



# مجلة البحوث الإعلامية

شؤون إعلامية - تصدر عن جامعة الأزهر

العدد  
الثامن

○ المخاطر الصحية والبيئية

لتكنولوجيا الصحافة

○ دور برامج التثقيف في التثقيف

في تنفيذ أولويات قضايا الشباب

○ دراسة نقدية لتعريف الخبر

في الأدبيات العربية

○ برامج الإذاعة التعليمية الموجهة

للطلاب المعاقين بصريا

○ الاتجاهات الإعلامية في

المحطات الفضائية العربية

○ استخدام الشباب المصري

للقنوات الفضائية

العدد الثامن

يناير ١٩٩٨



# مجلة البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة:

الأستاذ الدكتور / أحمد عمر هاشم

رئيس التحرير:

الأستاذ الدكتور / حمدي حسن محمود

سكرتير التحرير:

د / محمود عبد العاطي مسلم

د / عبد العظيم إبراهيم خضر

د / محمد شعبان وهيدان

د / أحمد منصور هيبه

المشرف الفني

محمود حسن الليثي

توجه باسم الأستاذ الدكتور / رئيس التحرير على العنوان التالي  
جامعة الأزهر - كلية اللغة العربية بالقاهرة قسم الصحافة والإعلام تليفون ٥١٠١٤٦٦

المراسلات

## هيئة المحكمين

الأستاذ الدكتور / إبراهيم إمام

الأستاذة الدكتورة / جيهان رشتي

الأستاذ الدكتور / محيي الدين عبد الحلیم

الأستاذ الدكتور / كرم شلبي

الأستاذ الدكتور / علي عجموه

الأستاذة الدكتورة / ماجي الحلواني

الأستاذة الدكتورة / ليلى عبد المجيد

الأستاذ الدكتور / أشرف صالح

الأستاذ الدكتور / عدلي رضا

الأستاذ الدكتور / حسن عماد

جميع الآراء الواردة في هذه المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

العدد الثامن

يناير ١٩٩٨

فهرس

رقم الصفحة	الموضوع
٢	الافتتاحية : المادة الإعلامية ..... بقلم : أ . د / أحمد عمر هاشم
٧	المخاطر الصحية والبيئية لتكنولوجيا الصحافة ..... د . شريف درويش اللبان
٤٧	دور برامج الشباب فى التليفزيون فى تحديد أولويات قضايا الشباب د . سلوى إمام على
٧٥	دراسة نقدية لتعريف الخبر فى الأدبيات العربية ..... د . آمال سعد المتولى
٩٥	برامج الإذاعة التعليمية الموجهة للطلاب المعاقين بصرياً ..... د . وليد فتح الله مصطفى
١٢٧	الاتجاهات الإعلانية فى المحطات الفضائية العربية ..... د . سامى عبد الرؤوف الطايح
١٧١	استخدام الشباب المصرى للقنوات الفضائية ..... د . جيهان يسرى

# استخدام الشباب المصرى للقنوات الفضائية

## والإشباع المتحققة منها

دكتورة

جيهان يسرى (\*)

بسم الله الرحمن الرحيم

مدخل :

منذ منتصف الستينيات عندما بدأ وضع أول قمر صناعى للاتصالات فى مدار قريب من الأرض إلى منتصف السبعينيات ، فإن تكنولوجيا الاتصال عبر الأقمار الصناعى أصبحت عنصراً متضمناً فى كل مظاهر الحياء العصرية : من البث التليفزيونى اللحظى عبر شبكات الأخبار العالمية مثل CNN والقنوات الفضائية العربية والغربية ، والاتصالات التليفونية عبر المسافات الطويلة إلى عقد المؤتمرات التليفزيونية عبر القارات ... فى الواقع أن بإمكاننا الاستطراد فى سرد التطبيقات التى تستخدم فيها هذه التقنية ، إلا أننا قد تعدينا مرحلة الحديث عن أهميتها وإمكانياتها ووصلنا إلى المرحلة التى تعيننا منها وهى آثارها الاجتماعية والثقافية وإمكان تطويعها ..<sup>(١)</sup> فتزايد قنوات البث التليفزيونى المباشر (القنوات الفضائية) على المنطقة العربية تزايد معه الاحتكار والخلاف لكى يتحول إلى «صراع أوربي» بين اثنين من أكبر شبكات التليفزيون فى العالم بسبب التنافس على حق بث برامجها عبر الأقمار إلى المنطقة العربية ، حيث ادعى كل من تليفزيون الـ BBC المملوك للحكومة البريطانية و News Corporation التى يمتلكها البليونير اليهودى روبرت مردوخ أحقيته فى احتكار البرامج والإعلانات الموجهة للعالم العربى ، حتى أن الحكومة البريطانية ألفت بثقلها فى المعركة حيث عبر وزير خارجيتها آنذاك (دوجلاس هيرد) عن أهمية الغزو الفضائى بوصفه له بأنه « المعركة الفكرية التى ينبغى خوضها وتحقيق النصر فيها »<sup>(٢)</sup> ومن ثم أصبحت قضية البث المباشر والتعرض له من قضايا الإعلام الهامة التى تشغل رأى العام والإعلاميين بشكل عام ، خاصة وأن الثورة الإعلامية المعاصرة جعلت المتلقى للرسالة الإعلامية ليس له من الوقت ما يكفيه للتحليل والمقارنة واستخلاص الرأى

(\*) مدرس بقسم الإذاعة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة .

بنفسه (٣) ... لذا تحاول هذه الدراسة التعرف على مدى تعرض شبابنا لهذه القنوات الفضائية ودوافعهم فى ذلك ، والإشباع المتحققة لديهم من جراء هذا التعرض ، خاصة وأن هناك العديد من الآثار التى يترتب على ذلك سواء على مدى تعرضهم لوسائل الإعلام المحلية أو على سلوكياتهم ، لأننا لا نريد أن يتحول أبنائنا من خلال وسائل الاتصال الحديثة إلى أجنبى يعيشون فى بلادهم ولا أن تهتز القيم النبيلة والأصيلة فى نفوسهم .

### مقدمة :

تعد القنوات الفضائية قوة اجتماعية جديدة ظهرت فى حياة الإنسان وأثرت بشكل واضح فى ثقافته ونمط حياته .. فهى أصبحت حقيقة واقعة ومؤثرة فى المجتمعات على اختلاف أنواعها (متقدمة/نامية) ؛ تؤدى إلى تغييرات مهمة فى كافة ميادين البث الإذاعى وكافة وسائل الاتصال ، تتيح إمكانات هائلة فى مجال نقل المعلومات فى مختلف المجالات الثقافية والعلمية والتجارية والإعلامية على حد سواء ؛ تلغى من نفس المشاهد أى إحساس بالبعد المكاني ومن ثم تؤكد حقيقة أن العالم أصبح عند أطراف أصابعه من خلال ربطه به ومتابعة ما يحدث فى أى مكان منه ، هذا إلى جانب كونها مصدراً لإثراء البرامج التليفزيونية وفتح مجال المنافسة التى تؤدى إلى مزيد من الإنتاج الجيد الراقى.. (٤) ، وقد أخذت هذه القنوات تزاحم وسائل الاتصال الأخرى وتأخذ منها جمهورها نظراً لكونها وسيلة اتصال سهلة الاستخدام ذات تأثير فعال انتشر بسرعة وبدأت تأخذ شكل الظاهرة الجماهيرية ورافق ذلك قيام العديد من القنوات الغربية والعربية وتنافسها مما أدى إلى سرعة انتشارها وتعددتها .. فضلاً عن رخص ثمن الأتبات التى تسهل الحصول على خدماتها بسهولة ويسر ، وهى وأن بدأت تغزو الفئات الميسورة فى المجتمع إلا أن غزوها هذا بدأ يتوسع فى السنوات الأخيرة وينتشر بين الفئات المتوسطة .

وهذا الانتشار المتنامى للقنوات الفضائية وتأثيرها لا يعنى بالضرورة أنها شر لا بد من اجتنابه فشأنها فى بدايتها كشأن بقية وسائل الاتصال التى يبدأ التعامل معها بحذر وخوف ثم يبدأ الانفتاح عليها بشكل غريب ذلك لأنها ما هى فى النهاية إلا وسيلة اتصال يمكن استخدامها وتوظيفها إيجابياً وسلبياً والعبرة دائماً فى كيفية الاستخدام والشروط الموضوعية له .

من ثم لم يعد فى الإمكان تجاهل هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة بما لها من آثار عديدة على المشاهدين<sup>(٥)</sup> خاصة وأنها وسيلة يمكن استخدامها لصالح أهداف المجتمع الثقافية والاجتماعية والقومية والسياسية وغيرها ، كما يمكن لها فى الوقت نفسه أن تؤثر سلباً على هذه الأهداف ، بل وقد تشكل خطراً يهدد الثقافة الذاتية لوصولها مباشرة إلى المشاهد بدون محطات وسيطة أى من القمر الصناعى إلى المشاهد مباشرة ... وتتمثل أبرز هذه السلبيات فى استخدام القنوات الفضائية فى الآتى :

١ - أنها قد تبث قيم وعادات وتقاليد وأخلاقيات غريبة عن مجتمعنا ويمتدتها والاعتیاد عليها يكون لها تأثيرها الواضح على سلوكيات المشاهد وعلى قيمه ومفاهيمه وتشبعه بثقافة الغير مع تشويه الثقافة الوطنية وهو ما يطلق عليه البعض الغزو الثقافى .

٢ - التأثير السلبى على متابعة وسائل الإعلام المحلية وعلى مصداقيتها ومقارنتها بشكل كبير ومستمر بهذه القنوات وبما تقدمه من برامج ومواد إعلامية مختلفة .

٣ - تدنى مستوى البرامج فى بعض الأحيان للحصول على أكبر نصيب من الجمهور المحلى ، ثم التعامل مع الإنتاج الإعلامى والثقافى باعتباره سلعة تعامل بمنطق السوق ؛ تقاس جودتها بحجم جمهورها ومدى الإقبال عليها بصرف النظر عن المعايير الثقافية أو الأخلاقية<sup>(٦)</sup> .

٤ - التأثير الواضح على الشباب - مجتمع البحث - الذين مازالوا فى طور التكوين الثقافى والفكرى ؛ ولهم خبرات ثقافية واجتماعية محدودة ولم تتبين بعد شخصيتهم ، بالذات من هم دون العشرين لأنهم غير مزودين بالثقافة الكافية والوعى اللازم لإدراك أوضاع المجتمع والمشاكل التى يمر بها مما يجعلهم مهياين لسيطرة هذه القنوات الفضائية عليهم ، مستعدين للتأثر بها والانسياق ورائها ... وفى هذه الحالة ستصبح القنوات الفضائية مصدرهم الأساسى للثقافة والمؤثر الأول على سلوكهم ، مما يوضح لنا ضرورة مضاعفة الجهد اللازم لبناء وتشكيل الشباب الذى يستطيع الانتقاء والاختيار بشكل جيد بين ما يعرض عليه .

وبما أن الشباب يمثل قطاعاً عريضاً فى المجتمع المصرى له خصائصه الاجتماعية والنفسية وهو الأكثر تعرضاً دائماً واستهدافاً جاءت هذه الدراسة للوقوف على دوافع استخدامه لهذه القنوات الفضائية وأسباب التعرض لها والإشباعات التى تتحقق له نتيجة هذه الاستخدامات ، خاصة وأن مصر تقع فى نطاق البث التليفزيونى لعديد من أقمار الاتصالات [ أقمار الخدمة الثابتة ، وأقمار لبث المباشر ] وبالتالى فىمكنها استقبال عدد كبير من القنوات التليفزيونية الفضائية بهوائيات صغيرة نسبياً<sup>(٧)</sup> ، بل وإيماناً منها بأهمية البث التليفزيونى المباشر وبضرورة نشر رسالتها الإعلامية على أوسع نطاق إثباتاً لتواجدها الإعلامى فى عصر السماوات المفتوحة ، بدأت مصر فى بث قنواتها الفضائية الأولى باللغة العربية فى ديسمبر ١٩٩٠ وتوجه للمصريين فى الخارج والعرب ، وقناة النيل الدولية باللغتين الإنجليزية والفرنسية فى سبتمبر ١٩٩٤ وتوجه بها إلى دول أوروبا وشمال إفريقيا وبعض أجزاء من آسيا ، بل وتسند فى أبريل ١٩٩٨ لإطلاق أول قمر صناعى مصرى « نايل سات » .

#### الإطار النظرى للدراسة :

تستند الدراسة فى إطارها النظرى وساء فروضها على مدخل الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratification Theory<sup>(٨)</sup> حيث يضىف هذا النموذج صفة الإيجابية والنشاط على جمهور وسائل الاتصال : فلا يتم النظر للمتلقى باعتباره مستقبلاً سلبياً وإنما يختار بوعى الوسائل التى يرغب فى التعرض إليها ونوع المحتوى الذى يلبى حاجاته ويشبع رغباته ومن ثم تركز هذه الدراسة على أسباب الاستخدام والقائد التى تعود منه ، ومدى ارتباطه بالبدائل الوظيفية مثل ممارسة أنشطة أخرى أو استخدام قنوات الاتصال الشخصى لإشباع الحاجات .. حيث أن هذا المنظور يحقق ثلاثة أهداف هى :

- ١ - السعى إلى اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام بالنظر إلى الجمهور الذى يستطيع أن يختار ويستخدم الوسيلة التى تشبع حاجته وتوقعاته
- ٢ - شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الإعلام والتفاعل الذى يحدث نتيجة لهذا التعرض .

- ٣ - التأكد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيرى .



## الدراسات السابقة :

هناك العديد من الدراسات التى تناولت الشباب واستخداماته لوسائل الإعلام وتقييم ما تقدمه له ، كما أن هناك دراسات تعرضت للقنوات الفضائية من حيث أنواعها وأهم أهدافها وتوجهاتها وثالثة اعتمدت على الاستخدامات والإشباعات ولكن الربط بين كيفية استخدام الشباب لهذه القنوات ولماذا يتعرض لها وما العائد الذى سيعود عليه من ذلك .. فهذا هو الجديد الذى تقدمه هذه الدراسة .

ووفقاً لطبيعة موضوع البحث ، ثم تقسيم الدراسات السابقة إلى ثلاثة محاور رئيسية تتصل بشكل ما بموضوع البحث :

## المحور الأول :

دراسات تناولت الإعلام والشباب ، وكانت تهدف إلى التعرف على :

- مدى تعرض الشباب لما تقدمه برامج الشباب فى التلفزيون المصرى من معلومات وقيم ومشكلات وآراء وانعكاسات ذلك عليهم ، فضلاً عن التعرف على آرائهم فى هذه البرامج (أمانى فهمى ، ١٩٨٧) (٩) .
- مضمون وشكل برامج الشباب المقدمة بالتلفزيون المصرى على قناتيه الأولى والثانية ، مع تقديم الاقتراحات التى تسهم فى ترشيد هذا المحتوى بما يخدم الدور التثقيفى والتربوى لبرامج الشباب (سلوى إمام ، ١٩٨٧) (١٠) .
- مدى وجود تكامل بين برامج الشباب المقدمة على القناة الأولى والبرامج التلفزيونية الأخرى على تنوعها ( دينية ، سياسية ، ثقافية ، اقتصادية ، اجتماعية ، رياضية ، صحية ، ومنوعات ) وانعكاسات ذلك على التكوين التربوى لشخصية الشباب، فضلاً عن تحديد الوظيفة التربوية لهذه البرامج ( عرفة عامر ، ١٩٩٢ ) (١١) .
- دور البرامج الدينية فى التلفزيون فى عملية التثقيف الدينى لطلبة الجامعات فى مصر والتعرف إلى آراء ومعتقدات واتجاهات القائم بالاتصال ومدى انعكاس ذلك على إعداده لرسائله الإعلامية ( عادل فهمى ، ١٩٩١ ) (١٢) .

