



كلية الدراسات العليا للطفولة
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

استخدام المراهقين لقنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية والإشباع المتحققة لهم

رسالة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في دراسات الإعلام وثقافة الأطفال

إعداد

خالد بندارى عبد العاطى موسى

إشراف

أ.د/ محمود حسن إسماعيل د / سلوى على ابراهيم الجيار

مدرس الإعلام بكلية رياض الأطفال
جامعة بورسعيد

أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال
كلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس

٢٠١٨-١٤٤٠



صفحة العنوان

اسم الطالب: خالد بندارى عبد العاطى موسى

الدرجة العلمية: الماجستير فى دراسات الإعلام وثقافة الأطفال

القسم التابع له: الإعلام وثقافة الأطفال

اسم الكلية : كلية الدراسات العليا للطفولة

الجامعة: عين شمس

سنة التخرج:

سنة المنح:



كلية الدراسات العليا للطفولة

صفحة الموافقة

اسم الطالب : خالد بندارى عبد العاطى موسى

عنوان الرسالة : استخدام المراهقين لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية والإشباع المتحققة لهم

اسم الدرجة : الماجستير فى دراسات الإعلام وثقافة الأطفال

لجنة الحكم والمناقشة:

١-

٢-

٣-

تاريخ البحث : / / ٢٠٠

الدراسات العليا

ختم الإجازة:

أجيزت الرسالة بتاريخ: / /

موافقة مجلس الجامعة

/ / ٢٠١٧

موافقة مجلس الكلية

/ / ٢٠١٨

مستخلص الدراسة

مشكلة الدراسة: تبلورت في التساؤل الرئيسي ما استخدامات المراهقين لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية؟ وما الإشباعات المتحققة لهم؟

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة بشكل أساسي إلي التعرف على استخدام المراهقين لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية والإشباعات المتحققة لهم

نوع ومنهج الدراسة: تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني.

مجتمع وعينة الدراسة: يعد المراهقون مجتمع الدراسة بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها ٤٥٠ مبحوث من طلبة المدارس الثانوية.

أدوات الدراسة: صحيفة الاستبيان.

نتائج الدراسة:

١ - هناك ارتفاعا ملحوظا في معدل مشاهدة المبحوثين لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية وقنوات المسابقات المفضلة للمراهقين بالترتيب هم (قناة مايسترو - قناة اندكس - قناة شهرزاد)

٢ - جاءت الدوافع النفعية لمشاهدة قنوات المسابقات مرتبة على النحو التالي: (اعتبر مشاهدتي لها اثباتا لتحرري - تقدم معلومات تنشط ذاكرتي - تحقق اشباعاتي التي احتاجها - لسهولة الاتصال بهذه القنوات - لتحقيق احلامي المستقبلية).

٣ - الإشباعات المتحققة للمبحوثين من مشاهدة قنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية مرتبة على النحو التالي (حلم الثراء السريع من خلال الملايين من الجنيهاات - اكتساب معلومات جديدة - تقلل من شعوري بالتوتر والقلق فهي تنسيني مشاكل - أخلص من الإحساس بالوحدة)

٤ - توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض المبحوثين (عينة الدراسة) لقنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية والإشباعات (شبه التوجيهية، والتوجيهية، وشبه الاجتماعية والاجتماعية) المتحققة لهم من ذلك التعرض.

Key Words	الكلمات المفتاحية
Uses	الاستخدامات
Gratifications	الإشباعات
Competitions channels	قنوات المسابقات
Adolescence	المراهقون



كلية الدراسات العليا للطفولة

شكر

أشكر السادة الأساتذة الذين قاموا بالإشراف وهما:

أ.د. محمود حسن إسماعيل أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال – كلية الدراسات العليا للطفولة –
جامعة عين شمس
د/ سلوى الجيار مدرس الإعلام – كلية رياض الأطفال – جامعة بورسعيد

أشكر السادة الاساتذة لجنة المناقشة والحكم:

١ -

٢ -

٣ -

ثم الأشخاص الذين تعاونوا معى فى البحث وهم:

١ -

٢ -

٣ -

وكذلك الهيئات الآتية:

- مكتبة كلية الدراسات العليا للطفولة والقائمين عليها.

- المكتبة المركزية جامعة عين شمس

- المكتبة المركزية جامعة القاهرة.

- مكتبة كلية الإعلام جامعة القاهرة.

شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ ﴾ البقرة الآية (٣٢)



أبدأ شكري خالصا لله عز وجل على نعمه وعظيم فضله علي وهدايته وتوفيقه لي في إنجاز هذه الدراسة ، راجياً منه سبحانه وتعالى أن يجعله علماً نافعاً، وإني في هذا المقام لا يسعني إلا أن أتوجه بأسمى آيات الشكر والتقدير إلى كل من علمني حرفاً أضاء الله به طريقي ، وأخص بالشكر في مقامي هذا الأستاذين المشرفين على رسالتي هذه اللذين لم ييخلا عليّ بنصح أو توجيه منذ بدايتها إلى أن أصبحت موضع مناقشة.

ومن ثم فإنني أتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذ الفاضل والعمالم الجليل الأستاذ الدكتور/ محمود حسن إسماعيل أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال — بمعهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس الذي شرفت بإشرافه على هذه الرسالة فكان عطاؤه العلمي بلا حدود، وأفادني ليس من علمه فقط وإنما من أخلاقه وحكمته، فتعلمت منه الجد والاجتهاد، فلقد جعله الله سبباً في إزالة الصعاب التي قابلتني أثناء الدراسة، ولم ييخل على بوقته وجهده وعلمه ، أدامه الله منبراً من منابر العلم، ومتعه بكامل الصحة والعافية.

وبكل معاني الحب والوفاء، أتقدم بخالص الشكر والعرفان إلى أستاذتي الدكتورة سلوى الجيار، مدرس الإعلام كلية رياض الأطفال - جامعة بورسعيد لتفضلها بالإشراف على هذه الدراسة، فقد قدمت لي الكثير من النصح والإرشاد، متعها الله بالصحة والسعادة والعافية وجعل ذلك في ميزان حسناتها .

كما أتقدم بخالص شكري وتقديري إلى الأستاذة العالمية الجلييلة الدكتورة/ فاتن عبد الرحمن الطنباري أستاذة الإعلام وثقافة الأطفال - كلية الدراسات العليا للطفولة - قسم الإعلام وثقافة الأطفال - لقبولها وتفضل سيادتها دعوة مناقشة هذه الرسالة ، وذلك

للاستفادة من خبراتها العلمية الفياضة لتضع لمساتها المنهجية، وإرشاداتها المتميزة التي ستثري هذه الدراسة لتخرج في أبهى صورة، فلها منى جزيل الشكر والتقدير، وأدام عليها الصحة والعافية، وأطال الله في عمرها وجعلها نبراساً يهتدي به كل باحث .

كما أتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذ الفاضل الدكتور /أبو بكر حبيب الصالحى، أستاذ الإعلام ووكيل كلية الإعلام - جامعة النهضة لتفضله بقراءة الرسالة والتي كان قبوله لمناقشة الرسالة تتويجاً لها، وأنا على ثقة تامة بأن سيادته سوف يقدم الكثير من الفوائد من خلال ملاحظاته السديدة، وتوجيهاته العلمية القيمة، وأسأل الله العلى القدير أن يديم مجده، ويزيده رقياً لمزيد من العطاء العلمي لطلابه.

وبكل الحب والإخلاص أتوجه بعميق شكري وامتناني واعترافي بالجميل لزملائي الذين ساعدوني في هذه الدراسة، ولم يبخلوا على بوقتهم.

كما أننى أتوجه بالشكر إلى أجمل نعمة وهبني الله أسرتى.

ولست أدعى لهذه الدراسة أنها قدمت الكلمة الأخيرة أو القول الفصل، ولكنها جهد بذله الباحث، تدفعه الرغبة في البحث، فإن وفقت فهذا من فضل الله، وإن تكن الأخرى فحسبى أنى حاولت وبذلت ما أستطيع من جهد.

الباحث

قائمة المحتويات

المحتويات	رقم الصفحة
مقدمة الدراسة.	٣-١
الفصل الأول الإطار المنهجي	٢٩-٤
أولاً - مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.	٥
ثانياً - أهمية الدراسة.	٧
ثالثاً - أهداف الدراسة .	٧
رابعاً - حدود الدراسة.	٨
خامساً - نوع ومنهج الدراسة.	٨
سادساً - المدخل النظري للدراسة.	٨
سابعاً - الدراسات السابقة	١١
ثامناً - مفاهيم الدراسة.	٢٣
تاسعاً - متغيرات الدراسة	٢٤
عاشراً - فروض الدراسة.	٢٤
حادي عشر - مجتمع وعينة الدراسة.	٢٥
ثاني عشر - أدوات الدراسة.	٢٦
ثالث عشر - إجراءات الصدق والثبات.	٢٧
رابع عشر - المعالجة الإحصائية للبيانات.	٢٩-٢٨
الفصل الثاني (الإطار المعرفي) الإعلام الترفيهي وبرامج المسابقات	٥٣-٣٠
أولاً - مفهوم الترفيه وبداياته.	٣١
ثانياً - نظريات الترفيه.	٣٥
ثالثاً - وظائف الترفيه التلفزيوني وجمهوره.	٣٧
رابعاً - برامج المنوعات في التلفزيون (أشكالها وقواها).	٤١
المحتويات	رقم الصفحة
خامساً - العوامل المؤثرة في نجاح برامج المنوعات.	٤٤

