

دوافع تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وانعكاساتها الاجتماعية

د. حسين جاسم جابر*

المستخلص

يعد التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري، وأكثر الأجهزة الإعلامية تأثيراً في المتلقي. " وعلى الرغم من تعدد وسائط الإعلام وتقنياته، يظل التلفزيون أكثر قرباً من الشباب وأكثر تأثيراً في عقولهم وأذهانهم وخاصة على أذواقهم، إن هذه الوسيلة الاتصالية الأكثر انتشاراً والأكثر سحراً وجذباً من خلال الكلمة والصورة، والصوت والحركة. إضافة إلى كونها تعرض للمتلقي الأحداث بطريقة مشوقة وتقديمها في صور جذابة ومبسطة ومباشرة حين وقوع الحدث في أي بقاع العالم الواسع. فضلاً عن أن هذه الوسيلة الاتصالية تؤدي دوراً مهماً وبارزاً في حياة الأفراد والمجتمع، هذه الوسيلة تنطوي على مجموعة واجبات في إطار الفكر والسياسة ودورها المؤثر في مجالات الحياة الأخرى كالتعليم والتربية والثقافة والفنون والخدمات الاقتصادية والاجتماعية.

تتمثل مشكلة هذا البحث في دراسة دوافع تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وانعكاساتها الاجتماعية، وعلى وفق ما تقدم تكمن مشكلة البحث التي نحن بصددتها بالإجابة عن التساؤلات التي أهمها:

1. ما مدي مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة؟
2. ما أكثر القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة التي تفض لعينة الدراسة مشاهدتها؟
3. ما أسباب أو دوافع مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة؟
4. هل للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة انعكاسات اجتماعية على المراهقات؟

ويقوم هذا البحث على أساساً على اختبار الفروض والتي أهمها:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وبين الانعكاسات الاجتماعية لتلك القنوات عليهم.

*مدرس بقسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية بكلية الإعلام - جامعة بغداد

الفرضية الثانية : توجد علاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة و تبني الشباب للقيم السلبية الواردة في مضمون هذه القنوات.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وبين دوافعهم للتعرض لها.

وتتجسد أهمية البحث كونه يدرس التأثيرات الخطيرة التي تحدثها هذه القنوات التي تعمل لها انعكاسات اجتماعية تساهم في غرس عادات وتقاليده وقيم ومعتقدات لا تتلاءم مع الواقع الحقيقي الموجود في المجتمع نتو يرمي البحث في إتباع المنهجية العلمية عن طريق الخطوات والإجراءات الصحيحة الى تحقيق جملة من الأهداف الأساسية يمكن إجمالها (دوافع تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وانعكاساتها الاجتماعية). تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وفي الدراسات الإعلامية تستخدم الدراسات الوصفية لأهداف الوصف المجرد والمقارن للأشخاص ووصف الحاجات والتفضيل والدوافع واستخدامات الوسائل المختلفة للإعلام، كما استخدم الباحث منهج المسح بشقة الميداني لمسح عينة من المراهقات والتعرف على تعرضهم للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة، وتمثل مجتمع البحث بالمراهقات في مدينة بغداد والذي يقدر تعدادها حسب بيانات وإحصاءات ومعلومات (الجهاز المركزي للإحصاء / وزارة التخطيط) والذي بلغت ما يقارب 4.665.300 مليون نسمة حسب تقديرات عام 2020، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية نسبية (عنقودية) مساحية وفق بيانات وإحصائيات مأخوذة من وزارة التخطيط (الجهاز المركزي للإحصاء) مأخوذة وفق معيار (اسم المحافظة، الناحية، المحلة ، الزقاق) وبلغ حجم العينة 351 مفردة من الإناث. وتوصل البحث الى مجموعة من النتائج أبرزها:

1- أكدت (48.1%) مبحوثه وبالمرتبة الأولى أنهم دائما ما يتعرضون للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة، وبالمرتبة الثانية أحيانا بنسبة (26.5%).

2- حددت (28.2%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أنهم يقضون 4 ساعات فأكثر في متابعة القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة، وبالمرتبة الثانية أقل من 3 ساعات بنسبة (27.6%).

3- حددت (35.9%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أنهم ليس لهم وقت محدد في متابعة القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة ، وبالمرتبة الثانية في السهرة بنسبة (30.2%).

4- حددت (96.9%) من المبحوثات بالمرتبة الأولى فرض رقابة على كلمات الأغاني كنوع من الرقابة على القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة،

وبالمرتبة الثانية على خدمة الرسائل القصيرة بنسبة (88.0%) ، وبالمرتبة الثالثة الأفكار الواردة بالأغاني بنسبة 85.8%.

5- الاتفاق الكبير بين المبحوثات حول وجود انعكاسات اجتماعية للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة على المبحوثات وذلك بنسبة (68.7%).

6- أشارت (46.3%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أن العزلة الاجتماعية أكثر أنواع الانعكاسات الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة ، وبالمرتبة الثانية الشعور بالعجز بنسبة (42.7%).

الكلمات المفتاحية: التعرض .. القنوات الفضائية.. المراهقات ..

Study the motives of adolescent girls' exposure to specialized Arab singing satellite channels and their social implications

Abstract

Television is one of the most important means of mass communication, and the most influential media device for the recipient. “Despite the multiplicity of media and its technologies, television remains closer to young people and more influential in their minds and minds, especially on their tastes. This means of communication is the most widespread, most charming and attractive through word, image, sound and movement. In addition to being an interesting and presenting way to the recipient of events. In attractive, simplified and direct images when the event occurs in any part of the wide world, in addition to that this means of communication plays an important and prominent role in the lives of individuals and society, this method involves a set of duties within the framework of thought and politics and its influential role in other areas of life such as education, education, culture, arts and services Economic and social.

The problem of this research is to study the motives of adolescent girls' exposure to specialized Arab singing satellite channels and their social implications, and according to the above, the research problem which we are dealing with is to answer the questions, the most important of which are:

1. What is the extent of the study sample watching specialized singing Arab satellite channels?
2. what is more for the specialized Arab singing satellite channels that the study sample prefers to watch?

3. What are the reasons or motives for watching the study sample for specialized singing Arab satellite channels?
4. Do specialized Arab satellite channels have social repercussions on adolescent girls?

This research is based on testing hypotheses, the most important of which are:

The first hypothesis: There are statistically significant differences between adolescent girls' exposure to specialized Arabic satellite channels and the social repercussions of those channels on them.

The second hypothesis: There is a correlation between the intensity of watching specialized singing Arab satellite channels and the youth's adoption of the negative values contained in the content of these channels.

The third hypothesis: There are statistically significant differences between the intensity of adolescent girls' exposure to specialized Arabic satellite channels and their motives for exposure.

The importance of the research is embodied in the fact that it studies the dangerous effects caused by these channels, which have social repercussions that contribute to inculcating customs, traditions, values and beliefs that do not fit with the real reality in society. The research aims to follow the scientific methodology through correct steps and procedures to achieve a set of basic goals they can be summed up (the motives of teenage girls' exposure to specialized singing Arab satellite channels and their social implications). This study is considered one of the descriptive studies and in the media studies descriptive studies are used for the purposes of abstract and comparative description of people, describing the needs, preference, motives, and uses of various means of information. The researcher also used the field flat survey method to survey a sample of adolescent girls and identify their exposure to specialized Arabic singing satellite channels, and represent the research community of adolescent girls in the city of Baghdad, the population of which is estimated according to data, statistics and information (the Central Bureau of Statistics / Ministry of Planning), which amounted to approximately 4,665,300 million people according to the estimates of the year 2020, and a random stratified relative (cluster) survey sample was chosen according to data and statistics taken from the Ministry of Planning (the Agency) The Central Bureau of Statistics) was taken according to the criterion (name of the governorate, district, locality, and alley), and the sample size was 351 individual females. The research reached a set of results, most notably:

- 1- (48.1%) of his respondents confirmed that they are always exposed to specialized singing Arab satellite channels, and in the second place sometimes at a rate of (26.5%).
- 2- (28.2%) of the respondents determined, in the first place, that they spend 4 hours or more watching specialized Arab satellite channels, and in the second place less than 3 hours, at a rate of (27.6%).
- 3- (35.9%) of the respondents determined, in the first place, that they do not have a specific time to follow the specialized singing Arab satellite channels, and in the second place in the evening with (30.2%).
- 4- (96.9%) of the respondents identified in the first rank the imposition of censorship on song lyrics as a form of censorship on specialized Arab satellite channels for singing, and in the second rank on the short message service by (88.0%), and in the third rank the ideas mentioned in songs by 85.8%).
- 5 - The great agreement between the respondents about the existence of social repercussions for the specialized singing Arab satellite channels on the respondents, at a rate of (68.7%).
- 7- (46.3%) of the respondents indicated, in the first place, that social isolation is the most common type of social repercussions for specialized singing Arab satellite channels, and in the second place the feeling of impotence (42.7%).