- أثير التعرض للنشرات الإخبارية فى تشجيع الشباب على القيام بالمشاركة السياسية  
( حنان يوسف ، ١٩٩٦ ، ١١٣ )

- وكما نرى ركزت دراسات هذا المحور على وسيلة اتصالية واحدة وهو التليفزيون وعلى  
نوعيات محددة من برامج وبالذات برامج الشباب ودورها التربوى ، فضلاً عن البرامج  
الدينية ونشرات الأخبار ، إلا أنها قد أفادت فى التعرف على مدى تعرض الشباب  
المصرى للتليفزيون وعلى عادات وأنماط مشاهدته وانعكاسات ذلك على تكوينه  
التربوى، وأفادت كذلك فى تحديد مرحلة الشباب وخصائصها وسمات الشخصية  
المتمتعة بالصحة النفسية ، وحاجات الشباب ومشكلاتهم .

### المحور الثانى :

دراسات تناولت نظرية الاستخدامات والإشباع ، وكانت هدف إلى التعرف على :

- تأثير بيئة وسائل الإعلام ( من صحف ، مجلات ، راديو ، تليفزيون وسيمنا ) على  
الاستخدامات وإشباع الحاجات فى دراسة مقارنة بين الشباب الجامعى المصرى  
والأمريكى ، بهدف معرفة أنماط التعرض والحاجات اليومية من وسائل الإعلام  
وإشباعاتها ( شاهيناز طلعت ، ١٩٨٧ ، ١١٤ )

- استخدامات وإشباعات مشاهدة التليفزيون لدى البالغين المصريين ودور وسائل الإعلام  
وبصفة خاصة الصحف والتليفزيون فى إكسابهم المعلومات المتعلقة بالأحداث الخارجية ،  
مع دراسة المتغيرات التى تؤثر على ذلك ( هشام مصباح ، ١٩٩١ ، ١١٥ ) .

- استخدامات التليفزيون وإشباعاته لعينة من طلاب الجامعة وطلبتها فى سلطنة عُمان  
( حسن عماد ، ١٩٩٣ ، ١١٦ )

- استخدامات الأسرة المصرية (أرباب وريبات الأسر) لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى  
الإشباع الذى يحققه هذا الاستخدام ( ليلى حسين ، ١٩٩٣ ، ١١٧ ) .

- استخدام الجمهور لقناة المعلومات وذلك بهدف تقويم وضعها وتوفير بعض المعلومات  
التي تفيد فى تطويرها ( عدلى رضا ، ١٩٩٤ ، ١١٨ )

- أهمية إشباع الحاجت النفسية والاجتماعية والتربوى والمهنية لطالبات الجامعة لما يشكله هذا الإشباع - تحديداً - من أهمية كبيرة فى حياة الشباب حيث ينعكس بصورة واضحة فى جميع مجالات الحياة وعلى تكيفهم الاجتماعى (حزم عبد الواحد ، ١٩٩٤) (١٩).
- استخدامات الطفل لبرامج التليفزيون والإشباع المتحققة منها ، وهى دراسة تحليلية وتقييمية للدراسات التى تناولت الطفل والميديا ( سعيد السيد ، ١٩٩٥ ) (٢٠) .
- مدى مشاهدة الجمهور للإعلان ، ودوافعهم فى التعرض له والإشباع المتحققة من ذلك ( أشرف جلال ، ١٩٩٥ ) (٢١) .
- الدوافع الأساسية لمجتمع الصفوة فى مصر فى المجالين السياسى فى التعرض للراديو والتليفزيون المحلى والدولى ومدى الإشباع المتحقق لها ( عادل عبد الغفار ، ١٩٩٥ ) (٢٢) .
- استخدامات الجمهور فى مصر للشبكة الإخبارية المصرية CNE مع تحديد نوعية المشتركين فيها ودوافع اشتراكهم وتوقعاتهم من الاشتراك فى الخدمة بالإضافة إلى التعرف على كيفية تعاملهم مع وسائل الإعلام ( هبة شاهين ، ١٩٩٦ ) (٢٣) .
- وقد أفادت دراسات المحور الثانى فى تعميق الإطار النظرى للدراسة فى مجال الاستخدامات الاشباعات ، بالإضافة إلى فهم استخدامات الجمهور بنوعياته المختلفة ( من أطفال ، بالغين ، طلبة ، أرباب وريبات أسر ، جمهور عام ) لوسائل الإعلام ، وعلاقته بها، والعلاقات الارتباطية بين بعض المتغيرات التى تؤثر على هذا التعرض .

### المحور الثالث :

دراسات تناولت الفضائيات .. وقد استهدفت الآتى :

- التعرف بالقناة الفضائية المصرية من حيث النشأة والتطور والأهمية ، ثم مستقبل هذه القناة فى إطار المتغيرات الدولية وبخاصة فى مجال تكنولوجيا الفضاء ، كما سعت الدراسة إلى التعرف على خصائص جمهور القناة الفضائية المصرية ومدى اقتناعه بها فى دولة الكويت ( إنشراح الشال . ١٩٩٣ ) (٢٤)

- التعرف على استخدامات مشاهدى التليفزيون المصرى المتحدثين بالفرنسية للمواد الإعلامية الواردة عبر القناة الفرنسى الدولية من خلال قناتى التليفزيون المصرى (الثانية والثالثة) ومدى الإشباعات التى تحققها هذه المواد الإعلامية ( سوزان القلبنى ، ١٩٩٣ ) (٢٥) .
- دراسة ميدانية على مشاهدى القنوات الفضائية فى مصر عبر هوائيات الاستقبال للتعرف على أسباب حيازتهم لها ومدى الإقبال على مشاهدة هذه البرامج الوافدة وتأثيرها على برامج التليفزيون المحلى ( انشراح الشال ، ١٩٩٤ ) (٢٦) .
- استطلاع رأى أبناء الجالية المصرية بسلطنة عُمان حول القناة الفضائية المصرية بهدف التعرف على مدى ودرجات مشاهدة هذه القناة ، وعادات وأنماط العرض لها ( عاطف العبد ، ١٩٩٥ ) (٢٧) .
- التعرف على مدى إقبال طلبة وطالبات الإعلام بجامعة الإمارات على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية والعربية وعادات وأنماط التعرض لهذه القنوات فضلاً عن السعى إلى اكتشاف العلاقات بين الحقائق التى يتم الحصول عليها بالنسبة للإقبال على المشاهدة وارتباطها ببعض الخصائص الاجتماعية والاتصالية للمبحوثين ( عاطف العبد وفوزية العلى ، ١٩٩٥ ) (٢٨) .
- التعرف على حجم التعرض للقنوات الفضائية وأنماط التعرض لها والمضمون الأكثر جذباً للمشاهدين وآثار امتلاك الدش على التعرض للإعلام المصرى وتأثيره على قيم واتجاهات المشاهدين ( نسمة البطريق ، ١٩٩٦ ) (٢٩) .
- التعرف على الثقافة الموجهة للأطفال والشباب من خلال توضيح العلاقة بين ثلاثة عناصر أساسية للثقافة ومصادرها والفئة المستهدفة وهى الأطفال والشباب العربى والقنوات الفضائية العربية ؛ وذلك بهدف تحديد ما هى الثقافة التى تستقبلها هذه الفئة وهل المنتج الثقافى المذاع من الفضائيات العربية يحمل رسالة خاصة لهم أم لا ( محمد طلال ، ١٩٩٧ ) (٣٠) .

وقد أفادت الدراسات الخاصة بهذا المحور فى التأكيد على ما بلى :

- أن من أهم أسباب متابعة القنوات الفضائية تمثلت فى قضاء الوقت ومتابعة الأخبار والأحداث العالمية الهامة والانفتاح على العالم
- وأن هناك خطورة تشكلها هذه البرامج الوافدة المقدمة على الفضائيات وخاصة على الأطفال والشباب لأن أغلبها منافى لتعاليم الدين ويؤثر على القيم والعادات والتقاليد ، بل وتؤدى إلى تخلى المشاهدين تدريجياً عن قيم مجتمعهم لصالح القيم الأجنبية .
- أن هناك ارتباط وثيق بين جمهور القنوات الفضائية فى مصر بالمضمون الأجنبى الذى زادت كثافة التعرض له بعد امتلاك الطبقة الهوانى مما أثر بالسلب على متابعة برامج التليفزيون المحلى ، بل وعلى عادة قراءة الصحف والمجلات وعلى عادة الاستماع إلى الإذاعات .
- وأن هناك أضرار من متابعته هذه القنوات الفضائية تتمثل فى انتشار الرذيلة وإظهار سهولة ارتكابها بل وتعويد المشاهد عليها وكأنها أمور عادية ، إثارة الرغبة الجنسية ، تصوير الجريمة والعنف وإظهار أبطالها كقدوة يحتدى بها ، زعزعة العقيدة الإسلامية ، فضلاً عن شيوع الخمول والكسل وإهدار الوقت وعدم الاستفادة منه بشكل فعال .
- وإنا بحاجة إلى قنوات فضائية عربية تتواجد بشكل قوى وفعال حماية للهوية الثقافية العربية والإسلامية وتهدف إلى تكوين الشباب وتزويدهم وبصفة مستمرة بزاد ثقافى يكون من شأنه أن يلعب دور الحاجز خاصة وأن هذه القنوات المتواجدة حالياً على الساحة تواجه تحدياً صارخاً يجعلها غير قادرة على منافسة الفضائيات الأجنبية التى تقوم بدور معاكس لها لكنه مدروس من جميع جوانبه التقنية والعملية ومن ثم تبقى آثاره ملموسة على المتلقى وتبقى فاعليات الفضائيات العربية فى موقع لا يقدر على مواجهة التحدى وحماية هذا الإنسان .

نخلص من ذلك أنه باستعراض الدراسات السابقة نجد أنها لم تتعرض لكيفية استخدام الشباب المصرى للقنوات الفضائية ولماذا يتعرض لها ؟ وما الفائدة التى ستعود عليه من ذلك ؟ وهذا هو الجديد الذى يسعى هذا البحث إلى تقديمه .

## مشكلة البحث :

بناءً على ما سبق وفي ضوء افتراضات نموذج الاستخدامات والإشباعات فإن مشكلة هذا البحث يمكن تحديدها وصياغتها على النحو التالى :

« تقع مصر فى نطاق البث التليفزيونى المباشر للعديد من أقمار الاتصالات وبالتالى فيمكنها استقبال عدد كبير من القنوات الفضائية .. ومن ثم انتشرت ظاهرة التعرض لهذه القنوات حيث استطاع المشاهد المصرى مشاهدة ما تبثه بل وترقبه بشكل لافت للنظر . وهى قنوات متنوعة فى أهدافها وتخصصاتها فمنها الرياضية والغنائية والدرامية والثقافية والإخبارية ، كما أنها تأتى من دول شتى صادرة بلغات عديدة يستطيع مشاهدتها كل من يمتلك هوائياً (Dish) والتعرض لها والتأثر بها .. وبما أن الشباب يمثل قطاعاً عريضاً فى المجتمع المصرى له خصائصه الاجتماعية والنفسية وهو الأكثر تعرضاً واستهدافاً ، كان حرص الباحثة فى التعرف على : لماذا يتجه الشباب المصرى لمشاهدة القنوات الفضائية ؟ وما الإشباعات التى تتحقق لديه نتيجة ذلك ؟ خاصة وأنه لم يعد فى الإمكان تجاهل هذه الوسيلة الاتصالية بما لها من آثار عديدة على المتلقى ، خاصة فيما يتعلق بالهوية والانتماء والسلوك » .

## أهداف البحث :

١ - الكشف عن كيفية استخدام أفراد العينة من الشباب لوسائل الإعلام بصفة عامة باعتبارهم جمهوراً نشطاً للقنوات الفضائية ، هل هذه الدوافع تفعية تستهدف إشباع حاجته من المعلومات والمعرفة ، أم دوافع طقوسية تستهدف قضاء الوقت والتنفيس والاسترخاء والهروب من المشكلات اليومية .

٢ - التعرف على الإشباعات المتحققة لديهم من جراء هذا الاستخدام .

ومن ثم ترجع أهمية هذا البحث إلى :

• أهمية القنوات الفضائية كأحدث وسائل حالياً والتي لا يمكن إغفالها من ناحية ولأهمية جمهورها المستهدف من الشباب المصرى من ناحية أخرى .

- تأثير الثقافة الموجهة على شبابنا وعلى سلوكياته وقيمه وتوجهاته .
- تزويد الإعلاميين فى مصر بأهم النواحي التى يحتاج الشباب إلى إشباعها من الفضائيات والعمل على توفيرها لهم من خلال وسائل الإعلام المحلية .

### فروض الدراسة :

فى ضوء تحديد المشكلة البحثية وتحديد أهدافها وإطارها النظرى وفى ضوء استعراض الدراسات السابقة تمت صياغة الفروض على النحو التالى :

#### الفرض الأول :

هناك علاقة ارتباط إيجابية بين التعرض لمشاهدة القنوات الفضائية وبين دوافع تعرض الشباب وإشباعاته .

#### الفرض الثانى :

هناك علاقة ارتباط عكسية بين التوافق النفسى والاجتماعى للشباب ودوافع تعرضهم وإشباعاته .

#### الفرض الثالث :

كلما زادت البدائل الوظيفية لقضاء وقت الفراغ لدى الشباب زادت دوافع التعرض للقنوات الفضائية وإشباعاته .

#### الفرض الرابع :

تختلف دوافع تعرض الشباب للقنوات الفضائية باختلاف السن والنوع .

#### الفرض الخامس :

كلما اختلفت كيفية التعرض كلما اختلفت دوافع هذا الجمهور وإشباعاته .

كما تم وضع مجموعة من التساؤلات تدور حول عدة نقاط رئيسية تساعد فى التعرف على مدى تعرض الشباب المصرى - عينة البحث للفضائيات وعادات وأنماط هذا

التعرض ، العلاقة مع وسائل الإعلام ( صحافة ، راديو ، تليفزيون ، مجلات ، قنوات فضائية ) ، دوافع التعرض للفضائيات ، وكيفية تعرضهم وخصائص شخصيتهم النفسية والاجتماعية مما يساعد فى الحصول على نتائج كشفية تزيد من الاستبصار ببعض الفروض التى يقوم البحث بدراستها .

### الإطار المنهجى للدراسة :

تنتمى هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية التى تعنى بدراسة الحقائق الراهنة لطبيعة الظاهرة المدروسة ( دوافع استخدام الشباب للقنوات الفضائية وإشباعها ) للحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها وتصنيفها وتحليلها وتفسيرها واستخلاص نتائجها .

ولم تكتف الدراسة بالطابع الوصفى بل امتدت إلى الطابع التحليلى لدوافع وإشباع الشباب من عملية التعرض للفضائيات للكشف بدرجة أعمق عن طبيعة العلاقات بين المتغيرات المستقلة والتابعة ومدى تأثيرها بالمتغيرات الوسيطة .

