

استخدامات الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية وتأثيراتها عليه

د. عمر الإبياري*

المستخلص

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدامات الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية وتحديد حجم ودوافع التعرض لها والإشباع المتحققة عند مشاهدتها وتقييمه لتأثيراتها عليه ودورها في تشكيل إدراكه للواقع وتشكيل اتجاهاته نحو القضايا التي تتناولها.

واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى مدخل الاستخدامات والتأثيرات، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتم الاعتماد في سحب عينة الدراسة على أسلوب العينة العمدية وبلغت قوامها ٤٠٠ مبحوث من الجمهور المصري بمحافظة القاهرة من جمهور برامج السهرة الأمريكية.

وبرزت القضايا الاجتماعية كأبرز أنواع القضايا التي يفضل الجمهور المصري متابعتها في برامج السهرة الأمريكية بنسبة ٧٥,٦٦٪، وبرز دافع (لأنها تساعدني في الترفيه عن نفسي وتمضية الوقت) في مقدمة دوافع تعرض الجمهور لهذه البرامج بنسبة ٧٥,٦٩٪، وجاء (مشاهدة الاسكتشات التمثيلية) في مقدمة استخدامات الجمهور لهذه البرامج بنسبة ٦٨٪، وجاء (التسلية وإضفاء روح المرح والدعابة) في مقدمة الإشباع المتحققة عند مشاهدة الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية بنسبة ٥,٦٥٪، كما جاءت فئة (أجدها تتمتع بقدر كبير من حرية التعبير عند تزامن عرضها مع حدوث حراك ديمقراطي ملحوظ في الواقع) في مقدمة تأثيرات برامج السهرة الأمريكية على الجمهور المصري حسب تقييمه بنسبة ٢٥,٤٥٪.

الكلمات الدالّية : الاستخدامات والتأثيرات ، برامج السهرة الأمريكية ، البرامج الأمريكية

* مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات

Uses of Egyptian Audiences of Late-night American TV Shows and their Effects on them

This study seeks to examine the Egyptian audience's uses of late-night American TV shows, and identify their viewership rate, the motives of watching them and the gratifications achieved, and evaluate their effects on them and their role in shaping their perception of reality and shaping their awareness towards the presented causes.

The theoretical framework of this study relies on the Uses and Effects Model, and the fundamentals of the study depend on the survey methodology and the use of questionnaire form as a data gathering tool. The study uses a purposive sample of 400 respondents of the Egyptian audiences who watch late-night American TV shows in Cairo.

The study concludes to social causes emerged as the most prominent types of causes that the Egyptian audience prefers to watch in American late-night TV shows (66.75%), the principal motive of watching was (Because it helps me to entertain myself and pass the time) (69.75%), the principal use of these shows was (Watching dramatic sketches) (68%), the principal gratification achieved was (Entertainment, fun and humor) (65.5%), and the principal effect of these shows was (I find them enjoying a great deal of freedom especially when they are broadcast when democratic activities take place in the real world) (45,25%).

Keywords: Uses and Effects, Late-night American Shows, American TV Shows

مقدمة:

ما أن تنتفضي ساعات النهار ويحل الليل، يتكثف عرض برامج السهرة الأمريكية على شاشات القنوات التليفزيونية الأمريكية ويقضي المشاهدون وقت السهرة وهم يتابعون ما تقدمه هذه البرامج من محتوى وما تتناوله من قضايا وموضوعات، وقد اعتاد الجمهور الأمريكي منذ عشرات السنوات مشاهدة هذه البرامج بصورة أسبوعية قبل الخلود للنوم حتى باتت مشاهدتها جزءاً من ثقافة المجتمع الأمريكي وواحدًا من التقاليد التي تتوارثها الأجيال بالولايات المتحدة الأمريكية.

وتعمل برامج السهرة الأمريكية على تزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات وإبقائه على رطلاع بكافة المستجدات على الساحة الأمريكية والعالمية، كذلك تناول القضايا الهامة التي تشغل الرأي العام الأمريكي كالقضايا السياسية والاجتماعية، بجانب تقديم فقرات ضاحكة للتخفيف عن المشاهدين وتوفير سبل للتسلية والترفيه وإثارة الضحكات، مما قد ساهم في تعلق الجمهور الأمريكي جيل بعد جيل بمشاهدة هذه البرامج حتى أصبحت إحدى عاداته المتأصلة بمرور الزمن.

ومع تطور تكنولوجيا الاتصال وما أنتجته من تقنيات حديثة كالبث الفضائي والمشاهدة الرقمية عبر شبكة الانترنت، أتاحت فرصة التعرض لبرامج السهرة الأمريكية لجميع فئات الجماهير بمختلف دول العالم وليست مقتصرة فقط على الجمهور الأمريكي، كما ظهرت بعض القنوات الفضائية المشفرة التي تتيح بث برامج السهرة الأمريكية خارج حدود الولايات المتحدة وقت عرضها بالداخل، بالإضافة إلى باقة متنوعة من البرامج التليفزيونية الأخرى، مقابل دفع قيمة مالية للاشتراك بهذه الخدمة.

وفي مصر، لوحظ اهتمام الجمهور المصري بالاشتراك في خدمات المشاهدة عند الطلب ومشاهدة القنوات الفضائية المشفرة والتي تقدم باقة متنوعة من البرامج التليفزيونية الحصرية العربية والأجنبية وعلى رأسها برامج السهرة الأمريكية التي تحظى بشهرة واسعة.

كذلك لوحظ اهتمام الجمهور المصري لاستغلال ما أتاحتها شبكة الانترنت من مزايا تتعلق بالمشاهدة الرقمية أي التعرض لمختلف البرامج والعروض عبر مواقع إلكترونية متخصصة في عرض هذه المضامين، وقد وفرت هذه المواقع الإلكترونية خاصية التفاعلية بين الوسيلة الإعلامية والجمهور وعززت شكل الاتصال ثنائي الاتجاه فيما بينهما، فأصبح للجمهور بذلك القدرة على تحديد ما يرغب في مشاهدته من محتوى واختيار التعرض له في البيئة والوقت المناسبين.

وتتعدد سبل الوصول لقنوات ومنصات المشاهدة عند الطلب من خلال مختلف أجهزة الاتصال الحديثة المتصلة بشبكة الانترنت مثل جهاز الكمبيوتر المحمول (لاب توب) أو اللوحي (تابلت)، أو من خلال الهاتف المحمول الذكي (سمارت فون)، أو

عن طريق توصيل أجهزة العرض التلفزيوني مباشرة بشبكة الانترنت مثل شاشات التلفزيون الذكية وأجهزة فك التشفير.

ولما زادت فرص تعرض الجمهور المصري للمحتوى التلفزيوني المشفر والمشاهدة عند الطلب، نتج عن ذلك تباعا تعرضه للعديد من المضامين العربية والأجنبية وعلى رأسها برامج السهرة الأمريكية، مما أزد التساؤلات حول مضمون هذه البرامج وما تقدمه من صور ومفاهيم أجنبية غير مألوفة للمجتمع المصري بل وتتعارض في كثير من الأحيان مع تقاليده الاجتماعية والدينية وينعكس تأثيرها على المجتمع المصري، كذلك تكاثرت التساؤلات حول أنماط تعرض الجمهور المصري لهذه البرامج واستخداماته لها والإشباع المتحققة منها وتأثيراتها عليه ودورها في تشكيل إدراكه للواقع.

ويتضح مما سبق أهمية دراسة علاقة الجمهور المصري ببرامج السهرة الأمريكية والتعرف على أنماط ودوافع مشاهدته لها وطبيعة استخداماته لها والإشباع المتحققة عند مشاهدتها وتقييمه لتأثيراتها عليه ودورها في تشكيل إدراكه للواقع.

مشكلة الدراسة:

في ظل اهتمام الجمهور المصري المتزايد بالاشتراك في خدمات المشاهدة عند الطلب ومشاهدة القنوات الفضائية المشفرة والتي تقدم باقة متنوعة من البرامج التلفزيونية الحصرية العربية والأجنبية وعلى رأسها برامج السهرة الأمريكية، كذلك سعي الجمهور المصري لاستغلال ما أتاحته تكنولوجيا الاتصال من سبل التعرض لمختلف البرامج والعروض العربية والأجنبية عبر مواقع إلكترونية متخصصة في عرض هذه المضامين، تكاثرت التساؤلات حول علاقة الجمهور المصري ببرامج السهرة الأمريكية ومدى مشاهدته لها وتأثيراتها عليه.

ولما كانت تلك البرامج تحظى بكثافة عرض كبيرة متاحة للجمهور المصري، جاءت مشكلة هذه الدراسة لتتحدد في التعرف على استخدامات الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية وتحديد حجم ودوافع التعرض لها والإشباع المتحققة عند مشاهدتها وتقييمه لتأثيراتها عليه ودورها في تشكيل إدراكه للواقع وتشكيل اتجاهاته نحو القضايا التي تتناولها.

أهمية الدراسة:

تتحدد أهمية الدراسة على النحو التالي:

١. تتناول هذه الدراسة أحد أهم المضامين التلفزيونية الذي يحظى بشهرة عالمية واسعة ويمكن لفئات الجمهور المختلفة مشاهدته بمختلف دول العالم وهو برامج السهرة الأمريكية والتي تقوم بدور هام في تحليل الأحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية الجارية في مختلف المجتمعات وتوجيه النقد حولها مما يساهم في

تشكيل إدراك الجمهور للأحداث الجارية وزيادة الوعي تجاهها مما قد يترك آثارًا على الفرد والمجتمع.

٢. الدور الذي تحظى به برامج السهرة الأمريكية في عرض صور وأخلاقيات وقيم وسلوكيات أجنبية ينعكس تأثيرها على المجتمعات الأخرى التي تتكثف فيها مشاهدة هذه البرامج.

٣. قلة الدراسات والأبحاث العربية التي اهتمت بدراسة برامج السهرة الأمريكية، فنجد أنه لم تقم البحوث الإعلامية العربية بدراسة هذا النوع من البرامج الأمريكية أو المضمون التي تقدمه هذه البرامج أو علاقة الجمهور بها، وهو ما دعا إلى أهمية القيام بهذه الدراسة محل البحث.

٤. ندرة الدراسات والأبحاث التي استندت إلى مدخل الاستخدامات والتأثيرات في إطارها النظري، فنجد أنه لم تعتمد الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية بكثرة على هذا المدخل.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف على النحو التالي:

١. دراسة علاقة الجمهور المصري ببرامج السهرة الأمريكية وأنماط وسبل مشاهدتها وحجم التعرض لها ودوافع مشاهدتها.

٢. دراسة استخدامات الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية والإشباع المتحققة عند مشاهدتها وتقييمه تأثيراتها عليه.

٣. التعرف على دور برامج السهرة الأمريكية في تشكيل إدراك الجمهور المصري للواقع ودورها في تشكيل اتجاهاته نحو القضايا التي تتناولها.

الدراسات السابقة:

من واقع ما تم الاطلاع عليه من دراسات سابقة حول استخدامات الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية وتأثيراتها عليه، تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين يتم عرض الدراسات من خلالهما، وهما كالآتي:

أولاً: الدراسات التي تناولت برامج السهرة الأمريكية:

أولت الدراسات الإعلامية اهتمامًا بالغًا برصد تطور برامج السهرة الأمريكية بمرور الزمن، فنجد أن برامج النقد الساخر نجحت في التطور والتغير عبر العصور المختلفة وتشكلت بما يتناسب مع المتغيرات والعوامل الخاصة بكل حقبة زمنية تعاصرها، وهذا ما أكدته دراسة Nickie Michaud Wild (٢٠١٤)^(١) بأن برامج السهرة الأمريكية شهدت العديد من التغيرات على مر السنوات خلال الفترة ما بين

عامي ١٩٨٠ و ٢٠٠٨، فقد اعتادت هذه البرامج في الماضي توجيه النقد حول الفضاءات السياسية والسمات الشخصية للشخصيات العامة، ثم اتجهت عقب أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١ لتوجيه النقد حول مؤسسة الرئاسة الأمريكية وإدارة الرئيس الأمريكي آنذاك (جورج دابليو بوش) ثم بقية الرؤساء من بعده، ومن ثم تزايد التأثير الذي تقوم به في المجتمع الأمريكي وتؤكد دورها في تفعيل النقاشات حول سياسيات مؤسسة الرئاسة الأمريكية، وهو ما اتفق مع ما توصلت إليه دراسة Allaina Kilby (٢٠١٨)^(٦) بأن برامج السهرة الأمريكية اتسمت في عهد الرئيس الأمريكي السابق (دونالد ترامب) بتناول الأخبار والأحداث الجارية من خلال أطر تتصف بالتحفيز وطرح الحلول بهدف تشجيع الجمهور على المشاركة الاجتماعية.

وتتمتع برامج السهرة الأمريكية بدور هام في تثقيف الجمهور وتزويده بالمعلومات وإبقاءه مطلعاً على الأحداث الجارية من خلال نقل التغطية الإخبارية لها وتحليلها ونقدها، وهذا ما أجمعت عليه دراسات كل من Laura Basu (٢٠١٨)^(٧) و Joe Hale (٢٠١١)^(٨) و Noah Springer (٢٠١١)^(٩) والتي أكدت أن برامج السهرة الأمريكية تتمتع بقدرة هائلة على نقد وتحليل وتقييم الأخبار والأحداث الجارية وتفسيرها للجمهور، وتقوم بتقديم محتوى جاد متمثلاً في تناولها للقضايا السياسية والدينية المختلفة، وتعمل على تذكير الجمهور بالأحداث والقضايا الهامة التي توقفت البرامج الإخبارية التقليدية عن تناولها، مما أدى إلى تزايد الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات بدلاً من الصحافة التقليدية.