Key words: exposure ... satellite channels ... teenage girls

المقدمة

يعد التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري، وأكثر الأجهزة الإعلامية تأثيراً في المتلقي. " وعلى الرغم من تعدد وسائط الإعلام وتقنياته، يظل التلفزيون أكثر قرباً من الشباب وأكثر تأثيراً في عقولهم وأذهانهم وخاصة على أذواقهم، إن هذه الوسيلة الاتصالية الأكثر انتشاراً والأكثر سحراً وجذباً من خلال الكلمة والصورة، والصوت والحركة. إضافة إلى كونها تعرض للمتلقي الأحداث بطريقة مشوقة وتقديمها في صور جذابة ومبسطة ومباشرة حين وقوع الحدث في أي بقاع العالم الواسع. فضلاً عن أن هذه الوسيلة الاتصالية تؤدي دوراً مهماً وبارزاً في حياة الأفراد والمجتمع، هذه الوسيلة تنطوي على مجموعة واجبات في إطار الفكر والسياسة ودورها المؤثر في مجالات الحياة الأخرى كالتعليم والتربية والثقافة والفنون والخدمات الاقتصادية والاجتماعية.

ونظراً لسرعة التحولات العالمية والمحلية فإن المراهقات يعيشون مرحلة انتقالية كونهم من أكثر الفئات الاجتماعية انفتاحاً على الثقافات الأخرى وأشدها تطلعا

وطموحاً فإنهم أكثر ميلاً إلى قيم التجدد والتغيير وأكثر تمرداً على ما يحيط بهم من قيم ومعايير ، وبعد الشباب العراقي مهيباً الآن أكثر من أي وقت مضى لاستقبال ومن ثم التأثير بهذه القيم الدخيلة بسبب الضغوطات الكثيرة التي يتعرض لها، وخاصة بعد أحداث عام 2003 ، حيث ارتفعت معدلات التعرض للقنوات الفضائية وانتشارها واستمرار بثها على مدار الساعة ، وظهور الحاجة المتزايدة للترفيه حيث لم يصبح وجود قنوات ترفيهية متنوعة تبث الاغاني كافي لإشباع هذه الحاجة بل تولدت حاجة لظهور قنوات غنائية متخصصة لتسهيل مهمة وصول الجمهور لما يريده ، مما أدى الى انتشار القنوات الغنائية والاغاني المصورة العاطفية لتصبح الاتجاه السائد الحالي في عالم الاغاني العربية والعراقية معبرة عن احوال الحب المتعددة ، كل هذه الامور تجعل مهمة تعميق الشروح القيمية عن طريق خلق حالة الازدواجية في المفاهيم والقيم سهلة وممكنة ، خاصة وان شريحة المراهقات هم أكثر عرضة وقبولاً للتغيير بما يعرض في القنوات الفضائية من مضامين مختلفة لذا فإن المراهق يجد نفسه منجذباً الى قيم وافدة تاركا اوليات قيمه مما يسهل عملية تشكيل نسق قيمي على غرار ما هو موجود في الثقافة الغربية .

أولاً: الإطار المنهجي للبحث

1. مشكلة البحث

تعد القنوات الفضائية من الوسائل الاتصالية المهمة في التأثير على المراهقات ،حيث إن الرسائل المصورة التي يتم بثها عبر الفضائيات إلى كل أنحاء العالم حاملة الأخبار والموضوعات والسياسية والاجتماعية والترفيهية تعد جسراً للربط بين مختلف الثقافات عبر أرجاء الكرة الأرضية . لقد أدت هذه الثورة الاتصالية إلى أن يصبح العالم قرية صغيرة ،فبدأت القنوات الفضائية الحكومية والخاصة بكافة أنواعها سواء كانت إخبارية أو رياضية أو دينية أو درامية أو ثقافية أو ترفيهية تتنافس مع بعضها البعض في تقديم أفضل ما لديها بأفضل التقنيات الموجودة للفت نظر الجمهور لها ولجذب أكبر عدد من المشاهدين ، وذلك للاحتفاظ بمكانتها واستمرارها في ظل هذا الكم الهائل من القنوات الأخرى، وقد ظهرت القنوات الفضائية الغنائية المتخصصة والتي أصبحت ظاهرة جماهيرية تحظى بارتفاع كبير في نسبة مشاهدتها فهي تستحوذ على انتباه المشاهد نظراً لقدرتها علي جذب فئات كثيرة من المشاهدين بشكل عام والمراهقات بشكل خاص.

من هذا المنطلق كانت أهمية إجراء هذه الدراسة للانتشار الكبير التي شهدته خريطة القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وذلك للتعرف على أكثر القنوات الفضائية العربية الغنائية التي يفضلها المراهقات ودوافع مشاهدتهم لها وتأثيراتها عليهم وانعكاساتها الاجتماعية فجاءت هذه الدراسة سعياً للتعرف على مدي تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وانعكاساتها الاجتماعية.وقد

استخدم الباحث الملاحظة العلمية في إطار الإحساس بالمشكلة بشأن الظاهرة المستهدفة وتسجيل ابرز الملاحظات والمؤشرات عن الظاهرة موضوع البحث بهدف عكسها وصياغتها في أسئلة الاستمارة.

2. تساؤلات البحث

يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل التالي :

ماد واقع تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وانعكاساتها الاجتماعية؟ و ينبثق من هذا التساؤل الرئيسي تساؤلات عدة وهي :

1. ما مدي مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة؟
2. ما أكثر للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة التي تقض لعينة الدراسة مشاهدتها؟
3. ما أسباب أو دوافع مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة؟
4. هل للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة انعكاسات اجتماعية على المراهقات؟
5. ما التأثيرات التي تحدثها القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة من وجهة نظر عينة الدراسة؟
6. ما الحلول للتقليل من التأثير السلبي للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة من وجهة نظر عينة الدراسة؟

3. فرضيات البحث

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وبين الانعكاسات الاجتماعية لتلك القنوات عليهم.

الفرضية الثانية : توجد علاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة و تبني المراهقات للقيم السلبية الواردة في مضمون هذه القنوات.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وبين دوافعهم للتعرض لها.

4. أهمية البحث

تكمن أهمية هذا البحث في كونه يعالج مشكلة رئيسية تواجهها الأسرة العراقية التي لديها مراهقات وتتمثل في البث الفضائي التلفزيوني الذي يمر عبر الأقمار

الصناعية، إذ إن هذه الأسرة لم تنتهياً لاستقبال مثل هذا النوع من القنوات الغنائية المتخصصة، كما تتمثل أهمية البحث في دراسة التأثيرات الخطيرة التي تحدثها هذه القنوات التي تعمل لها انعكاسات اجتماعية تساهم في غرس عادات وتقاليد وقيم ومعتقدات لا تتلاءم مع الواقع الحقيقي الموجود في المجتمع نتيجة تعرض المراهقات لها، وأياً ما كانت اتجاهات الباحثين نحو القنوات الفضائية الغنائية سلبيًا وإيجابيًا فإن الذبوع الكبير لهذه القنوات وتأثيرها في الثقافة الجماهيرية هو دافع كاف لأخذ هذه الظاهرة الإعلامية بشكل جاد. فقد يسهم البحث الحالي في عملية التوجيه والإرشاد نحو بناء مجتمع سليم لم يفقد إرثه الثقافي وقيمته الاجتماعية والأخلاقية والدينية، نتيجة لهذه الموجة الكاسرة التي تتسبب في انهيار المجتمع.

5. أهداف البحث

يتمثل هدف الدراسة الرئيسي في " التعرف على العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي لبرامج المسابقات الغنائية بالقنوات الفضائية وبين سماتهم الشخصية " وينبثق من هذا الهدف مجموعة أهداف وهي :-

- التعرف على أكثر القنوات الفضائية العربية الغنائية التي يفضلها المراهقات.
- التعرف على القيم التي تركز عليها القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة.
- الوصول الى مؤشرات علمية تحدد الدور الذي تلعبه القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة في اشاعة القيم السلبية بين المراهقات .
- معرفة دوافع تعرض المراهقات للقنوات الفضائية الغنائية .
- معرفة مدى تأثير المراهقات بما يعرض بالقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة
- معرفة الانعكاسات الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة على المراهقات.

1. منهج البحث:

تعد هذا الدراسة من الدراسات الوصفية وفعالدراساتالاعلاميةتستخدمالدراساتالوصفيةلأهدافا لوصفالمجردوالمقارنللأشخاصوصفالحاجاتوالتفضيلوالدوافعواستخداماتالوسائلالمختلفة للإعلامتفسيرالعلاقةالمتبادلةبينكلهذهالعناصربعضهاببعضفيشكلعلاقاتفرضيةتستطيعاختبارها(1)

ويعتمد هذا البحث علمنهج المسح بشقة الميدانيلمسح عينة من المراهقاتو التعرف على تعريضهم للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصةوالانعكاسات الاجتماعية لتلك القنوات على المراهقاتو التعرف على التأثيرات التي تحدثها هذا المشاهدة على المراهقات.

2. حدود ومجالات البحث

يتخذ البحث مجالات عدة إذ تمثل المجال المكاني للبحث في القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة بينما تمثل المجال الزمني للبحث بالمدة الزمنية من بداية شهر ابريل إلى نهاية شهر مايو 2020 ، وتمثل المجال البشري للبحث على عينة من المراهقات في المجتمع العراقي.