### المنهج :

يعتمد هذا البحث على « منهج المسح » لعينة من الشباب فى القاهرة والجيزة للتعرف على دوافع استخدامهم للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة لديهم نتيجة هذا الاستخدام ؛ كما تم استخدام « منهج دراسة العلاقات المتبادلة » الذى يستهدف التعرف على العلاقات بين المتغيرات المختلفة فى الظاهر ، وذلك بتطبيق إحدى طرقه الأساسية وهى « الدراسات الارتباطية » لدراسة العلاقة بين متغيرين والتعرف على طبيعة هذه العلاقة الارتباطية ودرجتها وشدتها .

### مجتمع البحث :

يشمل مجتمع البحث الشباب ( ذكور وإناث ) لما فى هذه المرحلة العمرية من أهمية تفوق المراحل الأخرى فى حياة الإنسان فهى مرحلة انتقالية لها مقوماتها النفسية والاجتماعية ، وهى مرحلة التكوين والقوة والرغبة فى التغيير وهم أيضاً عصب التنمية فى المجتمع ، وذلك بدء من ( سن ١٥ سنة وحتى ٣٠ سنة ) وفقاً لتعريف اليونسكو (المرحلة الشباب) ، كما اتفق العلماء على اختلاف تخصصاتهم على ذلك (٣١) .



هذا ويشكل الشباب المصرى - مجتمع البحث - ٢٦٪ من إجمالى عدد السكان (٣٢) ، أى ربع الشريحة السكانية فى المجتمع ، ومن ثم فإن الآثار المترتبة على هذا الكم العدى نتيجة التعرض للفضائيات قد تكون إيجابية أو سلبية .. لذا يجب الانتباه جيداً إلى عمليات التكوين الموجهة إليهم ، وهذه قد يكون مصدرها وطنياً يخضع لاعتبارات قومية وينطلق من فهم تربوى متقدم لعملية التنشئة والتطبيع ؛ وقد يكون مصدرها غير وطنى ؛ وهى بالتأكيد مكونات ثقافية أجنبية أصبحت الآن سهلة الوصول والنفاذ إليهم لتحقيق أهدافها (٣٣) .

ومن ثم قد تم اختيار العينة بدء من ١٥ سنة فأعلى لأنها البداية الفعلية للشباب والذى يكون فى بداية مرحلته الثانوية من الدراسة وهى مرحلة الاحتكاك والتقليد رحب الاستطلاع والرغبة فى التعرف على العالم المحيط به .

### عينة البحث :

اعتمدت الدراسة على اختيار عينة عشوائية طبيعية من الشباب ، بلغ عددها ( ١٠٠ مفردة ) من الجنسين وذلك للحكم فى اختبار المتغيرات التى ستقوم عليها الدراسة وذلك من الأحياء ذات المستويات الاقتصادية والاجتماعية المرتفعة ( مصر الجديدة - مدينة نصر فى القاهرة - المهندسين والدقى فى الجيزة ) .

### ادوات جمع البيانات والمجال الزمنى للدراسة :

طبق هذا البحث من خلال صحيفة استقصاء ميدانية أعدت لهذا الغرض وشملت العديد من الأسئلة التى تغطى أهداف البحث بشكل كامل من حيث معدل التعرض وكيفية التعرض ، قضاء وقت الفراغ ، دوافع المشاهدة ، إشباعات التعرض ، التوافق النفسى والاجتماعى للشباب فضلاً عن الخصائص الديموجرافية .

وقد تم عرض الاستمارة على عدد من المحكمين من أساتذة الإعلام والإحصاء ... وقد طبقت الصحيفة بعد إجراء التعديلات اللازمة وبعد إجراء اختبار الصدق والثبات وفقاً للقواعد العلمية المعمول بها فى هذا الشأن ، وطبق البحث فى شهر يناير ١٩٩٦ .

## نتائج البحث :

تم تقسيم نتائج البحث إلى قسمين هما :

١ - نتائج عامة .

٢ - ونتائج اختبارات الفروض .

ونعرض فيما يلى لأهم هذه النتائج :

### أولاً - النتائج العامة :

تعرض الباحثة لأهم النتائج التى خرجت بها من تطبيق صحيفة البحث على عينة الدراسة الميدانية من خلال الإجابة على عدة تساؤلات تساعد فى التعرف بشكل جيد على خصائص عينة الدراسة الميدانية من حيث تعرضها للقنوات الفضائية ودوافعها فى ذلك والإشباع المتحققة لديها وكيفية استخدامها لبقية وسائل الإعلام فى ظل هذه الوسيلة الجديدة وهذا من شأنه تقديم صورة واضحة وشاملة عن خصائص وسمات هذه العينة من الشباب المصرى وهذه التساؤلات هى :

١ - ما معدل تعرض الشباب للقنوات الفضائية ؟

٢ - كيف يستخدم الشباب وسائل الإعلام ؟

٣ - ما هى دوافع تعرض الشباب للقنوات الفضائية ؟

٤ - كيف يتعرضون لهذه القنوات الفضائية ؟

٥ - ما مدى توافقهم نفسياً واجتماعياً ؟

### معدل التعرض :

التساؤل الأول : ما معدل تعرض الشباب المصرى للقنوات الفضائية ؟ وذلك بهدف معرفة مدى استخدام عينة الدراسة لهذه الوسيلة الاتصالية الجديدة وحجم الاستخدام انطلاقاً من افتراض أن الجمهور النشط يكون أكثر استخداماً للوسيلة .

يوضح جدول رقم (١) أن نسبة ٤٠ ٪ من عينة الدراسة من الشباب يتعرضون للقنوات الفضائية بشكل دائم واتفق فى ذلك كل من الذكور والإناث .

كما يشير جدول رقم (٢) أن الفئة العمرية من ( ١٥ - ٢٠ سنة ) هى الأكثر تعرضاً بنسبة ٤٢,٥ ٪ من إجمالى من يتعرضون بشكل دائم يليهم الأكبر من ( ٢٠ - ٢٥ سنة ) بنسبة ٣٥ ٪ ، ثم الشباب من سن ( ٢٥ - ٣٠ سنة ) بنسبة ٢٢,٥ ٪ ، وهذا يوضح مدى تأثير القنوات الفضائية واستحواذها على الشباب فى المراحل السنية الصغيرة .

وسؤالهم عن عدد مرات المشاهدة أسبوعياً : أجاب ٤٧ ٪ من عينة البحث بأنهم يشاهدون القنوات الفضائية بشكل يومى تقريباً ( جدول رقم ٣ ) واتفق فى ذلك كل من الذكور بنسبة ٤٠,٤ ٪ - والإناث ٥٩,٦ ٪ وإن كانت الإناث هى الأكثر حرصاً على المشاهدة بشكل يومى .

أما من حيث السن كما يوضحه جدول رقم (٤) فقد جاء الشباب فى سن ( ١٥ - ٣٠ سنة ) فى مقدمة المشاهدين بشكل يومى بنسبة ( ٣٨,٣ ٪ ) وتؤكد هذه النتيجة أنه كلما قل سن الشباب كلما ارتفعت نسبة مشاهدتهم وتعرضهم للقنوات الفضائية بشكل يومى دائم .

### أكثر الأيام مشاهدة :

ذكرت نسبة ٤٨ ٪ من عينة الدراسة أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية تتم فى جميع الأيام ، تليها أيام العطلات والأجازات بنسبة ٤٦ ٪ فى حين قلت المشاهدة بشكل واضح أيام العمل بنسبة ٦ ٪ جدول رقم (٥) ، واتفق مع هذه النتيجة بترتيبها المشاهدين من الذكور ، أما الإناث فقد تساوت نسبة مشاهدتين أيام العطلات بنسبة مشاهدتهن فى جميع الأيام .

أما من حيث السن ( جدول رقم ٦ ) كانت نسبة ٣٩,٦ ٪ من الشباب فى سن ( ٢٠ - ٢٥ سنة ) هم الأكثر مشاهدة فى جميع الأيام بل وأيضاً فى أيام العطلات بنسبة ( ٤٥,٧ ٪ ) يليهم الشباب من ( ١٥ - ٢٠ سنة ) بنسبة ٣٧,٥ ٪ فى جميع الأيام ، ونسبة ٣٢,٦ ٪ فى أيام العطلات .

أما الشباب فى سن ( ٢٥ - ٣٠ سنة ) فتساوت نسبة مشاهدتهم للقنوات الفضائية فى جميع الأيام وأيام العطلات .

نلخص من ذلك : أن هناك حرص من الشباب على التعرض للقنوات الفضائية وأن كان هذا الحرص يبدو متفاوتا ومختلفاً باختلاف السن والنوع .

### كثافة التعرض :

من حيث النوع : يشير جدول رقم ٧ إلى تفوق الإناث على الذكور فيما يتعلق بكثافة التعرض للقنوات الفضائية بصفة عامة ، حيث بلغت نسبتهم من التعرض ٦٠٪ مقابل ٤٠٪ للذكور ، أما نسبة متوسطى التعرض وهن اللاتى تتعرضن لهذه القنوات من ساعتين لأقل من ٤ ساعات كانت ٦٣,٦٪ مقابل نسبة ٣٦,٤٪ للذكور ، كذلك الحال بالنسبة لقليلى التعرض فقد بلغت نسبة الإناث ٥٣,٢٪ مقابل ٤٦,٨٪ للذكور ، وهى نتيجة تتفق مع نتائج الدراسات السابقة التى تشير إلى تفوق الإناث على الذكور بوجه عام فيما يتعلق بكثافة المشاهدة .

أما من حيث السن يوضح جدول رقم (٨) أن نسبة ٥٠٪ من الشباب فى سن ( ١٥ - ٢٠ سنة ) هى الأكثر تعرضاً أى كثيفة التعرض ( ٤ ساعات فأكثر ) يليهم الأكبر سناً من ( ٢٠ - ٢٥ سنة ) بنسبة ٣٠٪ ثم ( ٢٥ - ٣٠ سنة ) بنسبة ٢٠٪ .

أما بالنسبة لمتوسطى التعرض فقد كانت من الشباب الذين تتراوح أعمارهم ( ٢٠ - ٢٥ سنة ) بنسبة ٦٣,٣٪ .

ونخلص من ذلك : أن هناك علاقة عكسية بين السن وارتفاع نسبة المشاهدة كلما قل سن الشباب زادت كثافة تعرضهم للقنوات الفضائية .

التساؤل الثانى : كيف يستخدم الشباب وسائل الإعلام ؟

### المفاضلة بين الوسائل :

كيف يختار الشاب الوسيلة التى تساعد على تلبية احتياجاته الأساسية من استرخاء ، تسلية وقضاء وقت الفراغ والحصول على المعلومة من بين وسائل الإعلام

المختلفة المقروءة مثل الصحف والمجلات والمسموعة مثل الراديو ، والمرئية مثل التليفزيون والقنوات الفضائية ؟ ، وما هو ترتيب هذه الوسائل بصفة عامة لديهم ؟ وهل يختلف هذا الترتيب باختلاف النوع والسن ؟ .

يوضح الجدول رقم (٩) والجداول التفصيلية الملحقة به ما يلى :

إنطلاقاً من افتراض أن الجمهور هو العنصر الأساسى للعملية الاتصالية التى يريد هو نفسه أن يتلقاها ، وأن إشباع حاجاته يتم من خلال التعرض إلى وسيلة اتصالية بذاتها يختارها وليس من خلال التعرض لآية وسيلة ومن ثم فهو دائم التقرير لما يريد أن يأخذه من وسائل الاتصال بدلاً من السماح لها بأن توجهه كيفما تشاء ، وبالتالي يصبح استعماله لتلك الوسائل هى المحك الرئيسى الذى يقاس بموجبه تأثير تلك الوسائل عليه (٣٤) .

ومن ثم فإننا نتساءل عن الآتى :

### أولاً - فيما يتعلق بالحصول على المعلومة :

جاءت الصحف فى مقدمة وسائل الاتصال التى يلجأ إليها الشباب بهدف الحصول على المعلومة بنسبة ٦٩٪ ويرجع ذلك لأهميتها فى توفير المعلومات والتحليلات وتوثيقها ومدى ما تمثله من مصداقية لديهم فى المقابل حصلت المجلات على نسبة ضئيلة ٣٪ .

- فى حين جاءت القنوات الفضائية فى المرتبة الثانية باعتبارها مصدراً للحصول على المعلومات بنسبة ٢٢٪ ويفارق كبير بينها وبين الصحف ، على الرغم من تعدد قنواتها وتخصصها فى تقديم المعلومات .

- أما الراديو والتليفزيون ، فقد جاء فى مرتبة متأخرة مع المجلات كمصادر توفير معلومات للشباب ، وهى نتيجة مشيرة وغير متوقعة لتقدم القنوات الفضائية عليهما على الرغم من حداثتها .

### وتوضح الجداول التفصيلية :

- من حيث النوع جداول رقم (٩ - ١) و (٩ - ٢) ، فجاءت الصحف المصدر الرئيسى للحصول على المعلومة لدى الجنسين ، وذلك بنسبة ٧٠,٧٪ لدى الإناث ،

٦٦,٨٪ بالنسبة للذكور ، يليها القنوات الفضائية بنسبة ٢٦,٢٪ من اجمالى عينة الذكور ، فى حين مثل ١٩٪ بالنسبة للإناث .

- فيما يتعلق بالسن جداول رقم ( ٩ - ٣ ) و ( ٩ - ٤ ) و ( ٩ - ٥ ) ، فكانت نفس النتيجة فالصحف هى المصدر الأساسى للحصول على المعلومة لدى جميع أعمار الشباب يليها القنوات الفضائية ولكن بفارق كبير بين النسبتين : فالشباب من ( ١٥ - ٢٠ سنة ) تمثل الصحف المصدر الرئيسى بنسبة ٧٤,٣٪ يليها القنوات الفضائية بنسبة ١١,٤٪ ، أما من ( ٢٠ - ٢٥ سنة ) جاءت الصحف بنسبة ٦٥,٩٪ يليها القنوات الفضائية بنسبة ٣١,٨٪ ومن ( ٢٥ - ٣٠ سنة ) جاءت نسبة الاعتماد على الصحف فى الحصول على المعلومات بنسبة ٦٦,٧٪ يليها القنوات الفضائية بنسبة ١٩٪ .

### ثانياً - الاسترخاء :

جاء اختيار الراديو كوسيلة للاسترخاء فى المركز الأول متقدماً على الوسائل الأخرى وذلك بين عينة الدراسة بصفة عامة بنسبة ٣٤٪ وهو ما يتسم مع طبيعة الراديو كوسيلة تساعد على الاسترخاء لا تحتاج إلى مجهود من قبل المستمع ، يليه القنوات الفضائية بنسبة ٣١٪ لتعدد قنواته وبالتالي تنوع المواد التى يمكن للشباب اختيارها لمساعدته على الاسترخاء ، أما التليفزيون المصرى بقنواته المحلية المتعددة الرئيسى منها والإقليمى فقد احتل المركز الرابع فى الترتيب بنسبة ١٣٪ وهو ما يعنى مدى منافسة وتفوق القنوات الفضائية فى جذب المشاهدين من الشباب ونجاحهم فى ربطهم بها وأن التليفزيون فى حاجة إلى إعادة نظر من قبل المشرفين عليه فيما يقدمه لجذب هذه الشريحة الهامة فى المجتمع .

أما الصحف فجاءت فى المركز الأخير بنسبة ٩٪ وهى نتيجة متوقعة ذلك لأن الاطلاع والتركيز لا يتناسب مع الاسترخاء .

