مجلة البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

داخل العدد

* دور الصحافة المصرية فى تنمية وعى قائدى المركبات بقانون المرور الجديد لعام ٢٠٠٨م .
* قضايا الفساد كما تعكسها البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية وعلاقتها بمعرفة المراهقين بهذه القضايا .
* تصميم مجلة إلكترونية رياضية للأطفال للمرحلة العمرية من ١٢-١٥ سنة .
* استخدام عناصر الفن الصحفى فى تناول موضوعات الجريمة « دراسة تطبيقية على جريدة الأنباء الكويتية
* محددات تشكيل اتجاهات الرأى العام القطرى نحو
العامة المثارة فى قطر « دراسة فى تأثير وسائل
* دور التليفزيون المصرى فى تلبية احتياجات كبار
* المعرفة المكتسبة من الصحف المصرية حول المشكلات البيئية
« دراسة ميدانية على المهتمين بمشكلة مصنع أجريوم للبتروكيماويات » .
* استخدامات المصريين
النيل الدولية والإ

العدد
الحادى والثلاثون
يناير ٢٠٠٩م

مجلة
البحوث الإعلامية
دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

داخل العدد

* دور الصحافة المصرية فى تنمية وعى قائدى المركبات بقانون المرور الجديد لعام ٢٠٠٨م.
* قضايا الفساد كما تعكسها البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية وعلاقتها بمعرفة المراهقين بهذه القضايا.
* تصميم مجلة إلكترونية رياضية للأطفال للمرحلة العمرية من ١٢-١٥ سنة.
* استخدام عناصر الفن الصحفى فى تناول موضوعات الجريمة «دراسة تطبيقية على جريدة الأنباء الكويتية».
* محددات تشكيل اتجاهات الرأى العام القطرى نحو القضايا العامة المثارة فى قطر «دراسة فى تأثير وسائل الإعلام».
* دور التليفزيون المصرى فى تلبية احتياجات كبار السن.
* المعرفة المكتسبة من الصحف المصرية حول المشكلات البيئية «دراسة ميدانية على المهتمين بمشكلة مصنع أجريوم للبتروكيماويات».
* استخدامات المصريين والأجانب المقيمين فى مصر لقناة النيل الدولية والإشباعات المتحققة.

العدد
الحادى والثلاثون
يناير ٢٠٠٩م

دار الاتحـاد التعاونى
للطبع والنشر والتوزيع
ش سيدى بلال من مصطفى حافظ
جسر السويس
ت ٢٢٩٩٩٥٤٥

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية
٦٥٥٥

العدد الحادى والثلاثون
يناير ٢٠٠٩م

مجلة
البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة
الأستاذ الدكتور: أحمد الطيب

رئيس التحرير
أ.د: محيى الدين عبد الحليم

مدير التحرير
أ.د: جابر محمد عبد الموجود

الإشراف الفنى
أ.د: سامى عبد العزيز الكومى

سكرتير التحرير
د/عبد الراضى حمدى البلبوشى

المراسلات: توجه باسم الدكتور سكرتير التحرير على العنوان التالى : جامعة الأزهر.
كلية اللغة العربية بالقاهرة قسم الصحافة والإعلام ت ٥١٠١٤٦٦

دور التلفزيون المصرى فى تلبية احتياجات كبار السن

إعداد

د. أميرة صابر محمود أحمد

مدرس الإعلام التربوى (شعبة صحافة وإذاعة وتليفزيون)

بكلية التربية النوعية- جامعة طنطا

مُقَدِّمَة :

يقاس تقدم الأمم ورقيها بقدر ما توفره من رعاية لأفرادها تمتد هذه الرعاية لتشمل الجوانب المختلفة منها الجانب الصحى والاجتماعى والاقتصادى والبيئى ، فعلى اعتبار أن الثروة البشرية هى العامل الأساسى فى تقدم كافة المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء ، كان الاهتمام بالجانب البشرى يتطلب الاهتمام بالإنسان عبر مراحل نموه المختلفة وتقديم الرعاية له، طفلاً كان أو شاباً أو مسناً.

وإذا كان الاهتمام بالطفولة مسألة هامة فى حياة الشعوب باعتبارها المرحلة الأولى فى حياة الإنسان التى يمكن من خلالها إكساب الفرد قيم وأخلاقيات وعادات وتقاليد مجتمعة ، لذلك تصبح الرعاية المجتمعية المتكاملة للمسنين من الأمور الإنسانية المحورية فى كافة المجتمعات وبصفة خاصة فى المجتمع المصرى، حيث يتسم الهيكل السكانى الحالى للمجتمع المصرى بأنه هيكل شاب تنخفض فيه نسبة المسنين ولا تزيد عن ٧% ولكن نتيجة للتحولات الديموجرافية التى يمر بها المجتمع تتجه هذه النسبة نحو التصاعد بسبب ارتفاع توقعات الحياة من تحسن الظروف الصحية وفاعلية برامج تنظيم الأسرة ، حيث وصل عدد المسنين إلى خمسة ملايين نسمة أى بنسبة ٧% من إجمالى السكان فى مصر وفى سنة ٢١٦ سوف يزيد عددهم إلى ما يتجاوز ٦ ملايين نسمة أى بنسبة ٩% ، ومن المتوقع أيضاً أن يزيد عددهم إلى حوالى عشرة ملايين بنسبة ١١% من إجمالى السكان فى مصر فى سنة ٢٠٢٦ وهذا يدل على أن التغيير المتوقع فى التركيب العمرى للسكان خلال نهاية القرن العشرين وأوائل القرن الحادى والعشرين سيكون فى اتجاه ارتفاع نسبة كبار السن. (١)

وبالتالى أصبحت هناك ضرورة ملحة ومتزايدة لتلبية احتياجات كبار السن التى لابد من إدراكها والاستعداد لها ، وتتعدد احتياجات كبار السن وتتنوع ما بين احتياجات عضوية ترتبط بالنواحى الجسمية للمسن واحتياجات

معنوية ترتبط بالنواحى النفسية إذ هم بحاجة متزايدة إلى الحب والعشرة والرفقة واحتياجهم لمن يسمعهم ويفهمهم عندما يشعرون بأن أفكارهم ومشاعرهم مهملة أو مرفوضة بسبب كبر سنهم فافتقارهم لقيمتهم وأهميتهم تؤدى بهم إلى التوتر الذى يؤثر عليهم بالسلب فى تدهور حالتهم الصحية والنفسية ، كما هم بحاجة إلى أن يكونوا منتجين يستثمروا وقت الفراغ الذى يعيشوه بعد إحالتهم على المعاش وبالرغم من أن الشيخوخة ليست فى ذاتها مرضاً يتعين علاجه فإنها تتطلب رعاية خاصة تحفظ ما تبقى من قدرات وتخفف من الآلام التى يعانونها كنتائج لتغيرات فسيولوجية لا مفر من حدوثها.

لذا يعد إعلان الأمم المتحدة بأن عام ١٩٩٩ عاماً دولياً للمسنين كأفضل دليل عما يجب أن توليه دول العالم لهذه الشريحة من المجتمع من الاهتمام والرعاية خاصة بعد ما قدمته من جهود عديدة للمجتمع فى مراحلها العمرية السابقة [٢].

ورعاية المسنين هى رسالة تضطلع بها العديد من المؤسسات وتقدم هذه المساعدة من خلال المؤسسات الرسمية وغير الرسمية من خلال الأسرة والأصدقاء ودور العبادة ووسائل الإعلام والمؤسسات الحكومية المختلفة.

وتستطيع وسائل الإعلام أن تلعب دوراً هاماً فى إلقاء الضوء على هذه الفئة من المجتمع وتوعية الأبناء بكيفية معاملة الآباء والأجداد والاعتراف لهم بالجميل لما قدموه لهم وللمجتمع ، كما يمكن أن تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً فى تقديم المشكلات التى تواجه كبار السن وإيضاح لهم كيفية التخلص منها أو التأقلم معها، ويمكن أن تقدم برامج توعية توضح لهم كيفية شغل وقت فراغهم.

– أوضحت نتائج دراسة حنان محمد إسماعيل عام ٢٠٠٦ [٣] أن مشاهدة المسنين للتليفزيون تأتى فى مقدمة أنشطة قضاء وقت الفراغ لدى المسنين . حيث لا تتطلب مشاهدته الحركة والانتقال من المنزل ويعد من أسهل وأقل وسائل الترفيه تكلفة ثم قراءة الكتب والصحف فى المرتبة الثانية

ثم زيارة الأبناء والأصدقاء فى المرتبة الثالثة ثم الذهاب إلى النادى والقهوة فى المرتبة الرابعة ثم الاستماع إلى الراديو فى المرتبة الخامسة.

ولذا تأتى أهمية الدراسة كمحاولة علمية للتعرف على دور التلفزيون فى تلبية احتياجاتهم الاجتماعية والنفسية والترفيهية لتحقيق الأمان الشامل لهم ومدى مساهمته فى تأمين حياة كريمة لهم.

الإطار النظرى للبحث:

فى هذا البحث يمكن أن يستند على مدخل الاستخدامات والإشباعات، حيث يعتمد هذا المدخل على أن جمهور وسائل الإعلام نشط، وبذلك يكون استخدام هذه الوسائل دائماً لتحقيق أهداف محددة، بينما تتصارع الحاجات التى يرغب الجمهور فى إشباعها (٤) وهو ما يتطلب أن يتخذوا قراراً بشأن إشباع هذه الحاجات ، فى حين وجد ويلسون (١٩٩٠) أن هذه الحاجات تختلف من فرد إلى آخر ولكن تبقى الحاجة إلى تمضية الوقت هى المكون الأساسى لمقابلة الاحتياجات الأخرى وإشباعها. ومن هنا كان الاقتراب الأكثر ملاءمة لموضوع البحث هو "الاستخدامات والإشباعات".

وخلاصة هذا المدخل هو أن الجمهور يحدد نوع المضمون الاتصالى الذى يتعرض له بناء على مدى توقعه أن ذلك المضمون سوف يشبع ما لديه من احتياجات شخصية (٥)

وبهذا فإن الأفراد يوظفون بفعالية مضمون الرسالة الإعلانية بدلاً من تلقيها بشكل سلبى، لذلك فإن هذا المدخل لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسالة الإعلامية والتأثيرات على الجمهور، ويفترض بدلاً من ذلك أن الجمهور يستخدم الرسائل لأمور كثيرة وتلك الاستخدامات تكون كعوامل وسيطة فى التأثير حيث أن استخدامه لوسائل الإعلام يمكن تفسيره بأنه استجابة منه للحاجة التى يستشعرها ، ويتوقع أن ينال من خلال سلوكه فى استعمال وسائل الإعلام ، بعضاً من أشكال إرضاء الحاجة لديه مثل الحاجة إلى الاسترخاء وقضاء وقت الفراغ والترفيه (٦).

وقد أشار حسن عماد وليلى حسين (١٩٩٨) (٧) إلى وجود عدد من

الأهداف الرئيسية لمدخل الاستخدامات والإشباعات وهى محاولة التعرف على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال بالرجوع إلى الجمهور النشط الذى يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التى تشبع حاجاته وتوقعاته .

- وشرح دوافع التعرض لوسيلة إعلامية معينة والتفاعل الذى يحدث نالتأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيرى كذلك حدد ويفر وجيمس (Weaver, James, 2003) [٨] حاجات متعددة للأفراد وصنفوها فى فئات خمسة وهى: الحاجات المعرفية والحاجات التأثيرية أو العاطفية، وتحقيق الاندماج الذاتى ، والحاجة إلى التفاعل الاجتماعى وتخفيف التوتر.

- فرق جنيتر وسفوسفينفج (Gunter & Svenneving, 1987) [٩] بين نوعين من الاحتياجات أو دوافع استخدام وسائل الإعلام وهى الدوافع النفعية (Instrumental Motives) والدوافع الطقوسية (Ritualistic Motives) وتسعى الدوافع النفعية إلى إشباع حاجات محددة وتوجه الجماهير إلى مضامين معينة التى يمكن أن تمد الجماهير بالحاجات التى يريد إشباعها ، على الجانب الآخر يميل الاستخدام الطقوسى لوسائل الإعلام إلى إشباع حاجات مثل التسلية والترفيه والراحة ، وهى بدورها لا ترتبط بشكل محدد ببرامج بعينها.

- وقد تطور مدخل الاستخدامات والإشباعات تطوراً كبيراً عبر السنوات الماضية فى اتجاهات مختلفة حيث استطاعت دراسات الاستخدامات والإشباعات الحديثة أن توضح بشئ من التفصيل كيف أن استخدام فئات محددة من الأفراد لمضامين معينة من وسائل الإعلام وأشكاله فى ظروف محددة، تؤدى إلى تأثيرات خاصة، وهى التى تؤدى إلى استخدام وسائل أخرى وهكذا [١٠].

الدراسات السابقة:

تقوم الباحثة بعرض الدراسات السابقة من خلال محورين على أن يتم عرضهما وفقاً للترتيب التصاعدى من الأقدم إلى الأحدث .

المحور الأول: دراسات تناولت كبار السن .

المحور الثانى: دراسات تناولت كبار السن ووسائل الإعلام (التليفزيون.)

أولاً: المحور الأول: دراسات تناولت كبار السن .

١- دراسة هبة سمير عبد العزيز، (٢٠٠٠) بعنوان "دراسة بعض مشكلات المسنين وعلاقتها ببعض المتغيرات الاجتماعية فى إحدى قرى الجيزة"(١١)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المشكلات الاقتصادية والصحية والاجتماعية والنفسية التى يتعرض لها المسنون فى المجتمع الريفى وكذلك التعرف على العلاقة بين المشكلات السابقة وبعض المتغيرات الديموجرافية الاجتماعية والاقتصادية، طبقت هذه الدراسة على عينة عشوائية منها ١٥٠ مسناً بإحدى قرى محافظة الجيزة ، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبيان لجمع البيانات مع بعض أدوات التحليل الإحصائى التى تلائمت مع طبيعة متغيرات الدراسة ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

١- إدراك المسنين لمشكلاتهم فيروا أن أهم مشكلة تواجههم هى قلة الدخل وعدم وجود معاش ثابت يتماشى مع غلاء المعيشة وقد قرر ذلك نسبة ٣,٨ % من إجمالى العينة ، ثم مشكلة ارتفاع أسعار الحج والعمرة أقرتها نسبة ١٧,٣%، ثم مشكلة ارتفاع أسعار الدواء بنسبة ١٥% من إجمالى العينة.