3. إجراءات البحث

اتخذ البحث خطوات وإجراءات عدة للوصول إلى النتائج يمكن إجمالها على وفق الآتي:

- **مجتمع البحث:** يتمثل مجتمع البحث المراهقات في مدينة بغداد والذي يقدر تعداده حسب بيانات وإحصاءات ومعلومات (الجهاز المركزي للإحصاء / وزارة التخطيط) والذي بلغت ما يقارب 4.665.300 مليون نسمة حسب تقديرات عام 2020.
- **عينة البحث :** تم اختيار عينة عشوائية طبقية نسبية (عنقودية) مساحية وفق بيانات وإحصائيات مأخوذة من وزارة التخطيط(الجهاز المركزي للإحصاء) مأخوذة وفق معيار(اسم المحافظة، الناحية، المحلة ، الزقاق) وبلغ حجم العينة 351 مفردة من الإناث.
- **أدوات البحث:** اعتمد الباحث في سياق جمع المعلومات عن الظاهرة التي استهدفها البحث عن جملة من الأدوات يمكن إجمالها على وفق الآتي:

أولاً: المقابلة: اعتمد الباحث المقابلة العلمية بهدف توضيح وتفسير بعض الأسئلة للمبحوثات وشرح بعض الإشكاليات التي تعترض عملية ملء الاستمارة لدي المبحوثات.

ثانياً: الاستمارة: سعي البحث إلى الكشف عن دوافع تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة بهدف الوصول الى ابرز النتائج في ذلك عن طريق بناء استمارة تستهدف اغلب المؤشرات والملاحظات التي توصل اليها من الملاحظة العلمية فضلا عن الاستمارة الاستطلاعية الأولية التي وزعها الباحث التي تضمنت (6) أسئلة مفتوحة للتعرف على ابرز المؤشرات والأفكار عن موضوع البحث. وقد تضمنت الاستمارة النهائية (21) سؤلاً بصيغة الأسئلة المغلقة جري معالجتها احصائيا وفق النظام الإحصائي المتقدم spss، تكونت من محورين: المحور

الأول تمثل بالخصائص الديموغرافية للمبحوثات أما المحور الآخر فقد تمثل بالأسئلة الرئيسية للبحث التي تضمنت محاور عدة المتمثلة ب(مدي تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة، الأماكن التي تفضل المبحوثات التعرض فيها للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة، نوعية الانعكاسات الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة واختبار فروض البحث).

4. الصدق والثبات

اعتمد الباحث على الصدق الظاهري وهو يعبر عن مدي اتفاق المحكمين الخبراء* على أن المقياس أو الأداة التي يقيس بها الباحث تكون صالحة لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله تلك الأداة لتحقيق أهداف البحث وقد تم عرض الاستمارة على خمسة خبراء في مجال الاختصاص للحكم على صلاحيتها ، إذ أشار المحكمون الذين جرى عليهم عرض الاستمارة إلى صلاحيتها للتطبيق وإنها تقيس بالفعل ما يود الباحث قياسه ، عبر إبداء عدد من الملاحظات والآراء المنهجية ، وكانت نسبة الاتفاق بشأن تلك الاستمارة (96.88%) وهي نسبة جيدة جداً من الاتفاق.

أما احتساب الثبات فقد استعان الباحث بطريقة التجزئة النصفية للتأكد من وجود درجة عالية من الاتساق الداخلي بهدف الوصول إلى مسألة الاتفاق في النتائج . وتقوم فكرة التجزئة النصفية على أساس قسمة فقرات المقياس إلى نصفين متجانسين ولغرض حساب الثبات على وفق هذه الطريقة تم استخدام جميع استمارات أفراد العينة البالغ عددها (351) للذين يتعرضون للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وتم تقسيم فقرات المقياس البالغ عددها(15) فقرة إلى نصفين الأول يضم الفقرات الفردية والثاني يضم الفقرات الزوجية ، وتم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين درجات النصفين فبلغ(0.79) وباستخدام معادلة(سبيرمان براون) التصحيحية بلغ معامل الثبات بهذه الطريقة(0.84) وهو معامل ثبات عالي يتسم بالاستقرار.

7- الدراسات السابقة:

- **إبراهيم سليمان المصري(2019)⁽²⁾: اعتماد الشباب على القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية دراسة ميدانية على طلبة الجامعات الفلسطينية في إطار نظرية الاعتماد** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اعتماد الشباب على القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية، وتكون

* المحكمون حسب درجاتهم العلمية وتخصصاتهم:

- أ.م.د شريف سعيد حيد/ قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية / كلية الإعلام/ جامعة بغداد.
- أ.د. عبد النبي خزل / قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية / كلية الإعلام/ جامعة بغداد.
- أ.م.د. حسين علي نور/ قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية / كلية الإعلام/ جامعة بغداد.
- أ.م.د. عباس علي شلال/ قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية / كلية الإعلام/ جامعة بغداد.
- أ.م.د. هادي عبد الله/ قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية / كلية الإعلام/ جامعة بغداد.

مجتمع الدراسة من طلبة جامعة الخليل وجامعة فلسطين الأهلية، وعينة الدراسة الكلية (300) طالب وطالبة، تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية البسيطة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها

1- أن النسبة الأعلى من الشباب يشاهدون القنوات الفضائية باستمرار، وحظيت على المرتبة الأولى في المشاهدة قناة (MBC4) والمرتبة الثانية (MBC ACTION) والمرتبة الثالثة (MELODY AFLAM)، والمرتبة الرابعة (MBC2)، والمرتبة الخامسة (ZEE AFLAM)، 2- وحرص الشباب متابعة هذه القنوات في ساعات الليل أكثر من الأوقات الأخرى، والمتتبع لهذه القنوات بشكل عام وساعات المساء بشكل خاص يجد بأنها تعرض المسلسلات التركية، والتي حظيت بمتابعة وحضور واسع في الشارع الفلسطيني، هذا يدل بأن القيم الاجتماعية التي يكتسبها الشباب في حياته العامة وأسرار نموهم العاطفي والاجتماعي خاصة نابعة من مشاهدة مثل تلك المسلسلات.

• **عبد العزيز موسى ، بشارة محمد (2019) (3) :** هدفت الدراسة إلى التعرف على معدل مشاهدة القنوات الفضائية الغنائية العربية، ومعرفة دوافع عرض الصورة المثيرة للغرائز في القنوات الفضائية الغنائية بالإضافة إلى التعرف على نماذج القنوات الفضائية الغنائية العربية ودراسة واقعها. واستهدفت الدراسة المسحية عينة عشوائية شملت طلاب وطالبات كليات الهندسة والعلوم والآداب بمجمع حورطفت دامعة كردفان(السودان) تم توزيع الاستمارات على الطلاب والطالبات الذين يشاهدون القنوات الفضائية الغنائية العربية وبلغ حجم العينة (180) مفردة يمثلون مجتمع الدراسة ، موزعة بالتساوي على عدد الطلاب والطالبات في الكليات الثلاث من حيث المتغيرات وهي الجنس والعمر والكلية أو التخصص العلمي.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها:

1- يتعرض أكثر من نصف عينة البحث للقنوات الغنائية الفضائية العربية بشكل دائم، ويشاهد أغلب المبحوثات القنوات الغنائية الفضائية من ساعتين لأقل من 3 ساعات يومياً، إن ارتفاع معدل ساعات المشاهدة قد يترك ظلاله على سلوك المشاهد ولاسيما الشباب لتصبح الكثير من المشاهد جزء من شخصيتهم وسلوكهم اليومي.

2- اتفق الذكور والإناث على محاكاة ما يعرض في هذه القنوات، ولا تختلف درجة محاكاة الشباب لما يعرض في هذه القنوات من حيث التخصص سواء علمي أو إنساني.

3- لا توجد فروق معنوية من حيث النوع ومدى الموافقة على فرض الرقابة على القنوات الغنائية.

4- تشير نتائج الدراسة المسحية إلى أن القنوات الفضائية الغنائية العربية تسهم في إشاعة العديد من السلوكيات والقيم السلبية ومنها؛ تبني الكلمات والألفاظ والحركات الراقصة، وتقليد الموضة، الميوعة وإشاعة التبرج الخ حيث أحرزت على نسب وتكرارات عالية.

• **انجي حلمي محمود(2017)⁽⁴⁾**:تهدف الدراسة التعرف على حجم تعرض الشباب الجامعي لبرامج المسابقات الغنائية بالقنوات الفضائية، وتحديد دوافع مشاهدة الشباب الجامعي (التعويديّة –النفعية) لبرامج المسابقات الغنائية بالقنوات الفضائية، والتعرف على تأثير التعرض لبرامج المسابقات الغنائية في القنوات الفضائية وحدث تغيير في السمات الشخصية لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة، دراسة تأثير بعض المتغيرات الديموجرافية لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة. العينة: تكونت عينة الدراسة من 400 مفردة من الشباب بجامعة المنصورة لتكون ممثلة للكليات الحكومية، ومعهد مصر العالي ومعهد النيل العالي للهندسة والتكنولوجيا بالمنصورة ممثلين للكليات الخاصة. الأدوات: تم استخدام صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع بيانات الدراسة، ولقد تم إعدادها بحيث تغطي أهداف الدراسة وتحاول قياس فروضها. المنهج: استخدمت الدراسة منهج المسح بشقة الميداني لمسح عينة من الشباب الجامعي والتعرف على العلاقة بين تعرضه لبرامج المسابقات الغنائية في القنوات الفضائية ومستوى الاغتراب لديه والتعرف على التأثيرات التي تحدثها هذه المشاهدة في سماتهم الشخصية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

1- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة المبحوثات لبرامج المسابقات الغنائية بالقنوات الفضائية ومستوى الاغتراب لديهم، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات على أبعاد مقياس السمات الشخصية وفقاً لاختلاف مستويات كثافة مشاهدة برامج المسابقات الغنائية بالقنوات الفضائية (كثيف –متوسط –منخفض).