وتشير الجداول التفصيلية السابق الإشارة إليها إلى اختلاف الترتيب باختلاف النوع فكانت الإناث هى الأكثر استخداماً للراديو فى حالة الاسترخاء بنسبة ٣٩,٧٪ تليه القنوات الفضائية بنسبة ٢٩,٣٪ ، المجلات بنسبة ١٢,١٪ ، أما الذكور فكانوا الأكثر اعتماداً على القنوات الفضائية فى حالة الاسترخاء بنسبة ٣٣,٣٪ يليها الراديو بنسبة

٤, ٣٢٪ ، ثم المجلات بنسبة ١٦, ٧٪ فى حين جاء التليفزيون فى المركز الرابع بنسبة ٣, ١٤٪ .

أما من حيث السن : تؤكد النتائج إلى أن هناك اتفاق بين الشباب بدء من سن ( ١٥ - ٢٥ سنة ) فى أن القنوات الفضائية هى وسيلتهم الأولى والتي يلجئون إليها فى حالة الاسترخاء يليه الراديو أما الأكبر سناً من الشباب وهم من ( ٢٥ - ٣٠ سنة ) فجاء الراديو فى المرتبة الأولى لديهم بنسبة ٤٢, ٩٪ تليه القنوات الفضائية بفارق كبير حيث جاءت بنسبة ١٩٪ .

### ثالثاً - التسلية :

احتلت القنوات الفضائية المرتبة الأولى لدى الشباب بصفة عامة فى اللجوء إليها بهدف التسلية مقارنة بالوسائل المختلفة وذلك بنسبة ٥٦٪ وهى نسبة مرتفعة توضح مدى ما تشغله القنوات المتعددة من أهمية فى قضاء الوقت وقد يرجع ذلك إلى تعدد القنوات وتنوع ما تقدمه بل وتخصصها أيضاً سواء فى الأغاني ، أو فى الرياضة ، أو فى الدراما وغيرها مما يساعد على التسلية يليها التليفزيون فى المرتبة الثانية بنسبة ٢١٪ ثم المجلات بنسبة ١٥٪ فالراديو ٧٪ ثم أخيراً الصحف بنسبة ١٪ .

### وتوضح الجداول التفصيلية :

من حيث النوع : كان هناك تشابه فى النتائج بين الذكور والإناث ، فهذه القنوات تحتل المرتبة الأولى لدى الذكور بنسبة ٦٦, ٧٪ يليها التليفزيون بنسبة ١٦, ٧٪ ثم المجلات ٩, ٥٪ .

أما بالنسبة للإناث : فقد احتلت أيضاً القنوات الفضائية المرتبة الأولى لديهم بنسبة ٤٨, ٣٪ يليها التليفزيون بنسبة ٢٤, ١٪ ثم المجلات ١٩٪ .

من حيث السن : جاءت النتيجة متشابهة وإن اختلفت النسب التى توضح مدى ما تمثله هذه الوسيلة من أهمية لدى كل فئة عمرية ، بالنسبة للشباب فى سن ( ١٥ - ٢٠ سنة ) جاءت القنوات الفضائية فى المقدمة بنسبة ٥٧٪ ، وفى سن ( ٢٠ - ٢٥ سنة )

احتلت ٦٣,٦٪ من عينة الشباب فى هذه الفئة العمرية أما الفئة العمرية الأكبر من ( ٢٥ - ٣٠ سنة ) فقد كانت نسبتها ٣٨,١٪ .

ونلخص من ذلك أنه بالنسبة للتسلية ليس هناك فروق ملحوظة بين عينة البحث بل بالعكس اتفق الجميع من حيث النوع والسن فى أن القنوات الفضائية تعتبر وسيلتهم الأولى للتسلية يليها التلفزيون .

#### رابعاً - قضاء وقت الفراغ :

تشير نتائج التحليل إلى أن القنوات الفضائية جاءت فى مقدمة الوسائل التى يلجأ إليها الشباب لقضاء وقت الفراغ بنسبة ٦٤٪ من اجمالى عينة الدراسة يليها التلفزيون بنسبة ١٩٪ فالمجلات بنسبة ١٠٪ ثم بقية الوسائل بنسبة ضعيفة .

ومن حيث النوع : تطابقت النتيجة ، فلم يكن هناك اختلاف من حيث اللجوء لهذه القنوات كوسيلة لقضاء الوقت حيث جاءت بنسبة ٥٧,١٪ لدى الذكور ٦٢,٥٪ لدى الإناث ، وإن كن الأكثر لجوءاً لها لقضاء أوقاتهم .

أما من حيث السن : نفس النتيجة من ( ١٥ - ٢٠ سنة ) جاءت هذه القنوات فى المقدمة كوسيلة لقضاء الوقت بنسبة ٦٠٪ ، ومن ( ٢٠ - ٢٥ سنة ) بنسبة ٦٣,٦٪ ، ومن ( ٢٥ - ٣٠ سنة ) بنسبة ٧١,٣٪ ، وهو يعنى أنه مع زيادة السن يزيد التعرض بهدف قضاء وقت الفراغ ، وقد يرجع ذلك إلى أن السن الأصغر لارتباطه ببدايات مرحلة الشباب قد يلجأ إلى قضاء وقت فراغه خارج المنزل مع أصدقائه للتنزه ، وليس فى حاجة إلى التواجد بالمنزل لمشاهدة القنوات الفضائية .

#### التساؤل الثالث :

ما هى دوافع تعرض الشباب للقنوات الفضائية ؟

يشير الجدول رقم (١٠) إلى تنوع دوافع تعرض الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية ما بين دوافع نفعية ودوافع طقوسية .

كما يؤكد زيادة شدة الدوافع الطقوسية لمشاهدى القنوات الفضائية من الشباب عينة الدراسة بنسبة ٥٥,٧٪ وذلك عن شدة الدوافع النفعية بنسبة ٤٤,٣٪ .



وقد تمثلت هذه الدوافع الطقوسية فى الدوافع التالية على الترتيب : دافع التسلية بهدف التخلص من الملل والشعور بالمتعة والإثارة وجاء فى المقدمة بنسبة ( ٢٩٪ ) ، ويليه دافع الصحبة حيث أن القنوات الفضائية تخلصهم من الشعور بالوحدة وتجعلهم فى وسط العالم كله مما يجعلهم مرتبطين به بنسبة ( ٢٦٪ ) ، ودافع قضاء الوقت عندما لا يكون لدى الشباب شئ يفعلونه ، وقد يكون بديل مفيد عن الأصدقاء فى وقت فراغهم بنسبة ( ٢٣٪ ) ، ثم دافع الاسترخاء بهدف تسلية هموم الحياة اليومية ، والهروب من المشكلات ، والتخفيف من إحساسهم بالتوتر والقلق بنسبة ( ٢٢٪ ) .

أما الدوافع النفعية ، فقد تمثلت فى دافع الحصول على المعلومة حيث الرغبة فى معرفة معلومات جديدة ، وما يحدث فى العالم من حولهم وأشعارهم بأنهم جزء من الأحداث وقد جاء فى مقدمة هذه الدوافع النفعية بنسبة ( ٣٧٪ ) ، يليه دافع التعلم ، بهدف التعرف على ثقافات جديدة وتعلم مهارات جديدة ، كذلك تجعلهم أكثر تفاعلا ومشاركة فى الأحداث بنسبة ( ٣٦,٢٪ ) ، ثم دافع تعزيز القيم ، حيث الشعور بأن بعض البرامج تعبر عنهم وأنهم يجدون أنفسهم معها وقد جاء ذلك بنسبة ( ٢٦,٨٪ ) ، وهنا تمثل لنا خطورة ما يعرض عليهم وتأثيره فيهم ، عندما تلبى احتياجات يفتقدون الحصول عليها فى وسائل إعلامهم المحلية . خاصة وأن الغالبية منهم فى سن صغيرة لا تسمح لهم بالتحليل والنقد بل ومن السهل التأثير عليها .

وبشير الجدول التفصيلى رقم (١١) أنه ليس هناك أى تأثير واضح لعامل النوع أو السن على ترتيب الدوافع حيث جاءت الدوافع الطقوسية فى مقدمة الدوافع التى يتعرض لها الذكور بنسبة ( ٥٥,٥٪ ) وأيضاً الإناث بنسبة ( ٥٥,٨٪ ) تليها الدوافع النفعية حيث جاءت نسبتها لدى الذكور ( ٤٤,٧٪ و ٤٤,٢٪ ) بالنسبة للإناث .

والنتيجة تكاد تتشابه فيما يتعلق بعامل السن كذلك .

#### التساؤل الرابع :

كيف يتعرضون لهذه القنوات الفضائية ؟ .

وذلك بهدف معرفة كيفية تعرض عينة الدراسة لهذه الوسيلة من حيث مدى قيامها

بنشاط آخر أم لا ؟ .

هل تتبادل الحديث ، هل تنتظر مواد معينة بذاتها ؟ ما هى درجة الانتباه التى توليها لما يعرض عليها ؟

يوضح الجدول رقم (١٢) عدة نتائج هامة تتعلق بسلوك المبحوثين ودرجة انتباههم أثناء المشاهدة :

- أن ٦٥٪ من العينة تقوم بنشاط آخر أثناء تعرضهم لمشاهدة القنوات الفضائية .
- أن ٧٢٪ قد يتبادلون الحديث أثناء مشاهدتهم لما يعرض عليهم .
- أن ١٣٪ من عينة البحث تتعرض بشكل عشوائى للقنوات الفضائية مقابل ٨٧٪ تتعرض له بشكل انتقائى انتظاراً لمواد معينة وإن تفاوتت درجات هذا التعرض الانتقائى
- أما فيما يتعلق بدرجة الانتباه ، يوضح الجدول كذلك أن ٧١٪ يشاهدون هذه القنوات بدرجة انتباه متوسطة ، وأن ٥٪ يشاهدونها بدون انتباه فى حين أن ٢٤٪ فقط هى التى تشاهد بدرجة انتباه عالية .

ومن ثم يمكننا أن نستخلص من ذلك أن هناك علاقة إيجابية بين انتظار موارد وبرامج معينة لمشاهدتها والتعرض لها بشكل دائم وبين درجة الانتباه العالية التى يوالىها المبحوث لما يعرض عليه حيث يؤكد نتائج التحليل أن ٢٤٪ من عينة الدراسة من الشباب هى التى تنتظر مواد معينة على القنوات الفضائية بشكل دائم وأن ذات النسبة (٢٤٪) تشاهد ما يعرض عليها بانتباه شديد ، فى مقابل أن القيام بنشاط آخر أو تبادل الحديث أثناء المشاهدة وعدم انتظار مواد معينة قد أثر على المشاهدة حيث بلغت درجة الانتباه بشكل متوسط ٧١٪ .

#### التساؤل الخامس :

ما مدى التوافق النفسى والاجتماعى للشباب عينة الدراسة مع المجتمع والظروف المحيطة بهم ؟ .

ويقصد بالتوافق النفسى والاجتماعى للشباب هو شعور الشباب بالارتباط والتفاعل

والتكامل مع أسرهم وأصدقائهم ومجتمعهم ذلك لأن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز وتحدد أصول كثيرة من استخدامات وسائل الاتصال (٣٥) .

ويشير الجدول رقم (١٣) إلى ارتفاع نسبة الشباب المتوافقين نفسياً واجتماعياً حيث بلغت ٦٣٪ من اجمالى عينة الدراسة ، وهؤلاء هم الذين يشعرون بالاستقرار والسعادة والتفاهم فى أسرهم ، ويتشاورون معهم فى أى مشكلة تصادهم ، وبالاستمتاع مع أصدقائهم ، بل ينسون كل مشكلاتهم عند لقائهم بالآخرين ولا يبخلون بمشاركتهم حتى ولو بمجرد الرأى ، وتصل الصداقة إلى أقصى درجات أهميتها عند الشباب بدء من سن المراهقة ، ولعل أول ما يوفره الأصدقاء لبعضهم البعض هو التحسين الفورى للحالة المعنوية .. وتجنب الشعور بالوحدة مما يساعدهم على العيش فى سلامة وسلام ، والقدرة على مواجهة مطالب الحياة فضلاً عن تكاملهم صحياً والذي من أهم مظاهره الأداء الوظيفى الكامل المتناسق للشخصية ككل والتمتع بالصحة ومظاهر النمو العادى (٣٦) .

يليه فى المرتبة الثانية الشباب المتوافقون نفسياً واجتماعياً بدرجة أقل (متوسطة) بنسبة ٣٤٪ ، فى حين يؤكد الجدول على أن ٣٪ من عينة البحث هى التى تشعر بعدم توافقها نفسياً واجتماعياً مع الآخرين حيث تنخفض درجة مشاركتهم الاجتماعية بشكل ملحوظ بل وترفض مشاركتهم لها وتشعر دائماً بالوحدة حتى فى وجود الأصدقاء ، وبالتالي فهم أقل قدرة على الإشباع ولا يحبون الآخرين ولا يشقون فيهم كثيراً (٣٧) .

### ثانياً - نتائج اختبار الفروض :

اختبار الفرض الأول : هناك علاقة ارتباط إيجابية بين التعرض لمشاهدة القنوات الفضائية ودوافع التعرض وإشباعاته .

#### أولاً - العلاقة بين التعرض والدوافع :

يشير الجدول رقم (١٤) إلى عدة نتائج هامة :

١ - هناك علاقة دالة إحصائية بين حجم التعرض وكل من دافعى الاسترخاء وتعزيز القيم .. بالنسبة للاسترخاء فهو يعد من الدوافع الهامة التى أشارت إليها النظرية .. وقد أسفرت الدراسة على وجود علاقة ارتباط موجبة بين معدل التعرض للقنوات الفضائية

وهذا الدافع حيث كانت قيمة كا<sup>٢</sup> المحسوبة (١٣, ٥٦) عند درجة حرية = ٤ ومستوى ثقة ٩٥٪ أكبر من قيمتها الجدولية (٩, ٤٨) ، وهى علاقة معتدلة القوة حيث بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٣٤ .

وقد يرجع ذلك إلى ما يتسم به الاسترخاء من حالة هدوء نفسى تدفع بالمشاهد إلى البحث عن ما يساعده على ذلك وقد يكون ذلك من خلال القنوات الفضائية المتعددة والمتنوعة التى تساعد فى تعزيز هذا الدافع .

- أما دافع تعزيز القيم ، فقد أسفرت النتائج أيضاً عن وجود علاقة دالة إحصائياً بين تعرض الشباب لهذه القنوات الفضائية وبين دافع تعزيز القيم حيث بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> المحسوبة (١٤, ٠٦) عند درجة حرية = ٤ وهى أكبر من قيمتها الجدولية (٩, ٤٨) عند مستوى ثقة ٩٥٪ والعلاقة بين المتغيرين معتدلة القوة حيث بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٣٥ .

٢ - عدم وجود علاقة ارتباط معنوية بين حجم التعرض للقنوات الفضائية وبين كل من دافع الحصول على المعلومة ، ودافع التعلم ، ودافع التسلية ، ودافع قضاء الوقت ، ودافع الصحة حيث كانت قيمة كا<sup>٢</sup> المحسوبة أقل من قيمها الجدولية عند درجات الحرية المشار إليها فى الجدول وبمستوى ثقة ٩٥٪ وذلك على الرغم من نتائج العديد من الدراسات السابقة التى أشارت إلى أن أسباب معدل التعرض المرتفع لوسائل الاتصال يرتبط ببعض الدوافع الإيجابية مثل الحصول على المعلومة ، والتعلم بهدف اكتساب معلومات جديدة مفيدة والتعرف على الثقافات الأخرى والاندماج فى موضوعات حياتية جديدة .