فعلى سبيل المثال، أثبتت دراسة Lauren Feldman (٢٠١٣)^(١٠) دور برامج السهرة الأمريكية في معالجة قضية الاحتباس الحراري، وأشارت إلى أنها أظهرت الواقع الحقيقي للقضية، وعكست الاتجاهات المختلفة شأنها والصراع فيما بينها، بينما اختلفت دراسة Elena Dana (٢٠١١)^(١١) في هذا الصدد حيث أظهرت أن برامج السهرة الأمريكية لا تقوم بطرح رؤى معرفية متعددة، بل تعمل على تقديم قراءة سائدة للأحداث الجارية لفرضاها على الجمهور والتي من السهل التصديق عليها، كما أنها لا تشجع الجمهور على القيام بقراءة نقدية للمضمون التي تقدمه.

ويبرز ارتباطاً مباشراً بين سياسات المجتمع ومعتقداته وطبيعة برامج السهرة المقدمة فيه، وهذا ما توصلت إليه دراسة Maria Brock (٢٠١٨)^(١٢) بأن الأيديولوجية السياسية المتبعة في الولايات المتحدة الأمريكية ساهمت في ازدهار برامج السهرة الأمريكية وتفعيل دورها وتعزيز التأثير الذي تقوم به، باعتبارها ملجأً للتنفيس عن السخط السياسي لدى الجمهور مما يبعده عن التنفيس عما يشعر به من سخط من خلال اتباع العنف.

ويتضح دور برامج السهرة الأمريكية في رفع الوعي السياسي وإثراء النقاشات حولها والتشجيع على المشاركة السياسية وتفعيل سبل الديمقراطية في

المجتمع، فأجمعت دراسات كل من Kristy Harris (٢٠١٤)^(٩) و William Henry (٢٠١٣)^(١٠) و Sarah J. Burton (٢٠١٠)^(١١) على أن برامج السهرة الأمريكية تساهم في تفعيل الديمقراطية في المجتمع من خلال تثقيف الجمهور ورفع وعيه حول القضايا الراهنة وتلقيه كيفية تلقي وفهم وتحليل الجريات وتشجيعه على تبني رؤية نقدية للأحداث الجارية، حيث تقوم بمراقبة الفساد الحكومي وكشف النواقص بالخطاب السياسي وتحليل الأسباب والدوافع التي تقبع خلف القضايا السياسية، وتوجيه النقد المباشر للمسؤولين والشخصيات القيادية في الدولة وتسليط الضوء على فشلهم في إيجاد حلول فاعلة للمشكلات التي يعاني منها المجتمع الأمريكي، بهدف الحصول على جمهور واع بشكل أفضل ومهتم بمناقشة الموضوعات السياسية والاجتماعية.

كذلك في السياق ذاته نجد دراسة Gregory Gondwe (٢٠١٧)^(١٢) وهدفت إلى التعرف على الدور الذي تقوم به برامج السهرة الأمريكية في المجتمع الأمريكي ومدى مساهمتها في مجتمع الاستقطاب السياسي ومدى ازدواجية هذه البرامج وانحيازها لأحزاب سياسية معينة، وتوصلت الدراسة إلى أن العديد من مقدمي برامج السهرة الأمريكية لديهم انتماء سياسي معين ويعملون على غرسه في جمهور المشاهدين ونشره على نطاق واسع، وأن مقدمي البرامج هؤلاء يفتقرون للحرية في صناعة المحتوى الذي يقدمونه في برامج السهرة الأمريكية مما ينعكس على مدى تنوع المحتوى المقدم فيما يتعلق بمدى ملائمتهم لمختلف فئات الجمهور من الأعراق المختلفة بالولايات المتحدة الأمريكية، وأن القضايا السياسية تعد أبرز القضايا التي تتناولها برامج السهرة الأمريكية، ودراسة Michael Parkin (٢٠١٠)^(١٣) وهدفت إلى التعرف على دور السمات الظاهرية للمرشحين السياسيين الأمريكيين ببرامج السهرة الأمريكية في جذب الجمهور والتأثير على عمليات التصويت الانتخابية، وتوصلت الدراسة إلى أن برامج السهرة الأمريكية تحظى بقدرة فائقة على إظهار سمات معينة للمرشحين السياسيين الأمريكيين مما يمكنها من جذب فئات الجمهور غير المهتمة بالشأن السياسي وتشجيع قدراتهم الذهنية فيما يتعلق بحفظ المعلومات السياسية واسترجاعها، ودراسة Patricia Moy et al. (٢٠٠٦)^(١٤) وهدفت إلى التعرف على أثر برامج السهرة الأمريكية على عمليات التصويت الانتخابية ضمن الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام ٢٠٠٠، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين مدى تعرض الجمهور لبرامج السهرة الأمريكية واتجاهات تقييمهم للمرشحين السياسيين الذين حلوا كضيواف بهذه البرامج، حيث تعتمد اتجاهات تقييم الجمهور للمرشحين السياسيين الذين حلوا كضيواف ببرامج السهرة الأمريكية على الخصائص الديموغرافية والاجتماعية للجمهور ومدى إدراكهم لقدرة المرشحين على إدارة الشؤون السياسية وسماتهم الشخصية.

كذلك نجد دراسة Lindsay Rosen (٢٠١٨)^(١٥) وهدفت إلى التعرف على أثر الخطاب السياسي ببرامج السهرة الأمريكية على حجم تعرض الجمهور لها ودرجة

معرفة السياسية، وتوصلت الدراسة إلى أن الخطاب السياسي ببرامج السهرة الأمريكية أثر على مدى مشاركة الجمهور ومشاهدته لها وأزاد المعرفة السياسية لدى الجمهور وأن التوجه السياسي السلبي لمقدمي برامج السهرة الأمريكية تجاه الرئيس الأمريكي السابق (دونالد ترامب) عزز تعرض الجمهور لهذه البرامج، ودراسة David Niven et al. (٢٠٠٣) (١٦) وهدفت إلى التعرف على طبيعة المحتوى السياسي الساخر الذي تقدمه برامج السهرة الأمريكية وسماته، وتوصلت الدراسة إلى أن المحتوى السياسي الساخر لبرامج السهرة الأمريكية تركز في إلقاء النكات حول الرئيس الأمريكي وكبار السياسيين الأمريكيين بشكل مكثف وأن مختلف برامج السهرة الأمريكية تشابهت أساليبها في تحديد القضايا والموضوعات والشخصيات التي توجه السخرية السياسية لها وأن أغلب المحتوى السياسي الساخر قدمته برامج السهرة الأمريكية في إطار مناقشتها للقضايا السياسية الهامة، ودراسة Shannon K. Mccraw (٢٠٠٦) (١٧) وهدفت إلى التعرف على أثر برامج السهرة الأمريكية على عمليات التصويت الانتخابية ودورها في زيادة حجم المعرفة السياسية وتنشيط المشاركة الاجتماعية والسياسية لدى الجمهور، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين حجم التعرض لبرامج السهرة الأمريكية وحجم المعرفة السياسية والدراسة بالمرشحين السياسيين بينما عدم وجود علاقة ارتباطية بين حجم التعرض ودرجة المشاركة الاجتماعية والسياسية لدى الجمهور.

ويبرز دور مقدم برامج السهرة الأمريكية ومدى التأثير الذي يحظى به على الجمهور حيث يعدونه بمثابة أحد قادة الرأي في المجتمع، ولذا نجد أن كثير من مقدمي هذه البرامج ذاعوا الصيت وتبلغ شهرتهم الآفاق، فقد أجمعت دراسات كل من Nathan David (٢٠١٢) (١٨) و Sarah J. Burton (٢٠١٠) (١٩) و Ian Reilly (٢٠١٠) (٢٠) على أن مقدمي برامج السهرة الأمريكية أصبحوا شكلاً صاعداً يمثل السلطة الخامسة في المجتمع ويكمن دورهم في القيام بمراقبته وأنهم أصبحوا طرفاً إدارياً حقيقياً في النظام السياسي، وأنهم يجاهدون لنشر الحقائق ويتصدون لفرص الرقابة والهيكل المجتمعية الزائفة، ويعملون على إبراز أكاذيب السياسيين وإضعاف ثقة المواطنين في أي تصريحات سياسية، وتسليط الضوء على الأساليب التي يستخدمها السياسيون في الخطابات الجماهيرية لتشثيت وخداع المواطنين، ويقومون بتوجيه النقد حول المجرىات السياسية في المجتمع الأمريكي والتصريح عن كافة الحقائق والأحداث الجارية دون قيود.

ثانياً: الدراسات التي تناولت الجمهور المصري وعلاقته بالمحتوى الإعلامي:

تتعدد الدراسات السابقة التي تناولت الجمهور المصري وعلاقته بوسائل الإعلام التقليدية والحديثة المختلفة، وتتكاثر أنواع المحتوى الإعلامي التي تتعرض له فئات الجمهور المصري المتعددة ودراسة أثرها عليه، فنجد أن بعض الدراسات السابقة اهتمت بدراسة علاقة الجمهور المصري بالدراما السينمائية والتلفزيونية على سبيل

المثال، ومنها دراسة سارة عبد اللطيف (٢٠٢٠) (٢١) وهدفت إلى رصد وقياس إلى أي حد تعكس الأفلام السينمائية المصرية مشكلات الأسرة المصرية وعلاقتها بالواقع المعيشي ومدى وجود علاقة ارتباطية بين تعرض الجمهور المصري لمضامين هذه الأفلام ومستوى الإحباط الجمعي لديهم، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة مشاهدة الأفلام السينمائية في قنوات الدراما العربية ومستوى الإحباط لدى الجمهور المصري، ودراسة أحمد محمد إبراهيم (٢٠١٩) (٢٢) وهدفت إلى رصد صورة اليهود المصريين التي عكستها الدراما المصرية وإدراك الجمهور المصري لهذه الصورة ومدى ثقته في واقعيتها بالإضافة إلى التعرف على صورة اليهود في ذهن الجمهور المصري واتجاهاته نحو هؤلاء اليهود، وتوصلت الدراسة إلى أنه غلبت السمات السلبية على صورة اليهود المصريين الذين يعيشون في مصر التي عكستها الأعمال الدرامية عينة التحليل حيث عكست هذه الأعمال الدرامية تعصب غالبية اليهود المصريين الذين يعيشون في مصر للصهيونية رغم عدم تدينهم ودعمهم لها بعدة طرق أبرزها التجسس على مصر لصالح الموساد، وأن غالبية اليهود المصريين قد هاجروا في سياق الأحداث إلى إسرائيل خاصة بعد عملية لافون عام ١٩٥٤، كما جاء عدم استقرار أحوال اليهود في مصر بعد العدوان الثلاثي عام ١٩٥٦ في مقدمة الأسباب التي أدت إلى هجرة هؤلاء اليهود، ودراسة مایسة السيد (٢٠١٨) (٢٣) وهدفت إلى التعرف على ملامح أداء المؤسسات الحكومية المختلفة في الدراما العربية من أفلام ومسلسلات ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري العام نحو الأداء الحكومي، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقات ارتباطية بين كل من حجم وتراكم التعرض ومتغيرات المشاهدة النشطة للأفلام والمسلسلات المصرية من ناحية واتجاهات الباحثين نحو الأداء الحكومي من ناحية أخرى، ودراسة داليا قاسم (٢٠١٦) (٢٤) وهدفت إلى دراسة العلاقة بين تعرض الجمهور المصري للأعمال التليفزيونية الكوميديا ودرجة قبوله لها ومدى إدراكه لظاهرة التحرش الجنسي بشكل صحيح، وتوصلت الدراسة إلى أن أعلى حجم للتعرض كان لمضامين تحرش جنسي ضمنية مع استخدام الفكاهة أو الموسيقي للتخفيف من حدة السلوك وبالتالي يسهل على الجمهور المصري تقبله وعند تعرضه لموقف مماثل في الواقع فإن درجة الرفض تكون ضعيفة.

واتجهت بعض الدراسات السابقة لدراسة علاقة الجمهور المصري بالمواد الوثائقية، فنجد دراسة أميرة يونس (٢٠١٥) (٢٥) وهدفت إلى تحديد مدى قدرة المواد الوثائقية عن غيرها من القوالب في إشباع احتياجات الجمهور المصري والتعرف إلى عادات وأنماط مشاهدته للمواد الوثائقية التليفزيونية وتحديد القنوات العربية والأجنبية التي يفضل مشاهدة المواد الوثائقية من خلالها بالإضافة إلى الكشف عن دوافع مشاهدة الجمهور المصري للمواد الوثائقية التليفزيونية والإشباع المتحققة منها، وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية الباحثين يشاهدون المواد الوثائقية التليفزيونية إلى حد ما وأن أبرز القنوات الفضائية العربية التي يشاهد الباحثون المواد الوثائقية من خلالها هي قناة ناشيونال جيوغرافيك أبو ظبي وأن تنشيط الاهتمام بالشخصيات والأحداث

التاريخية المهمة وتحسين المستوى الثقافي والإمام بالمعلومات المفيدة تعد من أهم الإشاعات المتحققة من مشاهدة هذه المواد الوثائقية.

واتجهت بعض الدراسات السابقة لدراسة علاقة الجمهور المصري بالبرامج الحوارية، فنجد دراسة آية محمد علي (٢٠١٧) (٢٦) وهدفت إلى التعرف على العلاقة بين حجم تعرض الجمهور المصري للبرامج الحوارية التليفزيونية ومعدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) من ناحية ومستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري من ناحية أخرى وكذلك تأثير بعض المتغيرات الوسيطة وشملت المتغيرات السياسية المتمثلة في الاهتمام السياسي والمعرفة السياسية والمشاركة السياسية التقليدية وغير التقليدية والمشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والكفاءة الديموغرافية المتمثلة في النوع والسن والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي والمستوى الاقتصادي والديانة، ومتغير جدارة الآخرين بالثقة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين تعرض الجمهور المصري للبرامج الحوارية التليفزيونية ومستوى الثقة السياسية لديه، بينما لا توجد علاقة ارتباطية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الثقة السياسية لدى المبحوثين، ودراسة ياسمين السيد (٢٠١٣) (٢٧) وهدفت إلى التعرف على أثر البرامج الحوارية الرياضية على إدراك الجمهور المصري حول مذبحه بورسعيد الشهيرة والتي وقعت أحداثها في فبراير ٢٠١٢، وتوصلت الدراسة إلى أنه تباينت مؤشرات إدراك المبحوثين من كثيفي وقليلي المشاهدة للبرامج الرياضية الحوارية حول مشاركة المواطنين المصريين من أبناء مدينة بورسعيد في وقائع هذه المذبحه وأنه لا توجد علاقة ارتباطية بين مدى حيادية البرامج الرياضية الحوارية ومؤشرات إدراك المبحوثين حول مشاركة المواطنين المصريين من أبناء مدينة بورسعيد في وقائع المذبحه.