2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات في دوافع المشاهدة (التعويديّة –النفعية) لبرامج المسابقات الغنائية بالقنوات الفضائية وفقاً لاختلاف مستويات الاغتراب لديهم (منخفض –متوسط –مرتفع).

3- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة المبحوثات (التعويديّة –النفعية) وفقاً لاختلاف مستويات كثافة مشاهدة برامج المسابقات الغنائية بالقنوات الفضائية (كثيف –متوسط –منخفض).

- **نورا مسعود (2016)⁽⁵⁾**: هدف البحث إلى رصد دوافع تعرض الأطفال الموهوبين لقنوات الأطفال الغنائية والإشباع المتحققة لهم. واستخدم البحث منهج المسح الإعلامي. وتكونت مجموعة البحث من 180 طفل من الأطفال الموهوبين. وتمثلت أدوات البحث في استبيان جمع المعلومات والبيانات.

وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج منها :

- 1- أن جميع الأطفال الموهوبين بعينة البحث يشاهدون قنوات الأطفال الغنائية، فقد جاءت أحياناً في الترتيب الأول بنسبة 51.2%، ثم دائماً في الترتيب الثاني بنسبة 48.8% من إجمالي عينة البحث.
- 2- أن معدل تعرض الأطفال الموهوبين لقنوات الأطفال الغنائية كالتالي: في الترتيب الأول من ساعة إلى ساعتين بنسبة 56.1%، يليها في الترتيب الثاني أقل من ساعة بنسبة 27.3%، ثم في الترتيب الثالث من ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة 12.8%، يليها في الترتيب الرابع ثلاث ساعات فأكثر بنسبة 3.8% من إجمالي عينة البحث.
- 3- أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباط طردية دالة إحصائياً بين دوافع تعرض الأطفال الموهوبين لقنوات الأطفال الغنائية والإشباع المتحققة لهم.

- **بشرى داود سبع السنجري (2013)⁽⁶⁾**: ترمي هذه الدراسة الى توضيح دور القنوات الفضائية الغنائية العراقية في اشاعة القيم السلبية بين الشباب الجامعي ،ومدى ميل هذه الشريحة الى محاكاة السلوكيات الهابطة والمفاهيم الزائفة الغربية عن مجتمعنا والتي تعرض من خلال شاشات هذه القنوات ،متبعة منهج المسحي لدراسة الجمهور بالاعتماد على الاستبانة كأداة للبحث والتي وزعت على عينة من الطلبة والطالبات جامعة بغداد المسجلين في الجامعة للعام الدراسي 2011-2012 وبلغ حجم العينة 200 مفردة .

وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج منها :

- 1- يتعرض اكثر من نصف عينة البحث للقنوات الغنائية الفضائية العراقية بشكل دائم ، ويشاهد اغلب المبحوثات القنوات الغنائية الفضائية من ساعتين لأقل من 3 ساعات يوميا ، ان ارتفاع معدل ساعات المشاهدة الذي قد يترك ضلاله على سلوك المشاهد ولا سيما الشباب لتصبح الكثير من المشاهد جزء من شخصيتهم وسلوكهم اليومي .
- 2- اتفق الذكور والاناث على محاكاة ما يعرض في هذه القنوات ، ولا تختلف درجة محاكاة الشباب لما يعرض في هذه القنوات من حيث التخصص سواء علمي او انساني .

3- لا توجد فروق معنوية من حيث النوع ومدى موافقة المبحوثات على فرض الرقابة على القنوات الغنائية

4- تشير نتائج الدراسة الميدانية الى ان القنوات الفضائية الغنائية العراقية تسهم في اشاعة العديد من السلوكيات والقيم السلبية ومنها ،تبني الكلمات والالفاظ والحركات الراقصة ، تقليد الموضة ، الميوعة واشاعة التبرجالخ حيث احرزت على نسب وتكرارات عالية .

8- نظريات البحث:

استعان البحث الراهن بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ركزت نظرية الاعتماد على أن العلاقة التي تربط وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، إذ أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها نظام فرعي من أجل فهم وإدراك نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه أفراد الجمهور، أي أن وسائل الإعلام هنا تمثل مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في الحصول على المعلومات عن الأحداث من حوله وبخاصة في حالات اللااستقرار والتحولات والصراعات داخل البنية الاجتماعية التي تفرض على أفراد الجمهور زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي، هذا دون إغفال أن نشاط وسائل الإعلام لا يتم من جهة أخرى دون اعتمادها على المصادر المتناثرة داخل عناصر مكونات البناء الاجتماعي من هيئات ومؤسسات وبنى جزئية أو فرعية مشكلة للبناء الاجتماعي بصفة عامة⁽¹⁸⁾، ففيما يخص علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي فيرى دي فلور أنها علاقة اعتماد متبادل فهو لا يمكنه الاستغناء عنها من أجل نشر مبادئه وقيمه والترويج لها، ولا هي باستطاعتها الاستغناء عنه لدعم مشاريعها، وهو ما أكده هلبيرت شيلر الذي رأى أن العلاقة التي تربط المؤسسات الإعلامية بالنظام السياسي هي علاقة قائمة على رؤية هذا النظام لها بوصفها وسيلة وأداة منافسة لترويج أفكاره ومبادئه قصد بسط سيطرته على ثقافة وحياة المجتمع برمته كما هو الحال في المجتمعات ذات النظام الرأسمالي.

وفيما يتعلق بعلاقتها بالنظام الاقتصادي فهي علاقة لا تقل عما سبق ذكره في الجانب السياسي إذ تعتبر وسائل الإعلام أدوات مهمة لتحقيق الأهداف المادية للنظام الاقتصادي عبر أساليب الإعلان والإشهار أما فيما يخص طبيعة العلاقة بين المؤسسة الإعلامية والجمهور فهي علاقة وثيقة ومتينة فالجمهور ليس بمقدوره الاستغناء عنها لمعرفة شؤون حياته اليومية وهي الأخيرة سيظل نشاطها دون معنى في غياب اهتمام هذا الجمهور⁽¹⁹⁾.

3 - فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام⁽²⁰⁾:

- أ- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة والخبرات الخاصة بالجمهور.
- ب- نظام ونشاط وسائل الإعلام جزء أو صورة مجزأة للنسق الاجتماعي للمجتمع.
- ج- استخدام وسائل الإعلام وتأثيرها لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي ينتمي إليه الجمهور ووسائل الإعلام.
- د- حالات اللااستقرار والأزمات التي تحدث في النظام الاجتماعي تزيد من حاجة الجمهور للمعلومات وبالتالي تزيد من اعتماده على وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجة.
- هـ- اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يزداد كلما كان النظام الإعلامي قادراً على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي والجمهور.
- و- يختلف أعضاء الجمهور في اعتمادهم على وسائل الإعلام بين الصفوة التي تعتمد على مصادر خاصة كالبرقيات أو شريط وكالات الأنباء والتي ليست متاحة لكل الجمهور.

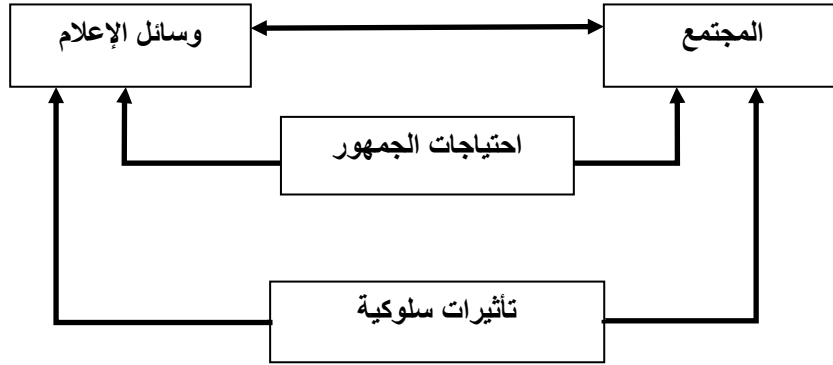
4 - تصنيف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: تصنف هذه النظرية ضمن النظريات المتكاملة لعدة أسباب نوجزها بالقول:

- أ- تضمينها لعدد من عناصر علم الاجتماع ومفاهيم علم النفس.
- ب- تفسيرها للعلاقات السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع (العلاقة بين النظم الاجتماعية والنظام الإعلامي).
- ج- جمعها وضمها للعناصر الرئيسية لنظرية الاستخدامات والإشباع وكذا نظريات التأثير التقليدية الأخرى.
- د- حاولت تقديم نظرة فلسفية تجمع بين الاهتمام بمضمون الرسائل والتأثير الذي يحدث للجمهور نتيجة التعرض لهذا المضمون⁽²¹⁾.

5 - النموذج الأول لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام عام 1976⁽²²⁾:

قدم دي فلور وساندرا روكيتش نموذج الاعتماد الأول سنة 1976 إذ عرضا نموذجهما لتوضيح العلاقة بين العناصر الرئيسية للنظرية (المجتمع- وسائل الإعلام- الجمهور) بشكل متداخل حيث تختلف هذه العلاقة من مجتمع لآخر إذ أن طبيعة الأنظمة الاجتماعية والإعلامية تختلف من بيئة لأخرى وإن نشاط وسائل الإعلام ونشاطها يختلف من مجتمع لآخر زيادة على أن اهتمامات وحاجات الجمهور.