٣ - على الرغم من أن نسبة كبيرة من الشباب عينة الدراسة قد ذكرت إن القنوات الفضائية هى وسيلتهم الأولى للتسلية وقضاء الوقت مقارنة ببقية وسائل الاتصال ، إلا أن نتائج الجدول تؤكد أن الشباب يفضل تحقيق هذا الدافع خارج المنزل مع الأصدقاء وهذا ما يتفق مع طبيعة هذه المرحلة العمرية التى تفضل الانطلاق والتحرر والحركة بدلاً من مجرد الجلوس للمشاهدة كما أن هذه الصداقات تشبع لديهم دافع الصحة وتغنيهم عن اللجوء إلى القنوات الفضائية بحثاً عن توفير الصحة البديلة ، وهى إشارة إيجابية تدل على توافقهم اجتماعياً .

## ثانياً - العلاقة بين التعرض والإشباعات :

- يشير الجدول رقم (١٥) إلى أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين التعرض للقنوات الفضائية وبين إشباع الاسترخاء حيث بلغت قيمة كاي<sup>٢</sup> المحسوبة (٣٦, ١٢) عند درجة حرية = ٤ و عند مستوى ثقة ٩٥٪ وهى أكبر من قيمتها الجدولية (٤٨, ٩) وهى علاقة إيجابية معتدلة القوة حيث بلغ معامل التوافق ٠,٣٣ . وهذا يعنى أن هذه القنوات الفضائية تستطيع أن تحقق إشباع الاسترخاء لدى الشباب ، خاصة وأنه كان فى مقدمة دوافعهم لاستخدام القنوات الفضائية .

- كما يوضح الجدول وجود علاقة معنوية أيضاً دالة إحصائية بين التعرض للقنوات الفضائية وتحقيق إشباع التعلم واكتساب المهارات والمعلومات الحياتية الجديدة والتعرف على الثقافات الأخرى ، حيث بلغت قيمة كاي<sup>٢</sup> المحسوبة (١١, ١٠) وهى أكبر من قيمتها الجدولية (٤٨, ٩) عند درجة حرية = ٤ وعند مستوى ثقة ٩٥٪ ، كما بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٣ وهو ما يعنى أن هناك علاقة ارتباط موجبة معتدلة القوة بين المتغيرين .

- وعلى الجانب الآخر يؤكد الجدول أن هناك علاقة غير دالة إحصائية بين التعرض للقنوات الفضائية وبين تحقيق الإشباعات الخاصة بالحصول على المعلومة والتسلية وقضاء الوقت والصحة وتعزيز القيم حيث كانت قيم كاي<sup>٢</sup> المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى ثقة ٩٥٪ ودرجات الحرية المشار إليها فى الجدول وهو ما يعنى أن هذه القنوات على الرغم مما تقدمه من مواد جذابة ومشوقة ومسلية تساعد على قضاء الوقت والتسلية سواء برامجها الموسيقية والترفيهية والمسابقات وغيرها لم تستطع من تحقيق هذه الإشباعات لدى الشباب عينة الدراسة ، كما أنها لم تحقق لهم إشباع الصحة البديلة وإشباع الحصول على المعلومة .

أما عن إشباع تعزيز القيم بالرغم من كونه من الدوافع الأساسية وراء تعرض الشباب للقنوات الفضائية كما سبق الإشارة إلا أنه لم يتم إشباعه من جراء هذا الاستخدام .

نخلص من ذلك إلى عدم قبول الفرض الأول الخاص بالعلاقة بين زيادة تعرض الشباب المصرى للقنوات الفضائية ودوافع استخدام هذه القنوات والإشباعات المتحققة منها ، ومن ثم نقبل الفرض العدمى الذى يشير إلى أن معدل التعرض لا يؤثر على دوافع تعرض الشباب للفضائيات وعلى الإشباعات المتحققة لديهم من جراء هذا التعرض ، وذلك باستثناء العلاقة بين التعرض ودافع الاسترخاء ودافع تعزيز القيم من ناحية وبين التعرض وإشباع كل من الاسترخاء والتعلم المتحقق لديهم من ناحية أخرى .

بمعنى أننا نستطيع القول أنه « كلما زاد التعرض زاد دافع الاسترخاء ودافع تعزيز القيم من ناحية ، وزاد تحقيق إشباع الاسترخاء والتعلم من جراء هذا الاستخدام من ناحية أخرى » .

### اختبار الفرض الثانى :

هناك علاقة ارتباط عكسية بين التوافق النفسى والاجتماعى للشباب ودوافع تعرضهم للقنوات الفضائية وإشباعاتها .

#### أولاً - العلاقة بين التوافق النفسى والاجتماعى والدوافع :

- يشير الجدول رقم (١٦) إلى عدم وجود علاقة ارتباط معنوية بين التوافق النفسى والاجتماعى للشباب وبين دوافع تعرضهم للقنوات الفضائية حيث كانت قيم كا<sup>٢</sup> المحسوبة أقل من قيمها الدولية عند مستوى ثقة ٩٥٪ ودرجات الحرية المشار إليها فى الجدول : ويمكن إرجاع السبب فى ذلك إلى أن الأنشطة التى يشارك فيها الشباب مع الأسرة والأصدقاء عديدة ، مما يملأ أوقات فراغهم أو بحثاً عن الصحة البديلة ، ذلك لأن العلاقات الاجتماعية تعد من أهم مصادر السعادة والتخفيف من العناء .

ولذلك يمكننا القول أنه « كما زاد التوافق النفسى والاجتماعى كلما قلت دوافع التعرض للقنوات الفضائية » .

#### ثانياً - العلاقة بين التوافق النفسى والاجتماعى والإشباعات :

- يوضح الجدول رقم (١٧) إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين التوافق النفسى والاجتماعى للشباب وإشباع حصولهم على المعلومة فقط ، حيث بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> المحسوبة

(٣٤, ٢) وهى أكبر بكثير من قيمتها الدولية (٩, ٤٨) عند درجة حرية = ٤ عند مستوى ثقة ٩٥٪ ، وهو ما يدل على أن الارتباط حقيقى وليس ناتجاً عن الصدفة مما يعنى أنه كلما زاد توافق الشباب نفسياً واجتماعياً كلما زاد تعرضهم للقنوات الفضائية لإشباع حاجتهم للمعلومة .. والعلاقة بين المتغيرين علاقة ارتباط متوسط القوة حيث بلغت قيمة معامل التوافق ٥٠,٥ .

- من ناحية أخرى ، يؤكد الجدول عدم وجود علاقة ارتباط معنوية بين توافق الشباب النفسى والاجتماعى وبين تعرضهم للقنوات الفضائية لتحقيق إشباع التسلية وقضاء الوقت والصحة والاسترخاء والتعلم وتعزيز القيم ، حيث كانت قيم كاسا المحسوبة أقل من قيمها الجدولية عند درجات الحرية المشار إليها فى الجدول وعند مستوى ثقة ٩٥٪ .

- نخلص من ذلك بثبوت صحة الفرض بوجود علاقة ارتباط عكسية بين المتغيرين أى « كلما زاد توافق الشباب نفسياً واجتماعياً كلما قلت دوافع تعرضهم للقنوات الفضائية والإشباع التى يحصلون عليها » .

### اختبار الفرض الثالث :

كلما زادت الدائل الوظيفية لدى الشباب لقضاء أوقات فراغهم زادت دوافع تعرضهم للقنوات الفضائية وإشباعاتهم .

#### اولا - علاقة البدائل الوظيفية بالدوافع :

- أثبتت نتائج الدراسة إلى تعدد وتنوع البدائل الوظيفية لدى الشباب عينة الدراسة لقضاء أوقات فراغهم ، يقصد بأنشطة وقت الفراغ هى تلك الأنشطة التى يقوم بها الأفراد لمجرد رغبتهم فى ذلك ومن أجل إشباع أنفسهم والاستمتاع والترفيه وللارتقاء بالذات أو لأهداف اختاروها لأنفسهم وليس من أجل عائد مادي .

- ويشير الجدول رقم (١٨) الذى يوضح علاقة البدائل الوظيفية بدوافع المشاهدة ، أن ممارسة الأنشطة الاجتماعية جاءت فى مقدمة هذه البدائل الوظيفية وذلك بنسبة ٥٧٪ من اجمالى العينة وقد شملت هذه الفئة قضاء وقت الفراغ مع الأصدقاء ومع أفراد

الأسرة، وفى إشباع الهوايات وفى النادي ، يليها استخدامهم لوسائل الاتصال بنسبة ٣٩٪ ثم فى السفر والرحلات بنسبة ٤٪ وهى كما نرى نتيجة تتفق وطبيعة الشباب الذى تستهويه الأنشطة الاجتماعية التى تساعده على تحقيق ذاته مع الآخرين ، وأن هذا الارتباط القوى قد يؤدى إلى قلة استخدامهم لوسائل الاتصال فالشباب يحتاج إلى الأصدقاء لعدة أسباب منها المساعدة العملية والمعلومات رغم أنها أقل مما توفره الأسرة، وما يوفره أيضاً من دعم اجتماعى فى صورة نصائح أو تعاطف أو كونهم محلاً للثقة أو لمجرد اشتراكهم فى نفس النظرة إلى العالم أو لتمائل الاهتمامات والمشاركة فى الأنشطة وممارسة الألعاب معاً ولذلك تعد العلاقات الاجتماعية من أهم مصادر السعادة والتخفيف العناء والصحة ، كما أنها تحمى من تأثير المشقة بزيادة تقدير الذات ، وتفادى الانفعالات السلبية وتوفير المساعدة على حلها (٣٨) .

- ويوضح الجدول كذلك ، أنه كلما تعددت الوسائل التى يقضى فيها الشباب وقت فراغه كلما قل اعتماده على القنوات الفضائية بدافع الحصول على المعلومة والتعلم وتعزيز القيم بل وأيضاً بدافع التسلية وقضاء الوقت وتحقيق الصحة البديلة ، حيث كانت قيم كا المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى ثقة ٩٥٪ ودرجات الحرية المشار إليها فى الجدول ، وهو ما يعنى عدم وجود علاقة معنوية بين البدائل الوظيفية لقضاء وقت الفراغ وبين كل دافع على حدة إلا دافع الاسترخاء .

- ثبت من الدراسة ، أن هناك علاقة ارتباط موجبة بين زيادة بدائل قضاء وقت الفراغ وبين زيادة استخدامهم للقنوات الفضائية بهدف الاسترخاء حيث بلغت قيمة كا المحسوبة (٤٧ ، ٢٠) ، عند درجة حرية = ٤ ومستوى ثقة ٩٥٪ وهى أكبر من قيمتها الجدولية (٤٨ ، ٩) ، وأن هذه العلاقة بين المتغيرين متوسطة القوة حيث بلغت قيمة معامل التوافق ٤١ ، ٠٠ .

#### ثانياً - علاقة البدائل الوظيفية بالإشباع:

يشير الجدول رقم (٩) إلى عدم وجود علاقة ارتباط معنوية بين البدائل الوظيفية لقضاء الشباب لوقت فراغهم وبين الإشباع المتحققة من جراء التعرض للقنوات الفضائية



حيث كانت قيم كا<sup>٢</sup> المحسوبة أقل من قيمها الجدولية عند درجة حرية = ٤ عند مستوى ثقة ٩٥٪ ؛ وتفسير ذلك أن وجود العديد من الأنشطة التى يملأ بها الشباب وقت فراغه تجعله يشبع حاجاته من الحصول على المعلومة والتعلم وتعزيز القيم والصحة والتسليه وقضاء الوقت من خلال هذه الأنشطة أكثر من اللجوء إلى القنوات الفضائية لإشباعها ، أى من خلال أصدقائه ومعارفه وأسرته بالدرجة الأولى .

- يؤكد الجدول كذلك ، إلى أن هناك علاقة ارتباط موجبة معتدلة القوة بين البدائل الوظيفية وإشباع الاسترخاء فقط حيث بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٣ . وهى علاقة دالة إحصائياً حيث كانت قيمة كا<sup>٢</sup> المحسوبة (٩,٨٣) عند درجة حرية = وعند مستوى ثقة ٩٥٪ وهى أكبر من قيمتها الجدولية (٩,٤٨) وهى نتيجة تتفق والنتائج السابق ؛ حيث أشارت عينة الدراسة من قبل أن القنوات الفضائية تحقق لها إشباع الاسترخاء .

وفى هذا تأكيد لما سبق وبينته دراسات دوافع قضاء وقت الفراغ ، بأن الاسترخاء واحداً من أهم مكوناتها وأن الحاجة إليه بوجه خاص يعد من أهم دوافعها (٣٩) .

- نخلص مما سبق إلى عدم قبول الفرض السابق لعدم وجود علاقة ارتباط موجبة بين البدائل الوظيفية لقضاء وقت الفراغ ودوافع التعرض للقنوات الفضائية وإشباعاتها ، وأن كان قد ثبت صحة الفرض بالنسبة لدافع واحد فقط والإشباع المتحقق منه وهو دافع الاسترخاء وبالتالي يمكننا القول بأنه كلما زادت البدائل الوظيفية لقضاء وقت الفراغ لدى الشباب زاد دافع التعرض للقنوات الفضائية بهدف الاسترخاء ووزاد الإشباع المتحقق منه .

### اختبار الفرض الرابع :

تختلف دوافع تعرض الشباب المصرى للقنوات الفضائية باختلاف السن والنوع .

#### أولاً - دوافع التعرض وعلاقتها بالسن :

- يشير الجدول رقم (٢٠) إلى عدم وجود أية علاقة بين متغيرى الدراسة وهو السن ودوافعه التعرض للفضائيات للحصول على المعلومة ، أو تعزيز القيم ، أو التعلم أو التسليه أو توفير الصحة البديلة أو الاسترخاء أو حتى مجرد قضاء الوقت .. حيث

كانت كا ٢ المحسوبة أقل من قيمها الجدولية عند درجات الحرية المشار إليها فى الجدول وعند مستوى ثقة ٩٥٪ .. وهو ما يعنى أن السن وهو من العوامل الوسيطة ليس مؤثراً على دوافع تعرض الشباب للتقنيات الفضائية .

### ثانياً- دوافع التعرض وعلاقتها بالنوع :

ثبت أيضاً - بالرجوع إلى الجدول رقم (٢١) عدم وجود علاقة ارتباط بين كل من نوع المبحوثين ودوافع تعرضهم : فقد بلغت كا ٢ المحسوبة قيم أقل من قيمها الجدولية عند مستوى ثقة ٩٥٪ ودرجات الحرية المشار إليها .. وهو ما يعنى كذلك أن جنس الشباب ( ذكر أو أنثى ) ليس مؤثراً على دوافع التعرض .

ويؤكد ذلك ، تماثل ترتيب دوافع التعرض لدى كل من الذكور والإناث عينة الدراسة الميدانية .

بالنسبة للذكور : جاء ترتيب دوافع تعرضهم للتقنيات الفضائية كالتالى .. الحصول على المعلومة ، التسلية ، التعلم ، الصحة ، تعزيز القيم ، الاسترخاء ثم قضاء الوقت .  
بالنسبة للإناث : كان الترتيب كالتالى .. الحصول على المعلومة ، للتعليم ، التسلية ، الصحة ، الاسترخاء ، قضاء الوقت ثم تعزيز القيم .