واتجهت بعض الدراسات السابقة لدراسة علاقة الجمهور المصري ببرامج السخرية التليفزيونية، حيث أجمعت دراسات كل من غادة أحمد (٢٠١٥) (٢٨) والشيماء صبحي (٢٠١٥) (٢٩) ووردشان عبد المطلب (٢٠١٤) (٣٠) على أنه تتكثف نسبة مشاهدة الجمهور المصري لبرامج السخرية التليفزيونية، ويحظى التعرض لها بتأثير إيجابي على الحالة المزاجية لدى الجمهور، حيث ثبتت قدرة برامج السخرية التليفزيونية المصرية على جذب الجمهور والعمل على تعديل حالتهم المزاجية، كما أن دافع المتعة والترفيه يعد أهم أسباب مشاهدة الجمهور المصري لهذه البرامج، وهو الأمر الذي اتفقت عليه دراسات كل من ريهان محمد (٢٠١٥) (٣١) ورضوى الجابري (٢٠١٤) (٣٢) ودينا محمد (٢٠١٤) (٣٣) بينما اختلفت فيه كل من دراستي مرام أحمد (٢٠١٦) (٣٤) ووفاء فرغل (٢٠١٤) (٣٥) حيث أظهرتا أن أهم دوافع متابعة الجمهور المصري لبرامج السخرية التليفزيونية أنها تتناول الأحداث الجارية العالمية والمحلية، كذلك دراسة إيمان عاشور (٢٠١٦) (٣٦) والتي أظهرت أن أهم دوافع متابعة الجمهور المصري لبرامج

السخرية التليفزيونية أنها تكشف جوانب القصور والفساد، كذلك أجمعت دراستنا كل من الزهراء فاخر (٢٠١٧)^(٣٧) وسلمى ثروت (٢٠١٤)^(٣٨) على أن الموضوعات السياسية تعد أكثر الموضوعات التي يفضل مشاهدتها الجمهور المصري في برامج السخرية التليفزيونية، بينما اختلفت في ذلك دراسة نورهان مصطفى (٢٠١٧)^(٣٩) والتي أظهرت قلة تعرض الجمهور المصري للموضوعات السياسية في برامج السخرية التليفزيونية.

وأصبحت برامج السخرية التليفزيونية المدخل المفضل للجمهور المصري إلى عالم الأخبار، حيث يعتمد الكثيرون عليها كمصدر للأخبار واستقاء المعلومات ومتابعة الأحداث الجارية وإدراك الواقع، وهذا ما أجمعت عليه دراسات كل من ولاء فايز (٢٠١٥)^(٤٠) وسلمى ثروت (٢٠١٤)^(٤١) ووفاء فرغل (٢٠١٤)^(٤٢) والتي أكدت أن الجمهور المصري يقوم باختيار البرامج التليفزيونية التي تتوافق مع انتماءاته السياسية بمختلف أشكالها، وأن أفراد الجمهور من غير المهتمين بالشئون السياسية يفضلون اختيار برامج السخرية التليفزيونية كمصدر للأخبار، حيث أنها تحظى بأثر فاعل على المشاعر المتعلقة بدرجة الفاعلية السياسية، كما بينت الدراسات أن برامج السخرية التليفزيونية تمتاز بالقدرة الفائقة على التأثير على الرأي العام وتشكيل إدراك الجمهور حول القضايا الراهنة والواقع الاجتماعي واتجاهاته نحو الأحداث الجارية ومدى اهتمامه بمتابعتها، كلما زاد مدى التعرض لهذه البرامج.

واتجهت بعض الدراسات السابقة لدراسة علاقة الجمهور المصري بالمواقع الإلكترونية، فنجد دراسة بسمه سيد (٢٠١٦)^(٤٣) وهدفت إلى رصد وتحليل المجال العام لتعليقات القراء بالمواقع والبوابات الإلكترونية كمجال عام حول أداء جهاز الشرطة في مصر والتعرف على صورة الجهاز لدى الجمهور المصري، وتوصلت الدراسة إلى أنه جاء معدل كثافة تعليقات القراء بموقع (المصري اليوم) أكثر من كثافة التعليقات التي ظهرت في موقع (الأهرام) وبوابة (الوفد) وأن القوى الفاعلة المركزية السائدة في خطاب تعليقات القراء بالمواقع والبوابات الإلكترونية عينة الدراسة وجاء اتجاه الجمهور المصري نحو رجال الشرطة في موقع (الأهرام) وبوابة (الوفد) إيجابياً، بينما أن غالبية خطاب التعليقات يحمل طابعاً هجومياً حاداً ويدل ذلك على أن الجمهور المصري كان يعيش حالة من عدم الاستقرار خاصة في تلك الفترة التي شهدت العديد من الأحداث والعمليات الإرهابية التي تشكل انفلاتاً أمنياً في مصر، ودراسة كريمة مهران (٢٠١٦)^(٤٤) وهدفت إلى التعرف على العلاقة بين مدى وكثافة تعرض الجمهور المصري للمواقع الإلكترونية ومدى معرفته بثقافة وقضايا حقوق الإنسان، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع معدلات تعرض الجمهور المصري للمواقع الإلكترونية وأن أهم القضايا والحقوق التي يحرص المبحوثون على متابعتها هي الحق في الحفاظ على الكرامة الإنسانية، كما رأى المبحوثون أن نشر المواقع الإلكترونية صور وفيديوهات مصاحبة للخبر تعزز مدى مصداقية الموضوع، ودراسة سها عيسى (٢٠١٢)^(٤٥) وهدفت إلى التعرف على استخدامات الشباب المصري للألعاب المتاحة على مواقع

التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقع فيسبوك والإشباع المتحققة منها، وتوصلت الدراسة إلى أن أنماط استخدام الشباب المصري لهذه الألعاب يتشابه مع استخدامات الجمهور الأجنبي لها وشملت الترفيه والتسلية وتجربة التفاعل الاجتماعي والهروب من ضغوط الحياة اليومية، بينما تختلف أنماط استخدام الشباب المصري لهذه الألعاب مع استخدامات الجمهور الأجنبي لها إذا كانت تتضمن هذه الاستخدامات قيماً وعادات تتعارض مع طبيعة المجتمع المصري مثل إقامة العلاقات عبر الإنترنت والقدرة على التحكم في اللعب، كما يرى الشباب المصري أن ممارسة هذه الألعاب ليس لديه أثر سلبي على العلاقات الشخصية مع الأسرة والأصدقاء أو على حالتهم الاقتصادية، كما أوضحت الدراسة أنه غلبت نسبة الإناث ونسبة المتزوجين من الشباب المصري الذي يفضل ممارسة هذه الألعاب.

التعليق على الدراسات السابقة ومدى استفادة الباحث منها:

- ندرت الدراسات والأبحاث العربية التي اهتمت بتناول موضوع برامج السهرة الأمريكية، حيث لم تتعرض الدراسات الإعلامية العربية بكثرة لهذا النوع من البرامج.
- غلبت الدراسات الأجنبية التي تناولت برامج السهرة الأمريكية، حيث وجد الباحث أن الأغلبية العظمى من الدراسات السابقة التي دارت حول برامج السهرة الأمريكية هي دراسات أجنبية، بينما تظل الدراسات العربية حول هذا الموضوع محدودة للغاية.
- قامت أغلب الدراسات الأجنبية السابقة التي تناولت برامج السهرة الأمريكية بدراسة تأثير هذه البرامج على الجمهور وخاصة درجة الوعي والنشاط السياسي لديه، واستندت في ذلك إلى المنهج المسحي واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات.
- قامت أغلب الدراسات العربية السابقة بدراسة علاقة الجمهور المصري بالمحتوى الإعلامي والوسائل الإعلامية العربية المختلفة كالدراما السينمائية والتلفزيونية والمواد الوثائقية والبرامج الحوارية وبرامج السخرية التلفزيونية والمواقع الإلكترونية، بينما لم تتناول علاقته بالبرامج الأجنبية وخاصة برامج السهرة الأمريكية.

وعلى ذلك فقد أفادت الدراسات السابقة الباحث على النحو التالي:

- استفاد الباحث من الدراسات السابقة أن يقدم جديداً من خلال الاتجاه لدراسة برامج السهرة الأمريكية وعلاقة الجمهور المصري بها، والتي يتاح مشاهدتها في مختلف دول العالم لتحديد ملامح وطبيعة هذه العلاقة وتقييم ما يمكن أن تتركه من آثار على الجمهور والمجتمع المصري.

- تنفرد الدراسة الحالية باستنادها إلى مدخل الاستخدامات والتأثيرات في إطارها النظري، والذي يعد من المداخل الحديثة في البحوث الإعلامية التي لم تستخدم بكثرة في الدراسات السابقة.

الإطار المعرفي للدراسة:

يتحدد الإطار المعرفي للدراسة ومفاهيمها على النحو التالي:

• برامج السهرة الأمريكية:

برامج السهرة الأمريكية هي نوع من البرامج الحوارية ذات الشهرة الواسعة في الولايات المتحدة الأمريكية وتشمل العديد من الفقرات المتنوعة ومنها فقرات تتناول القضايا الهامة على الساحة ومناقشتها وتحليلها وفقرة الحوار مع الضيوف وفقرات ترفيهية تتمثل في المونولوجات الفكاهية حول الأخبار وفقرات الاسكتشات التمثيلية القصيرة وفقرات العروض الموسيقية. وفي أغلب الأحيان، يجلس مقدم برامج السهرة الأمريكية عند مكتب ويعقد الحوارات مع الضيوف الجالسين أمامه على أريكة، بينما يقف مقدم هذه البرامج متوسطاً الاستوديو خلال باقي الفقرات الأخرى بالبرنامج.^(٤٦)

• الاستخدامات:

الاستخدام هو نشاط اجتماعي متكرر يتألف من الممارسات والعادات والأعراف داخل المجتمع، وعليه فاستخدام وسيلة إعلامية أو مضمون إعلامي ما يتحدد بالخلفيات الديموجرافية والاقتصادية والثقافية للأفراد، ذلك أن العرض هو الذي يقف خلف الاستخدام، كما أن مفهوم الاستخدام يقتضي أولاً الوصول إلى الوسيلة، بمعنى أن تتوفر مادياً ثم تأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية والفردية التي تعمل على تشجيع الاستخدام أو تؤدي إلى إعاقته،^(٤٧) ويشير (ويندهال) إلى أن الاستخدام هو عملية معقدة تتم في ظروف معينة يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع، ولذلك فلا يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم ونوع المحتوى وطريقة الاستخدام، فمثلاً يجب تحديد ما إذا كان الاستخدام أولياً أم ثانوياً.^(٤٨)

• التأثيرات:

يقصد بالتأثير في عملية الاتصال حدوث الاستجابة المستهدفة من هذه العملية والتي تتفق مع مفهوم الهدف من الاتصال أو وظيفة الاتصال، وعادة ما يكون هذا الهدف في وعي المرسل أو القائم بالاتصال ويتوقع تحقيقه من طرف المستقبل أو المتلقي، إذن فالتأثير مرتبط بالقصدية والرغبة في بث رسالة معينة، وتشمل التأثيرات الاتصالية التأثيرات على المعرفة والاتجاهات والإدراك للواقع الاجتماعي بالإضافة إلى تأثيرات الاعتماد ووضع الأجندة وغيرها، وتشير

التأثيرات في هذه الدراسة إلى كيفية استقبال أفراد الجمهور للرسائل الاتصالية بطرق نشطة طبقاً لاحتياجاتهم الخاصة افتراضاً أن أفراد الجمهور يبحثون عن وسائل الاتصال للحصول على معلومات معينة، وبحصولهم عليها فإنهم يبدأون في التصرف بطريقة معينة بناءً على هذه المعلومات، ثم يرجعون للوسيلة للحصول على المزيد منها وهكذا تستمر العملية.^(٤٩)

الإطار النظري للدراسة:

تستند هذه الدراسة إلى إطار نظري متمثلاً في مدخل "الاستخدامات والتأثيرات"، وفيما يلي توضيح له ولدلالاته للدراسة الحالية:

اعتمدت البحوث الإعلامية المتعلقة بالمشاهدة التليفزيونية على مدخلين وهما مدخل التأثيرات المباشرة ومدخل الاستخدامات والإشباع، وقد عانيا هذان المدخلان من تطبيق الافتراضات التي تتعلق بالخصائص والسمات الشخصية فيما يخص سلوك المشاهدة التليفزيونية، فنجد أن المدخلين افتراضاً أن التقارير التي يعطيها الفرد بشأن سلوكياته تمثل خصائصه وسماته الثابتة، بينما أن نتائج الدراسات أوضحت أن السلوكيات ليست بالضرورة ثابتة على اختلاف المواقف الاجتماعية.