6 - النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام المطور 1982⁽²³⁾:



يوضح هذا النموذج التداخل الكبير بين عناصر النظرية إذ يقدم مجموعة معقدة من المتغيرات التي تؤدي إلى تأثير وسائل الإعلام التي تظهر نتيجة الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى ونوجز هذا النموذج في النقاط التالية:

- 1- ينشأ تدفق المعلومات داخل البناء الاجتماعي باعتبار المجتمع نظام تحكمه البنائية الوظيفية الذي يحدث فيه علاقات الاعتماد بين النظم الاجتماعية ووسائل الإعلام والجمهور المعني بالأحداث، هذا طبعا يتساير مع طبيعة كل مجتمع بحكم أن كل نظام اجتماعي يختلف عن الآخر في البنى الثقافية ومعاييرها.
- 2- تأثر معايير وقوانين البناء الاجتماعي على طبيعة نشاط وسائل الإعلام وأهدافها وتنظيمها ودرجة مركزيتها في التحكم في سيرورة المعلومات وعلاقتها بالأنظمة الاجتماعية من جهة والجمهور من جهة أخرى⁽²⁴⁾
- 3- تركيز وسائل الإعلام في نشاطها على المسائل والأحداث التي ترى بأهميتها للنظام الاجتماعي والجمهور معا.
- 4- يعتبر الجمهور العنصر المهم في علاقة التبادل بين النظام الاجتماعي ونشاط وسائل الإعلام لأنه المعني بالتأثير وسواء من أجل تحقيق الاستقرار والتوازن داخل البناء الاجتماعي أو تكملة بناء واقعه
- 5- في حالات فهم وإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي وطبيعة أنظمتها يكون دور وسائل الإعلام ثانوي دون تأثير، أما في حالة البناء أو الاستقرار تزداد احتياجات الجمهور لوسائل الإعلام لفهم البناء الاجتماعي ومحاولة دفعه للاستقرار (زيادة التأثير على السلوكيات والاجتهادات ...)

6- وسائل الإعلام تبث المعلومات للتأثير في الأفراد ، لكن في بعض الحالات تتدفق المعلومات أيضا من الأفراد لكي تؤثر في وسائل الإعلام وفي المجتمع ككل كالاكتراض الجماهيري الذي يزيد من مستوى الصراع في المجتمع أو الذي يؤدي إلى تكوين جماعات اجتماعية جديدة (تغيير طبيعة العلاقات بين النظم الاجتماعية)⁽²⁵⁾

7- النموذج الإدراكي لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام 1989 (26):

يرى أصحاب النموذج أن هناك اعتمادا متبادلا بين الإعلام الجماهيري والنظام الاجتماعي الذي ينشأ فيه كما أن الجمهور يختار وفق آلية التعرض الانتقائي بين وسائل الإعلام والمصادر الأخرى ما يلبي حاجاته ويشبعها ، سواء كانت حاجات معرفية إدراكية (الاتجاهات ، المعتقدات ، القيم ، ترتيب الأولويات) أو الحاجات العاطفية الوجدانية التي تساهم في استقرار ادوار الفرد في المجتمع.

*نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تتداخل مع نظرية الاستخدامات ، نظرية الخبرة ، نظرية ترتيب الأولويات (شرح التقاطعات بين النظرية وبقية النظريات من خلال الفرضيات).

8- الانتقادات التي وجهت لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (27) :

1- مبالغة ومغالاة النظرية في درجة اعتماد وسائل الإعلام أثناء نشاطها على مكونات النظام الاجتماعي وذلك أن وسائل الإعلام غالبا ما تكون محايدة ، حيث أنها مصدر غير سياسي وغير اقتصادي بل هي وسيط محايد وليست هي النظام السياسي أو الاقتصاد يفي حد ذاته

2- جزم النظرية المسبق بتأثر الجماهير بمضامين وسائل الإعلام وإهمالها للقدرة الانتقائية للأفراد وتأثرهم بوسائط اجتماعية أخرى كالأصدقاء والجماعات المرجعية وغيرها

3- أنصار هذه النظرية عرفوا الاعتماد على انه التعرض في حين أن الاعتماد غير التعرض ، فالفرد قد يتعرض إلى مضامين وسائل الإعلام المختلفة لكنه لا يعتمد عليها في حصوله على المعلومات بل يعتمد على مصادر إعلامية أخرى داخل النظام الاجتماعي كالمؤسسات أو أفراد مقربين أو أصحاب قرار ومواقع معينة داخل النظم الاجتماعية.

9- الجانب أو الدراسة الميدانية

جدول (1) يوضح السمات الشخصية

النوع	السمات الشخصية	
	ك	%
العينة حسب متغير المستويات العمرية	إناث	100.0
	من(11-14) عاما	25.6
	من(15-17) عاما	31.1
	من(18-21) عاما	23.4
	من (22-25) عاما	19.9
العينة حسب متغير التحصيل الدراسي أو التعليمي	شهادة الإعدادية	24.8
	شهادة البكالوريوس	15.7
	شهادة الدبلوم(معهد)	8.8
	شهادة متوسطة	15.1
	شهادة ابتدائية	12.5
	لا يقرأ ولا يكتب	8.8
	يقرأ ويكتب	14.2
المستوى الاقتصادي والاجتماعي	منخفض	27.1
	متوسط	33.3
	مرتفع	39.6
الإجمالي = 351		

1- مدي تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة: بهدف معرفة مدي تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة جري طرح تساؤل(ما مديتعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة) جاءت النتائج بهذا الشأن على وفق الآتي:-

- أكد (169) مبحوثه ونسبتهم(48.1%) من إجابات المبحوثات أنهم دائما مايتعرضون للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة ، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى للمزيد(ينظر جدول 2)

جدول رقم (2) مدي تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	169	48.1
احيانا	93	26.5
نادرا	89	25.4
الإجمالي	351	%100

1- عدد ساعات تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة:

يهدف معرفة عدد ساعات تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة جاءت النتائج على وفق الآتي:-

- (4 ساعات فأكثر) بنسبة 28.2% : حدد (99) مبحوثه ونسبتهم (28.2%) هي المدة الزمنية التي تقضيها المبحوثات في التعرض للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي للمزيد (ينظر جدول 3)

جدول رقم(3) عدد ساعات تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	33	9.4
أقل من ساعتين	66	18.8
أقل من 3 ساعات	97	27.6
أقل من 4 ساعات	56	16.0
4 ساعات فأكثر	99	28.2
الإجمالي	351	%100

1- الأوقات المفضلة لدى المبحوثات للتعرض للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة:

يهدف التعرف على الأوقات المفضلة لدى المبحوثات للتعرض للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة جاءت النتائج على وفق الآتي:-

- (ليس لي وقت محدد) بنسبة 35.9% : حدد (126) مبحوثه ونسبتهم (35.9%) هي الأوقات التي يفضل فيها المبحوثات للتعرض للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة ، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي للمزيد (ينظر جدول 4)

جدول رقم(4) الأوقات المفضلة لدى المبحوثات للتعرض للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
في الصباح	86	24.5
في المساء	33	9.4
في السهرة	106	30.2
ليس لي وقت محدد	126	35.9
الإجمالي	351	%100

1- الأيام التي تفضل المبحوثات التعرض فيها للقنوات الفضائية العربية المتخصصة: بهدف معرفة الأيام التي تفضل المبحوثات التعرض فيها للقنوات الفضائية العربية المتخصصة جاءت النتائج على وفق الآتي:-

- (أيام الأسبوع) بنسبة 63.0%: حدد (221) مبحوثة ونسبتهم (63.0%) هي الأيام التي تفضل المبحوثات التعرض فيها للقنوات الفضائية العربية المتخصصة، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي للمزيد(ينظر جدول 5)

جدول رقم(5) الأيام التي تفضل المبحوثات التعرض فيها للقنوات الفضائية العربية المتخصصة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أيام الأسبوع	221	63.0
أيام العطلة	130	37.0
الإجمالي	351	%100

1- الأماكن التي تفضل المبحوثات التعرض فيها للقنوات الفضائية العربية المتخصصة:

بهدف معرفة الأماكن التي تفضل المبحوثات التعرض فيها للقنوات الفضائية العربية المتخصصة جاءت النتائج على وفق الآتي:-

- (المنزل) بنسبة 40.5% : حدد (142) مبحوثة ونسبتهم(40.5%) هي الأماكن التي تفضل المبحوثات التعرض فيها للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي للمزيد(ينظر جدول 6)

جدول رقم(6) الأماكن التي تفضل المبحوثات التعرض فيها للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
المنزل	142	40.5
الأندية	120	34.2
الأماكن العامة	89	25.4
الإجمالي	351	%100

1- نوعية الأفراد الذين تفضل المبحوثات التعرض معهم للقنوات الفضائية العربية المتخصصة:

بههدف معرفة نوعية الأفراد الذين تفضل المبحوثات التعرض معهم للقنوات الفضائية العربية المتخصصة جاءت النتائج على وفق الآتي:-

- (بمفردى) بنسبة 49.0% : حدد (172) مبحوثة ونسبتهم(49.0%) هم نوعية الأفراد الذين تفضل المبحوثات التعرض معهم للقنوات الفضائية العربية المتخصصة ، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي للمزيد(ينظر جدول 7)

جدول رقم(7) نوعية الأفراد الذين تفضل المبحوثات التعرض معهم للقنوات الفضائية العربية المتخصصة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
بمفردى	172	49.0
مع الأهل	93	26.5
مع الأصدقاء	58	16.5
الإجمالي	351	%100

1- حتمية وجود القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة بحياة المبحوثات:

بههدف معرفة حتمية وجود القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة بحياة المبحوثات جاءت النتائج على وفق الآتي:-

- (حتمية) بنسبة 68.1% : حدد (239) مبحوثة ونسبتهم(68.1%) هي حتمية وجود القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة بحياة المبحوثات ، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات

الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي
للمزيد (ينظر جدول 8).

جدول رقم (8) حتمية وجود القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة بحياة المبحوثات

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
حتمية	239	68.1
غير حتمية	112	31.9
الإجمالي	351	%100

1- أكثر القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة التي تفضل المبحوثات التعرض لها:

في هذا السياق جرى طرح تساؤل (ما أكثر القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة التي تفضل المبحوثات التعرض لها ؟) ، جاءت النتائج على وفق الآتي:

- Mazikaa بنسبة (24.5%) : حدد (86) مبحوثا ونسبتهم (24.5%) أن Mazikaa كانت أكثر القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة التي تفضل المبحوثات التعرض لها وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب وكما في الجدول أدناه ، للمزيد (ينظر جدول 9)

جدول رقم (9) أكثر القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة التي تفضل المبحوثات التعرض لها

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
Mazikaa	86	24.5
Free tv	41	11.7
اغانينا	77	21.9
عنوة	44	12.5
شعبيات	40	11.4
mcp	63	17.9
الإجمالي	351	%100

1- دوافع تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة:

في هذا السياق جرى طرح تساؤل (ما دوافع تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة؟) ، جاءت النتائج على وفق الآتي:

- هوس المراهقات في متابعة كل جديد بنسبة (85.5%) : حدد (300) مبحوثا ونسبتهم (85.5%) أنهوس المراهقات في متابعة كل جديد كانت أهم دوافع تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة، وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب وكما في الجدول أدناه ، للمزيد (ينظر جدول 10)

جدول رقم(10) دوافع تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة (ن=351)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
التسلية وتمضية الوقت	120	34.2
تعرفني على الأغاني الجديدة	135	38.5
يعجبنى المعنى أو الأغنية	151	43.0
هوس المراهقات في متابعة كل جديد	300	85.5
تجاوز ضغوط الحياة اليومية	255	72.6
تزيد من ثقافتى الفنية	130	37.0
التعرف على المواضة	271	77.2
الهروب من الوحدة	250	71.2

1- أكثر الأشياء التي تفضل المبحوثات تقليدها من خلال الأغاني المعروضة بالقنوات الغنائية:

بههدف معرفة أكثر الأشياء التي تفضل المبحوثات تقليدها من خلال الأغاني المعروضة بالقنوات الغنائية جاءت النتائج على وفق الآتي:-

- (الملابس والمواضة) بنسبة 44.2%: أكدت (158) مبحوثه ونسبتهم (44.2%) أن الملابس والمواضة هي أكثر الأشياء التي تفضل المبحوثات تقليدها من خلال الأغاني المعروضة بالقنوات الغنائية، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي للمزيد (ينظر جدول 11).

جدول رقم (11) أكثر الأشياء التي تفضل المبحوثات تقليدها من خلال الأغاني المعروضة بالقنوات الغنائية

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
الملابس والموضة	155	44.2
المكياج وتسريحة الشعر	138	39.3
لا أرغب في التقليد	58	16.5
الإجمالي	351	%100

1- رغبة المبحوثات في تطبيق رقابة القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة:

يهدف معرفة رغبة المبحوثات في تطبيق رقابة القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة جاءت النتائج على وفق الآتي:-

- (نعم) بنسبة 71.2%: أكدت (250) مبحوثة ونسبتهم (71.2%) أن هناك رغبة من المبحوثات في تطبيق رقابة القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي للمزيد (ينظر جدول 12).

جدول رقم (12) رغبة المبحوثات في تطبيق رقابة القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	250	71.2
لا	101	28.8
الإجمالي	351	%100

- 1- **نوع الرقابة التي تطالب بها المبحوثات على القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة:** في هذا الجانب جرى طرح تساؤل (حددينوع الرقابة التي تطالب بها المبحوثات على القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة؟) وفق مجموعه من الاختيارات مع إمكانية اختيار أكثر من اختيار جاءت النتائج على وفق الآتي:

- (على الرقص والحركات): تصدر على الرقص والحركات المرتبة الأولى من إجابات المبحوثات اذا أشار (340) مبحوثة ونسبتهم (96.9%) أنهم يرغب في فرض رقابه على الرقص والحركات ، في حين أكد (309) مبحوثة ونسبتهم (88.0%) أننوع الرقابة المطلوبة هي على خدمة الرسائل

القصيرة، ، وجاءت باقي أنواع الرقابة وفق تكرارات الإجابات ونسبها وكما في جدول أدناه.
للمزيد ينظر جدول(13).

جدول رقم(13) نوع الرقابة التي تطالب بها المبحوثات على القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة (ن=351)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
رقابة على كلمات الأغاني	300	85.5
على تصوير اللقطات المقربة	290	82.6
على الرقص والحركات	340	96.9
الأفكار الواردة في الأغاني	301	85.8
على ملابس المغنيين	286	81.5
على خدمة الرسائل القصيرة	309	88.0

1- وجود انعكاسات اجتماعية للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة على المبحوثات:

بهدف معرفة وجود انعكاسات اجتماعية للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة على المبحوثات جاءت النتائج على وفق الآتي:-

- (نعم) بنسبة 68.7%: أكدت (241) مبحوثه ونسبتهم (68.7%) أن هناك انعكاسات اجتماعية للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة على المبحوثات ، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي للمزيد (ينظر جدول 14).

جدول رقم(14) وجود انعكاسات اجتماعية للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة على المبحوثات

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	241	68.7
لا	110	31.3
الإجمالي	351	%100

1- نوعية الانعكاسات الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة:

يهدف معرفة نوعية الانعكاسات الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة جاءت النتائج على وفق الآتي:-

- (العزلة الاجتماعية) بنسبة 46.3%: أكدت (162) مبحوثة ونسبتهم (46.2%) أن العزلة الاجتماعية أهم الانعكاسات الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة على المبحوثات، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي للمزيد ينظر جدول (15).

جدول رقم (15) نوعية الانعكاسات الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة

النسبة المئوية	التكرار	
46.2	162	العزلة الاجتماعية
42.7	150	الشعور بالعجز
11.1	39	انعدام المعايير
%100	351	الإجمالي

1- درجات تأثير القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة على المراهقات: في هذا

الجانب جرى طرح تساؤل (مادرات تأثير القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة على المبحوثات؟) وفق مجموعه من الاختيارات مع إمكانية اختيار أكثر من اختيار جاءت النتائج على وفق الآتي:

- (إشاعة التبرج عند الفتيات): تصدر إشاعة التبرج عند الفتيات المرتبة الأولى من إجابات المبحوثات إذا أشار (289) مبحوثة ونسبتهم (82.3%) أن هناك تأثير للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة تمثل في إشاعة التبرج عند الفتيات، في حين أكد (208) مبحوثة ونسبتهم (59.3%) أن درجات تأثير القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة تمثل في التعود على مشاهدة مشاهد العري والخلاعة، وجاءت باقي درجات الرقابة وفق تكرارات الإجابات ونسبها. للمزيد ينظر جدول (16).

جدول رقم (16) درجات تأثير القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة على المبحوثات (ن=351)

النسبة المئوية	التكرار	المتغيرات
53.6	188	القيم
37.0	130	تبنى الكلمات والألفاظ والحركات الراقصة
44.4	156	مصادقة الجنس الأخر
82.3	289	إشاعة التبرج عند الفتيات
59.3	208	التعود على مشاهدة مشاهد العري والخلاعة

1- سبب التخوف الذي يلحق الآباء جراء كثرة تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة: في هذا الجانب جرى طرح تساؤل (ماسبب التخوف الذي يلحق الآباء جراء كثرة تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة؟) وجاءت النتائج على وفق الآتي:

- (التقليد الأعمى): تصدر التقليد الأعمى المرتبة الأولى من إجابات المبحوثات اذا أشار (351) مبحوثه ونسبتهم (32.8%) أن التقليد الأعمى أبرز سبب التخوف الذي يلحق الآباء جراء كثرة تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة، وجاءت باقي الاسباب وفق تكرارات الإجابات ونسبها. للمزيد ينظر جدول(17).

جدول رقم(17) سبب التخوف الذي يلحق الآباء جراء كثرة تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
إهمال الدراسة	66	18.8
العزلة	87	24.8
الإدمان	83	23.6
التقليد الأعمى	115	32.8
الإجمالي	351	%100

1- الأنماط الاتصالية الموجودة لدى المراهقات في ظل التعرض للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة:

بههدف معرفة الأنماط الاتصالية الموجودة لدى المراهقات في ظل التعرض للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة جاءت النتائج على وفق الآتي:-

- (ضعيفة) بنسبة 39.0%: أكدت (137) مبحوثه ونسبتهم (39.0%) أن الأنماط الاتصالية الموجودة لدى المراهقات في ظل التعرض للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة ضعيفة، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي للمزيد (ينظر جدول 18).

جدول رقم(18) الأنماط الاتصالية الموجودة لدى المراهقات في ظل التعرض للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
جيدة	133	37.9
عادية	81	23.1
ضعيفة	137	39.0
الإجمالي	351	%100

1- **مدى مساهمة تعرض المراهقات للقنوات الفضائية الغنائية في تقليل ثقافة الحوار لديهم:** يهدف مدى مساهمة تعرض المراهقات للقنوات الفضائية الغنائية في تقليل ثقافة الحوار لديهم جاءت النتائج على وفق الآتي:-

- (نعم) بنسبة 53.3%: أكدت (187) مبحوثة ونسبتهم (53.3%) أن التعرض للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة ، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي للمزيد (ينظر جدول 19).

جدول رقم (19) مدى مساهمة تعرض المراهقات للقنوات الفضائية الغنائية المتخصصة في تقليل ثقافة الحوار لديهم

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	187	53.3
نوعا ما	130	37.0
لا	34	9.7
الإجمالي	351	%100

1- **الحلول المقترحة للتقليل من التأثير السلبي للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة:** في هذا الجانب جرى طرح تساؤل (ماالحلول المقترحة للتقليل من التأثير السلبي للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة؟) وجاءت النتائج على وفق الآتي:

- (التوعية بخطورة هذه القنوات): تصدرالتوعية بخطورة هذه القنواتالمرتبة الأولى من إجابات المبحوثات اذا أشار (90) مبحوثة ونسبتهم (25.6%) أن التوعية بخطورة هذه القنوات أبرزالحلول المقترحة للتقليل من التأثير السلبي للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة، في حين أكد (64) مبحوثة ونسبتهم (18.2%) سن القوانين التي تقوم بمراقبة مضمون هذه القنوات، وجاءت باقي الاسباب وفق تكرارات الإجابات ونسبها .للمزيد ينظر جدول(20).

جدول رقم(20) الحلول المقترحة للتقليل من التأثير السلبي للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
التقليل من نسبة القنوات الغنائية	43	12.3
التوعية بخطورة هذه القنوات	90	25.6
تنمية الوازع الديني لدي المراهقات	59	16.8
سن القوانين التي تقوم بمراقبة مضمون هذه القنوات	64	18.2
وضع خطط إعلامية من قبل مؤسسات المجتمع المدني	49	14.0
إلغاء هذه النوعية من القنوات	46	13.1
الإجمالي	351	%100

1- أبعاد الاغتراب التي قد تتسبب بها تعرض المبحوثات للقنوتات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة: في هذا الجانب جرى طرح تساؤل (مأبعاد الاغتراب التي قد تتسبب بها تعرض المراهقات للقنوتات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة؟) وجاءت النتائج على وفق الآتي:

- (من الصعب أن ألتزم بالعادات والتقاليد الموجودة في المجتمع بعد مشاهدتي لمضمون هذه القنوتات): تصدر أبعاد الاغتراب التي قد تتسبب بها تعرض المراهقات للقنوتات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة إذا أشار (323) مبحوثه بوزن نسبي (72.9%) أن أبعاد الاغتراب التي قد تتسبب بها القنوتات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة هيمن الصعب أن ألتزم بالعادات والتقاليد الموجودة في المجتمع بعد مشاهدتي لمضمون هذه القنوتات، في حين أكد (303) مبحوثه بوزن نسبي (72.4%) أحياناً أحب أن أكون بمفردي أثناء مشاهدة القنوتات الغنائية، كما أوضح (305) مبحوثه بوزن نسبي (71.0%) أن أتجنب حضور اللقاءات والمناسبات الاجتماعية لعدم القدرة على التفاعل الاجتماعي مع الآخرين أبرز أبعاد الاغتراب التي يمكن ان يتسبب بها القنوتات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة. للمزيد ينظر جدول (20).

جدول رقم (21) أبعاد الاغتراب التي قد تتسبب بها تعرض المبحوثات للقنوتات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة

م	المتغيرات	موافق		محايد		معارض		عدد النقاط	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%			
1	مشاهدتي تمثل هذه القنوتات قل من ذهابي الى زيارة اقاربي وجعل صلتني بعائلتي ضعيفة	140	35.0	155	38.8	56	14.0	786	1.97	65.5
2	أتجنب حضور اللقاءات والمناسبات الاجتماعية لعدم القدرة على التفاعل الاجتماعي مع الآخرين	205	51.3	100	25.0	46	11.5	861	2.15	71.8
3	علاقتي بأصدقائي محدودة ولا توجد لدى صداقات كثيرة	120	30.0	140	35.0	91	22.8	731	1.83	60.9
4	أشعر بالوحدة مع وجود الآخرين أثناء مشاهدتي للقنوتات الغنائية	198	49.5	100	25.0	53	13.3	847	2.12	70.6
5	من الصعب أن ألتزم بالعادات والتقاليد الموجودة في المجتمع بعد مشاهدتي لمضمون هذه القنوتات	201	50.3	122	30.5	28	7.0	875	2.19	72.9
6	أسعى لتحقيق أهدافي بأي وسيلة موجودة أمامي حتى أصل لمثل ما أشاهده	55	13.8	150	37.5	195	48.8	660	1.65	55.0
7	أوافق على فكرة الاختلاط بين الجنسين	103	25.8	187	46.8	61	15.3	744	1.86	62.0

60.3	1.81	723	16.3	65	50.0	200	21.5	86	8	أعتقد أنه توجد نظم ثابتة تلزمنا أن نلتزم بها ولا نتخطاها
64.8	1.95	778	15.0	60	38.8	155	34.0	136	9	القيم والعادات الموجودة في القنوات الغنائية تختلف عن القيم والعادات الموجودة في مجتمعنا
47.1	1.41	565	48.8	195	24.5	98	14.5	58	10	ليس لدي القدرة على مواجهة مصاعب الحياة
68.9	2.07	827	13.8	55	29.0	116	45.0	180	11	أجد صعوبة في جسم الأمور التي تواجهني في حياتي اليومية
72.4	2.17	869	12.0	48	22.0	88	53.8	215	12	أحياناً أحب أن أكون بمفردي أثناء مشاهدة القنوات الغنائية

نتائج فروض البحث:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وبين الانعكاسات الاجتماعية لتلك القنوات عليهم.

جدول رقم (22)

يوضح اختبار كا² لدلالة الفروق إحصائية بين تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وبين الانعكاسات الاجتماعية لتلك القنوات عليهم.

مستوى الدلالة	الاتجاه	القوة	معامل الارتباط	كا ²	الانحراف المعياري	المتوسط	المتغير
دالة 0.01	طردي	0.312	0.615	38.614	0.172	1.96	تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة
					0.154	1.72	الانعكاسات الاجتماعية لتلك القنوات عليهم.

تشير نتائج تطبيق اختبار كا² بالجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وبين الانعكاسات الاجتماعية لتلك القنوات عليهم. حيث تشير نتائج تطبيق اختبار كا² بالجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وبين الانعكاسات الاجتماعية لتلك القنوات عليهم، حيث تبين أن قيمة كا² = 38.614، ومعامل ارتباط = 0.615 وقوته = 0.312 والاتجاه طردي والقيمة الدالة 0.01.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الأول بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وبين الانعكاسات الاجتماعية لتلك القنوات عليهم.

الفرضية الثانية : توجد علاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة و تبني المراهقات للقيم السلبية الواردة في مضمون هذه القنوات.

جدول رقم (23)

يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين كثافة مشاهدة القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة و تبني المراهقات للقيم السلبية الواردة في مضمون هذه القنوات.

المتغيرات	معامل الارتباط	الدلالة
كثافة مشاهدة القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة	0.810**	دالة
تبني المراهقات للقيم السلبية الواردة في مضمون هذه القنوات		0.001

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق الى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين كثافة مشاهدة القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة و تبني المراهقات للقيم السلبية الواردة في مضمون هذه القنوات، حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0.810 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوي دلالة 0.001 .

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثاني القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة و تبني المراهقات للقيم السلبية الواردة في مضمون هذه القنوات.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وبين دوافعهم للتعرض لها.

جدول رقم (24)

يوضح اختبار كا² لدلالة الفروق إحصائية بين كثافة تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وبين دوافعهم للتعرض لها.

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	كا ²	معامل الارتباط	القوة	الاتجاه	مستوى الدلالة
كثافة تعرض المراهقات للقنوات الفضائية المتخصصة	1.54	0.197	42.435	0.925	0.628	طردى	دالة 0.01
دوافع التعرض لتلك القنوات	1.33	0.186					

تشير نتائج تطبيق اختبار كا² بالجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية

المتخصصة وبين دوافعهم للتعرض لها. حيث تشير نتائج تطبيق اختبار كا² بالجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وبين دوافعهم للتعرض لها، حيث تبين أن قيمة كا² = 42.435، ومعامل ارتباط = 0.925 وقوته = 0.628 والاتجاه طردي والقيمة الإحصائية عند مستوى دلالة 0.01.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثالث بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المراهقات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وبين دوافعهم للتعرض لها.

