لأفراد العينة الإناث، بينما لا يتناقش مع الآخرين بنسبة (43.5%) موزعة بنسبة (46.5%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (40.5%) لأفراد العينة الإناث .

- كذلك يتضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في درجة المناقشة مع الآخرين فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية، حيث كانت قيمة (كا = 6.760) وهي دالة عند مستوى (0.05).

12- موضوع نقاش المراهقين (عينه الدراسة) حول مشاهدة برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية

جدول رقم (13)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لموضوع نقاش المراهقين (عينه الدراسة) حول مشاهدة برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية

الترتيب	الإجمالي		انثى		ذكر		النوع
	%	ك	%	ك	%	ك	
1	23.3	93	22	44	24.5	49	اسلوب حياة المشتركين
2	20.5	82	16	32	25	50	سلوكيات المشتركين
3	17.5	70	16	32	19	38	شكل البرامج
4	14.5	58	17.5	35	11.5	23	شخصية المشتركين
5	7	28	8.5	17	5.5	11	القصص المرتبطة بحياة المشتركين
-		400		200		200	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق:-

جاء اسلوب حياة المشتركين في مقدمة موضوع نقاش المراهقين (عينه الدراسة) حول مشاهدة برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية بنسبة (41.3%)، يليه في الترتيب الثاني سلوكيات المشتركين بنسبة (25.8%)، بينما جاء شكل البرامج في الترتيب الثالث بنسبة (36.4%)، في حين تأتي شخصية المشتركين في الترتيب الرابع بنسبة (31.1%)، يليه في الترتيب الخامس القصص المرتبطة بحياة المشتركين بنسبة (12.4%) .

مما سبق نلاحظ

إن اسلوب حياة المشتركين جاء في مقدمة موضوع نقاش المراهقين (عينه الدراسة) حول مشاهدة برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية، يليه في الترتيب الثاني سلوكيات المشتركين.

13- المشاركة في التصويت لبرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية برسائل SMS .

جدول رقم (14)

يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث

المشاركة في التصويت لبرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية برسائل

SMS

الدلالة د ح 1	كا2	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع المشاركة
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.000 داله	16.810	39.7	159	44.5	89	35	70	نعم
		60.3	241	55.5	111	65	130	لا
		100	394	400	200	100	200	المجموع

• يتضح من الجدول السابق:-

تشارك نسبة (39.7%) من أفراد العينة في التصويت لبرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية برسائل SMS موزعة بنسبة (35%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (44.5%) لأفراد العينة الإناث، بينما لا يشارك بنسبة (60.3%) موزعة بنسبة (65%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (55.5%) لأفراد العينة الإناث .

- كذلك يتضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في المشاركة في التصويت لبرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية برسائل SMS، حيث كانت قيمة (كا2 = 16.810) وهي دالة عند مستوى (0.05).

14- أسباب المشاركة في التصويت لبرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية برسائل SMS.

جدول رقم (15)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

لأسباب المشاركة في التصويت لبرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية

برسائل SMS

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع	اسباب المشاركة
%	ك	%	ك	%	ك		
46.5	74	52.8	47	38.6	27		للتصويت
27.7	44	24.7	22	31.4	22		ليبحث رسائل للمشتركين
25.8	41	22.5	20	30.0	21		للتنقد وإبداء الرأي
100.0	159	100.0	89	100.0	70		المجموع

يتضح من الجدول السابق:-

تشارك نسبة (46.5%) من أفراد العينة في التصويت لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية برسائل SMS للتصويت موزعة بنسبة (38.6%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (52.8%) لأفراد العينة الإناث، كما تشارك نسبة (27.7%) لبعث رسائل للمشاركين موزعة بنسبة (31.4%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (22%) لأفراد العينة الإناث، بينما تشارك نسبة (25.8%) للنقد وإبداء الرأي موزعة بنسبة (30%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (22.5%) لأفراد العينة الإناث .