ويبحث مدخل الاستخدامات والتأثيرات في كيفية انتقاء أفراد الجمهور للرسائل الاتصالية بطرق نشطة طبقاً لاحتياجاتهم الخاصة، وأنهم يقومون باختيارات واعية من المحتوى الاتصالي وينتقون ما يشاهدونه مما يساهم في خلق تنوع في التأثيرات الاتصالية التي تستند إلى حاجة أفراد الجمهور بشكل أساسي،^(٥٠) مؤكداً على أنه تحت ظروف معينة وضمن أطر مشاهدة محددة فإن عملية المشاهدة قد تختلف وبالتالي فإن تأثيراتها ستكون مختلفة، خاصة طبقاً لمتغير ثالث مختلف في طبيعته ألا وهو متغير نشاط الجمهور.^(٥١)

وأثبت مدخل الاستخدامات والتأثيرات أن أفراد الجمهور يشاهدون التليفزيون بشكل رئيسي لأسباب محددة، كما يفترض هذا المدخل أن معاني النصوص الاتصالية تكون موجودة في أذهان أفراد الجمهور القوي الذي تحركه دوافع محددة للتعرض.^(٥٢)

وأكد (وينداهل Windahl) أن الدمج بين كل من الاستخدامات والإشباع والتأثيرات قد حدث بالفعل ويطلق عليه "مدخل الاستخدامات والتأثيرات Uses and Effect"، فقد أوضحت الدراسات أن التنوع في إشباع الجمهور المطلوبة والمتحققة يرتبط بمجال واسع من التأثيرات الاتصالية بما في ذلك التأثيرات على الإدراك للواقع الاجتماعي والمعرفة والاتجاهات بالإضافة إلى تأثيرات الاعتماد ووضع الأجندة وغيرها من التأثيرات الأساسية المتنوعة، كما قاد (بلومر Blumer) أفكاراً بشأن كيفية اتساق مدخل الاستخدامات والإشباع مع مدخل التأثيرات، وأن يركز المنظور الخاص به مسئولية التحكم في التأثيرات على أفراد الجمهور بدلاً من وسائل الاتصال مؤكداً أن التأثيرات الاتصالية قد تنشأ عن الإشباع، وذلك من خلال افتراض أن

الدوافع المعرفية ستسهل الحصول على المعلومات بينما استخدام الوسيلة لغرض التسلية والهروب سيجعل الجمهور يتقبل مفاهيم أو مدركات الواقع الاجتماعي في نفس الاتجاه المقدم بطريقة متكررة في المضامين الاتصالية الترفيهية، وأن الاستغراق في المضامين الاتصالية لتدعيم الهوية الشخصية قد يروج لتأثيرات التدعيم، وأكد (روبين Rubin) أن اتجاهات وتوقعات ومفاهيم الجمهور نحو وسائل الاتصال ترشد سلوكه الاتصالي، بالإضافة إلى الدوافع والاحتياجات التي تنشأ عن اهتمامات الفرد والضغوط الخارجية المفروضة عليه، كما توجد بدائل وظيفية لاستخدام وسائل الاتصال ومضامينها وكلها متغيرات تؤدي دورًا بارزًا في التأثيرات الاتصالية على الجمهور.^(٥٣)

وطور (روزينجرين Rosengren) وزملاءه إطارًا نظريًا أكثر تكاملًا لدوافع المشاهدة والتأثيرات وهو ما تطلبه الربط بين الاستخدامات والتأثيرات وأكدوا أن أية نظرية من نظريات دراسة الجمهور يجب أن تشمل بعض المفاهيم الخاصة بالنصوص الاتصالية، بالإضافة إلى بعض المفاهيم الخاصة بقوة ونشاط الجمهور نحو هذه النصوص، ووضع (روبين Rubin) خلال تطويره لمدخل الاستخدامات والإشباعات فئتين للدوافع المختلفة للمشاهدة وهما الدوافع النفعية والدوافع الطقوسية، وأكد أهمية التفريق بين هذه الدوافع كذلك أهمية الربط بين المضمون الذي يتعرض له ونشاط الجمهور ودراسة العلاقة بينهما على أنها رابطة في سلسلة أكبر من العلاقات السببية التي تربط النص بالتأثيرات من خلال اتجاه التفاعل بين الجمهور والوسيلة أو المضمون، فبذلك اقترح أن التوجهات النفعية أو الطقوسية تفترض وجودًا لدور نشيط يتعلق بدوافع المشاهدة واتجاهاتها في عملية التأثيرات الاتصالية.^(٥٤)

وبالتالي قام مدخل الاستخدامات والتأثيرات بتغيير الطرق التقليدية للتفكير في التأثيرات الاتصالية من خلال دراسته لكيفية استقبال الجمهور للرسائل الاتصالية بطرق نشطة طبقًا لاحتياجاتهم الخاصة،^(٥٥) ويحاول الاتجاه الحديث في البحوث الإعلامية المزج بين الاستخدامات والتأثيرات مفترضًا أن أفراد الجمهور يبحثون عن وسائل الاتصال للحصول على معلومات معينة، وبحصولهم عليها فإنهم يبدأون في التصرف بطريقة معينة بناءً على هذه المعلومات، ثم يرجعون للوسيلة للحصول على المزيد منها وهكذا تستمر العملية.^(٥٦)

وبات مدخل الاستخدامات والإشباعات مستندًا إلى بعض الأسس النظرية ويفترض الباحثون وجود بعض المتغيرات الوسيطة التي تحدد التأثيرات الاتصالية على أفراد الجمهور، حيث تشير الدراسات الحديثة إلى وجود علاقة بين مجموعة المنافع التي يحصل عليها أفراد الجمهور من استخدامهم للوسيلة أو مضمونها من جهة والتأثيرات الاتصالية من جهة أخرى، وقد ساعدت هذه الدراسات على سد الفجوة بين منهج التأثيرات التقليدي ومنهج الاستخدامات والإشباعات،^(٥٧) مما أنتج ظهور نموذج الاستخدامات والتأثيرات والذي ينظر إلى استخدامات وسائل الاتصال والنتيجة المترتبة

على هذا الاستخدام، وذلك لأن مدخل الاستخدامات والإشباع قد أكد أن التنوع في إشباع أفراد الجمهور من وسائل الاتصال يرتبط بتأثيرات الوسائل عليهم.^(٥٨)

وتطمح الدراسات الحديثة إلى ربط تأثيرات الاتصال بالاحتياجات النفسية والظروف الاجتماعية لأفراد الجمهور،^(٥٩) حيث يقترح مدخل الاستخدامات والتأثيرات أنه يجب أن يتم الربط بين استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال والتأثيرات الناتجة عن القرارات والسلوكيات الفردية لأفراد الجمهور تجاه هذه الوسائل ومضامينها المختلفة، مع الوضع في الاعتبار أيضاً العوامل الخاصة بالمضمون وما يقدم من خلاله، فمن غير الممكن الإجابة عليها التساؤلات الخاصة بالدوافع الشخصية لأفراد الجمهور دون الرجوع إلى وسائل الاتصال وما تقدمه من مضامين،^(٦٠) فهذا المدخل لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسائل والتأثيرات الاتصالية، ولكنه يفترض بدلاً من ذلك أن أفراد الجمهور يضعون الرسائل الاتصالية موضع الاستخدام وأن مثل هذه الاستخدامات تعمل كمتغيرات وسيطة في عملية التأثير،^(٦١) حيث توجد قائمة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تتوسط تأثيرات السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور، فعندما يشاهد شخص ما مضموناً اتصالياً معيناً فإن ردود فعله أو استجاباته لهذا المضمون تعتمد على شخصية الفرد وظروفه الاجتماعية والمواقف النفسية السابقة التي مر بها، كما أن المشاهد يجب أن يولي أولاً انتباهاً للرسائل الاتصالية حتى يتأثر بها أو تؤثر هي عليه، وتعد الخيارات الشخصية والاختلافات الفردية مؤثرات قوية تتوسط كل من أنماط ونتائج أو تأثيرات استخدام وسائل الاتصال، وينتج عن افتقاد المبادرة الفردية الكافية من قبل أفراد الجمهور في تعاملهم مع وسائل الاتصال تأثيرات قوية للرسائل الاتصالية عليهم، وبالتالي حاول الباحثون تحليل كيف أن الخلفيات والدوافع ومستويات التعرض المختلفة لأفراد الجمهور تؤثر على النتائج أو التأثيرات المختلفة للتعرض.^(٦٢)

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

١. ما حجم تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية؟
٢. ما السبل المفضلة للجمهور المصري للتعرض لبرامج السهرة الأمريكية؟
٣. ما الفضائيات الأمريكية المفضلة للجمهور المصري للتعرض لبرامج السهرة الأمريكية؟
٤. ما برامج السهرة الأمريكية المفضلة للجمهور المصري؟
٥. ما القضايا التي يفضل الجمهور المصري متابعتها في برامج السهرة الأمريكية؟
٦. ما دوافع الجمهور المصري للتعرض لبرامج السهرة الأمريكية؟

٧. ما استخدامات الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية والإشباع المتحققة عند مشاهدتها؟

٨. ما تقييم الجمهور المصري لتأثيرات برامج السهرة الأمريكية عليه؟

٩. ما دور برامج السهرة الأمريكية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا التي تتناولها؟

١٠. ما دور برامج السهرة الأمريكية في تشكيل إدراك الجمهور المصري للواقع؟

فروض الدراسة:

حدد الباحث مجموعة من الفروض التي تسعى الدراسة إلى التحقق منها، وذلك على النحو التالي:

١. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية ودورها في تشكيل إدراكه للواقع.

٢. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية واتجاهاته نحو القضايا التي تتناولها.

٣. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية وتقييمه لتأثيراتها عليه.

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي تعتمد على جمع الحقائق مما يتطلب تحليلها وتفسيرها، وصولاً إلى حقائق دقيقة من أجل التوصل إلى استنتاجات وتعميمات، ويستهدف الباحث في هذه الدراسة وصف وتحديد علاقة الجمهور المصري ببرامج السهرة الأمريكية والتعرف على استخداماته لها وتقييمه لتأثيراتها عليه.

وتعتمد هذه الدراسة الميدانية على منهج المسح والذي يعد واحداً من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية، حيث يهتم بدراسة ظروف مجتمع معين، بقصد تجميع الحقائق واستخلاص النتائج اللازمة لحل مشكلات هذا المجتمع.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع فئات الجمهور المصري من جمهور برامج السهرة الأمريكية، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مبحوث من الجمهور المصري في محافظة القاهرة من جمهور برامج السهرة الأمريكية.

أداة جمع البيانات:

تستخدم الدراسة استمارة الاستبيان بهدف التعرف على علاقة الجمهور المصري ببرامج السهرة الأمريكية وتم تقسيم محاورها إلى أربعة محاور وشملت الخصائص الديموجرافية للجمهور المصري من جمهور برامج السهرة الأمريكية، وأنماط وحجم تعرض الجمهور المصري لهذه البرامج، والفضائيات وبرامج السهرة الأمريكية التي يفضلها الجمهور المصري، والجوانب المحددة للعلاقة بين الجمهور المصري وبرامج السهرة الأمريكية كدوافع مشاهدتها ومظاهر استخدامها والإشباع المتحققة عند مشاهدتها وتقييمه لتأثيراتها عليه ودورها في تشكيل إدراكه للواقع وتشكيل اتجاهاته نحو القضايا التي تتناولها.

إجراءات الصدق والثبات:

• اختبار الصدق:

استخدم الباحث أسلوب الصدق الظاهري Face Validity لقياس صدق استمارة الاستبيان من حيث قدرتها على الإجابة عن تساؤلات الدراسة والتحقق من فروضها، وتم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين من الأساتذة والخبراء للتأكد من صدقها والحكم على صلاحيتها، وأجريت بعض التغييرات اللازمة على الاستمارة بناء على توجيهات بعضهم للوصول إلى شكلها النهائي.⁽¹³⁾

• اختبار الثبات:

قام الباحث بإعادة اختبار نسبة من عينة الدراسة لإجراء الثبات بلغت ٥٪ من العينة الكلية، كالاتي:

١. الثبات عبر الزمن: حيث تم إعادة اختبار نسبة ٥٪ من العينة الكلية بعد شهر من إجراء البحث، ووجد أن نسبة الثبات مرتفعة بنسبة ٩٥,٥٪.

٢. الثبات مع باحث آخر: حيث استعان الباحث بأحد الزملاء لكي يقوم باختبار نفس نسبة العينة المسحوبة من العينة الكلية لقياس الثبات في إجراء البحث، وطبق الباحث معادلة (هولستي) لقياس الثبات، وهي كالاتي:

$$2M$$

$$N1+N2$$

حيث أن:

M: عدد الحالات التي يتفق فيها الباحث مع الزميل

N1: عدد الحالات التي رمزها الباحث

N2: عدد الحالات التي رمزها الزميل

وبتطبيق المعادلة وجد أن معامل الثبات لاستمارة الاستبيان بلغ ٩٥٪ وهي نسبة عالية وتعني صلاحية الاستمارة للتطبيق.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

يتم الاعتماد في هذه الدراسة على البرنامج الإحصائي SPSS المستخدم على نطاق واسع في الدراسات الاجتماعية والإعلامية لتحليل بيانات الدراسة من خلال إجراء التكرارات البسيطة وحساب النسب المئوية، كما تم الاعتماد على معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة.

تفسير ومناقشة النتائج التفصيلية للدراسة واختبار الفروض:

يقوم الباحث فيما يلي بمناقشة ما توصلت إليه الدراسة من نتائج أجابت عن تساؤلاتها وتحققت من صحة فروضها:

أولاً: النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية:

(١) توزيع عينة المبحوثين تبعاً للنوع:

جدول رقم (١)

توزيع عينة المبحوثين تبعاً للنوع

الإجمالي		النوع
%	ك	
٦٠,٥٪	٢٤٢	إناث
٣٩,٥٪	١٥٨	ذكور
١٠٠٪	٤٠٠	الإجمالي

يوضح الجدول السابق نوع المبحوثين من جمهور برامج السهرة الأمريكية، وجاءت فئة (الإناث) في المقدمة في المرتبة الأولى في (٢٤٢ تكرار) بنسبة ٦٠,٥٪ من إجمالي المبحوثين، تليها فئة (ذكور) في المرتبة الثانية في (١٥٨ تكرار) بنسبة ٣٩,٥٪.

ويرجع الباحث السبب في هذه النتيجة إلى أن الإناث من الجمهور تفضلن بطبعهن مشاهدة البرامج التلفزيونية بشكل أكبر مقارنة بالذكور، وهو ما أثبتته الكثير من الدراسات والبحوث الإعلامية من قبل.