النتائج العامة

- 1- أكدت (48.1%) مبحوثه وبالمرتبة الأولى أنهم دائما ما يتعرضون للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة، وبالمرتبة الثانية أحيانا بنسبة (26.5%).
- 2- حددت (28.2%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أنهم يقضون 4 ساعات فأكثر في متابعة القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة، وبالمرتبة الثانية أقل من 3 ساعات بنسبة (27.6%).
- 3- حددت (35.9%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أنهم ليس لهم وقت محدد في متابعة القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة، وبالمرتبة الثانية في السهرة بنسبة (30.2%).
- 4- حددت (63.0%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أنهم يفضلون التعرض للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة في جميع أيام الأسبوع.
- 5- أكدت (40.5%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أنهم يفضلون التعرض للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة في المنزل، وبالمرتبة الثانية الأندية بنسبة (34.2%).
- 6- أوضحت (49.0%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أنهم يتعرضون للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة بمفرده، وبالمرتبة الثانية مع الأهل بنسبة (26.5%) >
- 7- الاتفاق الكبير بين المبحوثات حول حتمية وجود القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وذلك بنسبة (68.1%).
- 8- تصدرت قناة mazzika أكثر القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة التي تفضل المبحوثات التعرض لها بنسبة (24.5%) وفي المرتبة الثانية اغانينا بنسبة (21.9%).

- 9- تصدر هوس المراهقات في متابعة كل جديد دوافع تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة بنسبة (85.5%) ، وفي المرتبة الثانية التعرف على الموضة بنسبة (77.2%).
- 10- أشارت (44.2%) من المبحوثات بالمرتبة الأولى أن الملابس والموضة من أكثر الأشياء التي تفضل المبحوثات تقليدها من خلال الأغاني المعروضة بالقنوات الغنائية، وبالمرتبة الثانية المكياج وتسريحة الشعر بنسبة (39.3%).
- 11- الاتفاق الكبير بين المبحوثات حول رغبهن في تطبيق رقابة القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وذلك بنسبة (71.2%).
- 12- حددت (96.9%) من المبحوثات بالمرتبة الأولى فرض رقابة على كلمات الأغاني كنوع من الرقابة على القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة ، وبالمرتبة الثانية على خدمة الرسائل القصيرة بنسبة (88.0%) ، وبالمرتبة الثالثة الأفكار الواردة بالأغاني بنسبة (85.8%).
- 13- الاتفاق الكبير بين المبحوثات حول وجود انعكاسات اجتماعية للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة على المبحوثات وذلك بنسبة (68.7%).
- 14- أشارت (46.3%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أن العزلة الاجتماعية أكثر أنواع الانعكاسات الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة ، وبالمرتبة الثانية الشغور بالعجز بنسبة (42.7%).
- 15- تصدر إشاعة التبرج عند الفتيات لتأثير القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة على المبحوثات وذلك بنسبة (82.3%) وبالمرتبة الثانية التعود على مشاهدة مشاهد العري والخلاعة بنسبة (59.3%).
- 16- حددت (32.8%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أن سبب التخوف الذي يلحق الآباء جراء كثرة تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة هو التقليد الأعمى، وفي المرتبة الثانية، العزلة بنسبة (34.8%).
- 17- أشارت (39.0%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أن الأنماط الاتصالية الموجودة لدى المراهقات في ظل التعرض للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة ضعيفة ، وبالمرتبة الثانية جيدة بنسبة (37.9%).
- 18- الاتفاق الكبير بين المبحوثات حولان القنوات الفضائية الغنائية تساهم في تقليل ثقافة الحوار لديهم وذلك بنسبة (53.3%).
- 19- تصدر التوعية بخطورة الموقف الحلول المقترحة للتقليل من التأثير السلبي للقنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة بنسبة (25.6%) ، وبالمرتبة

الثانية سن القوانين التي تقوم بمراقبة مضمون هذه القنوات بنسبة (18.2%) ، وبالمرتبة الثالثة تنمية الوازع الديني للمراهقات بنسبة (16.8%).

20- حددت (323) مبحوثة بوزن نسبي (72.9%) وبالمرتبة الأولى أن أبعاد الاغتراب التي قد تتسبب بها القنوات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة هي من الصعب أن ألتزم بالعادات والتقاليد الموجودة في المجتمع بعد مشاهدتي لمضمون هذه القنوات ، وبالمرتبة الثانية أحياناً أحب أن أكون بمفردي أثناء مشاهدة القنوات الغنائية بوزن نسبي (72.4%) ، وبالمرتبة الثالثة أن أتجنب حضور اللقاءات والمناسبات الاجتماعية لعدم القدرة على التفاعل بوزن نسبي (71.0%) الاجتماعي مع الآخرين .

21- تحقق جميع الفروض التي وضعها الباحث والتي تشير الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين عدد من متغيرات الدراسة.

المصادر والمراجع:

- (1) محمد عبد الحميد . البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط1، (القاهرة : عالم الكتب للنشر والتوزيع ، 2000) .
- (2) إبراهيم سليمان المصري، "اعتماد الشباب على القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية : دراسة ميدانية على طلبة الجامعات الفلسطينية في إطار نظرية الاعتماد"، الجزائر: المجلة الجزائرية للعلوم والإنسانية، 2019.
- (3) عبد العزيز موسي ، بشارة محمد، "قنوات الفضائيات الغنائية العربية بين تكريس قيم الصورة وعرض الجسد: دراسة مسحية على القنوات الفضائية الغنائية في الفترة من 2018 م. - 2019 م"، (ليبيا: جامعة مصراته ، كلية الفنون والإعلام، 2019 مجلة كلية الفنون والإعلام – السنة الرابعة – العدد الثامن- ديسمبر 2019).
- (4) انجي حلمي محمود ، "تعرض الشباب الجامعي لبرامج المسابقات الغنائية في القنوات الفضائية وعلاقته بسماتهم الشخصية" رسالة ماجستير غير منشورة ، (القاهرة: جامعة المنصورة ، كلية التربية النوعية ، 2017).
- (5) نورا مسعود، "دوافع تعرض الأطفال الموهوبين لقنوات الأطفال الغنائية والإشباع المتحققة لهم"، (القاهرة: جامعة عين شمس ، كلية التربية النوعية، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، 2016)
- (6) بشري داود سبع السنجري ، "القنوات الفضائية الغنائية العراقية ودورها في إشاعة القيم السلبية بين الشباب الجامعي، (جامعة بغداد: كلية الإعلام، 2013)
- (7) المنصف العياري، محمد عبد الكافي ، " القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة (تونس : اتحاد إذاعات الدول العربية ، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية ، رقم 2008، 56).
- (8) ب.أ. فتيان: معجم التعابير الأجنبية في اللغة الإنكليزية ، ترجمة سمير عبد الرحيم ، دار المأمون للنشر (بغداد، 1987).
- (9) أحمد ذكي بدوي: معجم المصطلحات الإعلامية ، ط1، دار الكتاب اللبناني، (بيروت، 1985م).
- (10) ديفيلير ، ساندرابول: نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، دار الدولية للنشر والتوزيع ، (القاهرة - مصر ، 1992م).
- (11) كامل القيم: التعرض لوسائل الاتصال، علنا الموقع <http://www.ahewar.org/m.asp?i=1622>
- (12) محمد عبد الحميد: دراسة جمهور في بحوث الاتصال، عالم الكتب، (القاهرة، 1993).
- (13) عبد الحميد محمد الهاشمي، علم النفس التكويني وأساسه ، دون طبعة ، مكتبة الخالجي بالقاهرة، 1976.
- (14) إبراهيم أنس وآخرون : المعجم الوسيط، 1972.
- (15) مصطفى فهمي ، سيكولوجية الطفولة والمراهقة ، دار الطباعة (مصر، 1974).
- (16) عبد الرحمن عيسوي، دراسات في تفسير السلوك الإنساني ، دار الراتب الجامعية (بيروت ، 1999).
- (17) حامد عبد السلام زهران ، علم النفس ، عالم الكتاب (القاهرة، 1977).
- (18) محمد الحديدي، نظريات الإعلام: اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام ، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2006)
- (19) سمير حسين، بحوث الإعلام : الأسس والمبادئ، عالم الكتاب (القاهرة، 1976).
- (20) Thomos.L.Mcp hail الاعلام الدولي – النظريات – الاتجاهات – الملكية – ترجمة حسن محمد منصور د. عبد الله الكندي، الامارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي.

- (21) دار المشرق، المنجد في اللغة والإعلام، الطبعة الواحد والعشرين (بيروت، دار المشرق، 1986).
- (22) عاطف العبد، استطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام، (القاهرة: دار الفكر، 2006)
- (23) محمد الوفائي، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1989).
- (24) نديم ربحي الحسن، اتجاهات طلبات الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية. رسالة ماجستير غير منشورة (الأردن : الجامعة الأردنية، عمان، 2008)
- (25) سحر وهبي، بحوث جامعية في الصحافة والإعلام (القاهرة : دار الفجر، 2004).
- (26) نبيل فرحان الزايغ، اتجاهات طلبة الجامعة الإسلامية نحو مشاهدة تلفزيون فلسطين- دراسة ميدانية، بحوث إعلامية لطلبة قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية بغزة، 1999.
- (27) هيه شاهين، استخدامات الجمهور المصري للتقنيات الفضائية، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2001).