٤٤	سادساً- برامج المسابقات التليفزيونية (مفهومها- أنواعها- أهميتها).
٤٩	سابعاً- تليفزيون الواقع Reality TV وبرامج المسابقات.
٥٣-٥١	ثامناً- قنوات المسابقات التجارية الربحية.
٩٨-٥٤	الفصل الثالث نتائج الدراسة الميدانية
٥٥	أولاً- نتائج الدراسة الميدانية.
٩١	ثانياً- النتائج المتعلقة باختبار صحة الفروض .
٩٩	خاتمة الدراسة
١٠٤	مراجع الدراسة
١١١	ملاحق الدراسة
١٢٣	ملخص الدراسة
١٢٤	أولاً- ملخص الدراسة باللغة العربية.
١٢٧	ثانياً- ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية.

قائمة الجداول

رقم الصفحة	موضوع الجدول	رقم الجدول
٢٥	توصيف عينة الدراسة	١
٥٥	توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمعدل مشاهدة قنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية وفقاً لمتغير النوع	٢
٥٦	توزيع إجابات عينة الدراسة وأسباب عدم مشاهدة قنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية طبقاً لمتغير النوع	٣
٥٧	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع والقناة التي يفضل مشاهدتها	٤
٥٨	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع ومتوسط ساعات مشاهدة قنوات المسابقات	٥
٥٩	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع وفترات مشاهدة قنوات المسابقات في القنوات الفضائية	٦
٦٠	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع وأسباب تفضيل مشاهدة قنوات المسابقات في فترة معينة	٧
٦١	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع وأكثر أنماط التعرض لقنوات المسابقات	٨
٦٣	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع وأكثر الأماكن لمشاهدة قنوات المسابقات التلفزيونية الفضائية	٩
٦٢	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع ومدى التفرغ أثناء مشاهدة قنوات المسابقات	١٠
٦٣	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع والأنشطة الممارسة أثناء مشاهدة قنوات المسابقات	١١
٦٥	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع وتدخل الأسرة في مشاهدة المسابقات	١٢

رقم الصفحة	موضوع الجدول	رقم الجدول
٦٦	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع والأشخاص الأكثر تدخلاً في عملية مشاهدة قنوات المسابقات	١٣
٦٧	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع ومدى رد الفعل للتدخل في عملية مشاهدة قنوات المسابقات	١٤
٦٨	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع وأسباب التدخل في مشاهدة قنوات المسابقات	١٥
٦٩	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع ومدى الموافقة على التدخل في مشاهدة قنوات المسابقات	١٦
٧٠	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع والاتصال الهاتفي للإجابة عن أسئلة المسابقات	١٧
٧٠	توزيع (عينة الدراسة) طبقاً لمتغيري النوع وأسباب عدم الاتصال الهاتفي بقنوات المسابقات	١٨
٧١	توزيع (عينة الدراسة) طبقاً لمتغير النوع وأسباب الاتصال الهاتفي بقنوات المسابقات	١٩
٧٢	توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لأسباب مشاهدة قنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية	٢٠
٧٤	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغيري النوع والذواقع الطقوسية لمشاهدة قنوات المسابقات	٢١
٧٧	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع والذواقع النفعية لمشاهدة قنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية	٢٢
٨٠	الإشباعات المتحققة للمبحوثين من مشاهدة قنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية	٢٣
٨٢	توزيع (عينة الدراسة) طبقاً لمتغير النوع والإشباعات الاجتماعية المتحققة من مشاهدة قنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية	٢٤
٨٣	توزيع (عينة الدراسة) طبقاً لمتغير النوع والإشباعات شبه الاجتماعية المتحققة من مشاهدة قنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية	٢٥