(٢) توزيع عينة المبحوثين تبعاً للمستوى التعليمي:

جدول رقم (٢)

توزيع عينة المبحوثين تبعاً للمستوى التعليمي

الإجمالي		المستوى التعليمي
%	ك	
٨٩,٥٪	٣٥٨	تعليم جامعي
٩,٨٪	٣٩	دراسات عليا (ماجستير- دكتوراه)
٠,٨٪	٣	أقل من تعليم جامعي
١٠٠٪	٤٠٠	الإجمالي

يوضح الجدول السابق المستوى التعليمي للمبحوثين من جمهور برامج السهرة الأمريكية، وجاءت فئة (تعليم جامعي) في المقدمة في المرتبة الأولى في (٣٥٨ تكرار) بنسبة ٨٩,٥٪ من إجمالي المبحوثين، تليها فئة (دراسات عليا) في المرتبة الثانية بفارق كبير في (٣٩ تكرار) بنسبة ٩,٨٪، ثم جاءت فئة (أقل من تعليم جامعي) في المرتبة الثالثة والأخيرة في (3 تكرارات) بنسبة ٠,٨٪.

ويرجع الباحث السبب في هذه النتيجة لكون برامج السهرة الأمريكية تعمل على عرض القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية الهامة وتقوم بمناقشتها بشكل جاد، مما يتطلب قدرًا عاليًا من الثقافة لدى الجمهور للإلمام بالقضايا والأوضاع التي يعيشها المجتمع، بالإضافة لتطلب البرامج الأجنبية منها المعرفة والإلمام الجيدين بأوضاع المجتمعات الأجنبية التي يتم عرض ومناقشة قضاياها وكذلك اللغات الأجنبية التي تقدم بها هذه البرامج.

(٣) توزيع عينة المبحوثين تبعًا للمستوى الاقتصادي:

جدول رقم (٣)

توزيع عينة المبحوثين تبعًا للمستوى الاقتصادي

الإجمالي		المستوى الاقتصادي
%	ك	
٦٣,٢٪	٢٥٣	متوسط
٢٢٪	٨٨	مرتفع
١٤,٨٪	٥٩	منخفض
١٠٠٪	٤٠٠	الإجمالي

يوضح الجدول السابق المستوى الاقتصادي للمبحوثين من جمهور برامج السهرة الأمريكية، وجاءت فئة (متوسط) في المقدمة في المرتبة الأولى في (٢٥٣ تكرار) بنسبة ٦٣,٢٪ من إجمالي المبحوثين، تليها فئة (مرتفع) في المرتبة الثانية في (٨٨ تكرار) بنسبة ٢٢٪، ثم جاءت فئة (منخفض) في المرتبة الثالثة والأخيرة في (٥٩ تكرارات) بنسبة ١٤,٨٪.

(٤) توزيع عينة المبحوثين تبعًا لمدى التعرض لبرامج السهرة الأمريكية:

جدول رقم (٤)

توزيع عينة المبحوثين تبعًا لمدى التعرض لبرامج السهرة الأمريكية

الإجمالي		مدى التعرض
%	ك	
٥٦,٥٪	٢٢٦	نادرًا
٣٤,٢٪	١٣٧	أحيانًا
٩,٢٪	٣٧	دائمًا
١٠٠٪	٤٠٠	الإجمالي

يوضح الجدول السابق مدى تعرض المبحوثين لبرامج السهرة الأمريكية، وجاءت فئة (نادراً) في المقدمة في المرتبة الأولى في (٢٢٦ تكرار) بنسبة ٥٦,٥٪ من إجمالي المبحوثين، تليها فئة (أحياناً) في المرتبة الثانية في (١٣٧ تكرار) بنسبة ٣٤,٢٪، ثم جاءت فئة (دائماً) في المرتبة الثالثة والأخيرة في (٣٧ تكرار) بنسبة ٩,٢٪. وتشير هذه النتيجة إلى أن أغلبية عينة المبحوثين لا يفضلون مشاهدة برامج السهرة الأمريكية مما يؤكد افتقاد هذه البرامج الأجنبية للقاعدة الجماهيرية من الجمهور المصري.

(٥) توزيع عينة المبحوثين تبعاً لمتوسط عدد ساعات مشاهدة برامج السهرة الأمريكية يومياً:

جدول رقم (٥)

توزيع عينة المبحوثين تبعاً لمتوسط عدد ساعات مشاهدة برامج السهرة الأمريكية يومياً

الإجمالي		متوسط عدد الساعات
%	ك	
٦٣,٥٪	٢٥٤	أقل من ساعة
٢٢,٥٪	٩٠	أكثر من ٣ ساعات
١٤٪	٥٦	١-٣ ساعات
١٠٠٪	٤٠٠	الإجمالي

يوضح الجدول السابق متوسط عدد ساعات مشاهدة المبحوثين لبرامج السهرة الأمريكية يومياً، وجاءت فئة (أقل من ساعة) في المقدمة في المرتبة الأولى في (٢٥٤ تكرار) بنسبة ٦٣,٥٪ من إجمالي المبحوثين، تليها فئة (أكثر من ٣ ساعات) في المرتبة الثانية في (٩٠ تكرار) بنسبة ٢٢,٥٪، ثم جاءت فئة (١-٣ ساعات) في المرتبة الثالثة والأخيرة في (٥٦ تكرار) بنسبة ١٤٪.

وتشير هذه النتيجة إلى أن أغلبية عينة المبحوثين يشاهدون برامج السهرة الأمريكية لمدة تقل عن ساعة في اليوم، ويرجع الباحث ذلك لطبيعة برامج السهرة الأمريكية من حيث زمن عرض حلقاتها والذي يبلغ في العادة أقل من ساعة، مما يشير إلى اتجاه أغلبية عينة المبحوثين لمشاهدة برامج السهرة الأمريكية بمعدل حلقة واحدة في كل يوم يقومون بمشاهدة هذه البرامج خلاله.

(٦) توزيع عينة المبحوثين تبعاً للأماكن المفضلة لمشاهدة برامج السهرة الأمريكية:

جدول رقم (٦)

توزيع عينة المبحوثين تبعاً للأماكن المفضلة لمشاهدة برامج السهرة الأمريكية

الإجمالي		الأماكن
%	ك	
٨٩,٧٥٪	٣٥٩	المنزل
١٠٪	٤٠	المقهى
٩,٢٥٪	٣٧	النادي
٤٪	١٦	العمل

يوضح الجدول السابق الأماكن التي يفضلونها المبحوثون لمشاهدة برامج السهرة الأمريكية، وجاءت فئة (المنزل) في المقدمة في المرتبة الأولى في (٣٥٩ تكرار) بنسبة ٨٩,٧٥٪ من إجمالي المبحوثين، تليها فئة (المقهى) في المرتبة الثانية في (٤٠ تكرار) بنسبة ١٠٪، ثم جاءت فئة (النادي) في المرتبة الثالثة في (٣٧ تكرار) بنسبة ٩,٢٥٪، بينما جاءت فئة (العمل) في المرتبة الأخيرة في (١٦ تكرار) بنسبة ٤٪.

(٧) توزيع عينة المبحوثين تبعاً للأشخاص المفضلين لمشاهدة برامج السهرة الأمريكية معهم:

جدول رقم (٧)

توزيع عينة المبحوثين تبعاً للأشخاص المفضلين لمشاهدة برامج السهرة الأمريكية معهم

الإجمالي		الأشخاص
ك	%	
٢٢٧	٥٦,٧٥٪	الأصدقاء
١٣٠	٣٢,٥٪	الأسرة
١٠٠	٢٥٪	بمفردي
٢٩	٧,٢٥٪	الأقارب
١٨	٤,٥٪	زملاء العمل

يوضح الجدول السابق الأشخاص الذين يفضلون المبحوثون مشاهدة برامج السهرة الأمريكية معهم، وجاءت فئة (الأصدقاء) في المقدمة في المرتبة الأولى في (٢٢٧ تكرار) بنسبة ٥٦,٧٥٪ من إجمالي المبحوثين، تليها فئة (الأسرة) في المرتبة الثانية في (١٣٠ تكرار) بنسبة ٣٢,٥٪، ثم جاءت فئة (بمفردي) في المرتبة الثالثة في (١٠٠ تكرار) بنسبة ٢٥٪، بينما جاءت فئة (زملاء العمل) في المرتبة الأخيرة في (١٨ تكرار) بنسبة ٤,٥٪.

(٨) توزيع عينة المبحوثين تبعاً للسبل المفضلة لمشاهدة برامج السهرة الأمريكية:

جدول رقم (٨)

توزيع عينة المبحوثين تبعاً للسبل المفضلة لمشاهدة برامج السهرة الأمريكية

الإجمالي		سبل المشاهدة
ك	%	
٣٣٦	٨٤٪	عبر مواقع الانترنت
٦٤	١٦٪	عبر التلفزيون
٤٠٠	١٠٠٪	الإجمالي

يوضح الجدول السابق السبل التي يفضلونها المبحوثون لمشاهدة برامج السهرة الأمريكية، وجاءت فئة (عبر مواقع الانترنت) في المقدمة في المرتبة الأولى

في (٣٣٦ تكرار) بنسبة ٨٤٪ من إجمالي المبحوثين، تليها فئة (عبر التلفزيون) في المرتبة الثانية في (٦٤ تكرار) بنسبة ١٦٪.

ويرجع الباحث السبب في ذلك لاتجاه أغلب فئات الجمهور المصري للاعتماد على مواقع الانترنت لمشاهدة برامج التلفزيونية المفضلة بعد أن استبدلها بالوسيط التلفزيوني لما تتمتع به من خصائص تفاعلية تمكنه من اختيار المضمون الذي يفضله ومشاهدته في الوقت الذي يناسبه وإعادة مشاهدته إذا رغب، كذلك لا يتوفر بث الفضائيات الأجنبية التي تعرض برامج السهرة الأمريكية في مصر لذا يضطر أفراد الجمهور المصري الذين يفضلون مشاهدة البرامج الأجنبية للاعتماد بشكل كلي على مواقع الانترنت.

(٩) توزيع عينة المبحوثين تبعاً للفضائيات الأمريكية المفضلة لمشاهدة برامج السهرة الأمريكية الراهنة فيها:

جدول رقم (٩)

توزيع عينة المبحوثين تبعاً للفضائيات الأمريكية المفضلة لمشاهدة برامج سهرة الأمريكية الراهنة فيها

الإجمالي		الفضائيات الأمريكية
ك	%	
٢٩٦	٧٤٪	NBC
١٨١	٤٥,٢٪	HBO
١٠٨	٢٧٪	Comedy Central
٩٩	٢٤,٨٪	ABC
٣٩	٩,٨٪	CBS
٣١	٧,٨٪	TBS

يوضح الجدول السابق الفضائيات الأمريكية التي يفضلونها المبحوثون لمشاهدة برامج النقد الساخر الراهنة فيها، وجاءت فئة قناة (NBC) في المقدمة في المرتبة الأولى في (٢٩٦ تكرار) بنسبة ٧٤٪ من إجمالي المبحوثين، تليها فئة قناة (HBO) في المرتبة الثانية في (١٨١ تكرار) بنسبة ٤٥,٢٪، ثم جاءت فئة قناة (Comedy Central) في المرتبة الثالثة في (١٠٨ تكرار) بنسبة ٢٧٪، بينما جاءت فئة قناة (TBS) في المرتبة الأخيرة في (٣١ تكرار) بنسبة ٧,٨٪.

(١٠) توزيع عينة المبحوثين تبعًا لبرامج السهرة الأمريكية الراهنة المفضل مشاهدتها:

جدول رقم (١٠)

توزيع عينة المبحوثين تبعًا لبرامج السهرة الأمريكية الراهنة المفضل مشاهدتها

الإجمالي		البرامج الأجنبية
%	ك	
٪٩١	٣٦٤	Saturday Night Live
٪٤٨,٥	١٩٤	Last Week Tonight with John Oliver
٪٢٣	٩٢	The Daily Show
٪٢٢,٥	٩٠	The Tonight Show Starring Jimmy Fallon
٪١٠,٥	٤٢	Last Call with Carson Daly
٪٨,٥	٣٤	The Late Show with Stephen Colbert
٪٥,٨	٢٣	Late Night with Seth Meyers
٪٤	١٦	The Opposition with Jordan Klepper
٪٣,٨	١٥	Full Frontal with Samantha Bee

يوضح الجدول السابق برامج السهرة الأمريكية الراهنة التي يفضل المبحوثون مشاهدتها، وجاءت فئة برنامج (Saturday Night Live) في المقدمة في المرتبة الأولى في (٣٦٤ تكرار) بنسبة ٪٩١ من إجمالي المبحوثين، تليها فئة برنامج (Last Week Tonight with John Oliver) في المرتبة الثانية في (١٩٤ تكرار) بنسبة ٪٤٨,٥، ثم جاءت فئة برنامج (The Daily Show) في المرتبة الثالثة في (٩٢ تكرار) بنسبة ٪٢٣، بينما جاءت فئة برنامج (Full Frontal with Samantha Bee) في المرتبة الأخيرة في (١٥ تكرار) بنسبة ٪٣,٨.

(١١) توزيع عينة المبحوثين تبعًا للقضايا المفضل متابعتها في برامج السهرة الأمريكية:

جدول رقم (١١)

توزيع عينة المبحوثين تبعًا للقضايا التي يفضلون متابعتها في برامج السهرة الأمريكية

الإجمالي		القضايا
%	ك	
٪٦٦,٧٥	٢٦٧	القضايا الاجتماعية
٪٤١,٢٥	١٦٥	القضايا السياسية
٪٣٥,٢٥	١٤١	القضايا الفنية والثقافية
٪١٦,٧٥	٦٧	القضايا الرياضية
٪١٢,٧٥	٥١	القضايا الاقتصادية
٪٨,٥	٣٤	القضايا الدينية

يوضح الجدول السابق القضايا التي يفضلون المبحوثون متابعتها في برامج السهرة الأمريكية، وجاءت فئة (القضايا الاجتماعية) في المقدمة في المرتبة الأولى في (٢٦٧ تكرار) بنسبة ٦٦,٧٥٪ من إجمالي المبحوثين، تليها فئة (القضايا السياسية) في المرتبة الثانية في (١٦٥ تكرار) بنسبة ٤١,٢٥٪، ثم جاءت فئة (القضايا الفنية والثقافية) في المرتبة الثالثة في (١٤١ تكرار) بنسبة ٣٥,٢٥٪، بينما جاءت فئة (القضايا الدينية) في المرتبة الأخيرة في (٣٤ تكرار) بنسبة ٨,٥٪.