والنتيجة كما نرى لا تمثل سوى اختلافاً فى ترتيب الدوافع التفعيلية فقط حيث جاء دافع التعلم فى المركز الثالث لدى الشباب الذكور والثانى لدى الإناث ، أما دافع تعزيز القيم فقد جاء فى المركز الخامس لدى الذكور والسابع لدى الإناث .

أما عن الدوافع الطقوسية ( التسلية ، الصحة ، الاسترخاء ، قضاء الوقت ) فقد كان ترتيبها واحد لدى الجنسين .

نخلص من ذلك إلى رفض قبول الفرض لعدم وجود فروق جوهرية بين متغيرى الدراسة ، وقبول الفرض الصفري القائل بأن « دوافع تعرض الشباب المصرى للتقنيات الفضائية لا يختلف باختلاف السن أو النوع »

## اختبار الفرض الخامس :

كلما اختلفت كيفية التعرض كلما اختلفت دوافع الجمهور وإشباعاته .

### اولاً - العلاقة بين كيفية التعرض والدوافع :

تشير بيانات الدراسة الميدانية والتي يوضحها الجدول رقم (٢٢) إلى وجود علاقة ارتباط موجبة بين كيفية التعرض وبين دوافع الصحة والاسترخاء وتعزيز القيم حيث بلغت  $\chi^2$  المحسوبة قيم أعلى من قيمها الجدولية عند درجة حرية = ٤ ومستوى ثقة ٩٥٪ .. وهى علاقة معتدلة حيث بلغت معامل توافقها ٠,٣٣ . وهذه النتيجة تؤكد أنه كلما زاد الانتباه للفضائيات كلما زاد دافع تعزيز القيم ، وكذلك دافعى الصحة والاسترخاء مع أنهما من الدوافع السلبية التى ليست بحاجة إلى درجة الانتباه العالية ؛ إلا أن ذلك يبين لنا مدى التأثير الفاعل الذى تحدثه هذه الفضائيات بمضامينها المختلفة على هؤلاء الشباب حيث كثيراً ما تعمل على نقل تيارات وأفكار وصور لا تتلام مع ثقافتهم وتخلق تناقضاً وعدم تكامل فى شخصياتهم وقيمهم ، خاصة وأنهم يتعرضون بدرجة انتباه عالية وتركيز شديد مما يجعلهم يتأثرون بعد ذلك بما يرونه .

كما يشير الجدول كذلك إلى عدم وجود علاقات معنوية ذات دلالة إحصائية بين كيفية التعرض ودافع الحصول على المعلومة والتعليم والتسلية وقضاء الوقت حيث جاءت  $\chi^2$  المحسوبة بقيم أقل من قيمها الجدولية عند مستوى ثقة ٩٥٪ ودرجات الحرية المشار إليها فى الجدول .

### ثانياً: العلاقة بين كيفية التعرض والإشباعات المتحققة :

يؤكد الجدول رقم (٢٣) ، أن هناك علاقات ارتباط موجبة بين كيفية التعرض من حيث ارتفاع درجة الانتباه التى يوليها المبحوثون لما يعرض عليهم على الفضائيات وبين تحقيق إشباع التسلية والاسترخاء والتعلم حيث بلغت قيم  $\chi^2$  المحسوبة أكبر من قيمها الجدولية عند درجة حرية = ٤ ومستوى ثقة ٩٥٪ وهى علاقات تراوحت ما بين علاقات ضعيفة وعلاقات متوسطة القوة كما أوضح ذلك معامل التوافق . ومن ناحية أخرى أشار الجدول إلى عدم وجود علاقات معنوية بين كيفية التعرض وبين تحقيق إشباعات الحصول

على المعلومة وقضاء الوقت والصحة والتعلم ، حيث كانت قيم كا<sup>٢</sup> المحسوبة أقل من قيمها الجدولية عند مستوى ثقة ٩٥٪ ودرجات الحرية المشار إليها فى الجدول .

مما سبق نخلص إلى إمكانية قبول هذا الفرض :

- فيما يتعلق بالعلاقة بين التعرض ودافع الاسترخاء والإشباع المتحقق منه .
- بين كيفية التعرض ودافعى الصحة وتعزيز القيم من ناحية وإشباع التسلية والتعلم المتحقق من هذا التعرض .
- فيما يتعلق بالعلاقة بين كيفية التعرض ودوافعه الحصول على المعلومات وقضاء الوقت والإشباع المتحققة منها .
- وبين كيفية التعرض ودافع التسلية والتعليم وإشباع الصحة وتعزيز القيم .

## الخاتمة

استهدفت هذه الدراسة التعرف على كيفية استخدام الشباب المصرى للقنوات الفضائية وعلى الإشباعات المتحققة لديهم من هذا الاستخدام وذلك فى إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات ، وقد تضمنت هذه الدراسة عدة أجزاء اشتملت على الإطار النظرى للموضوع وأسلوب البحث ونتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها .

وقد أفادت هذه الدراسة فى التوصل إلى العديد من النتائج العامة منها :

- يتعرض الشباب المصرى - عينة الدراسة - للقنوات الفضائية بل ويحرص على متابعتها ، واتفق فى ذلك كل من الذكور والإناث ، وتمت هذه المشاهدة بشكل دائم منتظم فى جميع الأيام بنسبة ٤٨٪ ، تليها أيام العطلات والأجازات بنسبة ٤٦٪ ، فى حين تقل أيام العمل بنسبة ٦٪ .

- تفوقت الإناث على الذكور من حيث كثافة التعرض للقنوات الفضائية حيث بلغت نسبتهم ٦٠٪ مقابل ٤٠٪ من الذكور ؛ وتؤكد النتائج أيضاً على وجود علاقة عكسية بين السن وارتفاع نسبة المشاهدة ؛ أى أنه كلما قل السن زادت كثافة التعرض ذلك لأن الشباب الأقل من ( ١٥ إلى ٢٠ سنة ) كانوا الأكثر تعرضاً لهذا التليفزيونى المباشر .

- نجحت القنوات الفضائية رغم حداثة فى جذب المشاهدين من الشباب وربطهم بها ، بل واستطاعت أن تؤثر بشكل كبير على استخدامهم لوسائل الإعلام المحلية وفى مقدمتها التليفزيون ، أيضاً وفى مناقشة هذه الوسائل والتفوق عليها ؛ حيث جاء ترتيبها إما فى المركز الأول أو فى المركز الثانى من حيث استخدام الشباب لها ؛ وذلك على النحو التالى :

\* جاءت الصحف المصدر الرئيسى للحصول على المعلومة لدى الشباب بنسبة ٦٩٪ تليها الفضائيات بنسبة ٢٢٪ ، أما التليفزيون فقد حصل على نسبة ٣٪ .

\* كما جاء الراديو فى المركز الأول كوسيلة للاسترخاء بنسبة ٣٤٪ ، تليه الفضائيات بنسبة ٣١٪ ، يليه التليفزيون بنسبة ١٣٪ .

\* تقدمت القنوات الفضائية على بقية الوسائل باعتبارها الوسيلة الأولى للتسلية وذلك بنسبة ٥٦٪ ، يليها التلفزيون بنسبة ٢١٪ فى المرتبة الثانية ، والراديو فى المرتبة قبل الأخيرة بنسبة ٧٪ .

\* كما جاءت فى مقدمة الوسائل المستخدمة من الشباب لقضاء وقت الفراغ وذلك بنسبة ٦٤٪ ، يليها التلفزيون - بفارق كبير - بنسبة ١٩٪ والراديو بنسبة ٢٪ .

• تنوعت دوافع تعضر الشباب للقنوات الفضائية حيث أكدت النتائج أن ٥٥,٧٪ من عينة الدراسة من الشباب يتعرضون لها لتحقيق «دوافع طقوسية» من تسلية وتوفير الصحبة البديلة وقضاء وقت الفراغ والتسلية ، مقابل ٤٤,٣٪ يتعرضون لتحقيق «دوافع نفعية» من حصول على المعلومة وتعليم وتعزيز قيم ؛ وذلك مع عدم وجود أى تأثير واضح لعامل النوع أو السن على هذا الترتيب .

• أما عن كيفية التعرض تؤكد النتائج الآتى :

\* أن ٦٥٪ من الشباب عينة الدراسة يقومون بنشاط آخر أثناء تعرضهم للقنوات الفضائية ، وأن ٧٢٪ يتبادلون الحديث أثناء المشاهدة .

\* وأن ١٣٪ يتعرضون بشكل عشوائى لما يعرض عليهم فى مقابل ٨٧٪ يتعرضون بشكل انتقائى انتظاراً لمواد بذاتها .

\* وأن ٢٤٪ يشاهدون ما تعرضه الفضائيات بدرجة انتباه عالية ، مقابل ٧١٪ يشاهدون بدرجة انتباه متوسطة .

• تشير النتائج إلى أن ٦٣٪ من الشباب - عينة الدراسة - متوافقون نفسياً واجتماعياً بدرجة عالية ، حيث يشعرون بالارتباط والتفاعل مع أسرهم وأصدقائهم ومجتمعهم وأن ٣٤٪ منهم متوافقون بدرجة متوسطة وذلك مقابل ٣٪ من عينة البحث تشعر بعدم التوافق مع الآخرين حيث تنخفض درجة مشاركتهم الاجتماعية بشكل ملحوظ ويشعرون دائماً بالوحدة حتى فى وجود الأصدقاء .

• فيما يتعلق بنتائج اختبار الفروض ، تؤكد نتائج الدراسة على الآتى :

\* عدم ثبوت صحة الفرض الأول حيث أن معدل التعرض للفضائيات لا يؤثر على دوافع تعرض الشباب لها وعلى الاشباعاات المتحققة لديهم من جراء هذا التعرض ؛ وذلك باستثناء العلاقة بين التعرض ودافع الاسترخاء ودافع تعزيز القيم من ناحية وبين التعرض وإشباع كل من الاسترخاء والتعلم المتحقق لديهم من ناحية أخرى .  
بمعنى أننا نستطيع القول أنه « كلما زاد تعرض الشباب للقنوات الفضائية زاد دافع الاسترخاء ودافع تعزيز القيم لديهم ، وزاد تحقيق إشباع الاسترخاء والتعلم من جراء هذا الاستخدام » .

\* ثبوت صحة الفرض الثانى حيث تؤكد النتائج أنه « كلما زاد توافق الشباب نفسياً واجتماعياً كلما قلت دوافع تعرضهم للقنوات الفضائية والإشباعاات التى يحصلون عليه » .

\* عدم ثبوت صحة الفرض الثالث لعدم وجود علاقة ارتباط موجبة بين البدائل الوظيفية لقضاء وقت الفراغ ودوافع التعرض للقنوات الفضائية وإشباعااتها ، وأن كان قد ثبت صحة الفرض بالنسبة لدافع واحد فقط والإشباع المتحقق منه وهو دافع الاسترخاء وبالتالي يمكننا القول بأنه « كلما زادت البدائل الوظيفية لقضاء وقت الفراغ لدى الشباب زاد دافع التعرض للقنوات الفضائية بهدف الاسترخاء وزاد الإشباع المتحقق منه » .

\* عدم ثبوت صحة الفرض الرابع لأن « دوافع تعرض الشباب المصرى للقنوات الفضائية لا تختلف باختلاف السن أو النوع » .

\* ثبوت صحة قبول الفرض الخامس فيما يتعلق بالعلاقة بين كيفية التعرض ودافع الاسترخاء والإشباع المتحقق منه ، وبين كيفية التعرض ودافعى الصحة وتعزيز القيم من ناحية وإشباع التسلية والتعلم المتحقق من هذا التعرض ، ويرفض قبوله فيما يتعلق بالعلاقة بين كيفية التعرض ودوافع الحصول على المعلومة وقضاء الوقت والإشباعاات المتحققة منها ، وبين كيفية التعرض ودافع التسلية والتعلم وإشباع الصحة وتعزيز القيم .

نخلص من ذلك أن هذا الاستخدام للقنوات الفضائية فيه إيجابيات وسلبيات إلا أن سلبياته أكبر على الشباب حيث لا خبرة لهم ولا احتكاك ولا قدرة على التحليل والمقارنة ،

فالقنوات الفضائية تقدم ثقافات وعادات وسلوكيات غريبة عليهم لا تتماشى وقيم المجتمع، وهى كما يطلق عليها البعض « ثقافة استهلاكية كونية »<sup>(٤٠)</sup> قادرة على غزو جميع المجتمعات وجميع الحواجز العرقية واللغوية والقومية ، وتتسم بأنها ذات نزعة « آنية » لأنها معدة أساساً للاستهلاك اليومى بهدف إمتاع الجماهير ، كما أنها مشحونة بالإثارة وبالمتعة الانفعالية الخادعة التى تصيب الناظر إليها بالاسترخاء وتدفع به إلى الاستسلام للواقع المعاش بعد إشباع وهى لرغباته السيكولوجية عن طريق العين ، ومن ثم تقدم نفسها دائماً على أنها الوحيدة القادرة على إشباع حاجات الناس الثقافية وأيضاً على إشباع الرغبات الشخصية للإنسان الفردى وكل ذلك يؤثر بالسلب على أية آثار إيجابية أخرى قد تأتى من خلال البرامج الجادة وهو ما يعنى ظهور مقولة « الإنسان المغرب » ويقصد بها هذا الإنسان المشدود دائماً للغرب وقد بلغ به الهروب من ذاته درجة كبيرة لم يعد فيها قادراً على الإحساس بتراثه المحلى ، وهى مقولة ثقافية تكشف عمق الأزمة التى تتعرض لها الشعوب النامية وثقافتها<sup>(٤١)</sup> .

وهنا تكمن الخطورة فقطاع الشباب فى مصر يمثل ٢٦٪ من إجمالى عدد السكان وهى طاقة عددية وإنتاجية لا يستهان بها .. ومن ثم فهم فى حاجة إلى فلسفة تربوية واضحة المعالم تحقق لشخصيتهم تماسكها ولسلوكلهم وحدته واتزانه وذلك لحمايتهم من تأثير هذه التيارات الوافدة .

وبالتالى على الإعلاميين فى مصر ضرورة العمل بشكل مدروس ومخطط على جذب هذه الفئات من الشباب التى قلت متابعتها لوسائل إعلامها المحلية بصياغات برامجية جذابة ومشوقة تساعد على تأكيد الذات وخلق ودعم الانتماء والهوية مع المحافظة على التقاليد .

كما أننا بحاجة إلى قنوات فضائية مصرية وعربية تتواجد بشكل قوى وفعال حماية للهوية الثقافية العربية والإسلامية وتهدف إلى تكوين الشباب وتزويدهم وبصفة مستمرة بزيادة ثقافى يكون من شأنه أن يلعب دور الحاجز ، وخاصة وأن هذه القنوات المتواجدة حالياً على الساحة تواجه تحدياً صارخاً يجعلها غير قادرة على منافسة ومواجهة تحدى الفضائيات الأجنبية التى تقوم بدور معاكس لها لكنه مدروس من جميع جوانبه التقنية والعملية ؛ ومن ثم تبقى آثاره ملموسة على المتلقى .