15- النتائج المتعلقة بمقياس تأثيرات متابعة برامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية

جدول رقم (16)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

على مقياس تأثيرات متابعة برامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية.

أولاً: الآثار المعرفية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		أوافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	80.7	0.578	2.42	4.5	18	49.5	198	46	184	تساعدني على معرفة الواقع الذي نعيشه
2	78.7	0.561	2.36	4.3	17	56	224	39.8	159	اكتساب معلومات جديدة عن المشتركين ودولهم
3	77.0	0.599	2.31	7.3	29	54.8	219	38	152	زيادة معلوماتي وخبراتي حول موضوعات البرامج
4	76.7	0.562	2.30	5.3	21	59.5	238	35.3	141	التعرف على جوانب شخصيات المشتركين

يتضح من بيانات الجدول السابق تصدر عبارة " تساعدني على معرفة الواقع الذي نعيشه" بوزن نسبي 80.7% يليها عبارة "اكتساب معلومات جديدة عن المشتركين ودولهم" بوزن نسبي 78.7% بينما جاءت عبارة " زيادة معلوماتي وخبراتي حول موضوعات البرامج " في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 77% واخيراً عبارة " التعرف على جوانب شخصيات المشتركين" بوزن نسبي 76.7%.

التأثيرات المختلفة لتعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية

ثانياً الآثار الوجدانية:

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		أوافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	78.3	0.549	2.35	3.8	15	58	232	38.3	153	تقلل من شعوري بالوحدة
2	75.0	0.555	2.25	6	24	63	252	31	124	لأن كل أصدقائي يتابعوها
3	75.0	0.642	2.25	11.3	45	52.8	211	36	144	تمضية وقت الفراغ
4	72.0	0.590	2.16	10.8	43	62.8	251	26.5	106	تثير فضولي لمعرفة الراجح
5	71.3	0.648	2.14	15	60	56.3	225	28.8	115	الاسترخاء والهروب من الضغط النفسي عند مشاهدتها
6	71.0	0.638	2.13	14.8	59	57.8	231	27.5	110	الشعور بالسعادة والتسلية

يتضح من بيانات الجدول السابق تصدر عبارة " تقلل من شعوري بالوحدة " بوزن نسبي 78.3% في حين تتساوي عبارتي " لأن كل أصدقائي يتابعوها" و " تمضية وقت الفراغ" بنسبة 75% ثم جاءت عبارة " تثير فضولي لمعرفة الراجح" بوزن نسبي 72% يليها عبارة " الاسترخاء والهروب من الضغط النفسي عند مشاهدتها" نسبي 71.3% واخيراً عبارة " الشعور بالسعادة والتسلية" بوزن نسبي 71%.

ثالثاً : الآثار السلوكية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		أوافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	80.3	0.590	2.41	5.3	21	48.5	194	46.3	185	اناقش ما اشاهده مع أصدقائي
2	77.7	0.604	2.33	7.3	29	53	212	39.8	159	التنافس من أجل النجاح
3	77.3	0.618	2.32	8.3	33	52	208	39.8	159	أقوم بالتصويت للمشارك الذي اشجعه
4	77.3	0.651	2.32	10.3	41	47.5	190	42.3	169	احترام خصوصية الآخرين
5	76.0	0.675	2.28	12.8	51	47	188	40.3	161	تغيير أسلوب الحديث والكلام مع الآخرين بعد مشاهدتي لبرامج تليفزيون الواقع
6	73.7	0.579	2.21	8.5	34	62.3	249	29.3	117	اشعر بحرية التعبير وسلطة اتخاذ القرار من خلال التصويت للمتسابقين وتشجيعهم
7	73.3	0.614	2.20	10.8	43	58.3	23	31	124	اقلد المشتركين الذين احبهم
8	73.3	0.665	2.20	14	58	51.8	207	34.3	137	ارتداء ملابس تحتوي على شعار برامج تليفزيون الواقع

التأثيرات المختلفة لتعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية

يتضح من بيانات الجدول السابق تصدر عبارة " ناقش ما اشاهده مع أصدقائي " بوزن نسبي 80.3% في حين أن عبارة "التنافس من أجل النجاح " بوزن نسبي 75% ثم تأتي عبارتي " أقوم بالتصويت للمشارك الذي اشجعه " و " احترام خصوصية الآخرين " بوزن نسبي 77.3% يليها عبارة " تغيير أسلوب الحديث والكلام مع الآخرين بعد مشاهدتي لبرامج تليفزيون الواقع " 76% يليها عبارة " اشعر بحرية التعبير وسلطة اتخاذ القرار من خلال التصويت للمتسابقين وتشجيعهم " بنسبة 73.7% واخيراً عبارتي "اقلد المشاركين الذي احبهم" و " ارتداء ملابس تحتوي على شعار برامج تليفزيون الواقع" بوزن نسبي 73.3%.

جدول رقم (17)

يوضح التكرارات والنسب المئوية على مقياس تأثيرات متابعة برامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية

مقياس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية

الإجمالي		انثى		ذكر		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
49.3	197	50.5	101	48.0	96	مقياس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية
42.3	169	43.5	87	41.0	82	عالي
8.4	34	6.0	12	11.0	22	متوسط
100.0	400	100.0	200	100.0	200	ضعيف
						الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن مستويات مقياس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية كانت بشكل عالي بنسبة 49.3%، يليها المستوى المتوسط بنسبة 42.3% واخيراً المستوى الضعيف بنسبة 8.4%.

وعلى مستوى النوع لعينة الدراسة، فقد تقاربت مستويات مقياس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية مع الاتجاه العام، وقد بلغت نسبة المستوى العالي من الذكور 48% وهي اقل من قيمة الإناث اللاتي بلغت نسبتهن 50.5%، أما مستوى المقياس المتوسط في الذكور، فقد جاء بنسبة 41% وهي قيمة اقل من قيمة الإناث التي جاءت بنسبة 43.5%. واخيراً المستوى المنخفض من الذكور بنسبة 11% وهي أعلى من قيمة الإناث اللاتي بلغت نسبتهن 6%.

ثانياً: اختبار صحة الفروض

الفرض الأول

" توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية وبين دوافع تعرضهم لها"، ونستعرض مدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (18) يوضح العلاقة بين معدل تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع ودوافع التعرض

معدل التعرض لبرامج الواقع			معدل التعرض
الدلالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
دال	0.025	*0.112	دوافع استخدامهم لها
غير دال	0.789	0.013	بها معلومات تفيدني
غير دال	0.343	0.048	التسلية والترفيه
غير دال	0.062	0.093	ملء وقت الفراغ
غير دال	0.059	0.094	لأنها برامج من نوعية جديدة
دال	0.035	*0.106	تساعدني على معرفة ملامح الواقع الذي نعيشه
غير دال	0.347	0.047	الفضول وحب الاطلاع على الآخرين
غير دال	0.784	0.014	لأنه تسمح للجمهور بالمشاركة
دال	0.001	*0.163	لمواكبة الجديد في البرامج ومناقشتها مع أصدقائي
غير دال	0.259	0.057	لأنها برامج منافسة
			لتشجيع المشاركين
400			ن

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات وبين دوافع استخدامهم لها المتمثلة في إمدادهم بالمعلومات إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.112* وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى أقل من 0.05 ما يعني أن المبحوثين الأكثر تعرضاً لبرامج الواقع هم أكثر في إمدادهم بالمعلومات المفيدة.
- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات وبين دوافع استخدامهم لها المتمثلة في الفضول وحب الاطلاع على الآخرين. إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.106* وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى أقل من 0.05 ما يعني أن المبحوثين الأكثر تعرضاً لبرامج الواقع هم أكثر في الفضول وحب الاطلاع علي الآخرين

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات وبين دوافع استخدامهم لها المتمثلة في حبهم لبرامج المنافسة، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.163^* وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى أقل من 0.05 ما يعني أن المبحوثين الأكثر تعرضاً لبرامج الواقع هم حباً لبرامج المنافسة.

مما يعني ثبوت الفرض الأول جزئياً.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة باباتشارلي ومندلسون (Papacharissi and Mendelson) (2007)⁽⁴³⁾ حيث أثبتت وجود ارتباط دال بين معدل مشاهدة تليفزيون الواقع ودوافع المشاهدة.

الفرض الثاني

"توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات ودرجة الثقة فيما يتم عرضه بهذه البرامج"، ونستعرض مدى تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:.

جدول رقم (19) يوضح العلاقة بين معدل التعرض لبرامج تليفزيون الواقع وبين درجة الثقة

معدل التعرض لبرامج الواقع			معدل التعرض
الدلالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
دال	0.005	**0.139	درجة الثقة
400			ن

مما سبق يتضح أن: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات وبين درجة الثقة في هذه البرامج إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.139^* وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى أقل من 0.05 ما يعني أن المبحوثين الأكثر تعرضاً لبرامج الواقع هم أكثر ثقة في هذه البرامج.

مما سبق نلاحظ:

- وجود علاقة طردية بين معدل تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات ودرجة الثقة فيما يتم عرضه بهذه البرامج.

مما يعني ثبوت الفرض الثاني كلياً.

الفرض الثالث

" توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات وتأثيراتها المختلفة عليهم "، ونستعرض مدى تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:.

جدول رقم (20) يوضح العلاقة بين معدل التعرض لبرامج تليفزيون الواقع وبين مقياس التأثيرات

معدل التعرض لبرامج الواقع			معدل التعرض
الدالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
دال	0.027	*0.110	مقياس التأثيرات
400			ن

مما سبق يتضح أن : وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات وبين درجة تأثرهم معرفياً وسلوكياً ووجدانياً حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.110* وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى أقل من 0.05 ما يعني أن المبحوثين الأكثر تعرضاً لبرامج الواقع هم متأثراً بهذه البرامج.

مما سبق نلاحظ

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات وتأثيراتها المختلفة عليهم.

ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الثالث قد تحقق كلياً.

الفرض الرابع

4- توجد فروق دالة إحصائياً بين تأثيرات متابعة المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع بالفضائيات مع المتغيرات الديموغرافية لديهم والمتمثلة في (النوع والسن والمستوى الاقتصادي الاجتماعي)".

جدول رقم (21)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات الديموغرافية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	ت				النوع	
0.050	398	ت=1.885	0.60017	1.5400	200	ذكور	
دال			0.51017	1.64500	200	إناث	

جدول رقم (22)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات الديموغرافية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	ف				السن	
0.419 غير دال	3 396	ف=0.9458	0.49717	1.5833	60	- 15 عام	
			0.54874	1.6172	128	- 16 عام	
			0.59907	1.5405	148	- 17 عام	
			0.53614	1.6719	64	- 18 عام	
			0.55877	1.5925	400	الإجمالي	

جدول رقم جدول (23)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات الديموغرافية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	ف				المستوى الاقتصادي والاجتماعي	
0.842	398	ف=0.172	0.52981	1.5965	57	- عالي	
			0.57819	1.6056	213	- متوسط	
			0.54187	1.5692	130	- ضعيف	
			0.55877	1.5925	400	الإجمالي	

يتضح مما سبق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في متابعتهم لبرامج الواقع حسب متغير النوع حيث كانت قيمة (T) دالة إحصائياً عند مستوى 0.05 وتتضح الفروق لصالح الاناث, حيث جاءت بمتوسط 1.64500 وهي أعلى من متوسط الذكور .

كما تُظهر بيانات الجدول نفسه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في متابعتهم لبرامج الواقع حسب متغير السن, فقد كانت جميع قيم (F) لهذه المتغيرات غير دالة إحصائياً.

كما تُظهر بيانات الجدول نفسه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في متابعتهم لبرامج الواقع حسب متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي, فقد كانت جميع قيم (F) لهذه المتغيرات غير دالة إحصائياً.

ما يعنى أن الخصائص الديموغرافية للمبحوثين (السن والمستوى الاقتصادي الاجتماعي) لم يكن لها دخل في التأثير على اتجاهات أفراد العينة نحو درجة متابعتهم لبرامج الواقع, فقد تشكلت هذه الاتجاهات بمعزل عن تأثير تلك المتغيرات.

ومن ذلك يتضح عدم الثبوت الكلي لصحة الفرض الرابع الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين تأثيرات متابعة عينة الدراسة لبرامج تليفزيون الواقع بالفضائيات في المتغيرات الديموجرافية لدي عينة الدراسة المتمثلة في (النوع والسن والمستوى الاقتصادي الاجتماعي).

ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الرابع قد تحقق جزئياً.

ثالثاً : أهم نتائج الدراسة

- 1- تمثلت نسبة (31.5%) من أفراد العينة يشاهدون برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية يشاهدون ساعتين إلى ثلاث ساعات موزعة بنسبة (30.5%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (32.5%) لأفراد العينة الإناث ، بينما يشاهدها (30.2%) من ساعة إلى ساعتين موزعة بنسبة (30.5%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (30%) لأفراد العينة الإناث.
- 2- جاءت نسبة (43%) أفراد العينة يشاهدون برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية في فترة المساء موزعة بنسبة (47%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (39%) لأفراد العينة الإناث، بينما جاء في المرتبة الثانية نسبة (25.2%) في فترة السهرة موزعة بنسبة (23.5%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (27%) لأفراد العينة الإناث .
- 3- جاء ملء وقت الفراغ في مقدمة دوافع تعرض المراهقين لبرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية لدى أفراد العينة بنسبة 24.3%، يليه في الترتيب الثاني التسلية والترفيه بنسبة 17%، بينما جاء معرفة ملامح الواقع الذي نعيشه في الترتيب الثالث بنسبة 13.3%.
- 4- جاء برنامج the voice في مقدمة برامج تلفزيون الواقع التي يتابعها المراهقون (عينة الدراسة) بنسبة (18.8%)، يليه في الترتيب الثاني برنامج ستار اكاديمي بنسبة (16.5%)، بينما جاء برنامج توب شيف Top chif في الترتيب الثالث بنسبة (16%).
- 5- جاء كلاً من التنافس والتعبير عن المشاعر والانفعالات في مقدمة ما يجذب المراهقون (عينة الدراسة) اثناء مشاهدة برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية بنسبة (30.5%) لكلاً منهما، يليه في الترتيب الثاني التقدم الذي يحرزه المتنافسون بنسبة (26.3%)، بينما جاء الاخراج في الترتيب الثالث بنسبة (20.8%).
- 6- إن نسبة (61.5%) من أفراد العينة يشاهدون برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية مع افراد الاسرة وعلي مستوي النوع نجد ان نسبة (56%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (67%) لأفراد العينة الإناث، في حين أن نسبة (36%) يشاهدون بمفردهم وعلي مستوي النوع نجد ان نسبة بنسبة (43%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (29%) لأفراد العينة الإناث.
- 7- إن نسبة (67.3%) من أفراد العينة يتقنون فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية موزعة بنسبة (57%) لأفراد العينة الذكور ونسبة

- 8- تثق أفراد العينة في برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية بنسبة (77.5%) لأفراد العينة الإناث، بينما لا يثق بنسبة (32.7%) موزعة بنسبة (43%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (22.5%) لأفراد العينة الإناث.
- 9- تثق نسبة (43.9%) من أفراد العينة فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية لأنها تقدم صور للواقع موزعة بنسبة (50.9%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (38.7%) لأفراد العينة الإناث، بينما تثق بنسبة (29.7%) لأنها تعتمد على معايير واضحة في التحكم موزعة بنسبة (26.3%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (32.3%) لأفراد العينة الإناث.
- 10- إن نسبة (41.9%) لا تثق فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية لأنها تظهر التحيز الواضح لبعض المتسابقين موزعة بنسبة (37.2%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (51.1%) لأفراد العينة الإناث، بينما لا تثق بنسبة (29.9%) لأنها عبارة عن تمثيل ولا تمثل الواقع موزعة بنسبة (33.7%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (22.2%) لأفراد العينة الإناث.
- 11- جاءت نسبة (56.5%) من أفراد العينة يتناقشون مع الآخرين فيما يتم تقديمه ببرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية موزعة بنسبة (53.5%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (59.5%) لأفراد العينة الإناث، بينما لا يتناقش مع الآخرين بنسبة (43.5%) موزعة بنسبة (46.5%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (40.5%) لأفراد العينة الإناث.
- 12- جاء أسلوب حياة المشتركين في مقدمة موضوع نقاش المراهقين (عينه الدراسة) حول مشاهدة برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية بنسبة (41.3%)، يليه في الترتيب الثاني سلوكيات المشتركين بنسبة (25.8%)، بينما جاء شكل البرامج في الترتيب الثالث بنسبة (36.4%).
- 13- تشارك نسبة (39.7%) من أفراد العينة في التصويت لبرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية برسائل SMS موزعة بنسبة (35%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (44.5%) لأفراد العينة الإناث، بينما لا يشارك بنسبة (60.3%) موزعة بنسبة (65%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (55.5%) لأفراد العينة الإناث.

- 14- تشارك نسبة (46.5%) من أفراد العينة في التصويت لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية برسائل SMS للتصويت موزعة بنسبة (38.6%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (52.8%) لأفراد العينة الإناث، كما تشارك نسبة (27.7%) لبعث رسائل للمشتركين موزعة بنسبة (31.4%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (22%) لأفراد العينة الإناث.
- 15- تصدر عبارة " تساعدني على معرفة الواقع الذي نعيشه" بوزن نسبي 80.7% يليها عبارة "اكتساب معلومات جديدة عن المشتركين ودولهم" بوزن نسبي 78.7% بينما جاءت عبارة " زيادة معلوماتي وخبراتي حول موضوعات البرامج " في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 77%.
- 16- تصدر عبارة "تقلل من شعوري بالوحدة" بوزن نسبي 78.3% في حين تتساوي عبارتي "لأن كل أصدقائي يتابعوها" و "تمضية وقت الفراغ" بنسبة 75% ثم جاءت عبارة " تثير فضولي لمعرفة الرباح" بوزن نسبي 72% يليها عبارة "الاسترخاء والهروب من الضغط النفسي عند مشاهدتها" 71.3%.
- 17- تصدر عبارة " اناقش ما اشاهده مع أصدقائي " بوزن نسبي 80.3% في حين أن عبارة "التنافس من أجل النجاح " بوزن نسبي 75% ثم تأتي عبارتي " أقوم بالتصويت للمشارك الذي اشجعه" و " احترام خصوصية الآخرين " بوزن نسبي 77.3% يليها عبارة " تغيير أسلوب الحديث والكلام مع الآخرين بعد مشاهدتي لبرامج تليفزيون الواقع " 76%.
- 18- أن مستويات مقياس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية كانت بشكل عالي بنسبة 49.3%, يليها المستوى المتوسط بنسبة 42.3% واخيراً المستوى الضعيف بنسبة 8.4%.
- 19- وجود علاقة طردية بين معدل تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات ودرجة الثقة فيما يتم عرضه بهذه البرامج.
- 20- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع في الفضائيات وتأثيراتها المختلفة عليهم.
- 21- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في متابعتهم لبرامج الواقع حسب متغير النوع.
- 22- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في متابعتهم لبرامج الواقع حسب متغير السن.
- 23- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في متابعتهم لبرامج الواقع حسب متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

المراجع:

- 1) James Waston : Media communication. An introduction to Theory and process , (Macmillan press LTD , 1998) , p.65.
- 2) Kraus, S.and R. Perloff," Mass Media and political thought : An information – processing approach " , (London: Bebrly Hills, Sage Publication) ،1985، p.242.
- 3) James Waston : Media communication. An introduction to Theroy and process , (Macmillam press LTD , 1998) . p.65.
- 4) محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ط1 (القاهرة : عالم الكتب ، 1997)، ص ص140-141.
- 5) صفا محمود عثمان، دور قناة النيل الإخبارية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2002)
- 6) نشوى محمد عقل، تقديم نشرات الأخبار في قنوات النيل المتخصصة : دراسة مسحية للمحتوى والقائمين بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2002)
- 7) وليد فتح الله، اعتماد الشباب الجامعي الكويتي علي وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا العربية والدولية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد الـ 18، يناير/ مارس، 2003)
- 8) محمود خليل : " دور الصحف الحزبية في تشكيل اتجاهات الشباب"، دراسة تطبيقية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، العدد3 (القاهرة : جامعة القاهرة - كلية الإعلام ، 1998)، ص2.
- 9) اسامة محمد عبدالرحمن. "علاقة تعرض المراهقين للتلفزيون المصري باتجاهاتهم نحو الهجرة غير الشرعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (معهد الدراسات العليا للطفولة، 2010)، ص63.
- 10) Denis Mc quail svin windhal : "Communication Models: for the Study Of communication 2ed New york (Longman, 1995)p115
- 11) Oscar H. Gandy, and John O Machonu , Jr Paula W. Matabon, "media use reliance and active participation Exploring student south Africa conflict , communication research , 1987,vol .14 , No.6 , p644
- 12) أماني السيد فهمي : " الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد السادس ، (القاهرة : جامعة القاهرة - كلية الإعلام، أكتوبر - ديسمبر 1999) ، ص231.
- 13) بسيوني إبراهيم حمادة : وسائل الإعلام والسياسة - دراسة في ترتيب الأولويات ، (القاهرة: مكتبة نهضة الشروق ، 1996) ، ص 258 .

- 14) MalvMalvin L. Deflevr, Sandra J. Ball- Rokeach : " Theories Of mass communication", 4.th ed (New york: Longman), 1982 in L. Deflevr, Sandra J. Ball- Rokeach : " Theories Of mass communication" ,p67.
- 15) إنجى حلمى محمود. تعرض الشباب الجامعى لبرامج المسابقات الغنائية في القنوات الفضائية وعلاقته بسماتهم الشخصية" مجلة دراسات الطفولة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، مجلد 20، ع 74، 2017).
- 16) بسام أبو زيد نمر عوض. علاقة تعرض الشباب الجامعى لبرامج المسابقات في التلفزيون المصرى بمستوى الطموح لديهم. رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2014).
- 17) Christopher J. Ferguson, Kimberie Salmond and Kamla Modi. Reality Television Predicts both Positive and Negative Outcomes For Adolescent Girls, in Journal of Pediatrics, Vol. (162) Issue (6), 2013, PP. 1175- 1180
- 18) دينا أحمد سليمان سيد. "القيم التي تعكسها البرامج الواقعية في القنوات الفضائية العربية وانعكاسها على إدراك الشباب للواقع الاجتماعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا، كلية الآداب، 2013)
- 19) Natifia Mullings. Rality Telivision and its Effect on The academic achievement of Inner- City High School Students, Unpublished Master Thesis (Gonzaga University: School Of Professional Studies, 2012.
- 20) رانيا سعيد خضري. " برامج تلفزيون الواقع وعلاقتها بالسلوك الاجتماعي للشباب المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية الآداب، 2012)
- 21) Janell Le Roux. A cut and paste identy: an investigation of reality TV's role in Postmodern identy construction with special reference to ordinary people as celebrities, Unpublished Master Thesis(Nelson Mandela Metropolitan University: faculty Of Arts, 2011
- 22) محمد هادى محمد. " استخدامات المواد الترفيهية التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها، دراسة على عينة من الشباب اليمنى"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (كلية الدعوة و الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود، 2011)
- 23) بسنت مراد فهمى حسن، علاقة الشباب الجامعي ببرامج تلفزيون الواقع. رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2010).
- 24) Catlin Elizabeth Dyer, B.A Reality Television: Using Para- Social Relationship Theory and Economic Theory to Define the success of Network Reality Programing Unpublished Master Thesis, (University of North, Texas, 2010)
- 25) سماح حسين القاضي. "تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الإعلام، 2009)

- 26) Pontius, Erika S, The Impact of Reality Television On Viewer, Perceptions of Reality 2008, Online: www.Cleaning.house.missouriwestern.edu/manuscripts/409.asp
- 27) هبة شاهين. دور تليفزيون الواقع فى تشكيل صورة ذهنية عن العلاقة بين الجنسين لدى الشباب الجامعى دراسة حالة لبرنامج ستار أكاديمى ، المؤتمر العلمى الدولى الرابع عشر، "الإعلام بين الحرية والمسئولية" (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2008).
- 28) علياء رمضان (2008) " حرية البث الفضائي ومسئولية الإعلام العربي في الحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمعات العربية " المؤتمر العلمى الدولى الرابع عشر " الإعلام بين الحرية والمسئولية "، كلية الإعلام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2008) ص 73 – 76.
- 29) بطرس حلاق. تأثير البرامج التلفزيونية في عملية التنشئة الاجتماعية. المجتمع السورى نموذجاً، مجلة جامعة دمشق (دمشق، المجلد 23، العدد الثانى، 2007)، ص 95
- 30) Nabi, Robin, Determining Dimensions of Reality: A Concept Mapping of the Reality TV Landscape, Journal of Broadcasting & Electronic Media, June 2007, PP. 371- 389
- 31) Papacharissi, Z & Mendelson A. (2007) An Exploratory Study of Reality Appeal: Uses and Gratifications of Rality TV Shows Journal Of Broadcasting & Electronic Media, 51 (2), 355- 370
- 32) عبد الله الدنانى : "البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية"، (صنعاء: المكتب الجامعي الحديث، 2006)، ص ص 187-212.
- 33) نهلة عساف عيسى : "أثر استخدام تكنولوجيا التعبير المرئي على محتوى الصورة التلفزيونية – دراسة على عينة من الفضائيات العربية"، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006).
- 34) Ronpeek, L. and Bissel W.C, Reality TV and Third Person Perception, Journal of Broadcasting & Electronic Media, June, 2006, PP 400- 420
- (35) قام بتحكيم صحيفة الاستبيان السادة :
- أ.د/ اعتماد خلف معبد. أستاذ الإعلام المتفرغ بمعهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
 - أ.د / محمود حسن إسماعيل. أستاذ ورئيس قسم الإعلام، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
 - أ.د/ محمد غريب. أستاذ الإعلام بقسم الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية جامعة أم القرى
 - أ.د/محمد رضا أحمد.أستاذ الإعلام، كلية التربية النوعية،جامعة المنصورة،والجامعة الإسلامية
 - د/ الأمير الصحصاح. مدرس الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية جامعة أم القرى
 - د/ عثمان بكر قزاز. أستاذ الإعلام المساعد ورئيس قسم البحوث الإعلامية بمعهد خادم الحرمين الشريفين.

- د / عزة مصطفى الكحكي: أستاذ الإعلام بقسم الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية جامعة أم القرى
- (36) د/ إيمان فتحي حسين . مدرس الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية – جامعة أم القرى - د/ رشا عبد الرحيم مزروع . مدرس الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية – جامعة أم القرى.
- (37) سماح حسين القاضي . مرجع سابق.
- (38) إنجي حلمي محمود . مرجع سابق.
- (39) رانيا سعيد خضري . مرجع سابق.
- (40) محمد هادي محمد . مرجع سابق.
- 41) Catlin Elizabeth Dyer. OP.CIT.
- (42) سماح حسين القاضي . مرجع سابق.
- 43) Papacharissi, Z & Mendelson A.OP.cit