(١٢) توزيع آراء عينة المبحوثين تبعاً لدوافع مشاهدة برامج السهرة الأمريكية:

جدول رقم (١٢)

توزيع آراء عينة المبحوثين تبعاً لدوافع مشاهدة برامج السهرة الأمريكية

مدى الموافقة		معارض		موافق		الدوافع
ك	%	ك	%	ك	%	
٢٧٩	٦٦,٧٥٪	٣٣	٨٪	٨٨	٢٢٪	لأنها تساعدني في الترفيه عن نفسي وتمضية الوقت
١٣٢	٣٣٪	١٥٥	٣٨,٧٥٪	١١٣	٢٨,٢٥٪	لأنني اعتدت مشاهدتها
١٣٧	٣٤,٢٥٪	١٦٠	٤٠٪	١٠٣	٢٥,٧٥٪	لأنني أتعلم منها في الحصول على المعلومات وتحليل مجريات الأخبار والأحداث الجارية
١٣٢	٣٣٪	١٤٦	٣٦,٥٪	١٢٢	٣٠,٥٪	لأن متابعتها الآخرين لها تشجعني على مشاهدتها
١٦٢	٤٠,٥٪	١٢٥	٣١,٢٥٪	١١٣	٢٨,٢٥٪	لأنني أجد فيها متفناً يحمل آراءً شبيهة لآرائني
١٢٥	٣١,٢٥٪	١٦٣	٤٠,٧٥٪	١١٢	٢٨٪	لأنني اعتدت الاعتماد عليها في تشكيل صورة المشاهير التي تستضيفهم لدي
٢٠٤	٥١٪	١١٥	٢٨,٧٥٪	٨١	٢٠,٢٥٪	لأنها تطلعني على وجهات نظر الآخرين بشأن القضايا المختلفة وتمكنني من مقارنتها بوجهة نظري
١٣١	٣٢,٧٥٪	١٥٩	٣٩,٧٥٪	١١٠	٢٧,٥٪	لأنني أستمتع بمشاهدة التليفزيون في نهاية اليوم قبل الخلود للنوم
١٩٠	٤٧,٥٪	١١٢	٢٨٪	٩٨	٢٤,٥٪	لأنها تساعدني في فتح مجالاً للنقاش مع الآخرين بشأن القضايا المختلفة
١٠٩	٢٧,٢٥٪	١٧٥	٤٣,٧٥٪	١١٦	٢٩٪	لأنني اعتدت التجمع مع الآخرين لمشاهدتها سوياً

يوضح الجدول السابق دوافع المبحوثين لمشاهدة برامج السهرة الأمريكية، وجاءت فئة (لأنها تساعدني في الترفيه عن نفسي وتمضية الوقت) في المقدمة في المرتبة الأولى في (٢٧٩ تكرار) بنسبة ٦٦,٧٥٪، تليها فئة (لأنها تطلعني على وجهات نظر الآخرين بشأن القضايا المختلفة وتمكنني من مقارنتها بوجهة نظري) في المرتبة الثانية في (٢٠٤ تكرار) بنسبة ٥١٪، ثم جاءت فئة (لأنها تساعدني في فتح مجالاً

للنقاش مع الآخرين بشأن القضايا المختلفة) في المرتبة الثالثة في (١٩٠ تكرار) بنسبة ٤٧,٥٪، بينما جاءت فئة (لأنني اعتدت التجمع مع الآخرين لمشاهدتها سوياً) في المرتبة الأخيرة في (١٠٩ تكرار) بنسبة ٢٧,٢٥٪.

(١٣) توزيع آراء عينة المبحوثين تبعاً لاستخدامات برامج السهرة الأمريكية:

جدول رقم (١٣)

توزيع آراء عينة المبحوثين تبعاً لاستخدامات برامج السهرة الأمريكية

لا رأي لي		معارض		موافق		مدى الموافقة الاستخدامات
%	ك	%	ك	%	ك	
١٧,٧٥٪	٧١	١٦,٥٪	٦٦	٦٥,٧٥٪	٢٦٣	الاستمتاع بالتعليقات الفكاهية
٢٠,٥٪	٨٢	١٤,٢٥٪	٥٧	٦٥,٢٥٪	٢٦١	مشاهدة الصور والفيديوهات
١٩,٥٪	٧٨	١٦٪	٦٤	٦٤,٥٪	٢٥٨	الاستمتاع بالأغنيات والاستعراضات
١٩,٥٪	٧٨	١٢,٥٪	٥٠	٦٨٪	٢٧٢	مشاهدة الاستكشافات التمثيلية
٢٢,٧٥٪	٩١	٢٢٪	٨٨	٥٥,٢٥٪	٢٢١	مشاهدة الفقرات الباسمة
٢٤٪	٩٦	٣٠,٥٪	١٢٢	٤٥,٥٪	١٨٢	متابعة الأخبار والأحداث الجارية
٢٩٪	١١٦	٢٧٪	١٠٨	٤٤٪	١٧٦	متابعة معالجة هذه البرامج لقضايا المجتمع
٣٢٪	١٢٨	٣١,٧٥٪	١٢٧	٣٦,٢٥٪	١٤٥	متابعة التقارير الخارجية
٢٨٪	١١٢	٢٢,٢٥٪	٨٩	٤٩,٧٥٪	١٩٩	متابعة فقرات ضيوف الحلقات
٣٩,٥٪	١٥٨	٣١,٢٥٪	١٢٥	٢٩,٢٥٪	١١٧	متابعة مدى تفاعل الجمهور المشارك بالاستوديو مع أحداث الحلقة

يوضح الجدول السابق مظاهر استخدام المبحوثين لبرامج السهرة الأمريكية، وجاءت فئة (مشاهدة الاستكشافات التمثيلية) في المقدمة في المرتبة الأولى في (٢٧٢ تكرار) بنسبة ٦٨٪، تليها فئة (الاستمتاع بالتعليقات الفكاهية) في المرتبة الثانية في (٢٦٣ تكرار) بنسبة ٦٥,٧٥٪، ثم جاءت فئة (مشاهدة الصور والفيديوهات) في المرتبة الثالثة في (٢٦١ تكرار) بنسبة ٦٥,٢٥٪، بينما جاءت فئة (متابعة مدى تفاعل الجمهور المشارك بالاستوديو مع أحداث الحلقة) في المرتبة الأخيرة في (١١٧ تكرار) بنسبة ٢٩,٢٥٪.

(١٤) توزيع آراء عينة المبحوثين تبعاً للإشباعات المتحققة من مشاهدة برامج السهرة الأمريكية:

جدول رقم (١٤)

توزيع آراء عينة المبحوثين تبعاً للإشباعات المتحققة من مشاهدة برامج السهرة الأمريكية

لا رأي لي		معارض		موافق		مدى الموافقة الإشباعات
%	ك	%	ك	%	ك	
٪٣٠	١٢٠	٪١٦,٢٥	٦٥	٪٥٣,٧٥	٢١٥	الحصول على المعلومات حول الأحداث الجارية
٪٢٨,٧٥	١١٥	٪٢٧,٧٥	١١١	٪٤٣,٥	١٧٤	فهم مجريات القضايا الراهنة وأسبابها
٪٢١,٧٥	٨٧	٪٣٥	١٤٠	٪٤٣,٢٥	١٧٣	تكوين قدر من المعلومات يساعدني في النقاش مع الآخرين
٪٢٢,٧٥	٩١	٪٣١,٧٥	١٢٧	٪٤٥,٥	١٨٢	تكوين رأي خاص بي بشأن القضايا المختلفة
٪٢٥,٥	١٠٢	٪٢٤,٥	٩٨	٪٥٠	٢٠٠	إيجاد متفلس يحمل آراءً شبيهة لأرائي
٪٢٢	٨٨	٪٢٢,٧٥	٩١	٪٥٥,٢٥	٢٢١	إشباع حب الاستطلاع والفضول لدي لمعرفة القضايا الراهنة
٪٢٢	٨٨	٪٢٣,٢٥	٩٣	٪٥٤,٧٥	٢١٩	الإطلاع على أخبار المشاهير من ضيوف الحلقات
٪١٨,٧٥	٧٥	٪١٨,٧٥	٧٥	٪٦٢,٥	٢٥٠	مساهمة هذه البرامج في التخلص من الهموم اليومية
٪٢١,٢٥	٨٥	٪١٣,٢٥	٥٣	٪٦٥,٥	٢٦٢	التسلية وإضفاء روح المرح والدعابة
٪٢٨,٢٥	١١٣	٪٤٧,٥	١٩٠	٪٢٤,٢٥	٩٧	الامتثال للآخرين ومشاهدة هذه البرامج مثلهم

يوضح الجدول السابق الإشباعات المتحققة لدى المبحوثين عند مشاهدة برامج السهرة الأمريكية، وجاءت فئة (التسلية وإضفاء روح المرح والدعابة) في المقدمة في المرتبة الأولى في (٢٦٢ تكرار) بنسبة ٦٥,٥٪، تليها فئة (مساهمة هذه البرامج في التخلص من الهموم اليومية) في المرتبة الثانية في (٢٥٠ تكرار) بنسبة ٦٢,٥٪، ثم جاءت فئة (إشباع حب الاستطلاع والفضول لدي لمعرفة القضايا الراهنة) في المرتبة الثالثة في (٢٢١ تكرار) بنسبة ٥٥,٢٥٪، بينما جاءت فئة (الامتثال للآخرين ومشاهدة هذه البرامج مثلهم) في المرتبة الأخيرة في (٩٧ تكرار) بنسبة ٢٤,٢٥٪.

(١٥) توزيع آراء عينة المبحوثين تبعاً لتقييم تأثيرات برامج السهرة الأمريكية عليه:

جدول رقم (١٥)

توزيع آراء عينة المبحوثين تبعاً لتقييم تأثيرات برامج السهرة الأمريكية عليه

لا رأي لي		معارض		موافق		مدى الموافقة التأثيرات
%	ك	%	ك	%	ك	
٪٣٤,٥	١٣٨	٪٢٢,٢٥	٨٩	٪٤٣,٢٥	١٧٣	أقتنع بمضمونها الذي يناقش مشكلات وعيوب أعاني منها
٪٣٦,٢٥	١٤٥	٪٢٧,٢٥	١٠٩	٪٣٦,٥	١٤٦	لا أقتنع بمضمونها حين يتلاعب بحقائق تاكدت من صحتها مسبقاً
٪٢٩,٢٥	١١٧	٪٣٠,٥	١٢٢	٪٤٠,٢٥	١٦١	أصدق ما تقدمه من معلومات حين أعلمها مسبقاً من الخارج

لا أقتنع بأهمية القضايا التي تقدمها إلا إذا تعرضت لها مسبقاً	١٢٠	٣٠٪	١٦٧	٤١,٧٥٪	١١٣	٢٨,٢٥٪
أستمتع بمشاهدتها بشكل أكبر وقت وقوع أحداث سعيدة لي أراها لا تقدم مضموناً قيماً عندما أشاهدها خلال فترة أواجه فيها ضغطاً كبيراً	١٧٣	٤٣,٢٥٪	١١٥	٢٨,٧٥٪	١١٢	٢٨٪
أثق في مضمونها عند استضافتها لأحد المشاهير المفضلين لي	١٢٤	٣١٪	١٦٧	٤١,٧٥٪	١٠٩	٢٧,٢٥٪
أجدها تتمتع بقدر كبير من حرية التعبير عند تزامن عرضها مع حدوث حراك ديمقراطي ملحوظ في الواقع	١٦٧	٤١,٧٥٪	١٣٢	٣٣٪	١٠١	٢٥,٢٥٪
أتبنى الآراء التي تقدمها عندما تتوافق مع آرائي المسبقة	١٨١	٤٥,٢٥٪	١١٨	٢٩,٥٪	١٠١	٢٥,٢٥٪
أنفر من مشاهدتها إذا سخرت من الشخصيات العامة المفضلة لي	١٤٦	٣٦,٥٪	١٢٣	٣٠,٧٥٪	١٣١	٣٢,٧٥٪
أتبنى الألفاظ الجريئة التي تقدمها إذا سمعتها مسبقاً من الخارج	١٣٩	٣٤,٧٥٪	١٢٧	٣١,٧٥٪	١٣٤	٣٣,٥٪
لا أستجيب لما تقدمه إذا وجدته ينحاز للترويج لفكر معين مخالف لقيمي وأفكاري المسبقة	٨٥	٢١,٢٥٪	١٩٤	٤٨,٥٪	١٢١	٣٠,٢٥٪
	١٥١	٣٧,٧٥٪	١١٢	٢٨٪	١٣٧	٣٤,٢٥٪

يوضح الجدول السابق تقييم المبحوثين لتأثيرات برامج السهرة الأمريكية عليهم، وجاءت فئة (أجدها تتمتع بقدر كبير من حرية التعبير عند تزامن عرضها مع حدوث حراك ديمقراطي ملحوظ في الواقع) في المقدمة في المرتبة الأولى في (١٨١ تكرار) بنسبة ٤٥,٢٥٪، تليها فئتي (أقتنع بمضمونها الذي يناقش مشكلات وعيوب أعاني منها) و(أستمتع بمشاهدتها بشكل أكبر وقت وقوع أحداث سعيدة لي) في المرتبة الثانية بالتساوي في (١٧٣ تكرار) بنسبة ٤٣,٢٥٪، ثم جاءت فئة (أثق في مضمونها عند استضافتها لأحد المشاهير المفضلين لي) في المرتبة الثالثة في (١٦٧ تكرار) بنسبة ٤١,٧٥٪، بينما جاءت فئة (أتبنى الألفاظ الجريئة التي تقدمها إذا سمعتها مسبقاً من الخارج) في المرتبة الأخيرة في (٨٥ تكرار) بنسبة ٢١,٢٥٪.