٢- أوضحت نتائج الدراسة أيضاً وجود بعض المشكلات الاقتصادية والصحية والاجتماعية والنفسية التى يتعرض لها المسنين فى المجتمع الريفى، وجود علاقة بين المشكلات السابقة وبعض المتغيرات المستقلة موضع الدراسة.

٢- دراسة سهير أحمد محمد ، (٢٠٠٠) بعنوان "احتياجات المسنين ومتطلباتهم فى ضوء تحديات الألفية الثالثة"(١٢)

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على أوجه الرعاية المقدمة لإشباع

احتياجات المسنين ومتطلباتهم اللازمة لتوفير حياة كريمة ومستقرة لهم حتى يتمكنوا من المشاركة بإيجابية فى مجالات الحياة وأوضحت النتائج أن خدمات الرعاية التى تقدمها الدولة لا تتناسب وحاجات المسنين حيث أنهم بحاجة إلى برامج رعاية منزلية ، كما توصلت الدراسة إلى ضرورة وضع استراتيجية متكاملة تراعى الاحتياجات الفعلية الصحية والعلاجية والتأهلية والدينية للمسنين.

٣- دراسة عزة عبد الكريم فرج ، (٢٠٠١) بعنوان " استخدام المساندة النفسية الاجتماعية لتحسين التوافق النفسى والاجتماعى والصحى لدى المسنين" (١٣)

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة متغير التوافق بصفة عامة والتوافق لعملية التقدم فى العمر بصفة خاصة ، ودراسة بعض المشكلات النفسية التى يعانى منها المسنون ، الكشف عن مدى فاعلية استخدام استراتيجيات المساندة الاجتماعية ، طبقت هذه الدراسة على عينة قوامها مائة مسن متقاعد تتراوح أعمارهم من سن ٦٠ إلى ٧٩ سنة وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها السلوك التوافقى من الخصال السلوكية التى تتميز بالمرونة والقابلية للتعديل، كما أوضحت الدراسة أن السلوك التوافقى يمكن التدريب عليه وتنميته عند أى مستوى عمرى، كفاءة عملية التنمية تتحدد فى ضوء ملائمة الخبرات التدريبية المتضمنة فى أساليب تنمية التوافق لنوعية الأفراد المتدربين ، ومرحلتهم العمرية ، أثبتت الدراسة أن المسن كان إيجابى يسهم بفاعلية فى تشكيل مهاراته المتصلة بالسلوك التوافقى.

٤- دراسة يسرى دعبس (٢٠٠٣) بعنوان " التكوين النفسى للمسنين" دراسة فى الانثروبولوجيا السيكولوجية (١٤)

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة التكوين الجسمى للمسنين والعوامل المؤثرة فى ذلك، خصائص التكوين الانفعالى للمسنين فى الثقافات المختلفة وأيضاً التعرف على المظاهر الاجتماعية للمسنين وأثرها على العلاقات الاجتماعية، طبقت هذه الدراسة على المجتمعات الريفية والمدينة

والبدوية لمدة عام طبقت على كل مجتمع لمدة ثمانية أيام متقطعة شهرياً ، واستخدمت الدراسة الأدوات التالية الملاحظة المباشرة والمقابلة ودليل العمل الميدانى.

– توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها لقد كان الازدياد فى نسبة الكبار يزداد سنة بعد الأخرى وكان له أثر كبير فى اهتمام العلم الحديث بدراسة صفات كبار السن.

– تتميز مرحلة الشيخوخة بضعف شامل يتمثل فى الوهن الجسمى والعجز الحركى والإدراكى.

– تفاوت الضعف العام للتكوين الجسمى للمسنين والثقافات المختلفة .

– يشعر المسن فى المجتمع البدوى بالرضا عن حياته السابقة وعن نفسه والقناعة والهدوء النفسى.

– يقل حماس الشيوخ لما يحيط بهم من مشكلات انفعالية يضطرب منهم الآخرين.

– تعدد مشكلات التكوين النفسى والاجتماعى فى الثقافات المختلفة وتتميز بتدهور عام صحى وتناوب الأمراض وذهان الشيخوخة.

ثانياً: المحور الثانى دراسات تناولت كبار السن ووسائل الإعلام (التليفزيون)

١– دراسة توماسئ أجين روبنسون (١٩٩٦) بعنوان "صورة كبار السن فى الإعلانات الموجهة إليهم وغير الموجهة إليهم" تحليل مضمون لإعلانات الصحف والمجلات والتليفزيون.[١٥]

هدفت الدراسة إلى التعرف على أى مدى تستهدف الإعلانات التى تقدم عبر وسائل الإعلام للمسنين الأمريكيين وكيف يتم تقديمهم وتصويرهم فى هذه الإعلانات. استخدمت الدراسة أسلوب تحليل المضمون لتحليل الإعلانات فى التليفزيون والمجلات والصحف وشملت عينة التحليل ٤٠ مجلة و ٤٨ جريدة و ٨٨ ساعة فى التليفزيون وطبقت الدراسة فى النهاية على عينه قوامها ٣٩٩٠ إعلاناً

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها:

- ينخفض تمثيل فئة المسنين فى الإعلانات وتقدم الإعلانات المسنين الذكور أكثر من المسنات.

- تقدم الشخصيات المسنة بصورة إيجابية عندما يستهدف الإعلان المسنين

بينما يتم تقديم الشخصيات المسنة بصورة نمطية وفى أدوار أقل أهمية فى الإعلانات التى لا تستهدف المسنين.

٢- دراسة نجوى أمين الفوال (٢٠٠٠) بعنوان "المسنون ووسائل الاتصال فى مصر بين الكلمة المطبوعة وثقافة الصورة" (١٦)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأبعاد المختلفة للعلاقة بين فئة المسنين ووسائل الاتصال الجماهيرى المختلفة فى مصر، بالإضافة إلى آراء وتفضيلات جمهور المسنين فيما يقدم إليهم من مضمون إعلامى خاص لهم عبر هذه الوسائل ، اعتمدت الدراسة على الأسلوب الإحصائى فى إطار المنهج المقارن ، واستخدمت الدراسة استمارة استبيان، طبقت الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ مبحوثاً من كبار السن ، ممن تزيد أعمارهم على ٦٠ عاماً وتوصلت الدراسة على عدة نتائج منها:

- جاء استخدام وسائل الإعلام فى المرتبة الأولى بين أساليب قضاء وقت الفراغ ، وجاءت مشاهدة التلفزيون فى المقام الأول حيث أقر ذلك نسبة ٦٨% وحصلت القناة الأولى على المركز الأول فى تفضيل المبحوثين لقناة تليفزيونية بنسبة ٥٦,٥%.

- فضل ثلاثة أرباع مما يتعرضون للتليفزيون من العينة مشاهدة المسلسلات الدرامية ونصف العينة فضلوا مشاهدة الأفلام الروائية.

٣- دراسة ليلى حسين محمد (٢٠٠٠) بعنوان "احتياجات كبار السن من وسائل الاتصال" (١٧)

تناولت هذه الدراسة طبيعة استخدام كبار السن فى المجتمع المصرى لوسائل الاتصال والحاجات المعرفية والوجدانية والسلوكية التى تشبعها كل

وسيلة وترتيب الوسائل حسب تلبيتها لحاجات كبار السن ومقترحاتهم من كل وسيلة بما يلبى حاجاتهم النفسية والاجتماعية، استخدمت الدراسة منهج المسح وطبقت الدراسة على عينة قوامها ١٩٢ مفحوصاً مما تزيد أعمارهم على ٦٠ عاماً من المقيمين فى مدينتى القاهرة والجيزة وتم جمع البيانات عن طريق استمارة مقابلة وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج منها:

- كبار السن يشاهدون التلفزيون بصفة خاصة القناة الأولى بنسبة ٨٩% فى حين شغلت الأفلام الروائية المرتبة الأولى بنسبة ٦٦,٥% يليها المسلسلات والتمثليات بنسبة ٦٤,٨% .

- جاءت رغبة كبار السن فى ضرورة وجود برامج تلفزيونية ، تخصص لهم وتتناول حياتهم فى المرتبة الأولى بنسبة ٧٣,١% فيما يتعلق بحاجاتهم من وسائل الإعلام يليها رغبتهم فى برامج التوعية الصحية لكبار السن وأمراض الشيخوخة بنسبة ٦٦,٩% ، ثم زيادة البرامج الدينية والمسلسلات والتمثليات الدينية بنسبة ٦٣,٨% ، ثم وجود برامج تليفزيونية تستضيف رجال الدين ، لتناقش جحود الأبناء وظلمهم للوالدين ٥٦,٢%، رغبتهم فى اعمال درامية تلفزيونية يكون أبطالها من كبار السن

- يشغل التلفزيون المرتبة الأولى فى تلبية جميع احتياجات كبار السن المعرفية والوجدانية والسلوكية.

٤- دراسة كارين روس (Karen Ross, 2000) بعنوان "وجهات نظر المسنين عن صورة كبار السن والموضوعات المتعلقة بالشيخوخة فى التلفزيون" (الجيل الثالث والتلفزيون) [١٨]

تناولت هذه الدراسة بحث وجهات نظر المسنين عن صورة كبار السن والموضوعات المتعلقة بالشيخوخة فى التلفزيون، استخدمت الدراسة مقابلات المجموعة المستهدفة بالإضافة إلى الاستقصاء ، بالمقابلة لجمع البيانات ، وطبقت على عينة بلغ قوامها ٢٧ مجموعة اشتملت على ٢٢٨ مسناً فى إنجلترا وشمال أيرلندا واستكوتلندا وويلز.

وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- جاءت الأخبار والأحداث الجارية فى مقدمة المواد التى فضلت العينة مشاهدتها بنسبة ٢٢% ، تليها الدراما بنسبة ١٢% ثم المسلسلات التلفزيونية بنسبة ١١% فى حين جاءت الوثائقية والبرامج الحوارية فى المراكز الأخيرة بنسبة ٣% ، ٢% .

- ذكر المبحوثون أنه يتم تصوير المسنين بصورة نمطية سلبية ، تمثلت فى تقديم المسن كعالة على غيره وضعيف ، وحساس ، وسريع التأثر، وفقير، ومنعزل ، وكثير الشكوى ، وعبء على المجتمع ، ويائس ، وغبى ، ومثير للشفقة.

- ولقد خلص المشاركون إلى عدد من النقاط ليتم تغيير صورة المسن فى التلفزيون ولتصبح أكثر ملائمة لحاجاتهم واهتماماتهم ومن ضمن هذه النقاط استخدام أفضل لمعرفة وتجربة وحكمة المسنين كخبراء ومستشارين فى البرامج ، مسنين أكثر يعملون فى وسائل الإعلام سواء أمام الكاميرا أو خلفها ، وصور أكثر شيوعاً للمسنين كشخصيات جيدة متكاملة الأبعاد.

٥- دراسة نانسى سبينوريللى (Nancy Signorielli, 2007) بعنوان "الشيخوخة فى التليفزيون: الصورة فى التسعينات [١٩]".

تناولت هذه الدراسة كيفية تقديم كبار السن عبر الرسائل والقصص التى يقدمها التلفزيون لمشاهديه فى برامج وقت الذروة فى التسعينات ، وطبقت هذه الدراسة على عينة بلغت ١٢ أسبوعاً من البرامج المذاعة وقت الذروة بين ربيع ١٩٩٣ وخريف ٢٠٠٠ بتحليل الشخصيات التى ظهرت فى كل من الأدوار الرئيسية والثانوية وقد خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج منها:

- يشكل المسنون نسبة صغيرة من الشخصيات فى عالم التلفزيون وقت الذروة حيث بلغت هذه النسبة ٣% فقط من الشخصيات الذكور والإناث فى كل من الأدوار الرئيسية والثانوية.

- أظهرت النتائج أنه على الرغم من أن ثلث الشخصيات المسنة كانت متقاعدة بنسبة ٣٧% للذكور، ٣١% من الإناث أوضحت النتائج أن الذكور

المسنين أكثر احتمالاً للعمل خارج المنزل من الإناث المسنات .

– أظهرت النتائج وجود تشابه فى تصوير المسنين فى برامج التليفزيون فى التسعينات بالمقارنة مع برامج السبعينات.

٦– دراسة هاريت ل.كوهان (Harriet L. Cohen, 2002) بعنوان "تطوير مهارات معرفة قراءة الوسائل لتحدى صورة النساء المسنات فى التلفزيون" (٢٠)

تناولت هذه الدراسة بحث الصورة الذهنية للنساء المسنات فى التلفزيون وبناء مهارات معرفة قراءة الوسائل والتفكير النقدى وذلك بهدف فهم كيفية وأسباب تصوير وسائل الإعلام للفئات بطرق محددة ولتطوير استيراتيجيات تعوق وتمنع هذه الصورة المحدودة للنساء المسنات.

استخدمت الدراسة حلقتين تم اختيارهم عشوائياً من سلسلة الفتيات الذهبيات "The Golden Girls" والتى أذيعت وقت الذروة فى شبكة NBC يومى ١٢، ١٣ يونيو لعام ٢٠٠٠ ، وطبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها ١٩ طالب وطالبة من طلاب الدراسات العليا وعقب مشاهدة الحلقتين استخدام أسلوب المجموعات المستهدفة لجمع البيانات من المشاركين وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج منها:

– فيما يتعلق برعاية الذات لدى المساء المسنات مقابل رعاية الآخرين، رأى الطلاب أنها مسألة لا تتعلق بالنساء المسنات ولكنها تتعلق بالبناء الاجتماعى للنساء والمتصل برعاية الآخرين والذى يجب أن يؤدوء بنجاح عبر مراحل حياتهم .

– أوصت الدراسة بضرورة تخفيض الفجوة بين ديموجرافيات كبار السن الحقيقيين وكبار السن الذين يتم تقديمهم فى التلفزيون وأهمية تصوير النساء المسنات فى برامج التلفزيون والإعلانات يندمجن فى أنشطة هادفة وعلاقات ذات دلالة ومواقف واقعية تعرض تمثيليات متعارضة متعددة للكبار.

٧– دراسة عزة عبد العظيم (٢٠٠٣) بعنوان: "علاقة كبار السن

بإذاعة الكبار المتخصصة" (٢١)

هدفت الدراسة إلى الوقوف على دوافع استخدام كبار السن لإذاعة الكبار المتخصصة ومعرفة مدى إدراكهم لواقعية المضامين المقدمة لهم من خلال إذاعة الكبار ومدى تعبيرهم عن الواقع الذى يعيشونه. طبقت الدراسة على عينة عشوائية من كبار السن الذين تصل أعمارهم إلى ٦٠ سنة فأكثر ، كانت قوامها ١٧١ مفردة اختيرت من دور المسنين فى القاهرة والجيزة.

وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج منها:

- احتلت إذاعة القرآن الكريم المرتبة الأولى كأفضل المحطات الإذاعية لدى كبار السن (محل الدراسة) بنسبة ٢٤,٦٥% يليها بفارق بسيط إذاعة البرنامج العام ثم للإذاعة البريطانية.

- أشارت النتائج إلى حرص كبار السن على متابعة إذاعة الكبار حيث بلغ نسبة كبار السن الذين يستمعون بانتظام إلى إذاعة الكبار ١١% فقط، ونسبة ٥٣,٢% لا يستمعون إلى إذاعة الكبار.

- جاءت على رأس الدوافع الطقوسية التى ذكرها كبار السن عدم الرغبة فى الشعور بالوحدة حيث جاءت بنسبة ١٦,٤٧% ومن أهم الدوافع النفعية لكبار السن هى معرفة الكثير من أمور الدين وذلك بنسبة ١٨,٢%.

- أوضحت نتائج الدراسة أن من دوافع استماع كبار السن لإذاعة الكبار هم ستة عوامل وهى الشعور بالارتياح واكتساب المعلومات ، ثم دافع المعنوية والدوافع المرتبطة بحل المشكلات ثم الرغبة فى الشعور بالصحبة ثم دافع التعود والاحتكاك بالآخرين وأخيراً الدوافع المادية.

- السيدات هن الأكثر استماعاً لإذاعة الكبار من الرجال وهن الأكثر اعتقاداً بدافعية المضمون المقدم فى برامج إذاعة الكبار.

- كانت دوافع السيدات الطقوسية والمنفعية للاستماع لإذاعة الكبار أكثر من دوافع كبار السن من الرجال **وخرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات أهمها:-** زيادة أعداد المذيعين المدربين على التعامل مع فئة المسنين عقد البرامج الموجهة للمسن تحت إشراف المتخصصين فى

المجالات الطبية والاجتماعية والنفسية والقانونية والدينية

- ضرورة تقديم موضوعات تمس مشاكل المسنين بشكل مباشر وبشكل يتواكب مع معطيات العصر الذى نعيشه.

- ضرورة إظهار الجوانب الإيجابية لشخصية كبار السن من حيث خبراتهم المتنوعة ومساهمتهم فى أهم الموضوعات إلى تواصل الأجيال داخل المجتمع.

- ضرورة تصحيح الفكرة السائدة بأن مرحلة الشيخوخة هى مرحلة الضعف ونهاية الحياة والتأكيد على أن هذه المرحلة لها سماتها.

٨- دراسة روبرت جيبونس (Robert Gibbons, 2003) بعنوان: "انعكاسات فى المرآة: التليفزيون وكبار السن " (٢٢)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين كبار السن ومشاهدة التلفزيون وأنواع البرامج التلفزيونية المفضلة لديهم ، وذلك فى ضوء السمات الشخصية لهم فى هذه الدراسة ، واستجاباتهم العاطفية لبرنامج عن شخص مسن وتفسيرها فى ضوء نظرية التقمص الوجدانى لزيلمان "Zillmann" ونظرية المقارنة الاجتماعية لفستنجر، وطبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها ١٠٦ فرداً تراوحت أعمارهم بين ٧٠ إلى ٩٣ عاماً باستخدام استمارة استبيان بالمقابلة ولتحديد تأثير المضمون العاطفى ثم إنتاج شريطى فيديو أحدهما لشخص مسن سعيد (إيجابى) والآخر لنفس المسن كحزين ومنعزل (سلبى) وتم استخدام مقياس العزلة لتقييم المبحوثين إلى مجموعتين، مجموعة وحيدة والأخرى أقل وحدة ، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها:

- توجد زيادة ذات دلالة إحصائية فى مستوى السلبية الذى حدث فى مجموعة المشاركين الوحيدين كنتيجة لمشاهدة الفيديو السلبى ، وتدعم هذه البيانات نظرية التقمص الوجدانى عن نظرية المقارنة الاجتماعية.

- يوجد تفاعل ذو دلالة كبيرة بين الفيديو الذى قمت بمشاهدته والمجموعات الوحيدة حيث توحدت المجموعة الأقل وحدة بقوة التركيز مع

الرجل الذى تم تصويره فى الفيديو الإيجابى ، عن الرجل الذى تم تصويره فى الفيديو السلبي.

٩- دراسة حنان محمد إسماعيل (٢٠٠٦) بعنوان "صورة المسنين فى الدراما التلفزيونية المصرية وعلاقاتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعى للمسنين" (٢٣)

تناولت الدراسة طبيعة ملامح أبعاد الصورة التى تقدمها الدراما التى تعرض فى التلفزيون للمسنين من خلال تحليل محتوى الأفلام والمسلسلات ، ومعرفة مدى علاقة الصورة التى يقدم بها المسنون بتكوين وإدراك المشاهدين للواقع الاجتماعى للمسنين.

وتناولت الدراسة أيضاً مقارنة بعض ملامح الصورة التى يقدم بها المسنون من خلال الدراما بالواقع الفعلى فى المجتمع ، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحى واستخدمت أداتان هما استمارة استبيان بالمقابلة، وصحيفة تحليل المضمون لتحليل الدراما التلفزيونية المقدمة، طبقت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٠٠ مفردة من مشاهدى الدراما التلفزيونية فى محافظات القاهرة والجيزة ، وتم تحليل مضمون أربع دورات برامجية كاملة مدتها تسع شهور متتالية .

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها :

- قدمت الأعمال الدرامية العديد من الحالات العملية للمسنين وهو تنوع يتفق مع الواقع الفعلى فبينت النتائج وجود تنوع فى أنشطة قضاء وقت الفراغ وتنوع فى أماكن إقامته وجاء منزله فى المرتبة الأولى وبينت أيضاً النتائج بعض مظاهر ممارسة الشعائر الدينية لدى المسنين ، وغلبت الأسرة المترابطة كأسرة ينتمى إليها المسن على الأسرة المفككة .

- تمثلت أهم الملامح السلبية لصورة المسن التى قدمتها الدراما المصرية فى تفوق الذكور المسنون على الإناث المسنات فى الظهور للأعمال الدرامية مما يؤكد الحرص على تقديم المرأة فى أدوار الشباب وسن النضج ولكن هذا يختلف عن الواقع.

- عدم تناول الأعمال الدرامية لمشكلات المسن مما يشير ذلك إلى تجاهل بعض أبعاد الشخصية المسنة وعدم التركيز على المشكلات التى تعانيها .

- جاءت العزلة والوحدة فى مقدمة المشكلات التى يعانى منها وسن المسنون فى المجتمع وتليها تدهور الحالة الصحية ثم تليها وقت الفراغ الكبير، ثم فقدان أقرب الأشخاص يليها الإحالة على المعاش ثم يليها سوء المعاملة من أفراد الأسرة ثم يليها المشكلات المادية.

- جاء الحضر فى مقدمة البيئات التى يعيش فيها المسنون مما يؤكد على الاتجاه الدرامى فى تناول الشخصيات التى تعيش فى الحضر.

- مشاهدة التلفزيون فى مقدمة أنشطة قضاء وقت الفراغ لدى المسنين حيث لا تتطلب مشاهدته الحركة أو الانتقال من المنزل ويعد من أسهل وأقل وسائل الترفيه تكلفة ثم قراءة الكتب والصحف فى المرتبة الثانية ثم زيارة الأبناء وخرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات أهمها:

- تناول مشكلات كبار السن من خلال الشخصيات العامة ومحاولة تصحيح الصورة النمطية السلبية عن هذه المرحلة العمرية على أنها نهاية مرحلة الحياة.

- الدعوة لإنشاء قناة تلفزيونية خاصة بكبار السن على غرار إذاعة الكبار.

- تخصيص برامج تلفزيونية تتواصل لإشباع حاجات كبار السن من المواد المتنوعة وفقاً لرغباتهم واحتياجاتهم.

مدى الاستفادة من مراجعة الدراسات السابقة:

أفادت الدراسات السابقة الباحثة فى كثير من الجوانب البحثية من أهمها :

- أوضحت نتائج دراسة يسرى دعبس لعام ٢٠٠٣ أن نسبة كبار السن يزداد سنة بعد الأخرى يشير ذلك إلى ضرورة اهتمام العلم الحديث بدراسة صفات كبار السن.

– أوضحت نتائج دراسة نجوى أمين الفوال لعام ٢٠٠٠ أولى أساليب قضاء وقت الفراغ لكبار السن كان استخدامهم لوسائل الإعلام حيث جاء التلفزيون فى المقام الأول واحتلت القناة الأولى للمرتبة الأولى بنسبة ٥٦,٥%.

– تبين للباحثة أن كبار السن يتعرضون لكثير من المشاكل منها المشاكل الاقتصادية والصحية والاجتماعية والنفسية وهذا أوضحته نتائج دراسة هبة سمير عبد العزيز لعام ٢٠٠٠ كما أوضحت نتائج سهير أحمد محمد لعام ٢٠٠٠ أن خدمات الرعاية التى تقدمها الدولة لاتتناسب مع احتياجات المسنين كما أوضحت الدراسة على ضرورة وضع استراتيجية متكاملة تراعى الاحتياجات الفعلية الصحية والعلاجية والتأهيلية والدينية للمسنين مما دل ذلك على وجود تقصير فعلى تجاه المسنين من قبل الدولة.

– أوضحت نتائج دراسة ليلى حسين لعام ٢٠٠٠ رغبة كبار السن فى ضرورة وجود برامج تلفزيونية تخصص لهم وتتناول حياتهم فى المرتبة الأولى بنسبة ٧٣,١% ، يليها رغبتهم فى برامج التوعية لكبار السن بنسبة ٦٣,٩% ثم زيادة البرامج الدينية والمسلسلات والتمثيليات الدينية بنسبة ٦٣,٨%

– أوضحت نتائج دراسة توماس أجين لعام ١٩٩٦ ودراسة نانسى سينوريللى لعام ٢٠٠١ ودراسة حنان محمد إسماعيل .لعام ٢٠٠٦ انخفاض نسبة تمثيل فئة المسنين فى الإعلانات حيث يشكل المسنون نسبة صغيرة من الشخصيات فى عالم التلفزيون وقت الذروة حيث بلغت هذه النسبة ٣% فقط من الشخصيات الذكور والإناث فى كل من الأدوار الرئيسية والثانوية.

– أوضحت نتائج دراسة حنان محمد إسماعيل .لعام ٢٠٠٦ عدم تناول الأعمال الدرامية لمشكلات المسنين مما يشير ذلك إلى تجاهل بعض أبعاد الشخصيات المسنة وعدم التركيز على المشكلات التى تعانيها.

– أوضحت نتائج دراسة عزة عبد العظيم لعام ٢٠٠٣ ودراسة كارين روس لعام ٢٠٠٠ ضرورة تصحيح الفكرة السائدة بأن مرحلة الشيخوخة هى

مرحلة الضعف ونهاية الحياة حيث يتم تصوير المسنين من خلال التلفزيون بصورة سلبية تمثلت فى تقديم المسن كعالة على غيره وضعيف وحساس وسريع التأثر ومنعزل وكثير الشكوى.

- استفادة الباحثة من مراجعة الدراسات السابقة فى تحديد موضوع البحث تحديداً دقيقاً متمثلاً فى التساؤل التالى "ما دور التلفزيون فى تلبية احتياجات كبار السن؟"

- كما ساعدت الدراسات السابقة الباحثة فى الإدراك الواعى للإطار النظرى لدراستها والمتمثل فى مدخل الاستخدامات والإشباعات ، كما تم الاستفادة فى بناء تصميم استمارة الدراسة الميدانية .

- ساعدت الدراسات السابقة البادثة فى تحديد قائمة دوافع تعرض كبار السن للتلفزيون سواء كانت نفعية أم طقوسية.

- أشارت أغلب الدراسات السابقة إلى ضرورة الاهتمام بمرحلة كبار السن على اعتبار أنها مرحلة مهملة من قبل القائمين على وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون ومرحلة مهملة من قبل الباحثين أيضاً.

مشكلة الدراسة :

يسير العالم نحو شيخوخة السكان لذلك أصبح موضوع رعاية كبار السن من قضايا الساعة التى تحظى بالاهتمام وأوضحت الكثير من الدول فى العصر الحديث تقدم برامج متنوعة من الرعاية الاجتماعية لمراحلها وسكانها بهدف تحقيق عدل اجتماعى وتوفير خدمات لهذه الفئة من فئات المجتمع باعتبار أن ذلك من معايير رقى وتقدم ونهضة الدول. ونظراً للمشكلات التى يعانى منها كبار السن نتيجة للظروف والمتغيرات التى تمر بها المجتمعات فإن الحاجة ماسة لإجراء الدراسات بهدف معالجتها وتلبية احتياجاتهم لتحقيق الأمان الشامل لهم وتأمين حياة كريمة ودحض وجهة النظر الشائعة بأن التعليم هو شأن الأطفال والشباب وأن العمل هو شأن الذين هم صغار السن وأن التقاعد هو شأن كبار السن ويدعو الإطار المفاهيمى الجديد إلى إعداد برامج داعمة للتعلم فى كل الأعمار وقيامهم بأدوار رعائية فى أوقات مختلفة

على مدى العمر أن مثل هذا التضامن بين مختلف الأجيال يتيح المزيد من الأمن والأمان للأطفال وللآباء ولجميع النساء فى شيخوختهم، فتحاول الدراسة الحالية التعرف على دور التلفزيون المصرى فى تلبية احتياجاتهم الاجتماعية والنفسية والترفيهية باعتبار أن التلفزيون وسيلة من وسائل الترفيه وتقديم المعلومات والخدمات بالإضافة إلى كونه وسيلة للتفاعل الاجتماعى حيث يستخدمه كبار السن كبديل لإقامة علاقات اجتماعية للتغلب على شعوره بالوحدة والملل، وهذا ما أشارت إليه الدراسات السابقة من ارتفاع نسبة مشاهدة كبار السن للتلفزيون **وبالتالى تتلخص مشكلة الدراسة الحالية فى التساؤل التالى :**

- ما دور التلفزيون المصرى فى تلبية احتياجات كبار السن؟

أهمية الدراسة:

ويمكن التعرف على مبررات أهمية الدراسة الحالية من خلال النقاط التالية:

أ- أهمية التلفزيون:

- أصبح التلفزيون بقنواته المتعددة وفنونه البرامجية الكثيرة يقدم مدى واسعاً من الخبرات المتعلقة بالملاحظة مما يشير إلى إلى أهمية الدور الاجتماعى التربوى للتلفزيون بوجه عام

ب- أهمية المرحلة العمرية (كبار السن):

- ازدياد نسبة كبار السن سنة بعد أخرى وهذا ما أشارت إليه الإحصاءات حيث وصلت نسبة كبار السن فى مصر عام ٢٠٠٦ إلى خمسة ملايين نسمة بنسبة ٧% ، وفى سنة ٢٠١٦ سوف يزيد عددهم إلى ما يتجاوز ستة ملايين أى بنسبة ٩% ، وفى سنة ٢٠٢٦ سوف يزيد عددهم إلى عشرة ملايين أى بنسبة ١١%. وكان من أهم نتائج هذه الزيادة اهتمام العلم الحديث بمختلف فروعه مؤخراً بدراسة كافة المظاهر الجسمية والعقلية والمعرفية والانفعالية والعاطفية والاجتماعية لكبار السن.

- كبار السن جزء من موارد الثروة البشرية يجب الاستفادة منها إلى

أقصى حد عن طريق المعارف والخبرات المتراكمة سنة بعد أخرى، وعن طريق حصاد السنين من التجارب التى قد تكون نبراساً للأجيال الأطفال والشباب والراشدين ومدى إمكانية الاستفادة منهم فى تنمية المجتمع والاستخدام الأمثل لتلك الطاقة البشرية ذات المهارات العقلية والمعرفية الغالبة.

- أدت الزيادة الكبيرة فى أعداد كبار السن إلى تحويل مشكلاتهم من مجرد مشكلة عاطفية تهدف إلى العطف على هؤلاء الشيوخ دون القيام بأى إجراءات إيجابية لعلاجها إلى اتخاذ الوسائل المناسبة لتحسين حالة هؤلاء الشيوخ.

- اتخذت قضايا كبار السن مكاناً بارزاً فى الاجتماعات الدولية فى السنوات القليلة الماضية مما يتيح الفرصة أمام المتخصصين فى مختلف الجوانب إلى ضرورة التفكير فى الاستفادة بمعطيات تلك الندوات والمؤتمرات وصياغتها فى برامج تلفزيونيه إذاعية.

- كما تكمن القيمة العلمية فى هذه الدراسة فى تناولها السلوك الاتصالى لكبار السن ودوافعهم للمشاهدة وعادات تعرضهم وملامح استخداماتهم للتلفزيون وتقيمهم له فى ضوء تلبية احتياجاتهم بما يمثل ذلك قياساً لرجع الصدى.

جـ- أهمية تلبية الاحتياجات النفسية والاجتماعية والترفيهية:

على اعتبار أن العينة التى طبقت عليها الدراسة عينة عمدية من كبار السن من المتعلمين وخاصة الذين احتلوا مناصب إدارية عليا فهم أكثر فئة تصاب بالعديد من المشاكل الاجتماعية والنفسية والترفيهية على اعتبار أنهم قضوا حياتهم فى الخدمة التى قد تكون تعليمية أو زراعية أو صناعية أو طبية أو غير ذلك فبخروجهم على المعاش افتقدوا أهم شئ ألا وهو التعامل مع الآخرين والانشغال بتأدية مهامهم الوظيفية فلم يشعروا بالوحدة أو الاكتئاب أو فقدان القيمة أو مشكلة قضاء وقت الفراغ إلا بعد خروجهم على المعاش فكانت الاحتياجات الاجتماعية والنفسية والترفيهية من أكثر

الاحتياجات التى هم بحاجة إلى اشباعها وهذه النتيجة أكدتها الدراسة الاستطلاعية التى قامت بها الباحثة على كبار السن فوجدت أن كبار السن من المتعلمين يروا أن من أهم المشاكل التى يجب أن يهتم التلفزيون بتقديمها لهم جاءت فى المرتبة الأولى المشاكل الاجتماعية بنسبة ٤٧,٣% ، ثم فى المرتبة الثانية المشاكل النفسية بنسبة ٣٦,٣% ثم فى المرتبة الثالثة المشاكل الترفيهية وقضاء وقت الفراغ بنسبة ١٦,٥%.

د- الأهمية العلمية للبحث الحالى:

- تتمثل أهمية البحث الحالى فى جانبين الجانب الأول يمثل البحث أهمية علمية لا يستهان بها ، المتفحص لتراث علم الإعلام وعلم النفس وبصفة خاصة فى مجال كبار السن نجد أن عدد البحوث ضئيلة للغاية ، فإذا كان علماء الإعلام وعلم النفس قد طالعونا بالعديد من الدراسات والبحوث عن الطفولة والشباب فإن نصيب المسنين مازال ضئيلاً أما عن الجانب الثانى تتمثل أهمية البحث فى أهميته القومية قد تكمن فى تلك الشريحة هى التى تتولى فى الغالب فى العديد من المجتمعات المصرية وخاصة المجتمعات القبلية الأمور الأسرية العائلية والاجتماعية وتحمل على عاتقها مهمة غرس أساليب التربية فى النشئ الصغير ، وإضافة إلى أن العديد من أفراد هذه الفئة يعمل فى المؤسسات والمجالس القومية المتخصصة فى مصر التى من شأنها اتخاذ أهم القرارات والتشريعات المتعلقة بالمجتمع والمتفحص لعادات وتقاليد الكثير من الثقافات الفرعية للمجتمع المصرى يجد أنها تضفى على المسن الوقار والتبجيل فيما يفوق الوصف بل يتعدى ذلك إلى حد الطاعة العمياء لأفكارهم وآرائهم فإذا كانت تلك مكانتهم ألا يعنى ذلك ضرورة إجراء المزيد من الدراسات العلمية عليهم والإجابة هنا تكون بالتأكيد بالإيجاب.

ومن هنا تمثلت أهمية الدراسة الحالية فى أن نتائج الدراسة يمكن أن تفيد تطبيقياً كبار السن أنفسهم والعاملون فى مجال الإعلام وخاصة التلفزيون والأبناء المتعاملين مع كبار السن داخل أو خارج الأسرة تلك الشريحة التى تحتل نسبة ٩% من جملة سكان مصر أى أكثر من ستة ملايين فرد .

- أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الأساسى The Basic Goal لهذه الدراسة فى التعرف على دور التلفزيون المصرى فى تلبية احتياجات كبار السن وتحديداً تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلى:

١- التعرف على مدى تعرض كبار السن للتلفزيون.

٢- التعرف على كثافة تعرض كبار السن للتلفزيون.

٣- التعرف على نوعية المواد التلفزيونية التى يشاهدها كبار السن من خلال التلفزيون.

٤- التعرف على دوافع مشاهدة كبار السن للتلفزيون.

٥- التعرف على دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات الاجتماعية لكبار السن

٦- التعرف على دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات النفسية لكبار السن.

٧- التعرف على دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات الترفيهية لكبار السن.

تساؤلات الدراسة :

فى ضوء مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها فقد تم صياغة مجموعة من التساؤلات والتى اشتملت عليها صحيفة الاستقصاء التى تم إعدادها وبناؤها وعرضها على مجموعة من الخبراء والمتخصصين ويتمثل التساؤل الرئيسى فى "**ما دور التلفزيون المصرى فى تلبية احتياجات كبار السن؟**" وينبثق من هذا التساؤل تساؤلات فرعية أخرى جاءت على النحو التالى:

١- ما مدى تعرض كبار السن للتلفزيون؟

٢- ما حجم كثافة تعرض كبار السن للتلفزيون؟

٣- ما نوعية المواد التلفزيونية التى يشاهدها كبار السن من خلال التلفزيون؟.

٤- ما دوافع مشاهدة كبار السن للتلفزيون؟

٥- ما دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات الاجتماعية لكبار السن؟

٦- ما دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات النفسية لكبار السن؟

٧- ما دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات الترفيهية لكبار السن؟ "

فروض الدراسة:

تقوم الدراسة الحالية على اختبار الفروض التالية:

الفرض الأول : "توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة كبار السن للتلفزيون ودوافع المشاهدة".

الفرض الثانى: "توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة كبار السن للتلفزيون وتلبية الاحتياجات" (الاجتماعية- النفسية- الترفيهية).

وينبثق من هذا الفرض الفروض الثلاثة الآتية:

أ ــ توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين كثافة المشاهدة وتلبية الاحتياجات الاجتماعية لكبار السن.

ب ــ توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين كثافة المشاهدة وتلبية الاحتياجات النفسية لكبار السن.

جـ ــ توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين كثافة المشاهدة وتلبية الاحتياجات الترفيهية لكبار السن.

منهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد اعتمدت على منهج المسح لعينة من كبار السن ممن هم فى سن ٦٠ سنة فأكثر. ويتكون مجتمع الدراسة من كبار السن الذين يسكنون محافظة الغربية وكفر الشيخ والقاهرة . كما اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفى والتحليلى فى مسح التراث العلمى المتعلق بموضوع الدراسة والتعرف على دور التلفزيون المصرى فى تلبية الاحتياجات الاجتماعية والنفسية والترفيهية لكبار السن

والاختبار الدقيق لفروض الدراسة ، والإجابة على تساؤلاتها وصولاً إلى فهم وتفسير واضحيين لدور التلفزيون المصرى فى تلبية احتياجات كبار السن فى إطار مسح لعينة عمدية من كبار السن قوامها ٢٠٠ مفردة.

العينة:

تم تطبيق البحث على عينة عمدية قوامها (٢٠٠) مفردة من المتعلمين من كبار السن سحبت من الأندية والمقاهى ودور المسنين من المحافظات التالية (القاهرة – الغربية– كفر الشيخ) .

*** الأسباب التى دفعت الباحثة لاختيار عينة من كبار السن من المتعلمين الذين شغلوا مناصب إدارية عليا، يرجع إلى الأسباب التالية:**

١- أنهم قادرون على التواصل وإعطاء معلومات، حول موضوع البحث.

٢- يتسموا بأنهم كثيفى المشاهدة للتلفزيون لأنهم وجدوا فيه انوسيلة للتواصل مع المجتمع الخارجى.

٣- هذه الشريحة تكون أكثر تأثراً من الناحية النفسية والاجتماعية خصوصاً إذا كانت تحتل مكانة إدارية مرتفعة فيترتب على خروجها على المعاش شعورهم بقلة أهميتهم داخل المجمتمع فيصابوا بالعديد من المشاكل الاجتماعية والنفسية ومشكلة قضاء وقت الفراغ

٤- تجانس شريحة كبار السن من المتعلمين فى المستوى الاقتصادى والاجتماعى.

وهذا ما أظهرته الدراسة الاستطلاعية التى قامت بها الباحثة على عينة عشوائية قوامها (٥٠) مفردة من كبار السن.

*** الصعوبات التى واجهت الباحثة فى الوصول إلى مفردات عينة البحث واقتصارها على عدد (٢٠٠) مفردة من كبار السن من المتعلمين.**

قد يرجع اعتراض عدد كبير منهم على المشاركة بالرأى فى هذا البحث إلى عدة أسباب منها:

١- اعتراضهم على فكرة أنهم أصلاً ينتمون إلى فئة كبار السن.

٢- تذكرهم بأمجادهم الماضية يمنعهم من إدراكهم لوضعهم الحالى.

٣- الاكتئاب الشديد الذى يصيب الكثير منهم لحرمانهم من العمل بدون أى ذنب إلا لأنهم فقط وصلوا إلى السن القانونى وهو سن المعاش.

توصيف عينة الدراسة:

وروعى فى توزيع عينة الدراسة أن تتم بشكل متساوى بين النوع ومكان الإقامة وفيما يلى توزيع عينة الدراسة حسب النوع ومكان الإقامة.

*** توزيع العينة وفقاً للنوع:**

جدول رقم (١)

يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع (ذكور -إناث)

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	١٠٠	%٥٠
إناث	١٠٠	%٥٠
جملة أفراد العينة	٢٠٠	%١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها أن العينة تتوزع على الذكور بنسبة ٥٠% ، وعلى الإناث بنسبة ٥٠% .

*** توزيع العينة وفقاً لمحل الإقامة:**

جدول رقم (٢)

يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً لمحل الإقامة

محل الإقامة	التكرار	النسبة المئوية
محافظة القاهرة	٦٦	%٣٣
محافظة الغربية	٦٨	%٣٤
محافظة كفر الشيخ	٦٦	%٣٣
جملة أفراد العينة	٢٠٠	%١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها العينة تتوزع طبقاً لمحل الإقامة على محافظة القاهرة بنسبة ٣٣% ، مجافظة الغربية ٣٤% ، محافظة كفر الشيخ ٣٣%.

أدوات الدراسة:

فرضت طبيعة الدراسة والمنهج المستخدم أن تجمع الباحثة بيانات الدراسة من خلال:

- أداة الاستبيان: وقد تم الاعتماد عليها كأداة لجمع البيانات ، اشتملت أسئلة الاستبيان على الأسئلة المغلقة والمفتوحة والمغلقة المفتوحة فى آن واحد مما يتيح مجالاً لعينة الدراسة كى تعبر عن نفسها بحرية تامة ووضوح، كما اشتملت الاستمارة وتم إعداد هذا الاستبيان طبقاً للإطار النظرى والتعريف الإجرائى واشتمل على سبع تساؤلات تدور حول:

١- مدى تعرض كبار السن للتلفزيون.

٢- حجم كثافة تعرض كبار السن للتلفزيون.

٣- نوعية المواد التلفزيونية التى يشاهدها كبار السن من خلال التلفزيون.

٤- دوافع مشاهدة كبار السن للتلفزيون.

٥- دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات الاجتماعية لكبار السن.

٦-. دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات النفسية لكبار السن.

٧- دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات الترفيهية لكبار السن

صدق الأداة :

تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين(**) من الأساتذة المتخصصين فى المجالات الآتية الإعلام وعلم النفس الاجتماعى وتم استبعاد العبارات التى لم يوافق عليها المحكمين وإجراء التعديلات اللازمة حسب آرائهم وتوجهاتهم .

(**) أ.د/ محمد معوض إبراهيم أستاذ الإعلام وثقافة الطفل ووكيل معهد الدراسات العليا بجامعة عين شمس.
أ.د/ اعتماد خلف معبد الإعلام وثقافة الطفل بجامعة عين شمس.
أ.د/ جمال عبد الحى النجار أستاذ الإعلام بكلية البنات جامعة الأزهر.
أ.د/ سميحة أبو النصر أستاذ علم النفس بكلية التربية النوعية جامعة طنطا.
أ.د/ يسرية محمد سالم أستاذ علم النفس الاجتماعى بكلية التربية النوعية جامعة طنطا.

ثبات الأداة:

استخدمت الباحثة أسلوب Test- Retest على استمارة الاستبيان حيث تم تطبيقها على عينة قدرها ١٠% من إجمالى العينة ثم إعادة التطبيق بعد عشرة أيام على نفس المبحوثين للتأكد من مدى فهمهم لطبيعة الموضوع وثبات إجاباتهم ولقد تم حساب معامل الارتباط بين التطبيق الأول فكانت قيمته ٠,٩٥ وهى قيمة مرتفعة تشير إلى ثبات صحيفة الاستبيان.

مصطلحات الدراسة:

التلفزيون:

وسيلة اتصال جماهيرية تصل إلى كل البيوت المصرية دون عوائق من خلال جهاز الاستقبال، تبعث الرسالة من خلال صوت وصورة لذلك هو وسيلة سمعية مرئية يتميز بوجود حركة وألوان ، يقدم أشكال برامجية مختلفة منها البرامج الحوارية والتحقيقات والندوات والمنوعات العنائية والدراما تتمثل فى (الأفلام- المسلسلات- المسرحيات- تمثليات) كما يقدم التلفزيون أيضاً الإعلانات والنشرات الإخبارية.

كبار السن:

الفرد المسن فى المجتمع المصرى هو الفرد الذى وصل إلى سن المعاش (٦٠) سنة وبالتالى يعفى من مسئولياته وواجباته الرسمية وتعطى له حقوقه وامتيازاته التى تكفل له الحياة الكريمة دون أن يطلب منه بذل المزيد من الجهد فى هذا السن ، وتوجد أربعة عشر كلمة تدور حول هذه المرحلة ومن أبرزها الكبير وهو الطاعن فى السن، الشيخ هو الذى استبانت فيه السن، الهرم وهو الشيخ الفانى ، الدربيس وهى تشير إلى العجوزة الفانية، العاتى هو الرجل الفانى [٢٥] ، وكبر السن ليس مرضاً فى حد ذاته إنما هو فترة من الحياة تحدث فيها تغيرات فسيولوجية وبيولوجية (جسمانية وعقلية ونفسية) تشكل مشاكل لطبيعة وحياة المسن.

تصنيفات المسن:

* المسن الشاب: الذى يبلغ من العمر ٦٠ إلى ٧٤ سنة .

* المسن الكهل: الذى يبلغ من العمر ٧٥ إلى ٨٤ سنة .

* المسن الهرم: الذى يبلغ من العمر ٨٤ فأكثر.

الاحتياجات:

يخضع الفرد لسلسلة من التغيرات، ابتداءً من ميلاده حتى شيخوخته ، والتغيرات التى تحدث للفرد متعددة الأنواع منها تغيرات فسيولوجية وتغيرات نفسية وتغيرات اجتماعية والواقع أو التغيرات التى يخضع لها الفرد فى الأسرة تكون بمثابة زلزلة لمكانته القديمة وترسيخ لمكانته الجديدة فإذا كان هذا هو الحال عند وصول الفرد لسن الستين فهو يكون إذن بحاجة إلى تلبية احتياجاته المختلفة فى هذه المرحلة من خلال الإرشاد النفسى والاجتماعى والإرشاد الخاص بكيفية قضاء وقت الفراغ من خلال وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون. (٢٦)

الاحتياجات الاجتماعية:

تدور الاحتياجات الاجتماعية لكبار السن حول

- تيسير حياة المسن الاجتماعية وعلاقته الأسرية ليعيش فى إطار الدفئ العائلى.

- تعاون أفراد الأسرة فى تلبية احتياجات المسن ، مشاركة المسن فى الأنشطة والزيارات.

- البعد عن ازعاجهم وتجنب الشجار وإثارة الجد معهم.

الاحتياجات النفسية:

تدور الاحتياجات النفسية لكبار السن حول

- حفظ كرامة المسن وإشعاره بأهميته فى الحياة.

- توفير جو أسرى أمن لرعاية المسن مما يساعده على التوافق النفسى.

- إشباع حاجاته الوجدانية عبر تواصله مع الأقارب ومشاركته فى المناسبات والأعياد المختلفة.

الاحتياجات الترفيهية:

تدور الاحتياجات الترفيهية لكبار السن حول

- شغل أوقات الفراغ.
- تنظيم رحلات حج وعمرة.
- إقامة حفلات السمر.

نتائج الدراسة:

تستعرض الباحثة أهم النتائج التى توصلت إليها من خلال الدراسة، وذلك على النحو التالى

أولاً: النتائج العامة ثانياً: نتائج اختبارات الفروض

أولاً: النتائج العامة

وتتضمن النتائج التى تم التوصل إليها عند عمل التكرارات الحسابية والمعاملات الإحصائية ويعتبر عرض النتائج العامة تمهيد هام لعرض نتائج اختبارات الفروض ، حيث يمكن أن يضعها القائمون على العمل فى التلفزيون فى اعتبارهم لتحسين الأداء لصالح كبار السن.

١- مدى تعرض كبار السن للتلفزيون:

جدول رقم (٣)

يوضح دلالة الفروق بين النسب المئوية والتكرارات لمدى تعرض كبار السن للتلفزيون

مدى مشاهدة كبار السن للتلفزيون	التكرار	النسبة المئوية	كا٢
دائماً	١٧٦	%٨٨	٢٧٠,٨٨ دالة عند مستوى ٠,٠٥ عند درجة حرية (٢)
أحياناً	٢٠	%١٠	
نادراً	٤	%٢	
الإجمالى	٢٠٠	%١٠٠	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها ما يلى:

يتوزع كبار السن طبقاً لمدى مشاهدتهم للتلفزيون حسب ما أحرزته من

تكرارات كما يلى:

– بلغت نسبة مشاهدة كبار السن للتلفزيون ١٠٠% توزعت معدلات المشاهدة إلى ارتفاع معدلات مشاهدة كبار السن للتلفزيون بصفة دائمة بنسبة ٨٨% لتحتل المرتبة الأولى، ويأتى فى المرتبة الثانية كبار السن الذين يشاهدون التلفزيون بصفة غير دائمة (أحياناً) بنسبة ١٠% ثم يأتى فى المرتبة الثالثة نسبة من يشاهدون التلفزيون بصفة نادرة لتصل النسبة إلى ٢% .

– وبلغت قيمة كا٢ (٢٧٠,٨٨) وتعد دالة لصالح كبار السن الذين يشاهدون التلفزيون بصفة منتظمة وهذا يعكس حرص كبار السن على مشاهدة التلفزيون أى أنه يمثل جزء أساسى من حياتهم اليومية ، وترى الباحثة أن السبب فى ذلك يرجع إلى أن التلفزيون يعد بالنسبة لهم النافذة السحرية التى يطلون من خلاله على العالم الخارجى ليكتسبوا المعلومات والخبرات والأفكار الجديدة ويساعدهم أيضاً على قضاء وقت فراغهم الذى زاد خاصة بعد إحالتهم لسن المعاش .

– وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة نجوى أمين الفوال لعام (٢٠٠٠) "حول المسنون ووسائل الاتصال فى مصر" حيث توصلت الدراسة إلى أن التلفزيون يأتى فى المقام الأول من حيث استخدام كبار السن لوسائل الإعلام حيث أقر ذلك نسبة ٦٨% ، وحصلت القناة الأولى على المركز الأول فى تفضيل المبحوثين لقناة تلفزيونية بنسبة ٥٦,٥%.

٢ ــ حجم كثافة تعرض كبار السن للتلفزيون:

جدول (٤)

يوضح دلالة الفروق بين النسب المئوية والتكرارات لحجم كثافة تعرض كبار السن للتلفزيون

كم يوم فى الأسبوع تتعرض للتفزيون			
عدد الأيام	التكرار	النسبة المئوية	كا٢
١-٢	٣١	١٥,٥%	٣٤,٩٣ دالة عند مستوى ٠,٠٥
٣-٤	٧٠	٣٥%	
٥-٧	٩٩	٤٩,٥%	
إجمالى	٢٠٠	١٠٠%	
عدد ساعات مشاهدة كبار السن للتلفزيون			
عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية	كا٢
١-٣	١١٩	٥٩,٥%	٦٩,٩٧ دالة عند مستوى ٠,٠٥عند درجة حرية (٢)
٤-٦	٥٧	٢٨,٥%	
٧-٩	٢٤	١٢%	
إجمالى	٢٠٠	١٠٠%	
الفترات التى يتابع فيها كبار السن للتلفزيون			
الفترات	التكرار	النسبة المئوية	كا٢
الفترة الصباحية	٣٣	١٦,٥%	٦٩,٩٧ دالة عند مستوى ٠,٠٥عند درجة حرية (٢)
فترة الظهيرة	٤٥	٢٢,٥%	
الفترة المسائية	١٢٢	٦١%	
إجمالى	٢٠٠	١٠٠%	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها ما يلى:

- يتوزع عدد الأيام التى يشاهد كبار السن من خلالها التلفزيون بصفة عامة وذلك حسب ما أحرزته من تكرارات كما يلى من (٥-٧) أيام ٤٩,٥% ، من (٣-٤) أيام ٣٥%، من (١-٢) يوم ١٥,٥% ، حيث بلغت قيمة كا٢

(٣٤,٩٣) أى دالة لصالح كبار السن الذين يشاهدون التلفزيون من (٥-٧) أيام فى الأسبوع بنسبة ٤٩,٥%.

- يتوزع كبار السن طبقاً لساعات مشاهدتهم للتلفزيون حسب ما أحرزته من تكرارات كما يلى :

من(١-٣) ساعات ٥٩,٥% ، من (٤-٦) ساعات ٢٨,٥% ، (٧-٩) ساعات ١٢% حيث بلغت قيمة كا٢ (٦٩,٩٧) أى دالة لصالح كبار السن الذين يشاهدون التلفزيون من ساعة إلى ثلاث ساعات بنسبة ٥٩,٥%.

- يتوزع كبار السن طبقاً للفترات التى يشاهدوا من خلالها التلفزيون حسب ما أحرزته من تكرارات كما يلى

- أتى فى المرتبة الأولى كبار السن الذين يشاهدون فى الفترة المسائية بنسبة ٦١%، ثم أتى فى المرتبة الثانية كبار السن الذين يشاهدون فى فترة الظهيرة بنسبة ٢٢,٥% ثم أتى فى المرتبة الثالثة كبار السن الذين يشاهدون التلفزيون فى الفترة الصباحية بنسبة ١٦,٥%، حيث بلغت قيمة كا٢ (٦٩,٩٧).أى دالة لصالح كبار السن الذين يشاهدون التلفزيون فى الفترة المسائية بنسبة ٦١%.

- وتشير نتائج الجدول السابق بصفة عامة إلى ارتفاع كثافة مشاهدة كبار السن للتلفزيون وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة حنان محمد اسماعيل لعام ٢٠٠٦ ونتائج دراسة نجوى امين الفوال لعام ٢٠٠٢ حيث أشارت نتائجهما إلى أن مشاهدة كبار السن للتلفزيون تأتى فى مقدمة أنشطة قضاء وقت الفراغ لدى المسنين وأرجعت السبب فى ذلك إلى أن مشاهدته لا تتطلب الحركة أو الانتقال من المنزل ويعد من أسهل وأقل وسائل الترفيه تكلفة.

٣- نوعية المواد التلفزيونية التى يشاهدها كبار السن من خلال التلفزيون :

جدول رقم (٥)

يوضح دلالة الفروق بين النسب المئوية والتكرارات النوعية المواد التلفزيونية التى يشاهدها كبار السن من خلال التلفزيون

نوعية المواد التلفزيونية	التكرار	النسبة المئوية	كا٢
البرامج	١٢٣	%٦١,٥	٢٨٦,٢٠دالة عند مستوى ٠,٠٥عند درجة حرية (٥)
المسلسلات	١٠٦	%٥٣	
الأفلام	٢٩	%١٤,٥	
الأغانى	٤	%٢	
الإعلانات	١٢	%١٢	
المسرحيات	١٤	%١٤	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها ما يلى:

- أوضحت النتائج العامة أكثر المواد التلفزيونية التى يفضل كبار السن مشاهدتها من خلال التلفزيون طبقاً لما أحرزته من تكرارات هى البرامج بنسبة ٦١,٥% ، والمسلسلات ٥٣% ، الأفلام ١٤,٥%، المسرحيات ١٤% ، الإعلانات ١٢% ، الأغانى ٢% .

- وبلغت قيمة كا٢ (٢٨٦,٢٠) أى دالة لصالح كبار السن الذين يفضلون مشاهدة البرامج لتحتل بذلك المرتبة الأولى بنسبة ٦١,٥%.

- وترى الباحثة ارتفاع مشاهدة كبار السن للبرامج والمسلسلات قد يرجع إلى اهتمام تلك المواد التلفزيونية بالموضوعات التى تخص كبار السن من موضوعات صحية ومعرفية واجتماعية ووجدانية وتمثيل المسلسلات لفئة كبار السن ، فى حين تهمل باقى المواد التلفزيونية فئة كبار السن مثل الأفلام والمسرحيات والأغانى والإعلانات لذلك جاءت نسبة مشاهدتهم لها ضئيلة وتتفق نتائج الدراسة الحالية فى هذا الصدد مع نتائج دراسة توماسى أجين روبنسو١٩٩٦ بعنوان "صورة كبار السن فى الإعلانات الموجهة إليهم وغير

الموجهة إليهم" حيث أشارت النتائج إلى تقديم الشخصيات المسنة بصورة نمطية وفى أدوار أقل أهمية فى الإعلانات التى تستهدف المسنين حيث ينخفض تمثيل فئة كبار السن بصفة عامة فى الإعلانات التلفزيونية.

- واختلفت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة ليلى حسين محمد لعام ٢٠٠٠ بعنوان "احتياجات كبار السن من وسائل الاتصال حيث أشارت نتائجها إلى أن الأفلام الروائية تأتى فى المرتبة الأولى بنسبة ٦٦,٥% تليها المسلسلات والتمثيليات بنسبة ٦٤,٨%.

٤- دوافع مشاهدة كبار السن للتلفزيون:

جدول رقم (٦)

يوضح دلالة الفروق بين النسب المئوية والتكرارات لدوافع مشاهدة كبار السن للتلفزيون

الدوافع الطقوسية

الدوافع الطقوسية لمشاهدة كبار السن للتلفزيون	نعم		إلى حد ما		لا		قيمة كا٢	مستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
يشغل وقت فراغك	٧٢	%٣٦	١٠٠	%٥٠	٢٨	%١٤	٣٩,٥٢	دالة
يخفف عنك التوتر والضيق	٦٩	%٣٤,٥	١٠٨	%٥٤	٢٣	%١١,٥	٥٦,٨٩	دالة
يساعدك على الهروب من ضغوط الحياة اليومية.	٦٦	%٣٣	٧٠	%٣٥	٦٤	%٣٢	٠,٤٩	غير دالة

عند درجة حرية (٢)

الدوافع النفعية

الدوافع النفعية لمشاهدة كبار السن للتلفزيون	نعم		إلى حد ما		لا		قيمة كا٢	مستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
أشاهد التلفزيون من أجل الحصول على المعلومات	١٣١	%٦٥,٥	٤٨	%٢٤	٢١	%١٠,٥	٩٨,٥٦	دالة
التلفزيون يساعدنى على اكتساب سلوكيات جديدة	٩١	٤٥,٥	٦٥	%٣٢,٥	٤٤	%٢٢	٢١,١٣	دالة
مشاهدة التلفزيون من أجل تدعيم القيم وترسيخها	١٠٣	%٥١,٥	٧٤	%٣٧	٢٣	%١١,٥	٤٩,٢١	دالة

ـ تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها ما يلى:

أولاً: الأسباب التى دفعت كبار السن لمشاهدة التلفزيون بدافع طقوسى - حسب ما أحرزته من تكرارات العبارة التى تقول (التلفزيون

يشغل وقت فراغى) جاءت فى المرتبة الأولى الذين وافقوا إلى حد ما على هذه العبارة بنسبة ٥٠% ، ثم كبار السن الذين وافقوا عليها بنسبة ٣٦% ، ثم جاءت فى المرتبة الثالثة كبار السن الذين لم يوقفوا على هذه العبارة بنسبة ١٤%، حيث بلغت قيمة كا٢ (٣٩,٥٢) أى دالة لصالح كبار السن الذين وقفوا على هذه العبارة إلى حد ما بنسبة ٥٠%.

- العبارة التى تقول (التلفزيون يخفف عنى التوتر والضيق) جاء فى المرتبة الأولى كبار السن الذين وافقوا على هذه العبارة إلى حد ما بنسبة ٥٤% ثم كبار السن الذين وافقوا على هذه العبارة بنسبة ٣٤,٥%، ثم جاء فى المرتبة الثالثة كبار السن الذين لم يوافقوا على هذه العبارة بنسبة ١١,٥%، حيث بلغت قيمة كا٢ (٥٦,٨٩) أى دالة عند درجة حرية (٢) لصالح كبار السن الذين وافقوا إلى حد ما على هذه العبارة.

- العبارة التى تقول (التلفزيون يساعدنى على الهروب من ضغوط الحياة اليومية) جاء فى المرتبة الأولى كبار السن الذين وافقوا إلى حد ما على هذه العبارة بنسبة ٣٥% ، ثم كبار السن الذين وافقوا على هذه العبارة بنسبة ٣٣% ليحتلوا المرتبة الثانية، ثم كبار السن الذين لم يوافقوا على هذه العبارة بنسبة ٣٢% ، حيث بلغت قيمة كا٢ (٠,٤٩) أى غير دالة.

ثانياً: الأسباب التى دفعت كبار السن لمشاهدة التلفزيون بدافع منفعى حسب ما أحرزته من تكرارات:

- العبارة التى تقول (أشاهد التلفزيون من أجل الحصول على المعلومات) جاء فى المرتبة الأولى كبار السن الذين وافقوا على هذه العبارة بنسبة ٦٥,٥%، ثم الذين وافقوا إلى حد ما على هذه العبارة بنسبة ٢٤%، ثم جاء فى المرتبة الثالثة ثم كبار السن الذين لم يوافقوا على هذه العبارة بنسبة ١٠,٥%، وبلغت قيمة كا٢ (٩٨,٥٩) أى دالة لصالح كبار السن الذين وافقوا بنسبة ٦٥,٥% .

- العبارة التى تقول (التلفزيون يساعدنى على اكتساب سلوكيات جديدة) جاء فى المرتبة الأولى كبار السن الذين وافقوا على هذه العبارة بنسبة

٤٥,٥% ، ثم كبار السن الذين وافقوا إلى حد ما على هذه العبارة بنسبة ٣٢,٥% ، ثم كبار السن الذين لم يوافقوا على هذه العبارة بنسبة ٢٢% ، وبلغت قيمة كا٢ (٢١,١٣) أى دالة لصالح كبار السن الذين وافقوا على هذه العبارة بنسبة ٤٥,٥% .

- العبارة التى تقول (أشاهد التلفزيون من أجل تدعيم القيم وترسيخها) جاء فى المرتبة الأولى كبار السن الذين وافقوا على هذه العبارة بنسبة ٥١,٥% ، ثم كبار السن الذين وافقوا إلى حد ما على هذه العبارة بنسبة ٣٧% ، ثم الذين لم يوافقوا عليها بنسبة ١١,٥% وبلغت قيمة كا٢ (٤٩,٢١) أى دالة لصالح كبار السن الذين وافقوا على هذه العبارة بنسبة ٥١,٥% .

ومما سبق تستنتج الباحثة وفى حدود هذا البحث ما يلى:

١- وافق الغالبية من أفراد العينة (كبار السن) على العبارات الخاصة بالدوافع المنفعية والتى تخص مشاهدتهم للتلفزيون.

٢- تفوقت الدوافع المنفعية على الدوافع الطقوسية لدى كبار السن فى مشاهدتهم للتلفزيون وتشابهت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة عزة عبد العظيم لعام (٢٠٠٣) بعنوان "علاقة كبار السن بإذاعة الكبار المتخصصة حيث أشارت نتائجها إلى جاءت على رأس الدوافع الطقوسية التى ذكرها كبار السن عدم الرغبة فى الشعور بالوحدة حيث جاءت بنسبة ١٦,٤٧% ومن أهم الدوافع النفعية لكبار السن هى معرفة الكثير من أمور الدين وذلك بنسبة ١٨,٢%.

٥ – دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات الترفيهية لكبار السن

جدول رقم (٧)

يوضح دلالة الفروق بين النسب المئوية والتكرارات لدور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات الترفيهية لكبار السن

دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات الترفيهية لكبار السن	نعم		إلى حد ما		لا		قيمة كا٢	مستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
التلفزيون يوفر وسائل شغل وقت الفراغ	٨١	%٤٠	٩١	%٤٦	٢٨	%١٤	٣٤,٣٩	دالة
تشارك فى حفلات السمر التى يقدمها التلفزيون	٢٤	%١٢	٢٩	%١٤,٥	١٤٧	%٧٣,٥	١٤٥,٣٩	دالة
تساعدك مكتبة التلفزيون على شغل وقت فراغك	٧٤	%٣٧	٧٥	%٣٧,٥	٥١	%٢٥,٥	٥,٥٣	غير دالة
يسعى التلفزيون لاستثمار وقت فراغك بما يعود عليك بالنفع	٧٦	%٣٨	٨٧	%٤٣,٥	٣٧	%١٨,٥	٢٠,٧١	دالة
ينظم التلفزيون الحفلات الداخلية لنا	٢٧	%١٣,٥	٢٢	%١١	١٥١	%٧٥,٥	١٦٠,٢١	دالة
يقيم احتفالات فى المناسبات العامة	١٤٦,٥	%٧٣	٢٩	%١٤,٥	٢٥	%١٢,٥	١٤١,٧٣	دالة
تنظيم حفلات الحج والعمرة حسب الإمكانات المادية	٦٢	%٣١	٦١	%٣٠,٥	٧٧	%٣٨,٥	٢,٤١	غير دالة

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها ما يلى:

أولاً: العبارة التى حازت على نسبة موافقة مرتفعة والخاصة بآراء كبار السن فى دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات الترفيهية لكبار السن.

– العبارة القائلة (التلفزيون يقيم احتفالات فى المناسبات العامة) حيث جاءت نسبة الموافقة عليها ٧٣% ، ١٤,٥% موافقين إلى حد ما ، ١٢,٥% معارضين وبلغت قيمة كا٢ (١٤١,٧٣) أى دالة لصالح الموافقين.

ثانياً: العبارات التى حازت على نسبة معارضة مرتفعة الخاصة بآراء كبار السن فى دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات الترفيهية لكبار السن.

– العبارة القائلة (تشارك فى حفلات السمر التى يقدمها التلفزيون) حيث جاءت نسبة ٧٣,٥% معارضين، ١٤,٥% موافقين إلى حد ما ، ١٢%

موافقين وبلغت قيمة كا٢ (١٤٥,٩٣) أى دالة لصالح المعارضين.

- العبارة القائلة (ينظم التلفزيون الحفلات الداخلية لنا) حيث جاءت نسبة ٧٥,٥% معارضين ، ١٣,٥% موافقين ، ١١% موافقين إلى حد ما وبلغت قيمة كا٢ (١٦٠,٢١) أى دالة لصالح المعارضين.

ثالثاً: العبارة التى حازت على نسبة موافقة إلى حد ما والخاصة بآراء كبار السن فى دور التلفزيون فى تلبية احتياجاتهم الترفيهية

- العبارة القائلة (يسعى التلفزيون لاستثمار فراغك مما يعود عليك بالنفع) حيث جاءت نسبة موافقين إلى حد ما ٤٣,٥%، ٣٨% موافقين ، ١٨,٥% معارضين وبلغت قيمة كا٢ (٢٠,٧١) دالة لصالح الموافقين إلى حد ما.

رابعاً: العبارات التى لم يتضح لها دلالة إحصائية ولم تشير إلى الاتجاه نحو الموافقة والمعارضة والموافقة إلى حد ما.

- العبارة القائلة (تساعدك مكتبة التلفزيون على شغل وقت فراغك) حيث جاءت نسبة الموافقة عليها ٣٧% ، ٣٧,٥% موافقين إلى حد ما، ٢٥,٥% معارضين وبلغت قيمة كا٢ (٥,٥٣) أى غير دالة.

- العبارة القائلة (ينظم التلفزيون حفلات الحج والعمرة حسب الإمكانيات المادية) حيث جاءت نسبة الموافقة ٣١% ، ٣٠,٥% موافقين إلى حد ما ، ٣٨,٥% معارضين بلغت قيمة كا٢ (٢,٤١) أى غير دالة.

ومما سبق تستنتج الباحثة وفى حدود هذا البحث أن التلفزيون قد لعب دوراً إيجابياً فى إقامة احتفالات فى المناسبات العامة وبذلك يعد هذا أكثر الخدمات الترفيهية التى يقدمها التلفزيون لكبار السن كما استطاع التلفزيون أن يلعب دوراً إلى حد ما فى استثمار وقت فراغ كبار السن بما يعود عليهم بالنفع.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة كل من نجوى أمين الفوال لعام ٢٠٠٠ ودراسة حنان محمد اسماعيل لعام ٢٠٠٦ فى استخدام وسائل الإعلام وبصفة خاصة التلفزيون فى المرتبة الأولى بين أساليب قضاء وقت

الفراغ ثم قراءة الكتب والصحف فى المرتبة الثانية ثم زيادة الأبناء فى المرتبة الثالثة.

٦- دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات الاجتماعية لكبار السن

جدول رقم (٨)

يوضح دلالة الفروق بين النسب المئوية والتكرارات لدور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات الاجتماعية لكبار السن

دور التلفزيون فى تلبية الخدمات الاجتماعية لكبار السن	نعم		إلى حد ما		لا		قيمة كا٢	مستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
تستفيد مما يقدمه التلفزيون فى أمور ترضى حياتى	١٠٥	%٥٢,٥	٧٣	%٣٦,٥	٢٢	%١١	٦٠,٩٧	دالة
يقدر خبرتى عن طريق الاستفادة من أفكارى	٤٨	%٢٤	٥٦	%٢٨	٩٦	%٤٨	١٩,٨٤	دالة
يوجهنى التلفزيون فى المشاركة فى الحياة العامة.	٨٩,٥	%٤٤,٥	٦٢	%٣١	٤٩	%٢٤,٥	١٢,٤٩	دالة
يحرص التلفزيون على تدعيم العلاقات الاجتماعية	٩٤	%٤٧	٦٥	%٣٢,٥	٤١	%٢٠,٥	٢١,١٣	دالة
يقدم لى فكرة عمل زيارات متبادلة	٨٢	%٤١	٦٦	%٣٣	٥٢	%٢٦	٦,٧٦	غير دالة
يقدم لى حلول مناسبة لخلافات تحدث فى حياتى اليومية	٥١	%٢٥,٥	٩١	%٤٥,٥	٥٨	%٢٩	١٣,٦٩	دالة
يقدم فكرة اشتراكاً فى أنشطة المؤسسات الاجتماعية	٤٩	%٢٤,٥	٧٥	%٣٧	٧٦	%٣٨	٧,٠٣	غير دالة

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها ما يلى:

أولاً العبارات التى حازت على نسبة موافقة مرتفعة والخاصة بآراء كبار السن فى دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات الاجتماعية لكبار السن

- العبارة القائلة (استفيد بما يقدمه التلفزيون فى أمور تخص حياتى) حيث جاءت نسبة الموافقة عليها ٥٢,٥%، ٣٦,٥% إلى حد ما ، ١١% معارضين ، بلغت قيمة كا٢ (٦٠,٩٧).

- العبارة القائلة (يوجهنى التلفزيون إلى المشاركة فى الحياة العامة) حيث جاءت نسبة الموافقة عليها ٤٤,٥%، ٣١% إلى حد ما، ٢٤,٥%

معارض، بلغت قيمة كا٢ (١٢,٤٩)

– العبارة القائلة (يحرص التلفزيون على تدعيم العلاقات الاجتماعية) حيث جاءت نسبة الموافقة عليها ٤٧%، ٣٢,٥% إلى حد ما، ٢٠,٥% معارضين، بلغت قيمة كا٢ (٢١,١٣)

ثانياً: العبارات التى حازت على نسبة معارضة والخاصة بآراء كبار السن فى دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات الاجتماعية لكبار السن

– العبارة القائلة (التلفزيون يقدر خبرتى عن طريق الاستفادة من أفكارى) حيث جاءت نسبة المعارضة ٤٨% ، ٢٨% إلى حد ما ، ٢٤% موافقين ، بلغت قيمة كا٢ (١٢,٤٩) دالة لصالح المعارضين.

ثالثاً: العبارات التى حازت على نسبة موافقة إلى حد ما والخاصة بآراء كبار السن فى دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات الاجتماعية لكبار السن

– العبارة القائلة (يقدم لى حلول مناسبة لخلافات تحدث فى حياتى اليومية) حيث جاءت نسبة الموافقين إلى حد ما ٤٥,٥% ، ٢٩% المعارضين، ٢٥,٥% ، الموافقين إلى حد ما ، بلغت قيمة كا٢ (١٣,٦٩) لصالح الموافقين إلى حد ما.

رابعاً: العبارات التى لم يتضح لها دلالة إحصائية ولم تشير إلى الاتجاه نحو الموافقة أو المعارضة أو الموافقة إلى حد ما

– العبارة القائلة (التلفزيون يقدم لى فكرة عمل زيارات متبادلة) ٤١% موافقون ، ٣٣% موافقين إلى حد ما ، ٢٦% معارضون، بلغت قيمة كا٢ (٦,٧٦) أى غير دالة.

– العبارة القائلة (التلفزيون يقدم فكرة اشتراكنا فى أنشطة المؤسسات الاجتماعية) ٣٨% معارضين ، ٣٧% موافقين إلى حد ما ، ٢٤,٥% موافقين ، بلغت قيمة كا٢ (٧,٠٣) أى غير دالة.

٧- دور التفزيون فى تلبية الاحتياجات النفسية لكبار السن

جدول رقم (٨)

يوضح دلالة الفروق بين النسب المئوية والتكرارات لدور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات النفسية لكبار السن

دور التلفزيون فى تلبية الخدمات النفسية لكبار السن	نعم		إلى حد ما		لا		قيمة كا٢	مستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
يساعدنى التلفزيون فى التخلص من المشكلات النفسية	٥٣	%٢٦,٥	٩٥	%٤٧,٥	٥٢	%٢٦	١٨,٠٧	دالة
يستمع التلفزيون لشكوتى	٩٧	%٤٨,٥	٥٤	%٢٧	٤٩	%٢٤,٥	٢٠,٨٩	دالة
يهتم التلفزيون بمشكلاتى النفسية ويقدمها فى برامجه	١٤٥	%٧٢,٥	٣٤	%١٧	٢١	%١٠,٥	١٣٩,٣	دالة
يسعدنى بتكليفه لى بمساعدة الآخرين	٩٤	%٤٧	٤٧	%٢٣,٥	٥٩	%٢٩,٥	١٧,٨٩	دالة
لا يشعرنى أننى عبء على الآخرين	٦٩	%٣٤,٥	٧٣	%٣٦,٥	٥٨	%٢٩	١,٨١	غير دالة
يشعرنى بالانتماء للأسرة والدولة	٩٦	%٤٨	٧٢	%٣٦	٣٢	%١٦	٣١,٣٦	دالة
يشعرنى بالاطمئنان النفسى	٦٢	%٣١	٨٨	%٤٤	٥٠	%٢٥	١١,٣٢	دالة

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها ما يلى:

أولاً: العبارات التى حازت على نسبة موافقة ، والخاصة بآراء كبار السن فى دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات النفسية لكبار السن

- العبارة القائلة (يستمع التلفزيون لشكوتى) حيث حازت نسبة الموافقة عليها ٤٨,٥% ، ٢٧% موافقون إلى حد ما ، ٢٤,٥% معارضين، وبلغت قيمة كا٢ (٢٠,٨٩) دالة لصالح الموافقين.

- العبارة القائلة (يهتم التلفزيون بمشكلاتى النفسية ويقدمها فى برامجه) حيث جاءت نسبة الموافقة عليها ٧٢,٥% ، ١٧% موافقون إلى حد ما ، ١٠,٥% معارضون وبلغت قيمة كا٢ (١٣٩,٣) دالة لصالح الموافقين.

- العبارة القائلة (يسعدنى التلفزيون بتكليفه لى بمساعدة الآخرين) حيث جاءت نسبة الموافقة عليها ٤٧% ، ٢٩,٥% معارضين ، ٢٣,٥% موافقين إلى حد ما وبلغت قيمة كا٢ (١٧,٨٩) دالة لصالح الموافقون.

- العبارة القائلة (يشعرنى التلفزيون بالانتماء للأسرة والدولة) حيث

جاءت نسبة الموافقة عليها ٤٨% ، ٣٦% موافقون إلى حد ما ، ١٦% معارضين وبلغت قيمة كا٢ (٣١,٣٦) دالة لصالح الموافقين.

ثانياً: العبارات التى حازت على نسبة موافقة إلى حد ما ، والخاصة بآراء كبار السن فى دور التلفزيون فى تلبية الاحتياجات النفسية لكبار السن

– العبارة القائلة (يساعدنى التلفزيون فى التخلص من مشكلاتى النفسية) حيث جاءت نسبة الموافقين إلى حد ما ٤٧,٥% ، ٢٦,٥% موافقون ، ٢٦% معارضين وبلغت قيمة كا٢ (١٨,٠٧) دالة لصالح الموافقين إلى حد ما.

– العبارة القائلة (يشعرنى التلفزيون بالاطمئنان النفسى) حيث جاءت نسبة الموافقين إلى حد ما ٤٤% ، ٣١% موافقون ، ٢٥% معارضين وبلغت قيمة كا٢ (١١,٣٢) دالة لصالح الموافقين إلى حد ما.

ثالثاً: العبارات التى لم يتضح لها دلالة إحصائية ولم تشير إلى الاتجاه نحو الموافقة أو المعارضة أو موافقة إلى حد ما

– العبارة القائلة (التلفزيون لايشعرنى بأننى عبء على الآخرين) حيث جاءت نسبة الموافقين إلى حد ما ٣٦,٥% ، ٣٤,٥% موافقون ، ٢٩% معارضين وبلغت قيمة كا٢ (١,٨١) أى غير دالة.

– **ومما سبق تستنتج الباحثة فى حدود البحث** استطاع التلفزيون إلى حد كبير أن يلبى الاحتياجات النفسية لكبار السن فيما عدا العبارة القائلة (التلفزيون لا يشعرنى بأننى عبء على الآخرين) ومعنى ذلك أن التلفزيون يشعر كبار السن والآخرين بأن (كبار السن يعدون عبء على الآخرين وعلى المجتمع).

ثانياً: نتائج اختبار الفروض

١ نتائج اختبار الفرض الأول القائل **"توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة كبار السن للتلفزيون ودوافع المشاهدة"**

ولاختبار صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين

كثافة المشاهدة (عالى الكثافة- ستوسط الكثافة – منخفض الكثافة) والدوافع (النفعية والطقوسية) والجدول التالى يلخص أهم النتائج.

جدول رقم (٩)

قيمة "ر" ودلالتها الإحصائية بين كثافة مشاهدة كبار السن للتلفزيون ودوافع المشاهدة

الدوافع	كثافة المشاهدة	ن	قيمة "ر"	الدلالة
النفعية	عالى الكثافة	١٧٦	٠,٩٢**	دالة
	متوسط الكثافة	٢٠	٠,٤٦*	دالة
	منخفض الكثافة	٤	٠,٣٦	غير دالة
طقوسية	عالى الكثافة	١٧٦	٠,٥٩**	دالة
	متوسط الكثافة	٢٠	٠,٩٤**	دالة
	منخفض الكثافة	٤	٠,٩٨*	دالة

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها ما يلى:

أولاً: النتائج العامة

باستقراء الجدول السابق رقم (٩) نجد أن قيمة "ر" المحسوبة دالة عند مستوى ٠,٠١ وعند مستوى ٠,٠٥ وبالتالى يمكن قبول الفرض الذى ينص على توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة كبار السن للتلفزيون ودوافع المشاهدة.

ثانياً: النتائج التفصيلية

أوضحت نتائج الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة بين كثافة مشاهدة كبار السن للتلفزيون ودوافع المشاهدة.

أ- بالنسبة للدوافع النفعية جاءت فى المرتبة الأولى عالى الكثافة حيث بلغت قيمة "ر" ٠,٩٢ فهى دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١، ثم جاء فى المرتبة الثانية متوسطى الكثافة حيث بلغت قيمة "ر" ٠,٩٢ فهى دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥، ثم جاء فى المرتبة الثالثة منخفضى الكثافة حيث بلغت قيمة "ر" ٠,٠,٣٦ فهى غير دالة إحصائياً .

ب- بالنسبة للدوافع الطقوسية جاءت فى المرتبة الأولى منخفضى الكثافة حيث بلغت قيمة "r" ٠,٩٨ فهى دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥، ثم جاء فى المرتبة الثانية متوسطى الكثافة حيث بلغت قيمة "r" ٠,٩٤ فهى دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١، ثم جاء فى المرتبة الثالثة عالى الكثافة حيث بلغت قيمة "r" ٠,٠,٥٩ فهى دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥.

- وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عزة عبد العظيم لعام ٢٠٠٣ والتى أثبتت بأن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين كثافة استماع كبار السن إلى إذاعة الكبار ونوع دوافع الاستماع أى يختلف نوع دوافع الاستماع إلى إذاعة الكبار (نفعية، طقوسية) باختلاف درجة كثافة الاستماع إليها (عالية- متوسطة- منخفضة) وشدة الارتباط كانت أقوى بين كثافة الاستماع والدوافع النفعية حيث بلغت قيمة "r" ٠,٤٧٧.

٢- نتائج اختبار الفرض الثانى القائل "**توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة كبار السن للتلفزيون وتلبية الاحتياجات (الاجتماعية- النفسية- الترفيهية).**

ولاختبار صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين كثافة المشاهدة (عالى الكثافة- ستوسط الكثافة - منخفض الكثافة) وتلبية الاحتياجات (الاجتماعية- النفسية - الترفيهية) التى يقدمها التلفزيون لكبار السن والجدول التالى يلخص أهم النتائج.[††]

([††]) دالة عند مستوى ٠,٠١

دالة عند مستوى ٠,٠٥

جدول رقم (١٠)

قيمة "r" ودلالتها الإحصائية بين كثافة مشاهدة كبار السن للتلفزيون وتلبية الاحتياجات (الاجتماعية- النفسية- الترفيهية)

الدوافع	كثافة المشاهدة	ن	قيمة "r"	الدلالة
الاجتماعية	عالى الكثافة	١٧٦	٠,٨٧**	دالة
	متوسط الكثافة	٢٠	٠,٩٩**	دالة
	منخفض الكثافة	٤	٠,٩٧**	دالة
النفسية	عالى الكثافة	١٧٦	٠,٧١**	دالة
	متوسط الكثافة	٢٠	٠,٩٥**	دالة
	منخفض الكثافة	٤	٠,٨٣**	دالة
الترفيهية	عالى الكثافة	١٧٦	٠,٦١**	دالة
	متوسط الكثافة	٢٠	٠,٨٢ **	دالة
	منخفض الكثافة	٤	٠,٢٩	غير دالة

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها ما يلى:

أولاً: النتائج العامة:

باستقراء الجدول السابق رقم (١٠) نجد أن قيمة "r" المحسوبة دالة عند مستوى ٠,٠١ وعند مستوى ٠,٠٥ وبالتالى يمكن قبول الفرض الذى ينص على توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة كبار السن للتلفزيون وتلبية الاحتياجات (الاجتماعية- النفسية- الترفيهية)..

ثانياً: النتائج التفصيلية :

أ- أوضحت نتائج الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة بين كثافة مشاهدة كبار السن للتلفزيون وتلبية الاحتياجات الاجتماعية حيث جاء فى المرتبة الأولى متوسطى الكثافة حيث بلغت قيمة "r" ٠,٩٩ فهى دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١ ، ثم جاء فى المرتبة الثانية منخفضى الكثافة حيث بلغت قيمة "r" ٠,٩٧ فهى دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١ ، ثم جاء فى المرتبة الثالثة عالى الكثافة حيث بلغت قيمة "r" ٠,٨٧ فهى دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١ .

ب- أوضحت نتائج الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة بين كثافة مشاهدة كبار السن للتلفزيون وتلبية الاحتياجات النفسية حيث جاء فى المرتبة الأولى متوسطى الكثافة حيث بلغت قيمة "r" ٠,٩٥ فهى دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١ ، ثم جاء فى المرتبة الثانية منخفضى الكثافة حيث بلغت قيمة "r" ٠,٨٣ فهى دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١ ، ثم جاء فى المرتبة الثالثة عالى الكثافة حيث بلغت قيمة "r" ٠,٧١ فهى دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١ .

جـ- أوضحت نتائج الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة بين كثافة مشاهدة كبار السن للتلفزيون وتلبية الاحتياجات الترفيهية حيث جاء فى المرتبة الأولى متوسطى الكثافة حيث بلغت قيمة "r" ٠,٨٢ فهى دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١ ، ثم جاء فى المرتبة الثانية عالى الكثافة حيث بلغت قيمة "r" ٠,٦١ فهى دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١ ، ثم جاء فى المرتبة الثالثة منخفضى الكثافة حيث بلغت قيمة "r" ٠,٢٩ فهى غير دالة إحصائياً.

الخاتمة

النتائج العامة للبحث:

أجريت الدراسة الحالية على عينة عمدية من كبار السن المتعلمين قوامها ٢٠٠ مفردة سحبت من الأندية والمقاهى ودور المسنين من المحافظات التالية (القاهرة والغربية وكفر الشيخ)، كما استخدمت الباحثة فى الدراسة الحالية منهج المسح بشقيه الوصفى والتحليلى فى مسح التراث العلمى المتعلق بموضوع الدراسة بهدف التعرف على دور التلفزيون المصرى فى تلبية احتياجات كبار السن واعتمدت الدراسة على استمارة استبيان تقيس هذه الأسئلة الأهداف التى تحاول الباحثة التحقق منها .

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- بلغت نسبة مشاهدة كبار السن للتلفزيون ١٠٠% وتوزعت معدلات المشاهدة إلى بصفة دائمة بنسبة ٨٨% ، بصفة غير دائمة (أحياناً) ١٠% ، بصفة نادرة ٢%.

- بلغت أعلى نسبة لعدد الأيام التى يشاهد من خلالها كبار السن للتلفزيون من (٥-٧) ٤٩,٥%، تليها من (٣-٤) أيام ٣٥% ، تليها من (١-٢) يوم ١٥,٥%.

- أكثر الفترات التى يشاهد كبار السن من خلالها التلفزيون كانت الفترة المسائية ٦١% ، وتليها فترة الظهيرة يشاهد ٢٢,٥% ، تليها الفترة الصباحية ١٦,٥%.

- بلغت أعلى نسبة كثافة مشاهدة لكبار السن للتلفزيون من ساعة إلى ثلاث ساعات ٥٩,٥% ، تليها من أربع ساعات إلى ست ساعات ٢٨,٥%، تليها من سبع إلى تسع ساعات ١٢%.

- أهم المواد التلفزيونية التى يفضل كبار السن مشاهدتها من خلال التلفزيون كانت البرامج ٦١,٥% ، تليها المسلسلات ٥٣% ، تليها الأفلام

١٤,٥% ، تليها المسرحيات ١٤% ، تليها الإعلانات ١٢%.

– الأسباب التى دفعت كبار السن لمشاهدة التلفزيون كانت نفعية أكثر منها طقوسية حيث بلغت أعلى نسبة موافقة على العبارات التالية أشاهد التلفزيون من أجل الحصول على المعلومات ١٦,٥%، أشاهد التلفزيون من أجل تدعيم القيم وترسيخها ٥١,٥%، التلفزيون يساعدنى على اكتساب سلوكيات جديدة ٤٥,٥%.

– يلعب التلفزيون دوراً فى تقديم الخدمات الترفيهية الآتية: لكبار السن إقامة احتفالات فى المناسبات العامة ٧٣% ، توفير وسائل شغل وقت الفراغ ٤٦% ، استثمار وقت الفراغ بما يعود على كبار السن بالنفع ٤٣,٥%.

– يلعب التلفزيون دوراً فى تقديم الخدمات الاجتماعية الآتية لكبار السن الاستفادة مما يقدمه التلفزيون فى أمور تخص حياة كبار السن ٥٢,٥%، تدعيم العلاقات الاجتماعية ٤٧%، المشاركة فى الحياة العامة ٤٤,٥% .

– يلعب التلفزيون دوراً فى تقديم الخدمات النفسية الآتية لكبار السن الاهتمام بالمشكلات النفسية ٧٢,٥% ، استماع التلفزيون لشكوى كبار السن ٤٨,٥%، يشعر التلفزيون كبار السن بالانتماء للأسرة والدولة ٤٨% ، تكليف التلفزيون للآخرين بمساعدة كبار السن ٤٧%.

– توجد علاقة ارتباطية دالة موجبة بين كثافة مشاهدة كبار السن للتلفزيون وتلبية الاحتياجات (الاجتماعية– النفسية– الترفيهية) .

– توجد علاقة ارتباطية دالة موجبة بين كثافة مشاهدة كبار السن للتلفزيون ودوافع المشاهدة.

التوصيات والمقترحات:

– زيادة اهتمام القائمين على المواد التلفزيونية الآتية (الأفلام والمسرحيات والأغانى والإعلانات) بمرحلة كبار السن من خلال عرض احتياجاتهم ومتطلباتهم والتركيز على مشكلاتهم المختلفة وكيفية حلها ، والإشارة إلى أهميتهم داخل المجتمع.

- زيادة الاهتمام بالبرامج الدينية الموجهة إلى كبار السن لزيادة الجرعة الدينية المناسبة لأنهم فى هذه المرحلة يشعروا باحتياجهم الشديد إلى التقرب من الله فهذا يساعدهم على تحمل مشكلاتهم والصبر عليها.

- توفير الخدمات الترفيهية الآتية لكبار السن مشاركة كبار السن فى حفلات السمر التى يقدمها التلفزيون، توفير مكتبة التلفزيون للكتب اللازمة لكبار السن لشغل أوقات فراغهم والاستفادة مما تقدمه ، تنظيم التلفزيون لحفلات داخلية لكبار السن، تنظيم حفلات الحج والعمرة حسب الإمكانيات المادية لكبار السن.

- يجب أن يهتم التلفزيون بتوفير الخدمات الاجتماعية الآتية لكبار السن تقدير الخبرات الاجتماعية لكبار السن من خلال الاستفادة من أفكاره ، تقديم فكرة عمل الزيارات المتبادلة لكى يساعد كبار السن على عدم الشعور بالوحدة ، تقديم الحلول المناسبة للخلافات اليومية التى تحدث فى حياة كبار السن ، تقديم فكرة إشراك كبار السن فى أنشطة المؤسسات الاجتماعية ، تدعيم التلفزيون للعلاقات الاجتماعية بين الأفراد كبار السن .

- يجب أن يهتم التلفزيون بتوفير الخدمات النفسية الآتية لكبارالسن مساعدته فى التخلص من المشكلات النفسية، يوضح التلفزيون للآخرين أن كبار السن ليسوا عبء على المجتمع، ضرورة تقديمه لمواد تلفزيونية موجهة لكبار السن تشعرهم بالاطمئنان النفسى والأمان.

- ضرورة نشر الوعى الدينى والأخلاقى لتقوية الروابط للأسرية وتحصين المجتمع ضد الثقافات الوافدة فى التعامل مع المسنين والتى تحدث فى بعض المجتمعات الغربية من خلال ما يقدمه التلفزيون من مواد تلفزيونية مختلفة سواء كانت برامج ، مسلسلات ، أفلام ، مسرحيات ، أغانى، إعلانات.

- نشر التلفزيون لفكرة عدم الاعتماد على دور المسنين بل التشجيع على الرعاية المنزلية وتوجيه أنظار المسئولين إلى انشاء مراكز الرعاية المنزلية المتنقلة والتى تقدم الرعاية الصحية للمسن فى منزله.

- تشجيع التأليف والترجمة فى موضوعات رعاية المسنين فى النواحى الطبية والاجتماعية والنفسية والمهنية لتكون أمام الدارسين وهيئات التدريس.

- يوجه التلفزيون أنظار المجتمع وخاصة الشباب إلى أننا جميعاً سائرون إلى هذه المرحلة فيجب أن نعمل بإخلاص لرعايتها كما يجب أن نعمل لأنفسنا.

- إجراء دورات تدريبية تخصصية للعاملين فى إنتاج البرامج الإعلامية بالتلفزيون المتخصصة فى خدمة رعاية كبار السن.

- نشر التلفزيون لفكرة إنشاء هيئات استشارية معتمدة من الوظائف المختلفة مكونة من كبار السن الذين تميزوا طوال فترتهم الوظيفية بالإخلاص والأمانة والمهارة والإتقان فى العمل لكى يواصلوا حياتهم بعد سن الستين ويبذلوا المزيد من الجهد لخدمة مجتمعهم وتوصيل خبرتهم إلى الشباب الحالى الذى يشغل الوظائف المختلفة حيث من المستحيل أن نبدأ من البداية ولكن الأصح أن نبدأ من حيث انتهى الآخرون.

- إنشاء قناة تلفزيونية خاصة بكبار السن تلبى احتياجاتهم الاجتماعية والصحية والنفسية والثقافية والترفيهية أسوة بإذاعة الكبار.

- ضرورة زيادة البرامج التى تهتم بالمشكلات الاجتماعية والنفسية والجسمية وكيفية علاجها.

- ضرورة تعديل الصورة المقدمة عن كبار السن من خلال التلفزيون من خلال تقديمهم لصورة المسن الذى يمتاز بالحكمة والخبرة الحياتية ، القوة وليس الضعف والوهن والاتزان النفسى والقدرة على التحمل ومواصلة العمل والعطاء والخبرات العملية واقتراح فكرة كيفية الاستفادة من تلك الخبرات فى مجال تخصصه.

- ضرورة تركيز التلفزيون على قضايا كبار السن من خلال شغلها المساحة الزمنية الكافية لتعبر عن نسبتهم الحقيقية داخل المجتمع على اعتبار أن العالم اليوم يسير نحو تشيخ سكانه ، وتقديمها فى مواعيد ملائمة بحيث

تمكن كل أفراد الأسرة المصرية من متابعتها والاستفادة مما تقدمه.

– إشراك المسنين فى البرامج وإيجاد حلقة اتصال كافية ومستمرة لهم تمكنهم من التعبير عن مشاكلهم.

– ضرورة وجود برامج تسهم فى إحداث نوع من التواصل بين جيل الشباب وكبار السن ومحاولة ايجاد صيغة من التفاهم بينهما بدلاً من الاكتفاء بمعالجة موضوعات تتناول كبار السن فقط.

– اجراء بحوث دورية تهتم بتحليل مضمون المواد التلفزيونية لمعرفة مدى اهتمام التلفزيون بهذه الشريحة من المجتمع المصرى مع دراسات ميدانية على عينات مختلفة من كبار السن واستنباط أساليب جذب جديدة لمشاهدين جدد.

مراجع البحث

١- ماهر مهران . محمد نجيب . "**التعمر السكانى فى مصر متى يحدث وآثاره دراسات سكانية**" (المجلس القومى للسكان ، المجلد ١٦، العدد ٨٤،يوليو-سبتمبر ٢٠٠٠) ص ص ١٨٢ - ١٨٤

٢- هيئة الأمم المتحدة. "**نحو تنمية بشرية مستديمة** "، (بيروت : مركز الوحدة العربية، ٢٠٠٤)

٣- حنان محمد اسماعيل. "صورة المسنين فى الدراما التلفزيونية المصرية وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعى"، **رسالة دكتوراه** (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ٢٠٠٦)

4- Plamgreen P.C Wenner L.A & Rosengren K-E "**Uses Cratifications Research: The past ten years**" in: K.E. Rosen grenril. A. wenner & P.C palmgreen (eds) uses & Gratifications Research: current perspectives Beverly Hills. C.A, Sage pulg·1985. pp 11-37.

5- Severin, Werner, J. and Jr. James : "**Communication theories: origins Methods, and uses in the Mass Media 5th Edition**" . New York- London Addison Welsley Longman, inc (2001).

٧- حسن عماد مكاوى ، ليلى حسين . "**الاتصال ونظرياته المعاصرة**"، ط١ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨).

8- Weaver, James, B. "**Individual Differences in Television viewing Motives" Personality and individual Differences**" vol. 35 Issue 6, 2003. pp/ 927-929.

9- Gunter & Svenneving. "**Behind and in front of the screen. Television's involvement** with family life. IBA. Television Research Monograph" (London; John Libbey & Company LTD, 1987.

10- Jenson K.B. & Rosengrenk. E, "Five Traditions in search of the Audience" European **Journal of communication**. Vol. g. no 2-(1994) from World wild web:

http://www.culstockndirectcolik, Mu Home/ Cshtml, index. Html.

١١- هبة سمير عبد العزيز ."دراسة فى بعض مشكلات المسنين وعلاقتها ببعض المتغيرات الاجتماعية فى إحدى قرى الجيزة" ، **رسالة ماجستير** (جامعة القاهرة: كلية الزراعة، ٢٠٠٠)

١٢- سهير احمد محمد. " احتياجات المسنين ومتطلباتهم فى ضوء تحديات الألفية الثالثة، **المؤتمر العربى الأول لرعاية المسنين**، المسنون فى العالم العربى الواقع والمأمول فى مطلع الألفية الثالثة ، مركز الرعاية الصحية والاجتماعية للمسنين ، جامعة حلوان، ٢٠٠٠.

١٣- عزة عبد الكريم فرج. " استخدام المساندة النفسية والاجتماعية لتحسين التوافق النفسى والاجتماعى والصحى لدى المسنين" **رسالة دكتوراة** (جامعة القاهرة: كلية الآداب، ٢٠٠١)

١٤- يسرى دعبس. "**التكوين النفسى للمسنين" دراسة فى الانثروبولوجيا السيكولوجية** (القاهرة: الملتقى المصرى للإبداع والتنمية ٢٠٠٣).

15- James D. Robinson, Thomaskill. **The invisible generate partrayals of the elderly on prime-time television communication on Reports** (vol. 8, Issue 2, summer, 1995). pp. 111-120.

١٦- نجوى أمين الفوال . "**المسنون ووسائل الاتصال فى مصر بين الكلمة المطبوعة وثقافة الصورة**" باحثات الإعلام والاتصال فى مجتمعاتنا (تجمع الباحثات اللبنانيات: الكتاب السادس، ٢٠٠٠) ص ص ٢٠٥-٢٢٣.

١٧- ليلى حسين محمد السيد. "احتياجات كبار السن من وسائل الاتصال" ، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام** جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد الأول ، ٢٠٠٠، ص ص ٣٩- ١٠٤.

18- Karen Ross. Growing old invisibly. third agers and Television Accessed on 31/10/ 2002 Available from

http://coventryac.uk/cmR/nublish2invisibly.pdF

19- Nancy Signoriell, Aging on television: **"The picture in the Nineties. Generations"** (vol. 25 issue. 3, Fall 2001) pp. 34-38.

20- Harrietl. Cohen, **"Developing Media Literacy skills to challenge Television partrayal of older women Educational Gerontology"** (vol. 28, No. 7, August 2002)

٢١- عزة عبد العظيم . "علاقة كبار السن بإذاعة الكبار المتخصصة"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، العدد الواحد والعشرون، ٢٠٠٣، ص ص ٤٣٥-٤٥٥.

22- Robert Gibbons. Ref Lections in the Glass: "Television and elderly". **Ph. D** (University of Toronto, 2003).

٢٣- حنان محمد اسماعيل. "صورة المسنين فى الدراما التلفزيونية المصرية وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعى للمسنين" ، **رسالة دكتوراه** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، ٢٠٠٦)

24- R. Irwin Goodman. "Television views viewing by older Adults". **Journalism Quarterly** (vol. 67, No. 1 spring 1990) pp. 137- 141.

٢٥- نائلة عمارة . "تعرض المراهقين وكبار السن للتلفزيون المصرى وعلاقته بتقدير الذات وتشكيل الصورة المتبادلة بينهما " "دراسة مسحية مقارنة " **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، ٢٠٠٠، ص ص ١٠٧-١٥٥.

٢٦- فرج عبد القادر طه. **"موسوعة علم النفس والتحليل النفسى"** ، ط١ (الكويت: دار سعاد الصباح، ١٩٩٣) ص ٤١٩.

٢٧- امال صادق، فؤاد أبو حطب. **"نمو الإنسان من مرحلة الجنين إلى مرحلة المسنين"** ،ط٢ (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩٠) ص ٥٨٧.