## الهوامش

- ١ - محمد بهى الدين عرجون - الفضاء الخارجى واستخداماته ، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت ، العدد ٣١٤ ، أكتوبر ١٩٩٦ ، ص ٣٢٣ .
- ٢ - مجلة رابطة العالم الإسلامى - المملكة العربية السعودية ، ١٤١٧هـ .
- ٣ - الشاذلى القليبى - الإعلام والإعلام المضلل فى العلاقات الأوربية / العربية . مجلة شئون عربية ، العدد ٥٤ ، يونيه ١٩٨٨ ، ص ٩ .
- ٤ - عبد الرحمن الغلاينى - القمر الصناعى العربى ودوره فى دعم التعاون الإذاعى بين الدول العربية فى مجال الأخبار والأحداث الجارية ، مؤسسة الكويت للتقدم العلمى ، الكويت ، ط ١ ، ١٩٨٤ ، ص ٢٢٧ .
- ٥ - للاستزادة فى هذا الموضوع :
- \* سرى ناصر - وسائل الاتصال والهوية الثقافية ، مجلة الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، العدد ٥٩ ، أبريل ١٩٩٠ .
- \* سعد شعبان - القمر العربى الثالث فى القضاء ، مجلة العربى ، الكويت ، أبريل ١٩٩٢ .
- \* سعد لبيب - الإعلام وتكنولوجيا المعلومات والاتصال ، مجلة الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، العدد ٧٤ ، ١٩٩٤ .
- \* محسن خضر - الهيمنة الاتصالية الفضائية وتحدياتها الثقافية ، مجلة الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، العدد ٧٧ ، ١٩٩٤ .
- ٦ - نبيل على - العرب وعصر المعلومات ، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت ، العدد ١٨٤ ، أبريل ١٩٩٤ ، ص ٤٠ - ٤٢ .
- ٧ - سعد لبيب - العرب وأقمار البث التليفزيونى المباشر ، سلسلة بحوث ودراسات تليفزيونية ، العدد ١٤ ، ١٩٩٠ ، ص ٣٠ .

٨ - وقد رجعت الباحثة فى هذا الصدد لدراسات عديدة أفادتها كثيراً فى تعميق الإطار النظرى لمدخل الاستخدامات والإشباع منها :

- \* A.M. Rubin, "Uses and Gratifications Quasi Functional Analysis" in Dominick G.R. and Fletcher, E. ; Broadcasting Research Methods, USA:Massachusetts, Allyn and Bacon, Inc. 1985.
- \* Francis Balle et Jean G.Padioleau, "Sociologie de l'Information" Textes Fondamentaux Sciences Humaines et Sociales Librairie, La Rousse, Paris 1973.
- \* Greenberg, "Gratifications of TV Viewing and Their Corrolates for British Chidren" in Blumer, J.G & Katz, E. (eds), "The uses of Mass Communication", Beverly Hills, Sage Publication, 1974.
- \* Jay, G. Blumler, "The Role of Theory in Uses & Gratifications Studies", Commnication Research, 1979, (6) vol. (1).
- \* Katz, Elihu, Jay G.Blumler & Micheal Gurevitch, "Utilization of Mass Communication by The Individual". In : Blumler, J.G. & katz, E., "The Uses of Mass Communication," Beverly Hills, Sage Page Publication, 1974.
- \* Klapper, J., "The Effects of mass Communcation", The Free Press, Gleneoe. 1960.
- \* Maho, J., "Mass Media, Eleves et Instituteurs a la Campagne",. Communication, No. 5, 1965.
- \* Melvin De Fleur % Sandra Ball Rokeach, "Theories of Mass Communication", 5<sup>th</sup> ed, New York, Longman, 1982.
- \* Palmgreen, P., "Uses and Gratifieations : A Theoretical Perspective". In : Bostorn, R.N. (eds), Communation Yearbook No.8 Beverly Hills : Sage Publication, 1984.
- \* Phillipe Breton et Serge Proulx, L'Explosion de le Communication La Naissance d'une Nouvelle odeologie Sciences et societe, Edition La Decouverte - Boreal, Paris, Montreal, 1989.
- \* Wilbur Schramm, Jack Lyle & Edwin B.Parker, "Television in Lives of Our Children", Stanford University, Press Stanford, 1961.

- ٩ - أمانى فهمى - برامج الشباب فى التلفزيون المصرى ، دراسة تحليلية وميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٧ .
- ١٠ - سلوى إمام - برامج الشباب فى التلفزيون المصرى ، دراسة تحليلية على التلفزيون المصرى ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٧ .
- ١١ - عرفة أحمد عامر - تكامل برامج التلفزيون ودوره التربوى للشباب ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩١ .
- ١٢ - عادل فهمى - البرامج الدينية فى التلفزيون المصرى ، ودورها فى التثقيف الدينى للشباب ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩١ .
- ١٣ - حنان يوسف - دور المادة الإخبارية التلفزيونية فى تدعيم مفهوم المشارك السياسية لدى الشباب ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٦ .
- ١٤ - شاهيناز طلعت - تأثير بيئة وسائل الإعلام على الاستخدامات وإشباع الحاجات ، دراسة مقارنة على الشباب المصرى والأمريكى ، القاهرة ، مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد ٤٧ ، أبريل ١٩٨٧ .
- \* Hesham Mesbah, "Uses and Gratification of Television Viewing among Egyptian Adults, Unpublished Thesis, Cairo : The A.U.C., 1991.
- ١٦ - حسن عماد - استخدامات التلفزيون وإشبعاته فى سلطنة عُمان ، دراسة مسحية مقارنة لعينة من طلاب الجامعة ، بحوث الاتصال ، كلية الإعلام ، العدد الثامن ، ديسمبر ١٩٩٣ .
- ١٧ - ليلى حسين - استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذى تحققه ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٣ .
- ١٨ - عدلى رضا - استخدام جمهور المتعلمين لقناة المعلومات المرئية بالتلفزيون المصرى ، مجلة كلية التربية بدمياط ، العدد ٢١ ، أكتوبر ١٩٩٤ .

- ١٩ - حزم على عبد الواحد - دراسة إشباع الحاجات النفسية والاجتماعية والتربوية والمهنية على طالبات الجامعة ، مجلة كلية التربية بدمياط ، العدد ٢١ ، الجزء الثانى ، أكتوبر ١٩٩٤ .
- ٢٠ - سعيد السيد - استخدامات الطفل لبرامج التلفزيون والإشباع التى تحققها ، مجلة كلية التربية بدمياط ، يناير ١٩٩٥ .
- ٢١ - أشرف جلال - دوافع استخدام الجمهور المصرى للإعلان وإشباعاته ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ١٩٩٥ .
- ٢٢ - عادل عبد الغفار - استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلى والدولى ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ١٩٩٥ .
- ٢٣ - هبة شاهين - استخدامات الجمهور للشبكة الإخبارية المصرية CNE ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٦ .
- ٢٤ - انشراح الشال - قنوات للتلفزيون فضائية فى عالم ثالث ، القاهرة ، دار الفكر العربى ١٩٩٣ .
- ٢٥ - سوزان القلبنى - اتجاهات المشاهدين المتحدثين بالفرنسية نحو القناة الفرنسية الدولية ، دراسة تحليلية وميدانية ، مجلة كلية التربية بدمياط ، العدد ١٩ ، ١٩٩٣ .
- ٢٦ - انشراح الشال - بث وافد على شاشات التلفزيون دراسة ميدانية ، القاهرة ، دار الفكر العربى ١٩٩٤ .
- ٢٧ - عاطف العبد - استطلاع رأى أبناء الجالية المصرية بسلطنة عُمان حول القنوات الفضائية المصرية (دراسة ميدانية بالهاتف) ، القاهرة ، دار الفكر العربى ١٩٩٥ .
- ٢٨ - عاطف العبد وفوزية العلى - عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية دراسة استطلاعية على طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية ، القاهرة ، دار الفكر العربى ١٩٩٥ .

- ٢٩ - نسمة البطريق - القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية دراسة ميدانية على جمهور القنوات الفضائية فى مصر ، مجلة البحوث والدراسات العربية ، العدد ٢٦ ، ديسمبر ١٩٩٦ .
- ٣٠ - محمد طلال - الثقافة الموجهة للأطفال والشباب فى القنوات الفضائية العربية ، المجلة العربية للثقافة ١٩٩٧ .
- ٣١ - عرفة عامر - مرجع سابق ، ص ٥٠ .
- ٣٢ - الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء - الكتاب الإحصائى السنوى لجمهورية مصر العربية ، يونيه ١٩٩١ .
- ٣٣ - محمد طلال - مرجع سابق ، ص ١٠٢ .
- ٣٤ - ليلى حسين - مرجع سابق ، ص ٧٣ .
- ٣٥ - حمدى حسن - الوظيفة الأخبارية لوسائل الإعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ١٩٩١ ، ص ٢١ .
- ٣٦ - حامد زهران - الصحة النفسية والعلاج النفسى ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٩٧ ، ص ص ١٣ - ١٤ .
- ٣٧ - مايكل ارجايل - سيكولوجية السعادة - ترجمة فيصل عبد القادر يونس ، الكويت ، عالم المعرفة ، يوليه ١٩٩٣ ، ص ٣٢ .
- ٣٨ - المرجع سابق ، ص ص ٣٣ ، ٤٨ .
- ٣٩ - المرجع السابق - ص ١١٨ .
- ٤٠ - مسعود ضاهر - الثقافة العربية وتحديات الثقافة الاستهلاكية العالمية ، شئون عربية ، العدد ٧١ ، سبتمبر ١٩٩٢ ، ص ص ٣١ - ٣٣ .
- ٤١ - المرجع السابق ، ص ٣٦ .

## جداول الدراسة

جدول رقم (١)  
معدل التعرض للقنوات الفضائية (حسب النوع)

النوع	ذكر		أنثى		الإجمالى
	ك	%	ك	%	
دائماً	١٧	%٤٠,٥	٢٣	%٣٩,٧	٤٠
أحياناً	٢٥	%٥٩,٥	٣٥	%٦٠,٣	٦٠
الإجمالى	٤٢	%١٠٠	٥٨	%١٠٠	١٠٠

جدول رقم (٢)  
معدل التعرض للقنوات الفضائية (حسب السن)

السن	معدل التعرض			الإجمالى
	من ١٥ - ٢٠ سنة	من ٢٠ - ٢٥ سنة	من ٢٥ - ٣٠ سنة	
دائماً	١٧ %٤٢,٥	١٤ %٣٥	٩ %٢٢,٥	٤٠ %١٠٠
أحياناً	١٨ %٣٠	٣٠ %٥٠	١٢ %٢٠	٦٠ %١٠٠
الإجمالى	٣٥	٤٤	٢١	١٠٠

جدول رقم ( ٢ ) عدد مرات المشاهدة أسبوعياً (حسب النوع)

الإجمالى	أنثى	ذكر	النوع
			عدد المرات
ك	ك	ك	
١٤ ٪١٠٠	٥ ٪٣٥,٧	٩ ٪٦٤,٣	مرة
١٢ ٪١٠٠	٦ ٪٥٠	٦ ٪٥٠	مرتان
٢٧ ٪١٠٠	١٩ ٪٧٠,٤	٨ ٪٢٩,٦	٣ - ٤ مرات
٤٧ ٪١٠٠	٢٨ ٪٥٩,٦	١٩ ٪٤٠,٤	كل يوم
١٠٠	٥٨	٤٢	الإجمالى

جدول رقم ( ٤ ) عدد مرات المشاهدة أسبوعياً (حسب النوع)

الإجمالى	السن			عدد المرات
	من ٢٥ - ٣٠ سنة	من ٢٥ - ٢٠ سنة	من ٢٠ - ١٥ سنة	
ك	ك	ك	ك	
١٤ ٪١٠٠	٣ ٪٢١,٤	٨ ٪٥٧,٢	٣ ٪٢١,٤	مرة
١٢ ٪١٠٠	٣ ٪٢٥	٥ ٪٤١,٧	٤ ٪٣٣,٣	مرتان
٢٧ ٪١٠٠	٢ ٪٧,٤	١٥ ٪٥٥,٦	١٠ ٪٣٧	٣ - ٤ مرات
٤٧ ٪١٠٠	١٣ ٪٢٧,٧	١٦ ٪٣٤	١٨ ٪٣٨,٣	كل يوم
١٠٠	٢١	٤٤	٣٥	الإجمالى

جدول رقم (٥)  
أكثر الأيام مشاهدة (حسب النوع)

الإجمالي	جميع الأيام		أيام العمل		فى العطلات		النوع
	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٢	%٤١,٧	٢٠	%٦٦,٧	٤	%٣٩,١	١٨	ذكر
٥٨	%٥٨,٣	٢٨	%٣٣,٣	٢	%٦٠,١	٢٨	أنثى
١٠٠	%١٠٠	٤٨	%١٠٠	٦	%١٠٠	٤٦	الإجمالي

جدول رقم (٦)  
أكثر الأيام مشاهدة (حسب السن)

الإجمالي	جميع الأيام		أيام العمل		فى العطلات		النوع
	%	ك	%	ك	%	ك	
٣٥	%٣٧,٥	١٨	%٣٣,٣	٢	%٣٢,٦	١٥	٢٠ - ١٥
٤٤	%٣٩,١	١٩	%٦٦,٧	٤	%٤٥,٧	٢١	٢٥ - ٢٠
٢١	%٢٢,٩	١١	-	-	%٢١,٧	١٠	٢٥ - ٢٠
١٠٠	%١٠٠	٤٨	%١٠٠	٦	%١٠٠	٤٦	الإجمالي



جدول رقم (٧)  
كثافة التعرض لشاهدة القنوات الفضائية ( حسب النوع )

النوع	عدد الساعات		
	ذكور	أنثى	الإجمالي
	ك %	ك %	ك %
أقل من ساعتين ( منخفض )	٢٢ %٤٦,٨	٢٥ %٥٣,٢	٤٧ %١٠٠
ساعتين لأقل من ٤ ساعات ( متوسط )	١٢ %٣٦,٤	٢١ %٦٣,٦	٣٣ %١٠٠
أربع ساعات فأكثر ( مرتفع )	٨ %٤٠	١٢ %٦٠	٢٠ %١٠٠
<b>الإجمالي</b>	<b>٤٢</b>	<b>٥٨</b>	<b>١٠٠</b>

جدول رقم (٨)  
كثافة التعرض لشاهدة القنوات الفضائية ( حسب السن )

السن	عدد المرات			
	من ٢٠ - ١٥ سنة	من ٢٥ - ٢٠ سنة	من ٣٠ - ٢٥ سنة	الإجمالي
	ك %	ك %	ك %	ك %
أقل من ساعتين ( منخفض )	١٦ %٣٤	١٧ %٣٦,٢	١٤ %٢٩,٨	٤٧ %١٠٠
ساعتين لأقل من ٤ ساعات ( متوسط )	٩ %٢٧,٩	٢١ %٦٣,٦	٣ %٩,١	٣٣ %١٠٠
أربع ساعات فأكثر ( مرتفع )	١٠ %٥٠	٦ %٣٠	٤ %٢٠	٢٠ %١٠٠
<b>الإجمالي</b>	<b>٣٥</b>	<b>٤٤</b>	<b>٢١</b>	<b>١٠٠</b>

## جدول رقم (٩) استخدامات الشباب لوسائل الإعلام (بصفة عامة)

دوافع الاستخدام الوسيلة	الاسترخاء	التسلية	قضاء وقت الفراغ	الحصول على المعلومة
	ك %	ك %	ك %	ك %
الصحف	٩	١	٥	٦٩
المجلات	١٣	١٥	١٠	٣
الراديو	٣٤	٧	٢	٣
التليفزيون	١٣	٢١	١٩	٣
القنوات الفضائية	٣١	٥٦	٦٤	٢٢
الإجمالي	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

أولاً : استخدامات وسائل الإعلام حسب النوع :

## جدول رقم (٩ - ١) استخدامات الشباب (الذكور) لوسائل الإعلام

الأسباب الوسيلة	الاسترخاء	التسلية	قضاء وقت الفراغ	الحصول على المعلومة
	ك %	ك %	ك %	ك %
الصحف	٤ %٩,٥	١ %٢,٤	٣ %٧,١	٢٨ %٦٦,٧
المجلات	٧ %١٤,٧	٤ %٩,٥	٦ %١٤,٣	-
الراديو	١١ %٣٢,٤	٢ %٤,٨	-	٢ %٤,٨
التليفزيون	٦ %١٤,٣	٧ %١٦,٧	٩ %٢١,٤	١ %٢,٤
القنوات الفضائية	١٤ %٣٣,٣	٢٨ %٦٦,٧	٢٤ %٥٧,١	١١ %٢٦,٢
الإجمالي	٣٥	٣٥	(%١٠٠)	

جدول رقم ( ٩ - ٢ ) استخدامات الشباب (الإناث) لوسائل الإعلام

الأسباب الوسيلة	الاسترخاء	التسلية	قضاء وقت الفراغ	الحصول على المعلومة
	ك %	ك %	ك %	ك %
الصحف	٥ %٨,٦	-	٢ %٣,٤	٤١ %٧٠,٧
المجلات	٦ %١٠,٣	١١ %١٩	٤ %٧	٢ %٥,٣
الراديو	٢٣ %٣٩,٧	٥ %٨,٦	٢ %٣,٤	١ %١,٧
التليفزيون	٧ %١٢,١	١٤	١٠	٢
القنوات الفضائية	١٧ %٢٩,٣	٢٨ %٤٨,٣	٤٠ %٦٩	١١ %١٩
الإجمالي	٥٨			(%١٠٠)

ثانياً ، استخدامات وسائل الإعلام حسب السن :

جدول رقم ( ٩ - ٢ ) استخدامات الشباب من سن ( ١٥ - ٢٠ سنة ) لوسائل الإعلام

الأسباب الوسيلة	الاسترخاء	التسلية	قضاء وقت الفراغ	الحصول على المعلومة
	ك %	ك %	ك %	ك %
الصحف	٢ %٥,٧	١ %٢,٩	٢ %٥,٧	٣٦ %٢٤,٣
المجلات	٥ %١٤,٣	٦ %١٧,١	٥ %١٤,٣	١ %٢,٩
الراديو	١٢ %٣٤,٣	١ %٢,٩	١ %٢,٩	٢ %٥,٧
التليفزيون	٣ %٨,٦	٧ %٢٠	٦ %١٧,١	٢ %٥,٧
القنوات الفضائية	١٣ %٣٧,١	٢٠ %٥٧,١	٢١ %٦٠	٤ %١١,٤
الإجمالي	٢٥			(%١٠٠)

جدول رقم (٩ - ٤) استخدامات الشباب من سن (٢٠-٢٥ سنة) لوسائل الإعلام

الوسيلة	براقع الاستخدام			
	الاسترخاء ك %	التسلية ك %	قضاء وقت الفراغ ك %	الحصول على المعلومة ك %
المصحف	٤ ٩,١	-	٢ ٦,٨	٢٩ ٦٥,٩
المجلات	٥ ١١,٤	٤ ٩,١	٢ ٦,٨	-
الراديو	١٢ ٢٩,٥	٢ ٦,٨	-	-
التليفزيون	٨ ١٨,٢	٩ ٢٠,٥	١٠ ٢٢,٧	١ ٢,٢
القنوات الفضائية	١٤ ٣١,٨	٢٨ ٦٢,١	٢٨ ٦٢,٦	١٤ ٣١,٨
الإجمالي	٤٤			(١٠٠%)

جدول رقم (٩ - ٥) استخدامات الشباب من سن (٢٥-٣٠) لوسائل الإعلام

الوسيلة	براقع الاستخدام			
	الاسترخاء ك %	التسلية ك %	قضاء وقت الفراغ ك %	الحصول على المعلومة ك %
المصحف	٢ ١٤,٢	-	-	١٤ ٦٦,٧
المجلات	٢ ١٤,٢	٥ ٢٢,٨	٢ ٩,٥	٢ ٩,٥
الراديو	٩ ٤٢,٩	٢ ١٤,٢	١ ٤,٨	١ ٤,١
التليفزيون	٢ ٩,٥	٥ ٢٢,٨	٢ ١٤,٢	-
القنوات الفضائية	٤ ١٩	٨ ٢٨,١	١٥ ٧٧,٤	٤ ١٩
الإجمالي	٢١			(١٠٠%)

## جدول رقم (١٠) دوافع تعرض الشباب للقنوات الفضائية

%		ك	التكرار والنسبة		الدوافع
			ك	%	
%٤٤,٣	%٢٧	٨٠١	٢٩٦		دوافع نفسية
	%٢٦,٢		٢٩٠		
	%٢٦,٢		٢١٥		
%٤٤,٣	%٢٩	١٠٠٧	٢٩٢		طرافع طفوسية
	%٢٣		٢٢٩		
	%٢٦		٢٦٣		
	%٢٢		٢٢٣		
%١٠٠		١٨٠٨	الإجمالى		

## جدول رقم (١١) درجات ونسب دوافع تعرض الشباب للقنوات الفضائية من حيث النوع والسن

النوع والسن						التنوع				الدوافع
٢٠-٢٥		٢٥-٣٠		٣٠-٣٥		إنثى		ذكر		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%٤٢,١	١٦٢	%٤٤,١	٢٤٧	%٤٥,٢	٢٩٢	%٤٤,٢	٤٦٧	%٤٤,٥	٣٣٤	دوافع نفسية
%٥٦,٩	٢١٤	%٥٥,٩	٤٢٩	%٥٤,٨	٢٥٤	%٥٥,٨	٥٩٠	%٥٥,٥	٤١٧	دوافع طفوسية
%١٠٠	٣٧٦	%١٠٠	٧٨٦	%١٠٠	٦٤٦	%١٠٠	١٠٥٧	%١٠٠	٧٥١	الإجمالى (١٨٠٨)

## جدول رقم ( ١٢ )

درجة الانتباه التى يوليها الشباب فى تعرضهم للتقنيات القضائية وسلوك مشاهدتهم  
أولاً : درجة الانتباه

ك	%	التكرار والنسبة
		درجة الانتباه
٥		بدون انتباه
١٧		انتباه متوسط
٢٤		انتباه شديد
١٠٠		إجمالى

## ثانياً : سلوك المشاهدة

الإجمالى	لا	نعم	الموافقة		
			سلوك المشاهدة		
١٠٠	٢٥	٦٥	القيام بنشاط آخر		
١٠٠	٢٨	٧٢	تبادل الحديث أثناء المشاهدة		
١٠٠	١٣	٨٧	١٢	نادراً	انتظار مواد معينة
			٥١	أحياناً	
			٢٤	دائماً	

جدول رقم ( ١٢ )  
 خصائص عينة الدراسة من حيث التوافق النفسى والاجتماعى

%	ك	التكرار والنسبة
		التوافق النفسى والاجتماعى
%٣	٣	بدون انتباه
%٢٤	٢٤	انتباه متوسط
%٦٣	٦٣	انتباه شديد
%١٠٠	١٠٠	إجمالى

## جدول رقم ١٤

## دوافع تعرض الشباب المصري للفتنات المضائية

الإجمالي	تعزيز التعليم			التعلم			الاسترخاء			المصحبة			تخصية الوقت			التسلية			الوصول على الظلمة			الدوافع \التعرض
	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	
٤٧	١٤	١٤	١٩	٤١	٦	-	١٤	١٧	١٦	٢٩	١٥	٣	١٨	٢٣	٦	٤٢	٥	-	٤٢	٤	-	منخفض
٢٣	١٥	١٣	٥	٢١	٢	-	١٩	٨	٦	٢٢	٩	١	١٣	١٦	٤	٢١	٢	-	٢٣	-	-	متوسط
٢٥	١٤	٢	٤	١٨	٢	-	١٥	٢	٣	١٥	٥	-	١١	٦	٣	١٩	١	-	٢٥	-	-	مرتفع
١٥٥	٤٣	٢٩	٢٨	٩٥	١٥	-	٤٨	٢٧	٢٥	٦٧	٢٩	٤	٤٢	٤٥	١٣	٩٢	٨	-	٩٦	٤	-	الإجمالي

$$\frac{14}{47} \times 100 = 29.79\% \quad \frac{14}{23} \times 100 = 60.87\% \quad \frac{16}{25} \times 100 = 64\%$$

$$\frac{6}{23} \times 100 = 26.09\% \quad \frac{2}{25} \times 100 = 8\% \quad \frac{3}{25} \times 100 = 12\%$$

$$\frac{14}{155} \times 100 = 9.03\% \quad \frac{17}{155} \times 100 = 10.97\%$$

$$\frac{16}{155} \times 100 = 10.32\% \quad \frac{29}{155} \times 100 = 18.71\% \quad \frac{23}{155} \times 100 = 14.84\%$$

مستوى الثقة ٩٥%











## جدول رقم ١٩

## العلاقة بين كيميائية قضاء وقت الفراغ والأشباعات

الإجمالي	تعزيز التعليم			التعلم			الاسترخاء			الصحية			تضيئة الوقت			التسليه			الحصول على العلوم			الأشباعات التوافق النفسي والاجتماعي
	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	
٢٩	٢٤	١٠	٥	٢٥	٤	-	٢٢	٧	١٠	١٦	١٥	٨	٢٨	٩	٢	٢٤	٤	١	٣٧	١	١	استخدام وسائل الاتصال
٥٧	٢٥	١٣	٩	٤٤	١١	٢	١٨	١٨	٢١	١٦	٢٣	١٨	٤٩	٨	-	٥٢	٥	-	٥٧	-	-	الاشتراك في الاجتماعية
٤	٢	١	١	٤	-	-	-	١	٢	١	١	٢	٢	١	-	٤	-	-	٤	-	-	السفر والرحلات
١٠٠	٦١	٢٤	١٥	٨٢	١٥	٢	٤٠	٣١	٢٤	٣٣	٢٩	٧٨	٨٠	١٨	٢	٩٥	٩	١	٩٨	١	١	الإجمالي

$\chi^2 = 2.07 = 2.07$        $\chi^2 = 9.81 = 9.81$        $\chi^2 = 2.22 = 2.22$        $\chi^2 = 4.88 = 4.88$        $\chi^2 = 2.08 = 2.08$        $\chi^2 = 3.19 = 3.19$   
 درجة الحرية درجة الحرية درجة الحرية درجة الحرية درجة الحرية درجة الحرية  
 $\chi^2 = 4 = 4$        $\chi^2 = 4 = 4$        $\chi^2 = 4 = 4$        $\chi^2 = 4 = 4$        $\chi^2 = 4 = 4$        $\chi^2 = 4 = 4$   
 الكسرات = ٣٠%  
 مستوى الثقة ٩٥%

كـ١ الجدولية كـ٢ الجدولية كـ٣ الجدولية كـ٤ الجدولية كـ٥ الجدولية كـ٦ الجدولية  
 $9.48 = 9.48$        $9.48 = 9.48$        $9.48 = 9.48$        $9.48 = 9.48$        $9.48 = 9.48$        $9.48 = 9.48$

## جدول رقم ٢٠

## العلاقة بين دوافع تعرض الشباب للقنوات الفضائية والسفن

الإجمالي	تعزيز التعليم			التعلم			الاسترخاء			الصحية			تخصية الوقت			التسليه			الوصول على العارمة			الدافع السفن
	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	مرتفع	متوسط	منخفض	
٢٥	١٨	١٢	٤	٣٤	١	-	١٩	٨	٨	١٣	١٢	١	١٣	١٨	٤	٣٤	١	-	٣٤	١	-	٢٥ - ١٥
٤٤	١٨	١٢	١٤	٣٧	٧	-	٢٥	١٢	١٢	٣٢	٩	٢	١٨	١٧	٩	٤١	٣	-	٤٢	٢	-	٢٥ - ٢٥
٢١	٧	٤	١٥	١٩	٢	-	٩	٧	٥	١٤	٧	-	١١	١٥	-	١٧	٤	-	٢٥	١	-	٢٥ - ٢٥
١٥٥	٤٣	٢٩	٢٨	٩٥	١٥	-	٤٨	٢٧	٢٥	٦٧	٢٩	٤	٤٢	٤٥	١٢	٩٢	٨	-	٩٦	٤	-	الإجمالي

$\chi^2 = 9,19$        $\chi^2 = 7,19$        $\chi^2 = 1,16$        $\chi^2 = 4,34$        $\chi^2 = 6,17$        $\chi^2 = 4,82$        $\chi^2 = 0,18$   
 درجة الحرية      درجة الحرية      درجة الحرية      درجة الحرية      درجة الحرية      درجة الحرية      درجة الحرية  
 $\chi^2 =$        $\chi^2 =$        $\chi^2 =$        $\chi^2 =$        $\chi^2 =$        $\chi^2 =$        $\chi^2 =$   
 مستوى الأهمية ٩٥%

كاسا البديلية كاسا البديلية كاسا البديلية كاسا البديلية كاسا البديلية كاسا البديلية كاسا البديلية  
 $9,04 =$        $0,99 =$        $9,84 =$        $9,48 =$        $9,48 =$        $0,99 =$        $0,99 =$



## جدول رقم ٢٢

## العلاقة بين كيفية التعرض للقنوات الفضائية والدوافع

الإجمالي	تعزيز التعليم		التعلم		الاسترخاء		الصحية		تضيبة الوقت		التسلية		الوصول على المعلومة		التوافع				
	مرتفع	متوسط	مرتفع	متوسط	مرتفع	متوسط	مرتفع	متوسط	مرتفع	متوسط	مرتفع	متوسط	مرتفع	متوسط					
٥	٢	٢	١	٤	١	-	٢	٣	٢	١	٢	١	٤	١	-	٥	-	-	بدون اتجاه ضعيف
٧١	٢٥	٢٢	٢٤	٦٤	٧	-	٢٢	٢٥	١٩	٤٥	٢٣	٣	٢٢	٢١	٨	٦٥	٦	-	اتجاه متوسط
٢٤	١٦	٥	٣	٢٢	٢	-	١٦	٥	٣	٢٥	٤	-	٩	١١	٤	٢٣	١	-	اتجاه شديد
١٠٥	٤٣	٢٩	٢٨	٩٥	١٥	-	٤٨	٧٧	٢٥	٦٧	٢٩	٤	٤٢	٤٥	١٣	٩٢	٨	-	الإجمالي

$\chi^2 = 12,111 = 0,71 = 12,44 = 11,12 = 2,98 = 1,50 = 1,7 =$   
 درجة الحرية درجة الحرية درجة الحرية درجة الحرية درجة الحرية درجة الحرية درجة الحرية  
 $\chi^2 = 2 = 4 = 4 = 4 = 2 = 2 =$   
 مستوى الثقة ٩٥%

كـ  $\chi^2 = 0,23 = 0,23 = 0,23 = 0,23 = 0,23 = 0,23 = 0,23 =$   
 كـ  $\chi^2 = 0,99 = 0,99 = 0,99 = 0,99 = 0,99 = 0,99 = 0,99 =$   
 كـ  $\chi^2 = 0,99 = 0,99 = 0,99 = 0,99 = 0,99 = 0,99 = 0,99 =$