(١٦) توزيع عينة المبحوثين تبعاً لدور برامج السهرة الأمريكية في تشكيل الاتجاهات نحو القضايا التي تتناولها:

جدول رقم (١٦)

توزيع آراء عينة المبحوثين تبعاً لدور برامج السهرة الأمريكية في تشكيل الاتجاهات نحو القضايا التي تتناولها

الإجمالي		دور البرامج
ك	%	
١٩٥	٤٨,٨٪	تخلق اتجاهًا إيجابيًا نحو القضايا التي تقدمها وتفسر لي أهميتها وتحفزني لمتابعتها وتجعلني أتعلم فيها
١٣٧	٣٤,٢٪	لا تخلق أي اتجاه
٦٨	١٧٪	تخلق اتجاهًا سلبيًا نحو القضايا التي تقدمها ولا توضح لي جدواها وتنفرني من متابعتها وتجعلني لا أهتم بها
٤٠٠	١٠٠٪	الإجمالي

يوضح الجدول السابق دور برامج السهرة الأمريكية في تشكيل اتجاهات المبحوثين نحو القضايا التي تتناولها، وجاءت فئة (تخلق اتجاهًا إيجابيًا نحو القضايا التي تقدمها وتفسر لي أهميتها وتحفزني لمتابعتها وتجعلني أتعلم فيها) في المقدمة في المرتبة الأولى في (١٩٥ تكرار) بنسبة ٤٨,٨٪ من إجمالي المبحوثين، تليها فئة (لا تخلق أي اتجاه) في المرتبة الثانية في (١٣٧ تكرار) بنسبة ٣٤,٢٪، ثم جاءت فئة (تخلق اتجاهًا سلبيًا نحو القضايا التي تقدمها ولا توضح لي جدواها وتتفرني من متابعتها وتجعلني لا أهتم بها) في المرتبة الثالثة والأخيرة في (٦٨ تكرار) بنسبة ١٧٪.

(١٧) توزيع آراء المبحوثين تبعًا لدور برامج السهرة الأمريكية في تشكيل إدراك الواقع:

جدول رقم (١٧)

توزيع آراء عينة المبحوثين تبعًا لدور برامج السهرة الأمريكية في تشكيل إدراك الواقع

لا رأي لي		معارض		موافق		مدى الموافقة دور البرامج
%	ك	%	ك	%	ك	
٣٤,٧٥٪	١٣٩	١٩٪	٧٦	٤٦,٢٥٪	١٨٥	تعكس تمثيلًا حقيقيًا لما أشهده في الواقع شكلاً ومضموناً
٢٤,٢٥٪	٩٧	٣٧,٧٥٪	١٥١	٣٨٪	١٥٢	تهتم فقط بالتسلية وإثارة الضحك
٣٣,٥٪	١٣٤	٢١,٢٥٪	٨٥	٤٥,٢٥٪	١٨١	تعرض القضايا والأحداث التي تدور حولي في الواقع
٣١,٢٥٪	١٢٥	٣٠,٧٥٪	١٢٣	٣٨٪	١٥٢	لا تقدم حلولاً للقضايا والمشكلات التي أعاني منها في الواقع
٢٩٪	١١٦	١٧,٢٥٪	٦٩	٥٣,٧٥٪	٢١٥	تسلط الضوء على النواقص والعيوب التي أجدها في الواقع
٣١٪	١٢٤	٣٤,٢٥٪	١٣٧	٣٤,٧٥٪	١٣٩	تعمل على إلهاء المواطنين عن واقعهم
٣٦,٥٪	١٤٦	٢٣,٧٥٪	٩٥	٣٩,٧٥٪	١٥٩	تنقل آراء المواطنين التي أتعرض لها في الواقع
٣٧٪	١٤٨	٤١,٧٥٪	١٦٧	٢١,٢٥٪	٨٥	تزييف الحقائق التي أجدها في الواقع وتعرض عكسها
٣٠,٢٥٪	١٢١	٢٣٪	٩٢	٤٦,٧٥٪	١٨٧	تهتم بعرض المستجدات الأكثر حداثة التي أشهدها في الواقع
٣٧,٢٥٪	١٤٩	٣٤,٥٪	١٣٨	٢٨,٢٥٪	١١٣	تحظر عرض القضايا التي تشغل الرأي العام

يوضح الجدول السابق آراء المبحوثين فيما يتعلق بدور برامج السهرة الأمريكية في تشكيل إدراك الواقع، وجاءت فئة (تسلط الضوء على النواقص والعيوب التي أجدها في الواقع) في المقدمة في المرتبة الأولى في (٢١٥ تكرار) بنسبة ٥٣,٧٥٪، تليها فئة (تهتم بعرض المستجدات الأكثر حداثة التي أشهدها في الواقع) في

المرتبة الثانية في (١٨٧ تكرار) بنسبة ٤٦,٧٥٪، ثم جاءت فئة (تعكس تمثيلاً حقيقياً لما أشهده في الواقع شكلاً ومضموناً) في المرتبة الثالثة في (١٨٥ تكرار) بنسبة ٤٦,٢٥٪، بينما جاءت فئة (تزييف الحقائق التي أجدها في الواقع وتعرض عكسها) في المرتبة الأخيرة في (٨٥ تكرار) بنسبة ٢١,٢٥٪.

ثانياً: اختبار الفروض:

الفرض الأول:

ثبتت صحة الفرض القائل بأنه: "توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية ودورها في تشكيل إدراكه للواقع".

جدول رقم (١٨)

معامل ارتباط سبيرمان للعلاقة بين مدى تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية ودورها في تشكيل إدراكه للواقع

المتغيرات	مدى تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية	دورها في تشكيل إدراكه للواقع
مدى تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية	معامل ارتباط سبيرمان	٠,٢١٢
	المعنوية	*٠,٠٠
دورها في تشكيل إدراكه للواقع	معامل ارتباط سبيرمان	٠,٢١٢
	المعنوية	*٠,٠٠

* تشير إلى معنوية معامل الارتباط عند مستوى معنوية ٠,٠٥.

يوضح الجدول السابق معامل ارتباط سبيرمان للعلاقة بين مدى تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية ودورها في تشكيل إدراكه للواقع ومستوى معنوية للعلاقة بينهم.

ونستخلص مما سبق ما يلي:

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية ودورها في تشكيل إدراكه للواقع، حيث أن مستوى المعنوية أقل من ٥٪ وهذا يدل على وجود علاقة ارتباطية.
- وجود علاقة ارتباطية طردية (موجبة) بين مدى تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية ودورها في تشكيل إدراكه للواقع، حيث أن إشارة معامل الارتباط موجبة وهذا يدل على وجود علاقة طردية.

الفرض الثاني:

ثبتت صحة الفرض القائل بأنه: "توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية واتجاهاته نحو القضايا التي تتناولها".

جدول رقم (١٩)

معامل ارتباط سبيرمان للعلاقة بين دوافع تعرض الجمهور المصري للقضايا التي تتناولها برامج السهرة الأمريكية واتجاهاته نحو هذه القضايا

المتغيرات	دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية		اتجاهاته نحو القضايا التي تتناولها
دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية	معامل ارتباط سبيرمان	١	-٠,١٠٠
	المعنوية		*٠,٠٤٦
اتجاهاته نحو القضايا التي تتناولها	معامل ارتباط سبيرمان	-٠,١٠٠	١
	المعنوية	*٠,٠٤٦	

* تشير إلى معنوية معامل الارتباط عند مستوى معنوية ٠,٠٥٪

يوضح الجدول السابق معامل ارتباط سبيرمان للعلاقة بين دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية واتجاهاته نحو القضايا التي تتناولها ومستوى معنوية للعلاقة بينهم.

ونستخلص مما سبق ما يلي:

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية واتجاهاته نحو القضايا التي تتناولها، حيث أن مستوى المعنوية أقل من ٥٪ وهذا يدل على وجود علاقة ارتباطية.
- وجود علاقة ارتباطية عكسية (سالبة) بين دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية واتجاهاته نحو القضايا التي تتناولها، حيث أن إشارة معامل الارتباط سالبة وهذا يدل على وجود علاقة عكسية.

الفرض الثالث:

ثبتت صحة الفرض القائل بأنه: "توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية وتقييمه لتأثيراتها عليه".

جدول رقم (٢٠)

معامل ارتباط سبيرمان للعلاقة بين دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية وتقييمه لتأثيراتها عليه

المتغيرات	دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية	تقييمه لتأثيراتها عليه
دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية	معامل ارتباط سبيرمان	٠,٣٧٣
	المعنوية	*٠,٠٠
تقييمه لتأثيراتها عليه	معامل ارتباط سبيرمان	٠,٣٧٣
	المعنوية	*٠,٠٠

* تشير إلى معنوية معامل الارتباط عند مستوى معنوية ٠,٠٥.

يوضح الجدول السابق معامل ارتباط سبيرمان للعلاقة بين دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية وتقييمه لتأثيراتها عليه ومستوى معنوية للعلاقة بينهم.

ونستخلص مما سبق ما يلي:

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية وتقييمه لتأثيراتها عليه، حيث أن مستوى المعنوية أقل من ٥٪ وهذا يدل على وجود علاقة ارتباطية.
- وجود علاقة ارتباطية طردية (موجبة) بين دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية وتقييمه لتأثيراتها عليه، حيث أن إشارة معامل الارتباط موجبة وهذا يدل على وجود علاقة طردية.

خلاصة الدراسة:

تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على استخدامات الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية وتحديد حجم ودوافع التعرض لها والإشباع المتحققة عند مشاهدتها وتقييمه لتأثيراتها عليه ودورها في تشكيل إدراكه للواقع وتشكيل اتجاهاته نحو القضايا التي تتناولها.

واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى مدخل الاستخدامات والتأثيرات، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتم الاعتماد في سحب عينة الدراسة على أسلوب العينة العمدية وبلغت قوامها ٤٠٠ مبحوث من الجمهور المصري بمحافظة القاهرة من جمهور برامج السهرة الأمريكية.

وتبين من النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنه غلبت نسبة الإناث من الجمهور المصري الذي يشاهد برامج السهرة الأمريكية بنسبة ٦٠,٥٪ مقابل ٣٩,٥٪ للذكور، وغلبت نسبة الجمهور من ذوي التعليم الجامعي بنسبة ٨٩,٥٪، كما غلبت نسبة الجمهور من المستوى الاقتصادي المتوسط بنسبة ٦٣,٢٪.

كذلك أوضحت نتائج الدراسة أن النسبة الأغلب من المبحوثين يشاهدون برامج السهرة الأمريكية نادرًا بنسبة ٥٦,٥٪، وتشير هذه النتيجة إلى أن أغلبية عينة المبحوثين لا يفضلون مشاهدة برامج السهرة الأمريكية مما يؤكد افتقاد هذه البرامج الأجنبية للقاعدة الجماهيرية من الجمهور المصري، وأن النسبة الأغلب من المبحوثين يشاهدون هذه البرامج لمدة أقل من ساعة يوميًا بنسبة ٦٣,٥٪ ويفضلون مشاهدتها في المنزل بنسبة ٨٩,٧٥٪، ومع الأصدقاء بنسبة ٥٦,٧٥٪.

كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن النسبة الأغلب من المبحوثين يشاهدون برامج السهرة الأمريكية عبر مواقع الإنترنت بنسبة ٨٤٪، ويفضلون مشاهدة البرامج التي تقدمها قناة NBC الأمريكية بنسبة ٧٤٪، وأن أكثر برامج السهرة الأمريكية المفضلة لديهم برنامج (Saturday Night Live) بنسبة ٩١٪.

وبرزت القضايا الاجتماعية كأبرز أنواع القضايا التي يفضل الجمهور المصري متابعتها في برامج السهرة الأمريكية بنسبة ٦٦,٧٥٪، وبرز دافع (لأنها تساعدني في الترفيه عن نفسي وتمضية الوقت) في مقدمة دوافع تعرض الجمهور لهذه البرامج بنسبة ٦٩,٧٥٪، وجاء (مشاهدة الاسكتشات التمثيلية) في مقدمة استخدامات الجمهور لهذه البرامج بنسبة ٦٨٪، وجاء (التسلية وإضفاء روح المرح والدعابة) في مقدمة الإشباعات المتحققة عند مشاهدة الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية بنسبة ٦٥,٥٪، كما جاءت فئة (أجدها تتمتع بقدر كبير من حرية التعبير عند تزامن عرضها مع حدوث حراك ديمقراطي ملحوظ في الواقع) في مقدمة تأثيرات برامج السهرة الأمريكية على الجمهور المصري حسب تقييمه بنسبة ٤٥,٢٥٪.

كذلك يرى أغلب المبحوثون أن برامج السهرة الأمريكية تخلق اتجاهًا إيجابيًا نحو القضايا التي تقدمها وتفسر لهم أهميتها وتحفزهم لمتابعتها وتجعلهم يتعمقون فيها بنسبة ٤٨,٨٪، كذلك برزت فئة (تسلط الضوء على النواقص والعيوب التي أجدها في الواقع) في مقدمة أدوار برامج السهرة الأمريكية في تشكيل إدراك الواقع لدى الجمهور المصري بنسبة ٥٣,٧٥٪.

كذلك أثبتت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية ودورها في تشكيل إدراكه للواقع، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية واتجاهاته نحو القضايا التي تتناولها، ووجود علاقة

ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج السهرة الأمريكية وتقييمه لتأثيراتها عليه.

مقترحات الدراسة:

في ضوء ما انتهت إليه الدراسة من نتائج توصل الباحث إلى مجموعة من المقترحات، وهي كالآتي:

١. ضرورة إثراء المكتبة العربية بالدراسات والأبحاث الإعلامية المتعلقة بموضوع برامج السهرة الأمريكية لمحدوديتها، حيث لم تتعرض الدراسات الإعلامية العربية بكثرة لهذا النوع من البرامج وعلاقة الجمهور به.