رقم الصفحة	موضوع الجدول	رقم الجدول
٨٥	توزيع (عينة الدراسة) طبقا لمتغير النوع والاشباكات التوجيهية المتحققة من مشاهدة قنوات المسابقات الفضائية	٢٦
٨٧	توزيع (عينة الدراسة) طبقا لمتغير النوع والاشباكات شبه التوجيهية المتحققة من مشاهدة قنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية	٢٧
٨٩	توزيع إجابات عينة الدراسة طبقا لموقفهم من قنوات المسابقات	٢٨
٩١	الفرق بين الذكور والإناث في التعرض لقنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية	٢٩
٩٢	الفرق بين الذكور والإناث في دوافع تعرضهم لقنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية	٣٠
٩٣	الفرق بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية في دوافع التعرض لقنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية	٣١
٩٤	مصدر التباين بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمبحوثين في الدوافع النفعية لتعرضهم لقنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية	٣٢
٩٥	العلاقة الارتباطية بين معدل لقنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية ودوافع التعرض	٣٣
٩٦	العلاقة الارتباطية بين التعرض لقنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية والاشباكات المتحققة من ذلك التعرض	٣٤
٩٧	العلاقة الارتباطية بين دوافع التعرض لقنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية والاشباكات المتحققة من ذلك التعرض	٣٥

مقدمة الدراسة

مقدمة الدراسة

إن التلفزيون كوسيلة إعلامية سمع بصرية يقدم للمشاهدين الكثير من البرامج التي تتنوع في أشكالها، وأهدافها المختلفة من تثقيف، وتوجيه، وإرشاد، وتسليه، وترفيه، وإمتاع ويستطيع التلفزيون أن يحقق هذه الأهداف من خلال تقديم أشكال برامجية متنوعة ومتميزة معتمداً في ذلك على الصورة، والحركة، واللون، وبفضل الصورة المبهرة والمعبرة عن الموضوع، أو الفكرة، أو الحدث يستطيع جذب انتباه المشاهد، والتأثير فيه، وتحقيق الأهداف المرجوة من البرنامج.

وبرامج المنوعات من أهم البرامج التي تعتمد على عناصر الجذب والإبهار في الصورة المقدمة للمشاهدين بصفة عامة، والشباب بصفة خاصة؛ لما تتمتع به من نسبة مشاهدة مرتفعة.

وتعد برامج المسابقات التلفزيونية أحد قوالب برامج المنوعات التلفزيونية حيث تقتزن برامج المنوعات بالترفيه، أو التسليه، أو التثقيف، أو التعليم، ولذلك فإن الفهم الصحيح لبرامج المنوعات يتطلب المعرفة بالجوانب الأساسية لإطارها الأوسع وهو الترفيه، خاصة في ضوء هذا الإقبال الجماهيري الهائل على المواد الترفيهية حيث إن الإنسان في أمس الحاجة إلى المواد الترفيهية؛ ليستعيد قدراً من توازنه النفسي تحت وطأة الظروف الراهنة التي تزداد فيها وتيرة الصراعات.

كما أن برامج المسابقات التلفزيونية تجذب انتباه المراهقين لما بها من عناصر ابهار وتفاعل مع الأسئلة المطروحة، ومن الملاحظ أن هناك قنوات متخصصة للمسابقات مثل قناة (شاشتي ، ومايسترو ، واندكس)، والتي تقدم مسابقاتها فتيات يتمايلن أمام الكاميرات بملامح غربية متمثلة في لون الشعر الأصفر، والبشرة البيضاء، والعيون الملونة، وهذه الملامح لا تتناسب مع بيئتنا الشرقية، وتكون الأسئلة سهلة لمعرفة الفرق بين صورتين أو أسئلة لا تحتاج لتفكير في إجابتها؛ لأن الهدف تجاري، كما تقدم أغاني عربية وكليات لتجذب المراهقين بجوائزها للاتصال على رقم (٩٠٠)، أو الأرقام الدولية التجارية عبر الخصم من أرصدة هواتفهم المحمولة، وأهم ما في تلك المسابقات أن معظمها مسجلة، ولا يتم بثها مباشرة.

فهذه القنوات تعمل على توفير درجة عالية من الإثارة لكي تجذب المشاهد، ولا سيما المراهقين، وهذه الإثارة تأخذ عدة أشكال تتمثل في الإثارة من خلال السلوك أو من خلال الملابس أو من خلال التركيز على بعض أجزاء من جسد المرأة، حيث تلجأ لجذب عين المشاهد للصورة، لتحقيق الربح المادي دون النظر لأي اعتبارات أخلاقية، فهي في الغالب تقدم بدون أي شكل من أشكال الرقابة التي تفرضها القنوات على بعض مضامين هذه الرسائل، مما يمثل خطورة التأثير السلبي المضاعف الواقع على المراهقين الذين يشاهدون مثل هذه القنوات بمعدلات وأنماط ودوافع مختلفة، ويتفاعلون مع المسابقات من خلال الاتصال الهاتفي للفوز بالمليون وتحقيق حلم الثراء .

وبالتالي فإن هناك حاجة لدراسة استخدامات المراهقين لقنوات المسابقات التليفزيونية الفضائية والإشباع المتحققة لهم.