٢. ضرورة الاتجاه لإتمام الدراسات والأبحاث الإعلامية التي تستند في إطارها النظري على مدخل الاستخدامات والتأثيرات لندرتها الشديدة.

٣. يجب على الجهات الفنية في مصر استمرار العمل على إنتاج برامج سهرة محلية ذات جودة عالية تقدم مضموناً يلائم طبيعة المجتمع المصري وتحل بديلاً لبرامج السهرة الأمريكية.

٤. يجب على الأجهزة المختصة بالثقافة والإعلام في مصر أن تواصل جهودها في التدخل بمراقبة وتنظيم ما يتم بثه من مضمون على الجمهور المصري حتى تضمن سلامة المضمون المقدم وملائمته لطبيعة المجتمع المصري.

٥. يجب التنويه على فرض الرقابة الأبوية على ما يتعرض له الصغار والمراهقون من برامج أمريكية لما قد تحتويه من أفكار وسلبيات لا تناسب أعمارهم.

مراجع الدراسة:

- (1) Nickie Michaud Wild (2014). "Political Criticism and the Power of Satire: The Transformation of "Late-night" Comedy on Television in the United States, 1980-2008", Unpublished Dissertation (New York: State University of New York at Albany, Ph.D.).
- (2) Allaina Kilby (2018). "Provoking the Citizen: Re-examining the Role of TV Satire in the Trump Era", A Research Note (London: Journalism Studies, Volume 19, Issue 13).
- (3) Laura Basu (2018). "News Satire: Giving the News a Memory", A Research Note (London: Triple C: Communication, Capitalism & Critique, Volume 16, Issue 1).
- (4) Joe Hale Cutbirth (2011). "Satire as Journalism: *The Daily Show* and American Politics at the Turn of the Twenty-First Century", Unpublished Dissertation (New York: Columbia University, the Graduate School of Arts and Sciences, Ph.D.).
- (5) Noah Springer (2011). "Serious Play: Evaluating the Comedic, Political, and Religious Relationships between *The Daily Show*, *The Colbert Report*, and *South Park*", Unpublished Dissertation (Illinois: Southern Illinois University Carbondale, Graduate School, M.A.).
- (6) Lauren Feldman (2013). "Cloudy with a Chance of Heat Balls: The Portrayal of Global Warming on *The Daily Show* and *The Colbert Report*", A Research Note (Los Angeles: International Journal of Communication, Volume 26, Issue 7).
- (7) Elena Dana Neacsu (2011). "Political Satire and Political News: Entertaining, Accidentally Reporting or Both? The Case of *The Daily Show with Jon Stewart (TDS)*", Unpublished Dissertation (New Jersey: The State University of New Jersey, Graduate School-New Brunswick Rutgers, Ph.D.).
- (8) Maria Brock (2018). "Political Satire and its Disruptive Potential: Irony and Cynicism in Russia and the US", A Research Note (London: Culture, Theory and Critique, Volume 59, Issue 3).
- (9) Kristy Harris (2014). "Mass Media Satire - The Modern Public Sphere: How Modern Satire Serves a Unique Purpose in Democratic Society", Unpublished Dissertation (Omaha: University of Nebraska at Omaha, M.A.).

- (10) William Henry (2013). "Seriously Funny: *The Daily Show*, Public Deliberation, and Pedagogy", Unpublished Dissertation (New York: Columbia University, Teachers College, Ph.D.).
- (11) Sarah J. Burton (2010). "More Than Entertainment: The Role of Satirical News in Dissent, Deliberation, and Democracy", Unpublished Dissertation (Pennsylvania: Pennsylvania State University, College of Communications, M.A.).
- (12) Gregory Gondwe (2017). " Are Late Night TV Shows in the Polarizing Society? Examining the Ambivalence of New Version of Political Partisanship in the United States?", A Research Note (Global Media Journal, Volume 15, No.29:86) pp.1-6.
- (13) Michael Parkin (2010). " Taking Late Night Comedy Seriously: How Candidate Appearances on Late Night Television Can Engage Viewers", A Research Note (Political Research Quarterly, Volume 63, No.1) pp. 3-15.
- (14) Patricia Moy, Michael A. Xenos and Verena K. Hess (2006). "Priming Effects of Late-Night Comedy", A Research Note (International Journal of Public Opinion Research, Volume 18, No.2) pp. 198-210.
- (15) Lindsay Rosen (2018). " A Comprehensive Analysis of Political Perceptions of Host Negativity in Late-Night Comedy", Unpublished Dissertation (North Carolina: Elon University, https://www.elon.edu/u/academics/communications/journal/wp-content/uploads/sites/153/2018/05/05_Rosen.pdf).
- (16) David Niven, S. Robert Lichter and Daniel Amundson (2003). "The Political Content of Late Night Comedy", A Research Note (Harvard International Journal of Press/Politics, Volume 8, No.3) pp. 118-133.
- (17) Shannon K. McCraw (2006). "Late-night Television Talk Shows and Political Comedy Programs: A Study of Young Voters' Political Experiences", Unpublished Dissertation (Oklahoma: The University of Oklahoma, Graduate College, Ph.D.).
- (18) Nathan David (2012). "Participatory Satire? Political Humor, the Colbert Super PAC Project, and the Colliding Worlds of Late Night Comedy and Modern American Politics", Unpublished Dissertation (Minnesota: University of Minnesota, Faculty of the Graduate School, Ph.D.).
- (19) Sarah J. Burton, Op. Cit.

(20) Ian Reilly (2010). "Satirical Fake News and the Politics of the Fifth State", Unpublished Dissertation (Ontario: University of Guelph, Faculty of Graduate Studies, Ph.D.).

(٢١) سارة عبد اللطيف (٢٠٢٠). "مشكلات الأسرة المصرية في الأفلام السينمائية وعلاقتها بمستوى الإحباط لدى الجمهور المصري"، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

(٢٢) أحمد محمد إبراهيم (٢٠١٩). "صورة اليهود المصريين كما تعكسها الدراما المصرية واتجاهات الجمهور المصري نحوها"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

(٢٣) مایسة السيد (٢٠١٨). "أداء المؤسسات الحكومية كما تعكسه المسلسلات والأفلام التي يعرضها التلفزيون وعلاقته باتجاهات الجمهور المصري نحو الحكومة"، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

(٢٤) داليا قاسم (٢٠١٦). "التعرض للتلفزيون وعلاقته بمدركات الجمهور المصري عن ظاهرة التحرش الجنسي"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

(٢٥) أميرة يونس (٢٠١٥). "استخدامات الجمهور المصري للمواد الوثائقية التلفزيونية والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

(٢٦) آية محمد علي (٢٠١٧). "التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري : دراسة مقارنة"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

(27) Yassmin El-Sayed (2013). "The Impact of Egyptian Sports Talk Shows on Audience Perceptions of the Port Said Massacre", Unpublished Dissertation (Cairo: The American University in Cairo, School of Global Affairs and Public Policy, The Journalism and Mass Communication Department, M.A.).

(٢٨) غادة أحمد (٢٠١٥). "البرامج الساخرة بالقنوات الفضائية العربية واتجاهات المراهقين نحوها"، القاهرة: مجلة دراسات الطفولة، المجلد ١٨، العدد ٦٦.

(٢٩) الشيماء صبحي (٢٠١٥). "معالجة المحتوى الكوميدي في الفضائيات المصرية الخاصة للقضايا الاجتماعية وتأثيراته النفسية والاجتماعية على المراهقين"، رسالة دكتوراه غير منشورة (المنيا: جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام).

(٣٠) وردشان عبد المطلب (٢٠١٤). "دوافع تعرض المراهقين للبرامج السياسية الساخرة بالفضائيات العربية والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال).

(٣١) ربهان محمد (٢٠١٥). "العناصر الإخراجية في البرامج التلفزيونية الساخرة وعلاقتها بإدراك المراهقين للقضايا السياسية"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال).

- (32) Radwa ElGabry (2014). "Political Satire in Egypt After 2011: The Effect of the Second Season of the Satirical Show "Al-Bernameg" (2012-2013) on the Egyptian Audience", Unpublished Dissertation (Cairo: The American University in Cairo, School of Global Affairs and Public Policy, The Journalism and Mass Communication Department, M.A.).
- (33) Dina Mohamed (2014). "Egyptian Audience's Perception of Political Satire Show: An Analysis of the Perceived and Actual Influence of Political Comedy Programming", Unpublished Dissertation (Cairo: The American University in Cairo, School of Global Affairs and Public Policy, The Journalism and Mass Communication Department, M.A.).
- (٣٤) مرام أحمد (٢٠١٦). "دور البرامج الكوميدية السياسية في إدراك الشباب المصري للقضايا السياسية"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام).
- (٣٥) وفاء فرغل (٢٠١٤). "البرامج الساخرة بالتلفزيون وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع الاجتماعي"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال).
- (٣٦) إيمان عاشور (٢٠١٦). "تعرض الشباب للبرامج الساخرة في القنوات الفضائية وعلاقته بالقيم التربوية"، رسالة دكتوراه غير منشورة (المنيا: جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي).
- (٣٧) الزهراء فاخر (٢٠١٧). "أثر البرامج التلفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي"، رسالة ماجستير غير منشورة (المنصورة: جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام).
- (38) Salma Tharwat (2014). "The Jester's Frame: The Role of Political Satire in Shaping Egyptians' Perceptions of Current Issues (Case of Bassem Youssef's "Albernameg")", Unpublished Dissertation (Cairo: The American University in Cairo, School of Global Affairs and Public Policy, The Journalism and Mass Communication Department, M.A.).
- (٣٩) نورهان مصطفى (٢٠١٧). "السخرية السياسية على موقع اليوتيوب على شبكة الانترنت وعلاقتها باتجاهات مستخدمي الموقع نحو القوى السياسية في مصر"، رسالة ماجستير غير منشورة (المنصورة: جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام).
- (٤٠) ولاء فايز (٢٠١٥). "دور البرامج الساخرة في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأحداث الجارية في مصر"، رسالة دكتوراه غير منشورة (المنوفية: جامعة المنوفية، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي).
- (41) Salma Tharwat, Op. Cit.
- (٤٢) وفاء فرغل، مرجع سابق.

- (٤٣) بسمة سيد (٢٠١٦). "المجال العام لتعليقات القراء بالمواقع والبوابات الإلكترونية حول أداء جهاز الشرطة وعلاقته بصورة الجهاز لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية-ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).
- (٤٤) كريمة مهران (٢٠١٦). "العلاقة بين استخدام المواقع الإلكترونية ومستوى المعرفة بحقوق الإنسان لدى الجمهور المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).
- (45) Soha Eissa (2012). "Why Do People Click?! Uses and Gratifications of Facebook-Zynga Games Among Egyptian Adults", Unpublished Dissertation (Cairo: The American University in Cairo, School of Global Affairs and Public Policy, The Journalism and Mass Communication Department, M.A.).
- (46) Bernard M. Timberg and Robert J. Erler (2010). "Television Talk: A History of the TV Talk Show", (Texas: University of Texas Press) pp.3-4.
- (47) Ch. Pamboukis (2006). "The Concept and Function of Usages in the United Nations Convention on the International Sale of Goods", A Research Note (Pennsylvania: Journal of Law and Commerce, Volume 25) p.111.
- (٤٨) محمود حسن إسماعيل (٢٠٠٣). "مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير" (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع) ط٢، ص٦٥.
- (٤٩) حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد (٢٠٠٦). "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية) ط٦، ص٢٤٩.
- (٥٠) المرجع السابق، ص٢٤٢.
- (51) Donna Rouner (1984). "Active Television Viewing and the Cultivation Hypothesis", A Research Note (New York: Journalism Quarterly, Volume 61, Issue 1) pp. 168-174.
- (52) Sonia M. Livingstone (1998). "Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation", (Oxfordshire: Psychology Press) pp. 36-49.
- (53) Stanley J. Baran and Dennis K. Davis (1995). "Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future", (California: International Thomson Publishing) pp. 267-269.
- (54) Sonia M. Livingstone, Op. Cit., pp. 36-49.
- (55) John Eldridge, Jenny Kitzinger and Kevin Williams (1997). "The Mass Media and Power in Modern Britain", (Oxford: Oxford University Press) p.126.

- (56) Rowland Lorimer and Paddy Scannell (1994). "Mass Communication: A Comparative Introduction", (Oxford: Manchester University Press) p.162.
- (57) سامي طايح (٢٠٠١). "بحوث الإعلام"، (القاهرة: دار النهضة العربية) ص ١٢٥.
- (58) Stanley J. Baran and Dennis K. Davis, Op. Cit., p.225.
- (59) Klaus Bruhn Jensen (2002). "Media Effects: Quantitative Traditions", In KB Jensen, "A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies", (London: Routledge) pp. 138-155.
- (60) Denis McQuail (2010). "McQuail's Mass Communication Theory", (New York: Sage Publications) p.384.
- (61) Stephen W. Littlejohn and Karen A. Foss (2004). "Theories of Human Communication", (California: Wadsworth Publishing) p.223.
- (62) Jennings Byran, Susan Thompson and Bruce W. Finklea (2002). "Fundamentals of Media Effects", (New York: McGraw-Hill) pp. 130-133.

(٦٣) شملت قائمة المحكمين كل من الآتي، حسب الترتيب الأبجدي:

١. أ.د. اعتماد خلف، أستاذ الإعلام وثقافة الطفل بمعهد الدراسات العليا للطفولة.
٢. أ.د. حنان يوسف، أستاذ وعميد كلية اللغة والإعلام بالأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري بالقوية الذكية AASTMT.
٣. أ.د. دينا يحيى، أستاذ بقسم علوم الاتصال والإعلام بكلية الآداب بجامعة عين شمس.
٤. أ.د. عادل فهمي، أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام بجامعة القاهرة.
٥. أ.د. محمد معوض، أستاذ وعميد معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال.