
University students are exposed to entertainment TV programs and their verifications

Dr. Mohammed Shaker Mahmood Al-Shammari
Faculty of Mass Communication
Thi-Qar University
modo10258@utq.edu.iq

DOI: [10.31973/aj.v3i138.1806](https://doi.org/10.31973/aj.v3i138.1806)

Abstract:

The researcher discussed in this study the nature of university students' exposure to recreational programs and the gratifications that these programs can achieve for them, and the current research problem lies in how Iraqi university students are exposed to TV entertainment programs and the patterns of that exposure and the verifications obtained from it, and the importance of the research stems from the fact that it deals with an important quality And dangerous TV programs, which are entertainment programs that have received great popularity and high interest in the audience for their follow-up, especially from the current study category, and they are young people who are clearly interested in pursuing such programs as competitions Singing, variety, music, comedy movies, sports, The research aims to determine the most important drivers of exposure, the type of entertainment TV programs and the attention that Iraqi university students attach to entertainment programs. The research reached a set of conclusions, the most important of which are: -

- 1- Most of the respondents prefer exposure to film and series programs as well as cultural programs in addition to entertainment programs, as well as exposure to satirical and lyrical programs, among other types of entertainment programs.
- 2 - The motivation to fill the free time ranked first in the motives of the viewers watching the entertainment programs.
- 3- The feeling of joy and happiness is on top of the rest of the gratifications achieved by entertainment programs on satellite channels.

Keywords: exposure, college students, entertainment programs, fulfilled gratification.

تعرض طلبة الجامعات للبرامج الترفيهية التلفزيونية والاشباعات المتحققة منها

المدرس الدكتور محمد شاكر محمود

كلية الاعلام / جامعة ذي قار

modo10258@utq.edu.iq**(مُلخَصُ البَحْث)**

تناول الباحث في هذه الدراسة طبيعة تعرض طلبة الجامعات للبرامج الترفيهية والاشباعات التي يمكن أن تحققها هذه البرامج لهم، وتكمن مشكلة البحث الحالي في الكيفية التي يتعرض بها طلبة الجامعات العراقية للبرامج الترفيهية التلفزيونية وأنماط ذلك التعرض والاشباعات المتحققة منه، وتتبع أهمية البحث من كونه يتناول نوعية مهمة وخطيرة من البرامج التلفزيونية وهي البرامج الترفيهية التي لاقت في الفترات الاخيرة رواجاً كبيراً واهتماماً عالياً من قبل الجمهور لمتابعتها خصوصاً من فئة الدراسة الحالية وهم الشباب الجامعي الذين يهتمون بشكل واضح بمتابعة تلك البرامج كالمسابقات والغناء والمنوعات والموسيقى وأفلام الكوميديا والرياضة، ويهدف البحث إلى تحديد أهم دوافع التعرض ونوع البرامج التلفزيونية الترفيهية والاهتمام الذي يوليه طلبة الجامعات العراقية للبرامج الترفيهية، وقد توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها:

١- يفضل غالبية المبحوثين التعرض إلى برامج الأفلام والمسلسلات وكذلك البرامج الثقافية إلى جانب البرامج الترفيهية، وكذلك التعرض للبرامج الساخرة والغنائية من بين الأنواع الأخرى للبرامج الترفيهية.

٢- حاز دافع ملئ وقت الفراغ على المرتبة الأولى في دوافع مشاهدة المبحوثين للبرامج الترفيهية.

٣- تصدر الشعور بالمتعة والسعادة على بقية الاشباعات التي تحققها البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية.

الكلمات المفتاحية: التعرض، طلبة الجامعات، البرامج الترفيهية، الاشباعات المتحققة

المقدمة: يحتاج البشر عموماً إلى وسائل التسلية والترفيه من اجل تخفيف العناء من العمل والمشاكل اليومية والهروب من الأحزان وصعوبات الحياة وذلك عن طريق خلق حالة من المتعة والبهجة والسرور لديهم، واستطاع التلفزيون سرقة الأضواء عن السينما والمسرح في جانب الترفيه واللذان كان يكلفان الأفراد التنقل إلى متابعة حفلات الموسيقى والغناء ومتابعة الأفلام إلى أماكن بعيدة عن منازلهم بينما حقق لهم التلفزيون ذلك في داخلها من خلال ما يعرضه من أفلام وحفلات موسيقية وغنائية ومسابقات وغيرها عن طريق أجهزته المنتشرة في

الأعم الأغلب من بيوتات الناس، وأصبح التحدي في عالم انتشار التلفزيون واضحاً في ظل المنافسة الكبيرة بين القنوات الفضائية المتنوعة له والتي أصبحت حريصة على زيادة ساعات بثها والإكثار من المضامين الترفيهية فيها لاستقطاب أكبر عدد ممكن من المتابعين لبرامجها، وتعتبر المادة الترفيهية من أكثر البرامج التلفزيونية تأثيراً على المتابع سيما فئة الشباب للتعرف على الحياة العصرية وما تعيشه شعوب العالم الغربي من خلال عرض البرامج الترفيهية الأجنبية أو ما يتم استنساخه من تلك البرامج عن طريق الفضائيات العربية والعراقية، فالبرامج الترفيهية قادرة على تغيير أنماط وسلوك حياة الشباب بما تحمله من عوامل الشهرة والنجاح والأفكار المستحدثة.

الإطار المنهجي للبحث:

مشكلة البحث : يعيش المجتمع العراقي في هذه الفترة الزمنية حالات كثيرة من القلق والتوتر والشد العصبي نسبة إلى المشاكل الاقتصادية والسياسية التي يعيشها، هذا بالنسبة إلى المجتمع العراقي بشكل عام، أما بالنسبة لفئة الشباب وخصوصاً الشباب الجامعي فإنه يضاف إلى ما ذكر مسبقاً ثمة وجود مصاعب وتحديات كبيرة تواجه مصيرهم، لذلك يلجأ الشباب مع تزايد اعداد القنوات الفضائية وانتشارها إلى قضاء أوقات فراغها أمام التلفزيون لغرض التسلية والترفيه والاسترخاء بصورة أكثر من وسائل الإعلام الأخرى ، وبما أن الترفيه هو احد وظائف التلفزيون الأساسية لتحرر طلبة الجامعات من ضغوطات الحياة، لإشباع حاجاتهم ورغباتهم والابتعاد عن مصاعب الحياة المعيشية وضغوطات الواجبات الدراسية والشد العصبي وذلك عن طريق مواد إعلامية تضي المتعة والراحة لديهم، وتكمن مشكلة البحث الحالي في كيفية تعرض طلبة الجامعة المستنصرية للبرامج التلفزيونية الترفيهية وأنماط ذلك التعرض والاشباع المتحققة منه، ومن خلال التساؤل الرئيس هنالك مجموعة من التساؤلات الفرعية وكالاتي:

- ١- ما أنماط تعرض طلبة الجامعة المستنصرية للبرامج الترفيهية في القنوات الفضائية؟
- ٢- ما دوافع مشاهدة طلبة الجامعة المستنصرية للبرامج الترفيهية في القنوات الفضائية؟
- ٣- ما نوع البرامج الترفيهية التي يشاهدها طلبة الجامعة المستنصرية حين تعرضهم للقنوات الفضائية؟
- ٤- الاشباع المتحققة لدى طلبة الجامعة المستنصرية من خلال تعرضهم للبرامج التلفزيونية الترفيهية؟

أهمية الموضوع : تتبع أهمية البحث من كونه يتناول نوعية مهمة وخطيرة من البرامج التلفزيونية ألا وهي البرامج الترفيهية التي لاقت في الفترات الاخيرة رواجاً كبيراً واهتماماً عالياً من قبل الجمهور لمتابعتها خصوصاً من فئة الدراسة الحالية وهم الشباب الجامعي الذين

يهتمون بشكل واضح بمتابعة تلك البرامج كالمسابقات والغناء والمنوعات والموسيقى وأفلام الكوميديا والألعاب الرياضية وما إلى ذلك سيما بعد الانتشار الواسع في أعداد وأنواع القنوات التلفزيونية الفضائية وتنوع برامجها، وهذا النوع من البرامج اخذ بشكل ظاهرة تستحق الدراسة من خلال الأشكال البرمجية المتنوعة والمتصاعدة في أعدادها ومعدلات متابعتها وبالخصوص من مجتمع الدراسة، الأمر الذي يجعل من تأثير تلك البرامج والإشباع التي يمكن أن تحققها له أمراً يستحق البحث والدراسة، وتكمن أهمية البحث أيضاً من خلال محاولته التعرف على الكيفية التي يتعرض من خلالها الشباب الجامعي إلى برامج الترفيه وأنماط ذلك التعرض.

أهداف البحث: يهدف البحث الحالي إلى ما يأتي:

- ١- التعرف على أنماط تعرض طلبة الجامعة المستنصرية للبرامج الترفيهية في القنوات الفضائية التلفزيونية.
- ٢- تحديد أهم دوافع تعرض طلبة الجامعة المستنصرية للبرامج التلفزيونية الترفيهية.
- ٣- الكشف عن نوع البرامج التلفزيونية الترفيهية التي يتعرض لها طلبة الجامعة المستنصرية.
- ٤- تحديد أهم الإشباع التي تحققها البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية لطلبة الجامعة المستنصرية.

فروض البحث:

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاشباع المتحققة من البرامج الترفيهية التلفزيونية والبيانات العامة للمبحوثين (النوع الاجتماعي، نوع الدراسة، الحالة الاجتماعية، الدخل الشهري، العمر).
- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاشباع المتحققة ودوافع المشاهدة لدى المبحوثين.
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاشباع المتحققة ونوع البرامج الترفيهية التي يتابعها المبحوثين.

نوع البحث ومنهجه: تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تصف الظواهر والأحداث المتنوعة، ويحاول الباحث من خلال دراسته التعرف على الكيفية التي يتعرض من خلالها طلبة الجامعة المستنصرية إلى البرامج الترفيهية والأنماط التي يتخذوها في ذلك التعرض، أما بالنسبة لمنهج الدراسة فقد استعمل الباحث المنهج المسحي كونه انساب المناهج في الدراسات الوصفية وأكثرها استعمالاً في الدراسات التي تتعرض للظواهر الاجتماعية حيث استخدم الباحث أسلوب المسح بالعينة للحصول على البيانات المطلوبة من

دراسة طبيعة وأنماط التعرض للمضامين الترفيهية في القنوات التلفزيونية والاشباعات المتحققة من ذلك التعرض.

أداة البحث: من أجل الحصول على البيانات والمعلومات الدقيقة والتي من خلالها يمكن تحقيق أهداف البحث ونتائج فقد ارتأى الباحث الاستعانة بأداة الاستبانة والتي احتوت على تسعة عشر سؤالاً موزعة في عدة محاور، وقام الباحث بتوزيع ٤٥٠ استمارة على طلبة الجامعة المستنصرية ٢٢٥ منها على طلاب كلية الآداب و٢٢٥ على طلاب كلية الطب، وتم استبعاد ٢٢ استمارة كونها غير صالحة و٢٨ استمارة لم يتم إعادتها من قبل الطلبة ليصبح مجموع الاستمارات الصالحة للدراسة ٤٠٠ استمارة.

مجتمع البحث وعينته: مجتمع البحث يعني المجتمع المستهدف بإجراءات الدراسة، ومجتمع الدراسة الحالية هو طلبة الجامعة المستنصرية باستخدام العينة العشوائية متعددة المراحل حيث قام الباحث بتقسيم العينة ضمن مراحل، وبعد تحديد الإطار العام للعينة على وفق أسلوب الاختيار العشوائي جرى في المرحلة اللاحقة تبني الاختيار العمدي للمبحوثين إذ جرى توزيع الاستبانة عليهم وكانت عينة الدراسة الحالية طلاب كلية الآداب ذات التخصصات الإنسانية وكلية الطب ذات التخصصات العلمية بواقع (٢٢٥).

الصدق والثبات: تحقق الباحث من صدق الاستبانة بالاعتماد على الصدق الظاهري من خلال أخذ آراء الخبراء^(*) والمختصين في مجال الاعلام حول مدى صلاحية الفقرات وتم إجراء بعض التعديلات على فقرات الاستبانة بناء على توجيهات وآراء السادة الخبراء والمحكمين، وكانت نسبة اتفاق الخبراء على فقرات الاستبانة (٨٩.٤٧%) وهي نسبة جيدة ومقبولة، وللتحقق من ثبات الاستبيان وهو أحد مؤشرات التحقق من دقته والذي اعده الباحث للبرامج الترفيهية واتساق فقراته في قياس ما ينبغي قياسه طبق الباحث معادلة (الفا كرونباخ) وبلغ معامل الثبات (٠,٨٢) وهو معامل ثبات جيد وعالي.

حدود ومجالات البحث: تمثل المجال المكاني للبحث باختيار الجامعة المستنصرية مجالاً جغرافياً للدراسة، أما المجال الزمني فتمثل بالمدة من (١٠/١/٢٠١٩ الى ١/٢/٢٠٢٠) وهي الفترة الزمنية التي استغرقها الباحث في بناء الاستبانة وتوزيعها على عينة البحث ثم استرجاعها منهم، وتمثل المجال البشري في هذه الدراسة بطلبة الجامعة المستنصرية في كلية الآداب وكلية الطب.

(*) المحكمون حسب درجاتهم العلمية وتخصصاتهم.

١. أ.د عبد النبي خزعل جاسم، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
٢. أ.د هادي فليح حسن، كلية الإعلام، الجامعة المستنصرية.
٣. أ.م.د. محمد رشك كاظم، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية.
٤. أ.م.د حسين إسماعيل حداد، كلية الإعلام، الجامعة المستنصرية.
٥. أ.م.د. شريف سعيد، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، كلية الإعلام، جامعة بغداد.

الإطار النظري للبحث:

التعرض للتلفزيون: يشير التعرض إلى كيفية مشاهدة الجمهور لبرامج القنوات الفضائية وردود أفعاله أثناء عملية المشاهدة التي قد تؤدي إلى تأثيرات في السلوك أو المواقف وما ينتج عنها من تأثيرات فرعية على وقت التعرض ومكانه والأفراد الآخرين الذين يفضل التعرض معهم لتلك البرامج (البشر: ١٩٩٧: ٤٧)، وللتعرض

مجموعة دوافع يمكن التعبير عنها بأنها عوامل داخلية تستثير سلوك الأفراد وتوجهه وتحقق فيه سمة التكامل رغم عدم قدرة الغير على ملاحظة هذا الأمر بشكل مباشر، إنما يكون ذلك عن طريق الاستنتاج أو الافتراض (موراي: ١٩٨٧: ١٩٧)، وتقسم دوافع التعرض للبرامج التلفزيونية إلى (شقير: ٢٠٠٩: ٤٥٨): -

١- دوافع منفعية: تأتي من خلال الحصول على المعلومات والمعرفة والتعرف على الخبرات ومتابعة الأحداث المحلية والعالمية عن طريق برامج الأخبار والبرامج الثقافية والتعليمية.
٢- دوافع طقوسية: وذلك من خلال الاسترخاء وقضاء الوقت والتعرف على الآخرين والهروب من المشاكل الاجتماعية، كما هو الحال في الكثير من برامج الأفلام والمسلسلات والمنوعات بمختلف أنواعها.

وتخضع عملية التعرض للتلفزيون إلى عدة مراحل (عبد: ٢٠١٤: ٢٦): -

المرحلة الأولى: التعرض للتلفزيون باعتباره جهازا يعرض المواد الإعلامية من خلال مجموعة برامج معدة مسبقا عن طريق البث المباشر.

المرحلة الثانية: التعرض للرسالة الإعلامية بشكل اختياري من قبل الأفراد بما يتناسب مع اتجاهاتهم ورغباتهم.

المرحلة الثالثة: قرار المتعرض أزاء المادة الإعلامية التلفزيونية من الاستمرار بالتعرض لها أو إنهاء ذلك التعرض نسبة إلى إدراكه ومعرفته وحاجاته.

ويتوقف التعرض للمحتوى الإعلامي على عاملين رئيسيين أولهما إمكانية التعرض لذلك المحتوى وثانيهما الفائدة المحتملة منه، فكلما زادت الفائدة المتوقعة وقل جهد الحصول على المحتوى رفع ذلك من مستوى تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ومحتواها، فتعرض الفرد للتلفزيون مرهون بتلبية احتياجاته واشباع رغباته من رسائله المتنوعة (عبد الحميد: ٢٠٠٤: ٢٣٦).

انواع التعرض إلى التلفزيون:

١- التعرض المباشر: يعني تعرض الأفراد بصورة مباشرة وبلا واسطة إلى التلفزيون

٢- التعرض غير المباشر: أي انتقال المعلومات إلى الجمهور على مرحلتين الأولى من خلال قادة الرأي الذين يتعرضون إلى التلفزيون بصورة مباشرة والثانية حين قيامهم بنقل المعلومات إلى الجمهور مرة أخرى (الهيبي: ١٩٩٨: ٢٧)

٣- التعرض الاستبدالي: حينما يريد الفرد التعرض الى مضمون إعلامي معين فانه يحصل على المعلومات من خلال التعرض الى مجموعة من القنوات الفضائية وبأشكال برمجية متنوعة.

٤- التعرض العفوي: هذا النوع من التعرض يقصد به أن الأفراد يتعرضون إلى برامج التلفزيون بصورة مقصودة أحيانا وغير مقصودة أحيانا أخرى لمضامين قد لا تتفق مع ميولاتهم واتجاهاتهم (الكمي: ١٩٨٧: ٧٤-٧٥).

٥- التعرض المتكرر: أي تكرار التعرض لأحد مضامين الإعلام لزيادة المعرفة به (أبو اصبح: ١٩٩٥: ١١٥).

٦- التعرض الانتقائي: ويقصد به تعرض الفرد للمضامين الإعلامية التي تتفق مع ميولاته واتجاهاته ورغباته ويتجنب ما لا يتفق معها ويسمى أيضا التعرض الاختياري (رايت: ١٩٨٣: ١٥٢)

البرامج التلفزيونية: البرنامج هو عبارة عن فكرة فنية تصاغ في قالب وشكل معين لغرض تحقيق هدف ما وتوصيل رسالة إلى الملتقي بهدف تثقيفه أو تعليمه أو الترويح عنه (البطل: ٢٠١١: ١٩٣)، والبرمجة تعني الانتقاء الجيد للبرامج وترتيبها من اجل جذب انتباه الجماهير المستهدفة مع الأخذ بنظر الاعتبار امتلاك المسؤولين عن إنتاجها المعلومات الكافية والمهارات الجيدة لتحديد الفئات التي تستهدف هذه البرامج مخاطبتها والتأثير فيها واختيار الأوقات المناسبة لعرضها (يعقوب: ٢٠١٤: ٢٨٨)، وللبرنامج التلفزيوني مجموعة من العناصر التي لا بد من توافرها فيه (يعقوب: ٢٠١٤: ٢٩١-٢٩٣):-

١- الإحساس الدقيق بالوقت.

٢- تحضير المادة البرمجية وإعدادها.

٣- التنوع الواضح في المادة البرمجية المعدة للعرض.

٤- التعرف على نوعية الجمهور المستهدف.

البرامج الترفيهية: يعرف الترفيه بأنه أي نشاط يمكن أن يؤدي إلى إظهار المتعة والتسلية واللهو عند الفرد (بدوي: ١٩٨٥: ٦٥)، ويطلق عليه في بعض الأحيان بالتححرر والاسترخاء النفسي والعمل على إنهاء التوتر والقلق والضغوطات المتنوعة على مستوى الأفراد أو الجماعات بما لا يقل أهمية عن وظائف الإعلام الأخرى (أبو اصبح: ١٩٩٥: ١٠٧)، وقد أشار تقرير اللجنة الدولية لمشكلات الاتصال بان الترفيه يتمثل كثيرا بما يتم تقديمه من قبل

التلفزيون من تمثيلات وأدب وفن ورقص وموسيقى ومسرحيات والعباب ومسابقات ورياضة وما إلى ذلك من خلال مجموعة من الأصوات والصور والعلاقات والرموز لخلق روح التسلية والإمتاع للأفراد أو الجماعات (ماكبرايد: ١٩٨١: ٥٢)، ويعد الترفيه وظيفة مهمة وأساسية من وظائف التلفزيون باعتباره احد المسوغات المهمة لتعرض الجمهور إلى التلفزيون للابتعاد عن الجدية في العمل والتخلص من ضغوطات الحياة فترة من الزمن، فالتلفزيون هو احد الوسائل الإعلامية المهمة في عملية التسلية والترفيه بما يملكه من ميزات تقنية وفنية (محمد: ٢٠١١: ١٤)، وكذلك يعمل التلفزيون من خلال برامجه الترفيهية على تقليل حالة التوتر والانفعال لدى المتعرضين له ويبعدهم عن الانشغال بالمشكلات اليومية والاحساس بالملل والتعب، الأمر الذي من شأنه إضفاء تأثير إيجابي على الحالة النفسية لهم (ريفرز، ١٩٧٥: ٣١٥)، وقد عملت القنوات التلفزيونية في الآونة الاخيرة على إستخدام وظيفة الترفيه بشكل كبير جداً من أجل جذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين لها، واضطرت هذه القنوات إلى زيادة الفترة الزمنية لبث برامجه وزيادة المواد الترفيهية فيها من أجل إشغال فترة البث ورفع مستوى متابعتها والاستفادة من الاعلانات التجارية التي تعرض داخل المضامين الترفيهية (الرضا وعمار، ١٩٩٨: ٧٧)، وتسعى هذه البرامج إلى سد الفراغ في الوقت الفائض لدى الفرد والذي يستخدمه للمتعة والراحة والمعرفة وإكمال بعض الالتزامات الاجتماعية، وللبرامج الترفيهية مجموعة من الوظائف الاساسية وهي: (صوشة: ٢٠١٦: ٣٩-٤٢):

- ١-وظائف نفسية: تهدف إلى تقليل أو إنهاء حالة التوتر والقلق والاكتئاب لدى الأفراد لإضفاء حالة من البهجة والسرور والمتعة لدى المتلقي، فالمضامين الترفيهية ترتبط في أغلب الاحيان بخبرات الإنسان العاطفية وأحاسيسه وذكرياته الجميلة.
- ٢-وظائف هروبية: تهدف إلى سد أوقات الفراغ بشكل مفيد ونافع والهروب من المشاكل الاجتماعية، فالحاجة إلى الترفيه تساعد على التعرض الانتقائي لمجموعة البدائل من المواد الترفيهية المتنوعة وهذا بحد ذاته أمراً ايجابياً في التعرض للتلفزيون.
- ٣- وظائف اجتماعية: على الرغم من أن الترفيه هدفه التسلية والمتعة وقضاء الوقت لكن البرامج التلفزيونية الترفيهية تستطيع تغيير مواقف الأفراد وحاجاتهم من خلال ما تقدمه من مواد إعلامية تتضمن مبادئ واتجاهات وسلوكيات مقبولة ضمن نفس المواد الترفيهية التي تبثها القنوات الفضائية، وهي بذلك تغير حالة المتعرض من مجرد الحصول على التسلية والترفيه وقضاء الوقت إلى إكتساب مجموعة من السلوكيات الجيدة التي تتضمنها نفس المواد الترفيهية بما يسمى في مجال الإعلام بالبرامج الترفيهية الموجهة.

- ومن خلال الوظائف الرئيسية للبرامج التلفزيونية الترفيهية فإنه يمكن إجمال مجموعة من الوظائف الفرعية لها وكما مبين في النقاط الآتية (دفلير وروكيتش: ١٩٩٣: ٢٧٥-٢٧٦):
- ١- تعمل البرامج الترفيهية على تغذية القدرات العقلية لدى المشاهد كالتخيل والابداع والشعور بالتفاؤل باعتبارها أحد العوامل المحفزة على العمل.
 - ٢- أغلب عمليات المشاهدة للمضامين الإعلامية المتنوعة والتي تبث من خلال القنوات التلفزيونية الفضائية تعتبر نوعا من أنواع الترفيه كونها تتدرج ضمن أنواع التعرض الانتقائي.
 - ٣- الترفيه هو وسيلة للتخلص من الملل والقلق النفسي ومواجهة الاكتئاب والابتعاد عن مشاكل الحياة اليومية مما يساعد المتعرض لها على إدراك وتحليل المشكلات الحياتية التي تواجهه وإيجاد الحلول المناسبة لها.
 - ٤- تخدم البرامج الترفيهية في بعض الأحيان الجانب السياسي كما هو الحال في الأغاني السياسية.
 - ٥- تدعم البرامج الترفيهية بعض الأعراف والعادات والقيم الاجتماعية المقبولة وتكافح البعض السيء منها كالإدمان على المخدرات وبعض السلوكيات غير المقبولة.
 - ٦- تعد البرامج الترفيهية إحدى وسائل إضعاف أو إنهاء الأفكار العدائية والتوجهات الطائفية والعنصرية كما هو الحال في الأناشيد الوطنية.
 - ٧- يساهم الترفيه في إزالة التوتر ويساعد على التوازن النفسي.
 - ٨- يمكن توظيف البرامج الترفيهية في مجال التربية والتعليم، كما هو الحال في البرنامج التلفزيوني القديم افتح يا سمس.
 - ٩- تعد بعض البرامج الترفيهية وسائل تثقيفية وتعليمية للمجتمع كما هو الحال في برامج المسابقات والألغاز.
 - ١٠- نشر القيم الجمالية في المجتمع والترقي في إحساس المشاهدين، الأمر الذي ينعكس بصورة إيجابية على سلوك الأفراد وتحضرهم.
 - ١١- تحقق البرامج الترفيهية مستويات من الفائدة المالية للقنوات الفضائية من خلال جذب شركات الاعلان لتسويق المواد التجارية وغيرها عن طريق عرض المواد الاعلانية داخل محتوى تلك البرامج.
 - ١٢- تعتبر البرامج الترفيهية في القنوات التلفزيونية إحدى وسائل الجذب لها والارتباط بها ومشاهدتها.
- الاشباكات التي تحققها البرامج الترفيهية: أن الحاجة إلى الترفيه تخضع لعمليات التعرض الانتقائي والذي يعني أن الأفراد يميلون إلى متابعة المحتوى الإعلامي عبر وسائل الإعلام

التي تلبي رغباتهم وتشبع حاجاتهم ويتجنبون ما يعترض تلك الرغبات والاحتياجات (عبد الصاحب: ٢٠٠٧: ١٨٧)، ولعل المراحل العمرية والحاجات النفسية والجنس الاجتماعي والمواقف الاجتماعية هي من العوامل المؤثرة في احتياجات الفرد رغم أنه ليس هناك مانع يشير إلى تعرض الأفراد للبرامج الترفيهية بغض النظر عن مستوى العمر والجنس الاجتماعي وما إلى ذلك والتي قد يستفيدون منها بشكل وآخر (عبد الحميد: ٢٠٠٤: ٢٧٩)، وهناك ثلاث مصادر رئيسية لنشوء الاشباعات هي المحتوى الإعلامي الموجه عن طريق الوسيلة الإعلامية والتعرض لتلك الوسيلة من قبل الجمهور والسياق أو البيئة الاجتماعية أثناء عملية التعرض، كما هو الحال في وجود أو غياب أعضاء الأسرة أو الرفاق (العبد: ٢٠٠٣: ١٥)، وتصنف إشباعات البرامج الترفيهية إلى نوعين (شثلة وكامل: ٢٠١٥: ٧):

١- إشباعات شبه توجيهية: وهذه الاشباعات تحصل عن طريق تخفيف إحساس المتعرض بالملل والتوتر وتقدير الذات من خلال التعرض لبرامج التسلية والترفيه.

٢- إشباعات شبه اجتماعية: هذه الاشباعات تكون في أقصى غاياتها حينما يتوحد المتعرض مع الوسيلة الإعلامية بحيث تزداد الاشباعات كلما ضعفت علاقات المتعرض الاجتماعية وكلما كانت شخصيته أقرب إلى العزلة، لذلك فان المتعرض وفقا لهذا الأمر يشبع حاجاته في عدم الشعور بالعزلة والتخلص من الشعور بالملل والقلق.

أما لورنس وينر فقد قسم الاشباعات التي يحتاجها الأفراد إلى قسمين (شكير: ٢٠٠٩: ٤٥٩):

١- إشباعات المحتوى: وتعني الاشباعات التي يحصل عليها الفرد نتيجة تعرضه للمحتوى الإعلامي.

٢- إشباعات العملية الاتصالية: وتعني الاشباعات التي تنتج من خلال عملية الاختيار التي يقوم بها الفرد للوسيلة الإعلامية.

وهناك تصنيف آخر للاشباعات من حيث التعرض للوسيلة الإعلامية (المزاهرة: ٢٠١٢: ٢٠٠-٢٠٢):

١- الاشباع المطلوب: وهو الاشباع الذي يمكن أن يتحقق من خلال البحث والسعي إليه من قبل المتعرض لإشباع حاجاته من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية المتنوعة، وهذا الاشباع قد يحصل عليه المتعرض أو قد لا يحصل عليه.

٢- الاشباع المكتسب: وهو الاشباع الذي يكتسبه المتعرض بعد استخدامه للتلفزيون ومتابعة برامجه واكتسابه المنفعة والقيمة من المادة الإعلامية المعروضة التي أدت إلى إشباع حاجاته ورغباته.

- ويمكن إجمال مجموعة الإشباعات المهمة التي يمكن أن تحققها البرامج التلفزيونية الترفيهية على مستوى الأفراد أو الجماعات بالآتي (القليبي: ٢٠٠٦: ٢٢): -
- ١- تقليل التوتر في الحياة اليومية ومحاولة احتواءه والتخلص من الملل والرتابة.
 - ٢- الابتعاد عن الضغوط النفسية والاجتماعية والصعوبات الحياتية المتنوعة.
 - ٣- محاولة الحصول على الإثارة.
 - ٤- الشعور بالمتعة والسعادة اللهو وخلق حالة من الاسترخاء الذهني كما هو الحال عند سماع الموسيقى والأغنيات المفضلة.
 - ٥- محاولة سد الفراغ في الوقت الفائض لدى الفرد.
 - ٦- الحصول على متعة الجمال والثقافة والانفتاح على العالم الخارجي.
 - ٧- التعرف على الثقافات الأخرى والمساعدة في تكوين الآراء والاتجاهات إزاء بعض القضايا.

الإطار الميداني للبحث:

- ١- النوع الاجتماعي: جاءت فئة (الذكور) في المرتبة الاولى من نسبة المبحوثين حيث كانت نسبتهم (٥٩.٨%) بتكرار بلغ (٢٣٩) مبحوثاً، وجاءت فئة (الاناث) بالمرتبة الثانية بتكرار بلغ ١٦١ مبحوثاً ونسبة مئوية (٤٠.٢%)، أنظر جدول (١) أدناه.

جدول (١) يبين النوع الاجتماعي للمبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	النوع الاجتماعي
٥٩,٨	٢٣٩	ذكر
٤٠,٢	١٦١	انثى
%١٠٠	٤٠٠	المجموع

- ٢- نوع الدراسة: تصدرت (الدراسة العلمية) اجابات المبحوثين فحصلت على المرتبة الاولى بنسبة مئوية (٥١%) وتكرار بلغ (٢٠٤) مبحوثاً، بينما حصلت (الدراسة الإنسانية) على المرتبة الثانية بنسبة مئوية (٤٩%) وتكرار بلغ (١٩٦) مبحوثاً، أنظر الجدول (٢) أدناه.

جدول (٢) يبين نوع الدراسة للمبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	نوع الدراسة
%٥١	٢٠٤	علمي
%٤٩	١٩٦	انساني
%١٠٠	٤٠٠	المجموع

٣- الحالة الاجتماعية: جاءت فئة (أعزب) من المبحوثين في المرتبة الأولى حيث أكد على ذلك (٢٨٠) مبحوثاً بنسبة (٥١%)، بينما حصلت فئة (المتزوجين) على المرتبة الثانية و أكد على ذلك (٩٦) مبحوثاً بنسبة مئوية (٢٤%) وحصلت فئة (المطلقين) على المرتبة الثالثة بواقع (٢٠) مبحوثاً ونسبة مئوية (٥%) بينما حصلت فئة (الارامل) على المرتبة الرابعة بواقع (٤) مبحوثاً ونسبة مئوية (١%)، أنظر الجدول (٣) أدناه.

جدول (٣) يبين الحالة الاجتماعية للمبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية
٧٠%	٢٨٠	أعزب
٢٤%	٩٦	متزوج
٥%	٢٠	مطلق
١%	٤	أرمل
١٠٠%	٤٠٠	المجموع

٤- الدخل الشهري للعائلة: حصل الدخل الشهري (المتوسط) للمبحوثين على المرتبة الأولى بواقع (٢٦٠) مبحوثاً ونسبة مئوية (٦٥%) بينما حصل الدخل الشهري (المنخفض) على المرتبة الثانية بواقع (٨٠) مبحوثاً ونسبة مئوية (٢٠%) وحصل الدخل الشهري (المرتفع) على المرتبة الثالثة بواقع (٦٠) مبحوثاً ونسبة مئوية (١٥%)، أنظر الجدول (٤) أدناه.

جدول (٤) يبين مستوى الدخل الشهري للمبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	الدخل الشهري
٦٥%	٢٦٠	متوسط
٢٠%	٨٠	منخفض
١٥%	٦٠	عالي
١٠٠%	٤٠٠	المجموع

٥- الأعمار: جاء العمر (٢٢) سنة للمبحوثين في المرتبة الأولى بواقع (١٦٠) مبحوثاً ونسبة مئوية (٤٠%) بينما جاء العمر (٢١) في المرتبة الثانية بواقع (٩٦) مبحوثاً ونسبة مئوية (٢٤%) وجاء العمر (٢٠) في المرتبة الثالثة بواقع (٩٢) مبحوثاً ونسبة مئوية (٢٣%) وجاء العمر (١٩) في المرتبة الرابعة بواقع (٥٢) مبحوثاً ونسبة مئوية (١٣%)، أنظر الجدول (٥) أدناه.

جدول (٥) يبين المستوى العمري لأفراد العينة

العمر	التكرار	النسبة المئوية
٢٢	١٦٠	%٤٠
٢١	٩٦	%٢٤
٢٠	٩٢	%٢٣
١٩	٥٢	%١٣
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

6- مدى حرص أفراد العينة على متابعة البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية: بهدف الكشف عن مدى حرص الباحثين على متابعة البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية جرى طرح التساؤل عن ذلك، وكانت إجاباتهم قد أشارت إلى النتيجة الآتية: أحياناً: حازت المتابعة غير المنتظمة على المعدل الأعلى إذ أكد (٢٠٤) مبحوثاً ونسبة بلغت (٥١%) أنهم يتابعون البرامج الترفيهية (أحياناً) لتشكل هذه الفئة المرتبة الأولى من مدى المتابعة، أما المتابعة العرضية فقد حازت على المرتبة الثانية إذ أكد (١٢٤) مبحوثاً ونسبة بلغت (٣١%) أنهم (نادراً) ما يتابعون البرامج الترفيهية، وحازت المتابعة الكثيفة على المرتبة الثالثة في نتائج الإجابات إذ أكد (٧٢) مبحوثاً ونسبة بلغت (١٨%) أنهم (دائماً) ما يتابعون البرامج الترفيهية، (انظر جدول ٦) في أدناه، وللتعرف على دلالة الفرق المعنوي إستعمل الباحث كاً^٢، وقد تبين أن قيمة كاً^٢ المستخرجة (٣٢٠,٦٦) وهي أكبر من قيمة كاً^٢ الجدولية البالغة (٩٩,٥) عند درجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٠,٠٥) الأمر الذي يشير إلى وجود فروق معنوية في مدى متابعة المبحوثين للبرامج الترفيهية لصالح الإجابة (أحياناً)، ويمكن تفسير ذلك إلى أن الحاجة إلى متابعة البرامج الترفيهية تخضع لعمليات التعرض الانتقائي أي التعرض للمواد الترفيهية التي تلبي حاجات المتعرضين ورغباتهم فيما يخص قضاء الوقت والتسلية والهروب من المشاكل الحياتية وهذا بالتأكيد لا يكون بصورة دائمة في أغلب الأحيان بل يحصل بصورة متباينة من وقت لآخر وحسب حاجة المتعرضين.

جدول (٦) يبين مدى حرص أفراد العينة على متابعة البرامج الترفيهية التلفزيونية

مدى الحرص	التكرار	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا
أحياناً	٢٠٤	%٥١	٢,١٣	٠,٦٨٩	٦٦,٣٢٠
نادراً	١٢٤	%٣١			
دائماً	٧٢	%١٨			
المجموع	٤٠٠	%١٠٠			

٧- عدد ساعات المشاهدة التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة البرامج الترفيهية التلفزيونية: للتعرف على الزمن الذي يقضيه المبحوثين في مشاهدة البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية جرى طرح التساؤل عن ذلك، وكانت إجاباتهم قد أشارت إلى النتيجة الآتية: حازت المشاهدة من ساعة إلى أقل من ساعتين على المعدل الأعلى إذ أكد (١٦٤) مبحوثاً ونسبة بلغت (٤١%) أنهم يشاهدون البرامج الترفيهية (ساعة إلى أقل من ساعتين) لتشكل هذه الفئة المرتبة الأولى من ساعات المشاهدة للبرامج الترفيهية، وحازت المشاهدة لأقل من ساعة على المرتبة الثانية في سلم عدد ساعات المشاهدة إذ أكد (١٣٦) مبحوثاً ونسبة بلغت (٣٤%) أنهم يشاهدون البرامج الترفيهية (لأقل من ساعة)، أما المشاهدة من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات فقد حازت على المرتبة الثالثة في نتائج الإجابات إذ أكد (٧٦) مبحوثاً ونسبة بلغت (١٩%) أنهم يشاهدون البرامج الترفيهية (لساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات)، وحصلت المشاهدة ثلاث ساعات فأكثر على المرتبة الرابعة في نتائج الإجابات إذ أكد (٢٤) مبحوثاً ونسبة بلغت (٦%) أنهم يشاهدون البرامج الترفيهية (لثلاث ساعات فأكثر)، (انظر جدول ٧) في أدناه، وللتعرف على دلالة الفرق المعنوي إستعمل الباحث كا^٢، وقد تبين أن قيمة كا^٢ المستخرجة (١١٧,٤٤٠) وهي اكبر من قيمة كا^٢ الجدولية البالغة (٨٢,٧) عند درجة حرية (٣) ومستوى دلالة (٠,٠٥) الأمر الذي يشير إلى وجود فروق معنوية في المدة الزمنية لمشاهدة البرامج الترفيهية من قبل المبحوثين لصالح الإجابة (ساعة إلى أقل من ساعتين)، ويمكن تفسير ذلك إلى أن الانسان المعاصر لديه مصادر أخرى غير التلفزيون لسد الفراغ في الوقت والحصول على اللهو والمتعة وذلك من خلال إستعمال مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقاته الاجتماعية مع الآخرين وزيارة الاقارب والاصدقاء ولا يمكنه قضاء وقت أطول من ذلك لمتابعة البرامج التلفزيونية الترفيهية خصوصاً وان طلبة الجامعات يحتاجون الكثير من الوقت لإنجاز ما يطلب منهم خلال ايام الدراسة.

جدول (٧) يبين ساعات المشاهدة للبرامج الترفيهية من قبل المبحوثين

٢ كا	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	ساعات المشاهدة
١١٧,٤٤٠	٠,٨٧٨	١,٩٧	%٤١	١٦٤	ساعة إلى أقل من ساعتين
			%٣٤	١٣٦	أقل من ساعة
			%١٩	٧٦	ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
			%٦	٢٤	ثلاث ساعات فأكثر
			%١٠٠	٤٠٠	المجموع

٨- مستوى مشاهدة أفراد العينة للبرامج الترفيهية التلفزيونية: للتعرف على مستوى مشاهدة الباحثين للبرامج الترفيهية في جري طرح التساؤل عن ذلك، وكانت إجاباتهم قد أشارت إلى النتيجة الآتية: حازت المشاهدة لبعض أيام الاسبوع على المعدل الأعلى إذ أكد (١٥٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٣٩%) أنهم يشاهدون البرامج الترفيهية (بعض أيام الاسبوع) لتشكل هذه الفئة المرتبة الأولى من مستوى المشاهدة للبرامج الترفيهية، وحازت المشاهدة في أوقات الفراغ على المرتبة الثانية في سلم مستوى المشاهدة إذ أكد (١٤٠) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٣٥%) أنهم يشاهدون البرامج الترفيهية (في أوقات الفراغ)، أما المشاهدة اليومية فقد حازت على المرتبة الثالثة في نتائج الإجابات إذ أكد (٩٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٤%) أنهم يشاهدون البرامج الترفيهية (يومياً)، وأخيراً حازت المشاهدة الاسبوعية على المرتبة الرابعة في نتائج الإجابات إذ أكد (٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢%) أنهم يشاهدون البرامج الترفيهية (أسبوعياً)، (انظر جدول ٨) في أدناه، وللتعرف على دلالة الفرق المعنوي إستعمل الباحث كآ^٢، وقد تبين أن قيمة كآ^٢ المستخرجة (١٣٢,١٦٠) وهي اكبر من قيمة كآ^٢ الجدولية البالغة (٧,٨٢) عند درجة حرية (٣) ومستوى دلالة (٠,٠٥) الأمر الذي يشير إلى وجود فروق معنوية في مستوى مشاهدة الباحثين للبرامج الترفيهية لصالح الإجابة (أشاهدها بعض أيام الاسبوع)، ويمكن تفسير ذلك الى إنشغال الطلبة أغلب أيام الاسبوع بالتحضير لواجباتهم الدراسية وامتحاناتهم أيام المشاهدة في أغلب الاحيان في أيام العطل الاسبوعية والرسمية وبعض أوقات الفراغ التي تتوفر لديهم بين الحين والآخر.

جدول (٨) يبين مستوى المشاهدة للبرامج الترفيهية

مستوى المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا
أشاهدها بعض أيام الاسبوع	١٦٥	%٣٩	٢.٤٨	١.١٩٧	١٣٢.١٦٠
أشاهدها في أوقات الفراغ	١٤٠	%٣٥			
أشاهدها يومياً	٩٦	%٢٤			
أشاهدها أسبوعياً	٨	%٢			
المجموع	٤٠٠	%١٠٠			

٩- مع من يرغب الباحثون مشاهدة البرامج الترفيهية التلفزيونية: بهدف الكشف عن مدى رغبة أفراد العينة في متابعة البرامج الترفيهية مع الآخرين جرى طرح التساؤل عن ذلك، وكانت إجاباتهم في الآتي: احتلت المتابعة مع الاسرة على المعدل الأعلى إذ أكد (١٨٤) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٤٦%) أنهم يتابعون البرامج الترفيهية (مع أفراد الاسرة) لتشكل هذه الفئة المرتبة الأولى، وحازت المتابعة بمفردهم على المرتبة الثانية في سلم المتابعة مع

الآخرين إذ أكد (١١٢) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٨%) أنهم يتابعون البرامج الترفيهية (بمفردهم)، أما المتابعة مع الاصدقاء فقد حصلت على المرتبة الثالثة في نتائج الإجابات إذ أكد (١٠٤) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٦%) أنهم يتابعون البرامج الترفيهية (مع الاصدقاء)، (انظر جدول ٩) في أدناه، وللتعرف على دلالة الفرق المعنوي إستعمل الباحث كاً، وقد تبين أن قيمة كاً المستخرجة (٢٩,١٢٠) وهي اكبر من قيمة كاً الجدولية البالغة (٥,٩٩) عند درجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٠,٠٥) الأمر الذي يشير إلى وجود فروق معنوية في مدى رغبة المبحوثين لمشاهدة البرامج الترفيهية مع الآخرين لصالح الإجابة (مع أفراد الاسرة)، ويمكن تفسير ذلك الى ميل الافراد عموماً حين متابعتهم للبرامج الترفيهية الى التعرض لها بشكل جماعي خصوصاً مع أفراد الاسرة باعتبار أن اغلب تلك البرامج تكون في الفترة المسائية التي يتغلب عليها طابع لم الشمل للعائلة والجلوس معا لغرض الهدوء والمتعة والاسترخاء.

جدول (٩) يبين رغبة المبحوثين بمشاهدة البرامج الترفيهية مع الآخرين

المشاهدة مع من	التكرار	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا
مع أفراد الاسرة	١٨٤	%٤٦	١.٩٨	٠.٧٣٥	٢٩.١٢٠
بمفردي	١١٢	%٢٨			
مع الاصدقاء	١٠٤	%٢٦			
المجموع	٤٠٠	%١٠٠			

١٠- كيفية مشاهدة البرامج الترفيهية: بهدف الكشف عن كيفية مشاهدة المبحوثين للبرامج الترفيهية في القنوات الفضائية جرى طرح التساؤل عن ذلك، وكانت إجاباتهم قد أشارت إلى النتيجة الآتية: حازت المتابعة لبرامج محددة على المعدل الأعلى إذ أكد (١٦٤) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٤١%) أنهم يتابعون (برامج محددة) لتشكل هذه الفئة المرتبة الأولى، وحازت المتابعة لبعض البرامج الترفيهية على المرتبة الثانية في سلم كيفية المتابعة إذ أكد (١٦٠) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٤٠%) أنهم يتابعون (بعض البرامج الترفيهية)، أما المتابعة بشكل كامل فقد حازت على المرتبة الثالثة في نتائج الإجابات إذ أكد (٧٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٩%) أنهم يتابعون البرامج الترفيهية (بشكل كامل)، (انظر جدول ١٠) في أدناه، وللتعرف على دلالة الفرق المعنوي إستعمل الباحث كاً، وقد تبين أن قيمة كاً المستخرجة (٠,٤٠) وهي اكبر من قيمة كاً الجدولية البالغة (٥,٩٩) عند درجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٠,٠٥) الأمر الذي يشير إلى وجود فروق معنوية في كيفية متابعة المبحوثين للبرامج الترفيهية لصالح الإجابة (أتابع برامج محددة)، ويمكن تفسير ذلك إلى تنوع البرامج الترفيهية

كالغنائية والمسابقات والساخرة والالعب مما ينعكس على ذوق المتعرض في إختيار أحد أو بعض هذه البرامج لغرض متابعتها بما يتناسب مع رغباته واهتماماته.

جدول (١٠) يبين كيفية مشاهدة المبحوثين للبرامج الترفيهية

كيفية المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا
أشاهد برامج محددة	١٦٤	%٤١	٢,٢	٠,٧٧٤	٣٧,٠٤٠
أشاهد بعض هذه البرامج	١٦٠	%٤٠			
أشاهدها بشكل كامل	٧٦	%١٩			
المجموع	٤٠٠	%١٠٠			

١١- البرامج التلفزيونية التي يفضل المبحوثين مشاهدتها بجانب البرامج الترفيهية: للتعرف على متابعة المبحوثين لبرامج تلفزيونية بجانب البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية جرى طرح التساؤل عن ذلك، وكانت إجاباتهم قد أشارت إلى النتيجة الآتية: حازت برامج الأفلام والمسلسلات على المعدل الأعلى إذ أكد (١٧٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٤٤%) لتشكّل هذه الفئة المرتبة الأولى، وحازت البرامج الثقافية على المرتبة الثانية في سلم البرامج المفضلة إذ أكد (٨٤) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢١%) أنهم يفضلون (البرامج الثقافية) إلى جانب البرامج الترفيهية، وحصلت البرامج الإخبارية على المرتبة الثالثة في نتائج الإجابات إذ أكد (٦٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٧%) أنهم يفضلون (البرامج الإخبارية) إلى جانب البرامج الترفيهية، ثم البرامج الوثائقية في المرتبة الرابعة في نتائج الإجابات إذ أكد (٤٤) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١١%) أنهم يفضلون (البرامج الوثائقية) إلى جانب البرامج الترفيهية، وحازت البرامج التعليمية على المرتبة الخامسة في نتائج الإجابات إذ أكد (٢٠) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٥%) أنهم يفضلون (البرامج التعليمية) إلى جانب البرامج الترفيهية، أما البرامج الدينية فقد حصلت على المرتبة السادسة في نتائج الإجابات إذ أكد (٨) مبحوثين وبنسبة بلغت (٢%) أنهم يفضلون (البرامج الدينية) إلى جانب البرامج الترفيهية، (انظر جدول ١١) في أدناه، وللتعرف على دلالة الفرق المعنوي إستعمل الباحث كا^٢، وقد تبين أن قيمة كا^٢ المستخرجة (٢٧٥,٨٤٠) وهي أكبر من قيمة كا^٢ الجدولية البالغة (١١,٠٧) عند درجة حرية (٥) ومستوى دلالة (٠,٠٥) الأمر الذي يشير إلى وجود فروق معنوية في مستوى تفضيل المبحوثين لبعض البرامج التلفزيونية بجانب البرامج الترفيهية لصالح الإجابة (الأفلام والمسلسلات)، ويمكن تفسير ذلك إلى أن التعرض للتلفزيون يتوقف على أمرين مهمين هما إمكانية التعرض للمحتوى الاعلامي والفائدة المتوخاة منه، وبما أن الافلام

والمسلسلات تتضمن مجموعة مبادئ واتجاهات وسلوكيات معينة تلبي احتياجات المتعرضين، وتلبي حاجات المتعرضين من التسلية والترفيه والتعرف على الثقافات الأخرى وتعلم بعض اللغات وبعض عادات وسلوكيات المجتمعات الأخرى.

جدول (١١) يبين البرامج المفضلة بجانب البرامج الترفيهية

البرامج المفضلة	التكرار	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا
أفلام ومسلسلات	١٧٦	%٤٤	٤,٠١	٢,٠٧٤	٢٧٥,٨٤٠
ثقافية	٨٤	%٢١			
إخبارية	٦٨	%١٧			
وثائقية	٤٤	%١١			
تعليمية	٢٠	%٥			
دينية	٨	%٢			
المجموع	٤٠٠	%١٠٠			

١٢- الحالة التي يكون عليها المبحوثين حين مشاهدتهم للبرامج الترفيهية: بهدف الكشف عن الحالة التي يكون عليها المبحوثين عند مشاهدة المبحوثين للبرامج الترفيهية في القنوات الفضائية جرى طرح التساؤل عن ذلك، وكانت إجاباتهم قد أشارت إلى النتيجة الآتية: القيام ببعض الاعمال حين المشاهدة جاءت بالمرتبة الأولى إذ أكد على ذلك (١٩٢) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٤٨%)، أما ألتفرغ تماماً للمشاهدة فقد احتلت المرتبة الثانية إذ أكد على ذلك (١٦٠) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٤٠%)، ثم جاء الاستماع لصوت البرامج وعدم متابعة اللقطات بالمرتبة الثالثة في نتائج الإجابات إذ أكد (٤٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٢%)، (انظر جدول ١٢) في أدناه، وللتعرف على دلالة الفرق المعنوي إستعمل الباحث كا^٢، وقد تبين أن قيمة كا^٢ المستخرجة (٨٥,٧٦٠) وهي أكبر من قيمة كا^٢ الجدولية البالغة (٥,٩٩) عند درجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٠,٠٥) الأمر الذي يشير إلى وجود فروق معنوية في كيفية متابعة المبحوثين للبرامج الترفيهية لصالح الإجابة (أقوم ببعض الاعمال حين المشاهدة)، ويمكن تفسير ذلك إلى أن البرامج الترفيهية لا تحتاج في أغلب الأحيان إلى الإصغاء التام والمشاهدة بشكل مستمر لأن مضامينها تكون خفيفة لإضفاء حالة البهجة والسرور لدى المتعرض ولا تحتاج جهد عقلي كبير للتفاعل معها.

جدول (١٢) الحالة التي يكون عليها افراد العينة حين مشاهدة البرامج الترفيهية

٢ كا	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	حالة المشاهدة
٨٥,٧٦٠	٠,٦٦٥	١,٧٢	٤٨%	١٩٢	أقوم ببعض الاعمال حين المشاهدة
			٤٠%	١٦٠	أتفرغ تماما للمشاهدة
			١٢%	٤٨	أستمع لصوت البرامج ولا أتابع اللقطات
			١٠٠%	٤٠٠	المجموع

١٣- دوافع مشاهدة البرامج الترفيهية من قبل أفراد العينة: بهدف الكشف عن دوافع تعرض الباحثين للبرامج الترفيهية في القنوات الفضائية جرى طرح التساؤل عن ذلك، وكانت إجاباتهم قد أشارت إلى الآتي: احتل دافع ملاً وقت الفراغ المرتبة الأولى إذ أكد على ذلك (٢٣٢) مبحوثاً وبنسبة (٥٨%)، أما دافع التسلية والترفيه: فقد جاء بالمرتبة الثانية إذ أكد على ذلك (٧٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٩%)، وحصل دافع إكتشاف عالم الشهرة والنجومية على المرتبة الثالثة في نتائج الإجابات إذ أكد (٥٢) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٣%)، أما دافع برامج لها أهداف محددة فقد جاء بالمرتبة الرابعة في نتائج الإجابات إذ أكد (٤٠) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٠%)، (انظر جدول ١٣) في أدناه، وللتعرف على دلالة الفرق المعنوي إستعمل الباحث كاً، وقد تبين أن قيمة كاً المستخرجة (٢٣٩,٠٤٠) وهي اكبر من قيمة كاً الجدولية البالغة (٧,٨٢) عند درجة حرية (٣) ومستوى دلالة (٠,٠٥) الأمر الذي يشير إلى وجود فروق معنوية في كيفية متابعة المبحوثين للبرامج الترفيهية لصالح الإجابة (ملاً وقت الفراغ)، ويمكن تفسير ذلك الى ميل المبحوثين للدوافع الطقوسية لمشاهدة البرامج الترفيهية كقضاء الوقت والحصول على الاسترخاء والهروب من المشاكل اليومية.

جدول (١٣) يبين دوافع مشاهدة المبحوثين للبرامج الترفيهية

٢ كا	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	دوافع المشاهدة
٢٣٩,٠٤٠	٠,٨٣٨	٢,١٤	٥٨%	٢٣٢	ملاً وقت الفراغ
			١٩%	٧٦	التسلية والترفيه
			١٣%	٥٢	إكتشاف عالم الشهرة والنجومية
			١٠%	٤٠	برامج لها أهداف محددة
			١٠٠%	٤٠٠	المجموع

١٤ - درجة إهتمام أفراد العينة بالبرامج الترفيهية التلفزيونية: بهدف الكشف عن درجة اهتمام المبحوثين بالبرامج الترفيهية جرى طرح التساؤل عن ذلك، وكانت إجاباتهم قد أشارت إلى النتيجة الآتية: حازت المتابعة بدرجة متوسطة على المعدل الأعلى إذ أكد (٢٢٤) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٥٦%) لتشكّل هذه الفئة المرتبة الأولى، وحازت المتابعة بدرجة قليلة على المرتبة الثانية في سلم الاهتمام إذ أكد (٩٢) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٣%)، أما المتابعة بدرجة كبيرة فقد حازت على المرتبة الثالثة في نتائج الإجابات إذ أكد (٨٤) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢١%)، (انظر جدول ١٤) في أدناه، وللتعرف على دلالة الفرق المعنوي إستعمل الباحث كاً^٢، وقد تبين أن قيمة كاً^٢ المستخرجة (٩٢,٧٢٠) وهي أكبر من قيمة كاً^٢ الجدولية البالغة (٥,٩٩) عند درجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٠,٠٥) الأمر الذي يشير إلى وجود فروق معنوية في درجة إهتمام المبحوثين بالبرامج الترفيهية لصالح الإجابة (بدرجة متوسطة)، ويمكن تفسير ذلك الى أن اغلب البرامج الترفيهية هي ليست برامج جادة بل برامج معدة لقضاء أوقات الفراغ والحصول على الراحة والمتعة بعد ساعات من العمل والتعب، هذا من جانب ومن جانب آخر اهتمام المبحوثين بمتابعة تطورات الاحداث على الساحة السياسية والامنية والاقتصادية في ظل الظروف الصعبة التي يمر بها المجتمع العراقي بمختلف فئاته وأطيافه.

جدول (١٤) يبين درجة إهتمام المبحوثين بالبرامج الترفيهية

درجة الاهتمام	التكرار	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كاً
بدرجة متوسطة	٢٢٤	٥٦%	٢,٠٢	٠,٦٦٤	٩٢,٧٢٠
بدرجة قليلة	٩٢	٢٣%			
بدرجة كبيرة	٨٤	٢١%			
المجموع	٤٠٠	١٠٠%			

١٥ - مناقشة محتوى البرامج الترفيهية مع الآخرين: بهدف الكشف عن مدى مناقشة المبحوثين للبرامج الترفيهية في القنوات الفضائية جرى طرح التساؤل عن ذلك، وكانت إجاباتهم قد أشارت إلى النتيجة الآتية: أحيانا ما ناقشوا احتلت المرتبة الأولى إذ أكد على ذلك (٢٢٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٥٧%)، أما لا ناقشوا فقد جاءت بالمرتبة الثانية إذ أكد على ذلك (٨٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٢%)، وحصلت دائما ما ناقشوا على المرتبة الثالثة في نتائج الإجابات إذ أكد (٨٤) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢١%)، (انظر جدول ١٥) في أدناه، وللتعرف على دلالة الفرق المعنوي إستعمل الباحث كاً^٢، وقد تبين أن قيمة كاً^٢ المستخرجة (٢٦١,١٢٠) وهي أكبر من قيمة كاً^٢ الجدولية البالغة (٥,٩٩) عند درجة حرية

(٢) ومستوى دلالة (٠,٠٥) الأمر الذي يشير إلى وجود فروق معنوية في كيفية متابعة المبحوثين للبرامج الترفيهية لصالح الإجابة (أحيانا ما ناقش)، ويمكن تفسير ذلك إلى أن البرامج الترفيهية تنقسم من حيث إمكانية مناقشة محتوياتها إلى قسمين أولهما يحتمل المناقشة ما بعد المشاهدة والثاني لا يحتاج إلى مناقشته باعتبارها برامج ذات طابع يبتعد عن الجدية ويميل الاثارة وتقليل التوتر.

جدول (١٥) يبين مناقشة محتوى البرامج الترفيهية مع الآخرين

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	المناقشة بعد المشاهدة	
٢٤	٠,٧٤	٢,٠٣	٥٧%	٢٢٨	أحيانا ما ناقش
			٢٢%	٨٨	لا أناقش
			٢١%	٨٤	دائما ما ناقش
			١٠٠%	٤٠٠	المجموع

١٦- نوع البرامج الترفيهية التي يشاهدها أفراد العينة: بهدف الكشف عن نوع البرامج الترفيهية التي يفضل المبحوثين مشاهدتها جرى طرح التساؤل عن ذلك، وأشارت إجاباتهم إلى النتيجة الآتية: البرامج الساخرة احتلت المرتبة الأولى إذ أكد على ذلك (١٧٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٤٤%)، والبرامج الغنائية جاءت بالمرتبة الثانية إذ أكد على ذلك (٧٢) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٨%)، وبرامج المسابقات في المرتبة الثالثة من نتائج الإجابات إذ أكد (٦٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٧%)، أما برامج اكتشاف المواهب فقد جاءت بالمرتبة الرابعة إذ أكد على ذلك (٥٢) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٣%)، وأخيرا البرامج الحوارية جاءت في المرتبة الخامسة إذ أكد على ذلك (٣٢) بنسبة بلغت (٨%) (انظر جدول ١٦) أدناه، وللتعرف على دلالة الفرق المعنوي إستعمل الباحث ك^٢، وقد تبين أن قيمة ك^٢ المستخرجة (١٥٦.٤٠٠) وهي اكبر من قيمة ك^٢ الجدولية البالغة (٩.٤٩) عند درجة حرية (٤) ومستوى دلالة (٠.٠٥) الأمر الذي يشير إلى وجود فروق معنوية في كيفية متابعة المبحوثين للبرامج الترفيهية لصالح الإجابة (الساخرة)، ويمكن تفسير ذلك الى أن المبحوثين يميلون الى مشاهدة هذه البرامج التي تهدف الى السخرية والاستهزاء بمضامين خفيفة واسلوب نقدي تهكمي وبطريقة ضمنية ليست واضحة والتي تتركز معظمها على نقد بعض السياسيين والمسؤولين الكبار والسخرية منهم كما هو الحال في برنامج ولاية بطيخ الذي يعرض في قناة دجلة وبرنامج شلع قلع في قناة الشرقية، سيما في ظل أوضاع العراق الحالية.

جدول (١٦) يبين نوع البرامج الترفيهية التي يشاهدها المبحوثين

نوع البرامج	التكرار	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا
الساخرة	١٧٦	%٤٤	٣,٤٣	١,٥٩٧	١٥٦,٤٠٠
الغنائية	٧٢	%١٨			
المسابقات	٦٨	%١٧			
المواهب	٥٢	%١٣			
الحوارية	٣٢	%٨			
المجموع	٤٠٠	%١٠٠			

١٧- الرغبة في إعادة إنتاج البرامج الترفيهية الاجنبية والعربية الى العراقية: بهدف الكشف عن مدى رغبة المبحوثين في إعادة إنتاج البرامج الترفيهية الاجنبية والعربية الى العراقية جرى طرح التساؤل عن ذلك، وكانت إجاباتهم قد أشارت إلى النتيجة الآتية، ارجب بشكل بسيط احتلت المرتبة الأولى إذ أكد على ذلك (٢٢٤) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٥٦%)، وارغب تماماً جاءت بالمرتبة الثانية إذ أكد على ذلك (٨٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٢%)، أما لا ارجب بذلك فقد احتلت المرتبة الثالثة في نتائج الإجابات إذ أكد (٨٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٢%)، (انظر جدول ١٧) في أدناه، وللتعرف على دلالة الفرق المعنوي إستعمل الباحث كا^٢، وقد تبين أن قيمة كا^٢ المستخرجة (٩٢,٤٨٠) وهي اكبر من قيمة كا^٢ الجدولية البالغة (٥,٩٩) عند درجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٠,٠٥) الأمر الذي يشير إلى وجود فروق معنوية في رغبة المبحوثين بإعادة إنتاج البرامج الترفيهية الاجنبية لصالح الإجابة (ارغب بشكل بسيط)، ويمكن تفسير ذلك الى إتاحة التلفزيون من خلال قنواته الفضائية المتنوعة والمنتشرة في أغلب بيوتات الناس لمشاهدة البرامج الترفيهية الاجنبية والعربية من مصدرها الاساس بدون الاعتماد على البرامج المستنسخة، وكذلك عدم توافق بعض الثقافات والسلوكيات في البرامج الاجنبية وبعض البرامج العربية مع ثقافة المجتمع العراقي وعاداته وتقاليده.

جدول (١٧)

يبين رغبة المبحوثين في إعادة إنتاج البرامج الترفيهية الاجنبية والعربية الى العراقية

الرغبة في إعادة إنتاج البرامج	التكرار	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا
أرغب بشكل متوسط	٢٢٤	%٥٦	٢	٠,٦٦٤	٩٢,٤٨٠
أرغب تماماً	٨٨	%٢٢			
لا أرغب بذلك	٨٨	%٢٢			
المجموع	٤٠٠	%١٠٠			

١٨- مستوى الرضا المبحوثين عن البرامج الترفيهية المعروضة في القنوات الفضائية العراقية: بهدف الكشف عن مستوى رضا المبحوثين عن البرامج الترفيهية في الفضائيات العراقية جرى طرح التساؤل عن ذلك، وكانت إجاباتهم قد أشارت إلى النتيجة الآتية: بشكل متوسط: احتل المرتبة الأولى إذ أكد على ذلك (٢٨٠) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٧٠%)، بشكل عالي جاء بالمرتبة الثانية إذ أكد على ذلك (٧٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٩%)، أما بشكل قليل فقد احتل المرتبة الثالثة إذ أكد (٤٤) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١١%)، (انظر جدول ١٨) في أدناه، وللتعرف على دلالة الفرق المعنوي إستعمل الباحث كاً^٢، وقد تبين أن قيمة كاً^٢ المستخرجة (٥٤,٣٢٠) وهي اكبر من قيمة كاً^٢ الجدولية البالغة (٥,٩٩) عند درجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٠,٠٥) الأمر الذي يشير إلى وجود فروق معنوية مستوى رضا المبحوثين عن البرامج الترفيهية في الفضائيات العراقية لصالح الإجابة (متوسط)، وتفسير ذلك نسبة هو قدرة البرامج الترفيهية في القنوات العراقية على كسر حاجز الملل والقلق وانهاء حالة التوتر وإضفاء حالة من المتعة والاستقرار الذهني لدى المتابعين، يضاف إلى ذلك قدرتها على سد أوقات الفراغ وتقديم مضامين إعلامية هادفة وبشكل مقبول لدى المشاهد العراقي.

جدول (١٨)

يبين مستوى رضا المبحوثين عن البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية العراقية

مستوى الرضا	التكرار	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا
متوسط	٢٨٠	%٤٣	١,٧٣	٠,٧٢٠	٥٤,٣٢٠
عالي	٧٦	%٤١			
قليل	٤٤	%١٦			
المجموع	٤٠٠	%١٠٠			

١٩- الاشباع التي يمكن أن تحققها البرامج الترفيهية التلفزيونية لأفراد العينة: أجاب المبحوثين عن الكيفية التي تحقق بها البرامج الترفيهية الاشباع المطلوبة للمبحوثين فكانت النتائج كالتالي:

أ- الشعور بالمتعة والسعادة:

١- (موافق): وافق (٣١٦) مبحوثاً ونسبتهم (٧٩%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت الموافقة بذلك على المرتبة الاولى.

٢- (لا رأي محدد): لم يشر (٦٨) مبحوثاً ونسبتهم (١٧%) من إجمالي المبحوثين على موافقتهم أو معارضتهم لهذه الفقرة وحصل الحياد في مستوى الاجابات على المرتبة الثانية.

٣- (معارض): عارض (١٦) مبحثاً ونسبتهم (٤%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت المعارضة بذلك على المرتبة الثالثة والاطيرة.

ب- الاستمتاع بالموسيقى والاطينات المفضلة:

١- (معارض): عارض (١٧٠) مبحثاً ونسبتهم (٤٢,٥%) من إجمالي المبحوثين وحصلت المعارضة على المرتبة الاولى.

٢- (موافق): وافق (١٥٨) مبحثاً ونسبتهم (٣٩,٥%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت الموافقة بذلك على المرتبة الثانية.

٣- (معارض): لم يشر (٧٢) مبحثاً ونسبتهم (١٨%) من إجمالي المبحوثين على موافقتهم أو معارضتهم لهذه الفقرة وحصل الحياد في مستوى الاجابات على هذه الفقرة بذلك على المرتبة الثالثة.

ج- إتساع المعرفة بالبرامج الترفيهية:

١- (موافق): وافق (٢٤٤) مبحثاً ونسبتهم (٦١%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت الموافقة بذلك على المرتبة الاولى.

٢- (لا رأي محدد): لم يشر (١٠٨) مبحثاً ونسبتهم (٢٧%) من إجمالي المبحوثين على موافقتهم أو معارضتهم لهذه الفقرة وحصل الحياد في مستوى الاجابات على المرتبة الثانية.

٣- (معارض): عارض (٤٨) مبحثاً ونسبتهم (١٢%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت المعارضة بذلك على المرتبة الثالثة والاطيرة.

د- زيادة المعلومات:

١- (موافق): وافق (٢٤٤) مبحثاً ونسبتهم (٦١%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت الموافقة بذلك على المرتبة الاولى.

٢- (لا رأي محدد): لم يشر (١١٦) مبحثاً ونسبتهم (٢٩%) من إجمالي المبحوثين على موافقتهم أو معارضتهم لهذه الفقرة وحصل الحياد في مستوى الاجابات على المرتبة الثانية.

٣- (معارض): عارض (٤٠) مبحثاً ونسبتهم (١٠%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت المعارضة بذلك على المرتبة الثالثة والاطيرة.

هـ- الابتعاد عن الضغوط النفسية والاجتماعية:

١- (موافق): وافق (٢٤٤) مبحثاً ونسبتهم (٦١%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت الموافقة بذلك على المرتبة الاولى.

٢- (لا رأي محدد): لم يشر (٩٦) مبحوثاً ونسبتهم (٢٤%) من إجمالي المبحوثين على موافقتهم أو معارضتهم لهذه الفقرة وحصل الحياد في مستوى الاجابات على المرتبة الثانية.

٣- (معارض): عارض (٦٠) مبحوثاً ونسبتهم (١٥%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت المعارضة بذلك على المرتبة الثالثة.

هـ- التخلص من الملل والرتابة:

١- (موافق): وافق (١٨٧) مبحوثاً ونسبتهم (٤٦,٨%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت الموافقة بذلك على المرتبة الاولى.

٢- (معارض): عارض (١٦١) مبحوثاً ونسبتهم (٤٠,٢%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت المعارضة بذلك على المرتبة الثانية.

٣- (لا رأي محدد): لم يشر (٥٢) مبحوثاً ونسبتهم (١٣%) من إجمالي المبحوثين على موافقتهم أو معارضتهم لهذه الفقرة وحصل الحياد في مستوى الاجابات على المرتبة الثالثة والاخيرة.

ز- المساعدة في تكوين الآراء والاتجاهات نحو بعض القضايا:

١- (موافق): وافق (٢٢٨) مبحوثاً ونسبتهم (٥٧%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت الموافقة بذلك على المرتبة الاولى.

٢- (لا رأي محدد): لم يشر (١٢٤) مبحوثاً ونسبتهم (٣١%) من إجمالي المبحوثين على موافقتهم أو معارضتهم لهذه الفقرة وحصل الحياد في مستوى الاجابات على المرتبة الثانية.

٣- (معارض): عارض (٤٨) مبحوثاً ونسبتهم (١٢%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت المعارضة بذلك على المرتبة الثالثة والاخيرة.

ح- تشبع حاجاتي في الترفيه:

١- (معارض): عارض (١٨٧) مبحوثاً ونسبتهم (٤٤,٥%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت المعارضة بذلك على المرتبة الاولى.

٢- (محايد): لم يشر (١١٤) مبحوثاً ونسبتهم (٢٨,٥%) من إجمالي المبحوثين على موافقتهم أو معارضتهم لهذه الفقرة وحصل الحياد في مستوى الاجابات على المرتبة الثانية.

٣- (موافق) وافق (١٠٨) مبحوثاً ونسبتهم (٢٧%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت الموافقة بذلك على المرتبة الثالثة والاخيرة.

ط- زادت من معرفتي بالثقافات الاخرى:

١- (موافق): وافق (٣٠٤) مبحوثاً ونسبتهم (٧٦%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت الموافقة بذلك على المرتبة الاولى.

١- (محايد): لم يشر (٦٤) مبحوثاً ونسبتهم (١٦%) من إجمالي المبحوثين على موافقتهم أو معارضتهم لهذه الفقرة وحصل الحياد في مستوى الاجابات على المرتبة الثانية.

٢- (معارض): عارض (٣٢) مبحوثاً ونسبتهم (٨%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت المعارضة بذلك على المرتبة الثالثة والاخيرة.

ي- تجعل المبحوث أكثر انفتاحا:

١- (معارض): عارض (١٧٨) مبحوثاً ونسبتهم (٤٤,٥%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت المعارضة بذلك على المرتبة الاولى.

٢- (محايد): لم يشر (١١٤) مبحوثاً ونسبتهم (٢٨,٥%) من إجمالي المبحوثين على موافقتهم أو معارضتهم لهذه الفقرة وحصل الحياد في مستوى الاجابات على المرتبة الثانية.

٣- (موافق): وافق (١٠٨) مبحوثاً ونسبتهم (٢٧%) من إجمالي المبحوثين على هذه الفقرة وحصلت الموافقة بذلك على المرتبة الثالثة.

وللتعرف على دلالة الفرق المعنوي إستعمل الباحث كآ، وقد تبين أن قيمة كآ^٢ المستخرجة لجميع فقرات الاشباعات اكبر من قيمة كآ^٢ الجدولية البالغة (٥,٩٩) عند درجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٠,٠٥) ماعدا الفقرة (٢) والتي كانت قيمة كآ^٢ المستخرجة منها (٣,١٧٥) وهي أقل من القيمة الجدولية (٥,٩٩) ، الأمر الذي يشير إلى وجود فروق معنوية في الاشباعات التي تحققها البرامج الترفيهية للمبحوثين وكانت النتائج تشير الى تصدر (الشعور بالمتعة والسعادة) في المرتبة الاولى من سلم الاشباعات التي تحققها البرامج الترفيهية، ويمكن تفسير ذلك الى حاجة المجتمع العراقي وخصوصاً فئة الشباب الى الشعور بالفرح والبهجة والسعادة لصعوبة الاوضاع المتنوعة التي يعيشها المجتمع العراقي كخطر التنظيمات الارهابية والفساد السياسي والوضع الاقتصادي المتردي والتدخلات الخارجية والاضاع النفسية الصعبة التي تعيشها أغلب فئات المجتمع وبالخصوص فئة الشباب الجامعي.

جدول (١٩) يبين الاشباعات المتحققة للمبحوثين من التعرض للبرامج الترفيهية

الدالة	٢ ك	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	معارض		لا رأي محدد		موافق		الاشباعات
				%	ت	%	ت	%	ت	
دالة	٢٦,٧٢٦	٠,٥١٨	١,٣٠	%٤	١٦	%١٧	٦٨	%٧٩	٣١٦	الشعور بالمتعة والسعادة
دالة	١٤,٠٠١	٠,٩٠٦	٢,٠٣	%٤٢.٥	١٧٠	%١٨	٧٢	%٣٩.٥	١٥٨	الاستمتاع بالموسيقى والاغنيات
دالة	٢٨,٣٦٤	٠,٧٠١	١,٥١	%١٢	٤٨	%٢٧	١٠٨	%٦١	٢٤٤	إتساع معرفتي بالبرامج الترفيهية
دالة	١٦,٠٧٧	٠,٦٧٢	١,٤٩	%١٠	٤٠	%٢٩	١١٦	%٦١	٢٤٤	زيادة معلوماتي
دالة	١٥,٩٨٣	٠,٧٤١	١,٥٤	%١٥	٦٠	%٢٤	٩٦	%٦١	٢٤٤	الابتعاد عن الضغوط النفسية والاجتماعية
دالة	٢٠,٧٥٣	٠,٩٣٢	١,٩٤	%٤٠.٢	١٦١	%١٣	٥٢	%٤٦.٨	١٨٧	التخلص من الملل والرتابة
دالة	١٣,٦٦٩	٠,٦٩٩	١,٥٥	%١٢	٤٨	%٣١	١٢٤	%٥٧	٢٢٨	تساعدني في تكوين الآراء والاتجاهات أزاء بعض القضايا
دالة	٧,١٦٣	٠,٨٢٨	٢,١٨	%٤٤.٥	١٧٨	%٢٨.٥	١١٤	%٢٧	١٠٨	تشبع حاجاتي في الترفيه
دالة	٦,٩٨٤	٠,٦١٥	١,٣٢	%٨	٣٢	%١٦	٦٤	%٧٦	٣٠٤	زادت من معرفتي بالثقافات الاخرى
غير دالة	٣,١٧٥	٠,٨٣٨	٢,١٨	%٤٤.٥	١٧٨	%٢٨.٥	١١٤	%٢٧	١٠٨	جعلتني أكثر انفتاحا

فروض البحث:

الفرض الاول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاشباكات المتحققة من البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية والبيانات العامة للمبحوثين.

الفرض الفرعي أ: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاشباكات المتحققة من البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية والنوع الاجتماعي للمبحوثين: للتحقق من صحة الفرض الفرعي (أ) تم استعمال الاختبار الفائي للتعرف على الفروق بين الأوساط الحسابية للذكور والإناث حيث تؤكد النتائج عدم صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس (ذكور، إناث) بالنسبة للمبحوثين وبين الاشباكات المتحققة من خلال متابعتهم للبرامج الترفيهية، حيث أقتربت قيمة الوسط الحسابي للجنسين، فبلغ متوسط الذكور (١,٥٣) ومتوسط الإناث (١,٤٩) أما القيمة الفائية المحسوبة فكانت (٠,٨٤) وهي أقل من القيمة الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) والتي تبلغ (٣,٨٤)، مما يعني ان كل من الذكور والإناث لديهما نفس المستوى من الاشباكات المتحققة من البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية، أنظر الجدول (٢٠) أدناه.

جدول (٢٠) يبين الفروق الاحصائية بين الاشباكات المتحققة من البرامج الترفيهية والنوع الاجتماعي للمبحوثين

المعنوية	القيمة الفائية		الوسط الحسابي	التكرار	النوع الاجتماعي
	الجدولية	المحسوبة			
غير دال	٣,٨٤	٠,٠٧٨	٥٣,١	٢٩٣	ذكر
			٤٩,١	١٦١	أنثى
			١.٤٠	٤٠٠	المجموع

الفرض الفرعي ب: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاشباكات المتحققة من البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية ونوع الدراسة للمبحوثين: للتحقق من صحة الفرض الفرعي (ب) تم استعمال الاختبار الفائي للتعرف على الفروق بين الأوساط الحسابية للدراستين العلمي والانساني حيث تؤكد النتائج عدم صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الدراسة للمبحوثين (علمي و إنساني) وبين الاشباكات المتحققة من خلال متابعتهم للبرامج الترفيهية، حيث أقتربت قيمة الوسط الحسابي للدراستين، فبلغ متوسط الانساني (١,٥٢٤) ومتوسط العلمي (١,٥١٣)، أما القيمة الفائية المحسوبة فكانت (٢,١٩٣) وهي أقل من القيمة الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) والتي تبلغ (٣,٨٤) مما يعني ان المبحوثين من كلا الدراستين لديهما نفس المستوى من الاشباكات المتحققة من البرامج الترفيهية، أنظر الجدول (٢١) أدناه.

جدول (٢١) يبين الفروق الاحصائية بين الاشباعات المتحققة من البرامج الترفيهية ونوع الدراسة للمبحوثين

المعنوية	القيمة الفائية		الوسط الحسابي	التكرار	نوع الدراسة
غير دال	الجدولية	المحسوبة	٥٢٤,١	١٩٦	إنساني
	٣,٨٤	٢,١٩٣	٥١٣,١	٢٠٤	علمي
			٥١,١	٤٠٠	المجموع

الفرض الفرعي ت: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاشباعات المتحققة من البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية والحالة الاجتماعية للمبحوثين: للتحقق من صحة الفرض الفرعي (ت) تم استعمال اختبار كاي سكوير للتعرف على الفروق بين قوة المديات للحالة الاجتماعية للمبحوثين حيث تؤكد النتائج صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الحالة الاجتماعية للمبحوثين وبين الاشباعات المتحققة، حيث كانت قوة المدى للمطلق (٣٠٦,١٠) ولأعزب (١٩٧,٣٣) وللمتزوج (١٩٢,٣٣) أما الارمل فكانت قوة المدى له (٩٠,٥٠)، وكانت قيمة كاي سكوير المحسوبة (٢١,٢٩٨) وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تبلغ (٣,٨٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٥)، مما يعني وجود فروق معنوية في مستوى الاشباعات المتحققة من البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية ولصالح (المطلق)، أنظر الجدول (٢٢) أدناه.

جدول (٢٢) يبين الفروق الاحصائية بين الاشباعات المتحققة من البرامج الترفيهية والحالة الاجتماعية

المعنوية	درجة الحرية	كاي سكوير	قوة المدى	التكرار	الحالة الاجتماعية
دال	٣	٢١,٢٨٩	٣٠٦,١٠	٢٠	مطلق
			١٩٧,٣٣	٢٨٠	أعزب
			١٩٢,٣٣	٩٦	متزوج
			٩٠,٥٠	٤	أرمل
				٤٠٠	المجموع

الفرض الفرعي ث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاشباعات المتحققة من البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية والدخل الشهري للمبحوثين: للتحقق من صحة الفرض الفرعي (ث) تم استعمال اختبار كاي سكوير للتعرف على الفروق بين قوة المديات لمستوى الدخل الشهري للمبحوثين حيث تؤكد النتائج صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الدخل الشهري للمبحوثين والاشباعات المتحققة من خلال متابعة

البرامج الترفيهية، وكانت قوة المدى للدخل المنخفض (٢٢٦,٢٠) وللدخل العالي (٢٠٨,٣٧) وللدخل المتوسط (١٩٠,٧٨)، أما قيمة كاي سكوير المحسوبة فكانت (٦,١٥٧)، وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تبلغ (٥,٩٩) عند درجة حرية (٢) ومستوى معنوية (٠,٠٥)، مما يعني وجود فروق معنوية في مستوى الاشباع المتحققة من البرامج الترفيهية ولصالح (الدخل المنخفض)، أنظر الجدول (٢٣) أدناه.

جدول (٢٣) يبين الفروق الاحصائية بين الاشباع المتحققة من البرامج الترفيهية والدخل الشهري للمبحوثين

الدخل الشهري	التكرار	قوة المدى	درجة الحرية	كاي سكوير	المعنوية
عالي	٦٠	٣٧,٢٠٨	٢	٦,١٥٧	دال
منخفض	٨٠	٢٠,٢٢٦			
متوسط	٢٦٠	٧٨,١٩٠			
المجموع	٤٠٠				

الفرض الفرعي ج: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاشباع المتحققة من البرامج الترفيهية في الفئات الفئوية وأعمار المبحوثين: للتحقق من صحة الفرض الفرعي (ج) تم استعمال اختبار كاي سكوير للتعرف على الفروق بين قوة المديات لمستوى الدخل الشهري للمبحوثين حيث تؤكد النتائج صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر للمبحوثين وبين الاشباع المتحققة من خلال متابعة البرامج الترفيهية، فكانت قوة المدى للعمر (٢٠ سنة) (٢٢٦,٣٣) والعمر (٢٢ سنة) (٢٠٦,٧٠) والعمر (١٩ سنة) (١٩٨,١٨) والعمر (٢١ سنة) (١٦٦,٣٣)، أما قيمة كاي سكوير المحسوبة فكانت (٦,٤٠) وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تبلغ (٧,٨٢) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٥)، مما يعني وجود فروق معنوية في مستوى الاشباع المتحققة من البرامج الترفيهية ولصالح (٢٠ سنة)، أنظر الجدول (٢٤).

جدول (٢٤) يبين الفروق الاحصائية بين الاشباع المتحققة من البرامج الترفيهية وعمر المبحوثين

العمر	التكرار	قوة المدى	درجة الحرية	كاي سكوير	المعنوية
٢٠	٥٢	٢٢٦,٣٣	٣	٢٣٩,٠٤٠	دال
٢٢	٩٢	٢٠٦,٧٠			
١٩	٩٦	١٩٨,٨١			
٢١	١٦٠	١٦٦,٣٣			
المجموع	٤٠٠				

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاشباعات المتحققة من خلال مشاهدة البرامج الترفيهية التلفزيونية ودوافع المشاهدة لتلك البرامج: للتحقق من صحة الفرض الفرعي الثاني تم استعمال اختبار كاي سكوير للتعرف على الفروق المعنوية بين دوافع المشاهدة بالنسبة للمبحوثين حيث تؤكد النتائج صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاشباعات المتحققة من خلال متابعة البرامج الترفيهية ودوافع المشاهدة للمبحوثين، وكانت تكرارات ملاً وقت الفراغ (٢٣٢) والتسلية والترفيه (٧٦) واكتشاف عالم الشهرة والنجومية (٥٢) وبرامج لها أهداف محددة (٤٠)، أما قيمة كاي سكوير المحسوبة فكانت (٢٣٩,٠٤٠) وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تبلغ (٧,٨٢) عند درجة حرية ٣ ومستوى معنوية (٠,٠٥)، مما يعني وجود فروق معنوية بين الاشباعات المتحققة من البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية ودوافع المشاهدة ولصالح (ملاً وقت الفراغ)، أنظر الجدول (٢٥).

جدول (٢٥) يبين الفروق الاحصائية بين الاشباعات المتحققة من البرامج الترفيهية ودوافع المشاهدة.

المعنوية	درجة الحرية	كاي سكوير	التكرار	دوافع المشاهدة
دال	٣	٢٣٩,٠٤٠	٢٣٢	ملاً وقت الفراغ
			٧٦	التسلية والترفيه
			٥٢	اكتشاف عالم الشهرة والنجومية
			٤٠	برامج لها أهداف محددة
			٤٠٠	المجموع

الفرض الثالث: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاشباعات المتحققة من خلال مشاهدة البرامج الترفيهية التلفزيونية ونوع البرامج الترفيهية: للتحقق من صحة الفرض الفرعي الثاني تم استعمال اختبار كاي سكوير للتعرف على الفروق المعنوية بين نوع البرامج الترفيهية والاشباعات المتحققة بالنسبة للمبحوثين حيث تؤكد النتائج صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاشباعات المتحققة من خلال متابعة البرامج الترفيهية ونوع البرامج الترفيهية، وكانت تكرارات البرامج الساخرة (١٧٦) والغنائية (٧٢) والمسابقات (٦٨) والمواهب (٥٢) والحوارية (٣٢)، أما قيمة كاي سكوير المحسوبة فكانت (١٥٦,٤٠٠) وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تبلغ (٩,٤٩) عند درجة حرية (٤) ومستوى معنوية (٠,٠٥)، مما يعني وجود فروق معنوية بين الاشباعات المتحققة من البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية ونوع البرامج الترفيهية ولصالح (الساخرة)، أنظر الجدول (٢٦).

جدول (٢٦) يبين الفروق الاحصائية بين الاشباعات المتحققة ونوع البرامج الترفيهية

المعنوية	درجة الحرية	كاي سكوير	التكرار	نوع البرامج
دال	٤	١٥٦,٤٠٠	١٧٦	الساخرة
			٧٢	الغنائية
			٦٨	المسابقات
			٥٢	المواهب
			٣٢	الحوارية
			٤٠٠	المجموع

اهم النتائج:

- ١- كشفت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين يتعرضون بشكل غير منتظم للبرامج الترفيهية في القنوات الفضائية، وذلك لاهتمامهم ببرامج أخرى إلى جانب البرامج الترفيهية، يضاف إلى ذلك الاستخدام الواسع من قبل الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الإعلام الجديد والتي تحتوي أيضاً على مواد ترفيهية متنوعة تنال استحسانهم.
- ٢- تركزت نسبة مشاهدة العينة للبرامج الترفيهية بين أقل من ساعة إلى أقل من ساعتين يومياً وهي نسبة مقبولة ومعتدلة بالنسبة إلى متابعة هذا النوع من البرامج، والسبب في ذلك يعود إلى أن المبحوثين قد أشاروا إلى أنهم يفضلون برامج تلفزيونية أخرى إلى جانب البرامج الترفيهية وبالتالي فإنهم يحتاجون إلى زمن آخر يضاف إلى زمن مشاهدة برامج الترفيه.
- ٣- تصدرت المشاهدة لبعض أيام الأسبوع وفي أوقات الفراغ بقية مستويات تعرض المبحوثين للبرامج التلفزيونية الترفيهية، لأنهم يقضون بقية أيام الأسبوع في التحضير لامتحانات ومتابعة المناهج الدراسية والتزاور فيما بينهم.
- ٤- تتابع النسبة الأعلى من المبحوثين برامج ترفيهية معينة من خلال القنوات الفضائية، وذلك لاختلاف أدواق المتعرضين في متابعة مثل هذه البرامج فهناك من يفضل الأغاني أو المسابقات أو الأفلام أو المسلسلات أو من يجمع بين أكثر برنامج، وكل بحسب اهتماماته ورغباته وما يحقق اشباعاته من هذا البرنامج أو ذاك
- ٥- يفضل غالبية المبحوثين التعرض إلى برامج الأفلام والمسلسلات وكذلك البرامج الثقافية إلى جانب البرامج الترفيهية، وذلك لأن الأفلام والمسلسلات تعتمد على الطابع الروائي في محتواها مما يعمل على جذب المشاهد والتأثير فيه وكذلك فإنها تلبى الاشباعات الوجدانية والنفسية لدى المتلقين لأنها تخاطب العواطف والأحاسيس وتحاكي الواقع في أحيان كثيرة وأيضاً يرغب بعض المتعرضين إلى تقليد بعض الشخصيات والتوحد معها، كما أن رغبة

المبوهين في التعرض للبرامج الثقافية إلى جانب البرامج الترفيحية من شأنه ترقية العقول والنهوض بثقافة الإنسان وتوسيع مداركه.

٦- حاز دافع (ملئ وقت الفراغ) على المرتبة الأولى في دوافع مشاهدة المبهوهين للبرامج الترفيحية، وتفسير ذلك أن طلبة الجامعات يحتاجون وقت معيناً للابتعاد عن جو الدراسة والجدية في الحياة الجامعية والهروب من الضغوطات المتنوعة لتحقيق حالة من الاسترخاء النفسي وتخفيف حدة التوتر والقلق.

٧- الاهتمام بشكل متوسط من قبل المبهوهين بالبرامج الترفيحية في القنوات الفضائية، وذلك بسبب أن الاهتمام بالبرامج الترفيحية يكون لغرض ملاً وقت الفراغ ومحاولة الابتعاد عن المشكلات اليومية، وضغوطات الدراسة الجامعية، فالتعرض لهذه البرامج هو من أجل الترفيه وذلك ما يفسر الاهتمام بشكل متوسط من قبل المبهوهين بالبرامج الترفيحية مقابل الاهتمام بالدراسة والعلاقات الاجتماعية وبقية متطلبات الحياة.

٨- يفضل اغلب المبهوهين التعرض إلى البرامج الساخرة والغنائية من بين الأنواع الأخرى للبرامج الترفيحية التي تعرض في القنوات الفضائية، وتفسير ذلك أن البرامج الساخرة في الفترات الحالية بدأت تأخذ مساحة واسعة من اهتمامات الجماهير وخصوصاً الشباب الجامعي كونها تهدف إلى استخدام أسلوب الاستهزاء والسخرية والنقد لبعض الشخصيات السياسية والمؤسسات الحكومية سيما وان العراق يعيش في ظل أجواء يملؤها الفساد السياسي والمالي في الكثير من مرافق الحياة، وعدم الاهتمام بالشباب من جانب الحكومة وإهمال حاجاتهم ومستقبلهم.

٩- أوضح غالبية المبهوهين أنهم راضين بشكل متوسط عن البرامج الترفيحية في القنوات الفضائية العراقية، الأمر الذي يدل على أن تلك البرامج تؤدي إلى إشباع الحاجات النفسية والوجدانية لدى المبهوهين وتشعرهم بالمتعة والتسلية والراحة من خلال إشكال ومضامين برمجية متنوعة.

١٠- تصدر (الشعور بالمتعة والسعادة) على بقية الاشباع التي تحققها البرامج الترفيحية في القنوات الفضائية، لان التلفزيون بحد ذاته هو وسيلة أساسية للمتعة والسعادة والشعور بالراحة والاسترخاء، يضاف إلى ذلك أن البرامج الترفيحية تستخدم عناصر الإثارة والتشويق والجمال لغرض استهواء أكبر عدد ممكن الجماهير وإشباع رغباتهم باللهو والتسلية والشعور بالمتعة والسعادة.

١١- أشارت نتائج الدراسة عن عدم وجود علاقة ارتباطية دالة بين النوع الاجتماعي للمبهوهين (ذكور واناث) وكذلك نوعية دراستهم الجامعية (علمي وإنساني) مع الاشباع المتحققة من البرامج الترفيحية وبالتالي رفض الفرضين الفرعيين (أ و ب من الفرض الرئيسي

الأول) والقائلان بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بينهم، وتفسير ذلك تشابه إهتمامات الذكور والإناث من طلاب الجامعات سواء كانوا من طلاب الدراسات الإنسانية أو العلمية بالحاجة إلى الترفيه والتعرض للبرامج الترفيهية في القنوات الفضائية لتحقيق بعض الاشباعات النفسية والوجدانية وقضاء أوقات الفراغ.

١٢- تشير نتائج الدراسة الى وجود علاقة ارتباطية دالة بين الحالة الاجتماعية المبحوثين والاشباعات المتحققة من البرامج الترفيهية لصالح (المطلقين)، مما يشير الى قبول الفرض الفرعي (ت من الفرض الأول) القائل بوجود فروق دالة بينهما، وتفسيره يكمن في الفراغ العاطفي الذي يعتري المطلقين وشعورهم بالوحدة والضياع فحينما تنتهي علاقة المودة والرحمة بين الزوجين فإنها تؤدي إلى الشعور بنقص في التوازن النفسي وخصوصا عندما يكون المطلقين من فئة الشباب الجامعي الأمر الذي يؤدي بالنتيجة إلى الهروب من هذا الواقع واللجوء إلى برامج الترفيه لقضاء الوقت وإنهاء العزلة والوحدة.

١٣- كشفت الدراسة عن وجود علاقة إرتباطية دالة بين الدخل الشهري للمبحوثين والاشباعات المتحققة من البرامج الترفيهية لصالح (الدخل المنخفض)، وبالتالي تم قبول الفرض الفرعي (ث من الفرض الأول) والقائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بينهما، والسبب في ذلك هو المعاناة الكبيرة التي يلقاها أصحاب الدخل المنخفض في حياتهم المعيشية ومتطلبات الحياة الأخرى بسبب محدودية العيش وعدم القدرة على تحقيق الاشباعات المطلوبة في الحاجة إلى الترفيه من خلال التنزه والسفريات الجماعية والسياحة خارج البلد وبالتالي يلجأون إلى البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية لإشباع تلك الرغبات والاحتياجات.

١٤- كشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية دالة بين عمر المبحوثين والاشباعات المتحققة من البرامج الترفيهية لصالح عمر (٢٠ سنة)، مما يشير إلى قبول الفرض الفرعي (ج من الفرض الأول) القائل بوجود فروق دالة بينهما، وتفسيره هو النضوج العقلي والسلوكي لطلبة الجامعات في هذا العمر بالتحديد والذي يعد مرحلة إنتقالية بين الحياة الثانوية الجامعية خصوصا بعد مرور سنة على هذه الانتقالة والتي من شأنها فهم الحياة الجامعية ومتطلباتها مما ينعكس بشكل إيجابي على رغبات الطلبة واهتماماتهم سيما في مجال الترفيه والتسلية لتحقيق بعض الاشباعات المطلوبة منها.

١٥- أثبتت النتائج بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع المشاهدة للبرامج الترفيهية والاشباعات التي تحققت لصالح (ملاً وقت الفراغ)، الأمر الذي يشير إلى عدم صحة الفرض الثاني والقائل بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينهما، وتفسير ذلك أن أغلب فترات التعرض إلى التلفزيون من قبل الجماهير هو من أجل قضاء الوقت وسد الفراغ في

الفترة الزمنية الفائضة لدى المتعرضين، يضاف إلى ذلك أن البرامج الترفيهية في التلفزيون معدة في الاصل للقضاء على وقت الفراغ لغرض التسلية والشعور بالمتعة والفرح.

١٦- كشفت نتائج البحث عن وجود علاقة ارتباط دالة بين نوع البرامج الترفيهية والاشباع التي تحققها هذه البرامج لصالح (البرامج الساخرة)، وهذا ما يشير إلى عدم صحة الفرض الثالث الذي يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينهما، فالبرامج الساخرة هذه الايام أصبحت ظاهرة إعلامية واضحة تستقطب اهتمام عدد كبير من الجماهير وتنال إستحسانهم كونها تتعرض إلى نقد الواقع والسياسات الخاطئة بأسلوب ساخر واستهزائي يلبي رغبات المبحوثين واشباعاتهم سيما في ظل الاوضاع التي يعيشها العراق من ضياع حقوق الشباب ومجهولية مستقبلهم بسبب السياسات الحكومية الخاطئة والتي تعمل البرامج الساخرة على انتقادها وبشكل مقبول في أحيان كثيرة .

مصادر البحث:

- ١- بدوي، احمد زكي، معجم مصطلحات الإعلام، ١٩٩٤، دار الكتاب المصري، القاهرة، ط (٢).
- ٢- بدوي، احمد زكي، معجم مصطلحات الإعلام، ١٩٨٥، دار الكتاب المصري، القاهرة.
- ٣- حلاق، بطرس، تأثير البرامج التلفزيونية في عملية التنشئة الاجتماعية، ٢٠٠٧، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة دمشق، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٣، العدد ٢.
- ٤- دهلوي، سعود عبد الحميد، المعايير الاحصائية الموحدة لتحليل البرامج في التلفزيونات الخليجية والعربية، ١٩٨٣، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيونية، العدد ٨، جهاز تلفزيون الخليج.
- ٥- البشر، محمود سعود، مقدمة في الاتصال السياسي، ١٩٩٧، مكتبة العبيكان للنشر، الرياض.
- ٦- موراي، ادورد ج، الدافعية والانفصال، ١٩٨٧، ترجمة احمد عبد العزيز سلامة، دار الشروق، القاهرة.
- ٧- شقير، بارعة حمزة، استخدام أساتذة جامعة دمشق للأنترنت والاشباع المتحققة منها، ٢٠٠٩، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٥، العدد الاول والثاني.
- ٨- عبد، علي فاخر، تعرض الجمهور للبرامج الوثائقية التلفزيونية والاشباع المتحققة، ٢٠١٤، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
- ٩- عبد الحميد، محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ٢٠٠٤، عالم الكتب، القاهرة، (ط٣).
- ١٠- الهيتي، هادي نعمان، الاتصال الجماهيري، المنظور الجديد، ١٩٩٨، دار الشؤون والثقافة العامة، بغداد.
- ١١- الكمي، محمد علي، من انتقال المعلومات، ١٩٨٧، مجلة الإعلام العربي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، العدد ١٩.
- ١٢- أبو إصبع، صالح، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ١٩٩٥، دار آرام للطباعة والنشر، عمان.
- ١٣- رايت، تشارلز، المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، ١٩٨٣، ترجمة محمد فتحي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.

- ١٤- البطل، هاني إبراهيم، الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، ٢٠١١، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.
- ١٥- يعقوب، طالب، تقنيات الإعلام، ٢٠١٤، دار صفحات للنشر والتوزيع، دمشق.
- ١٦- المصدر نفسه.
- ١٧- عطوان، فارس، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، ٢٠٠٩، دار اسامة، عمان.
- ١٨- ابو معال، عبد الفتاح، أثر وسائل الإعلام على تعليم الاطفال وتنقيفهم، ٢٠٠٦، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان.
- ١٩- بدوي، احمد زكي، مصدر سابق.
- ٢٠- صالح خليل أبو إصبع، مصدر سابق.
- ٢١- ماكبرايد، شون وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال، ١٩٨١، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر.
- ٢٢- محمد، هادي محمد، استخدامات المواد الترفيهية التلفزيونية الفضائية واشباعاتها، ٢٠١١، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، السعودية.
- ٢٣- ريفرز، وليام، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، ١٩٧٥، ترجمة ابراهيم إمام، دار المعرفة الجامعية للنشر، القاهرة.
- ٢٤- الرضا، هاني وعمار، محمد، الرأي العام والإعلام والدعاية، ١٩٩٨، المؤسسة الجامعية للنشر، بيروت.
- ٢٥- بن صوشة، حنان، اتجاهات الشباب الجامعي نحو برامج الترفيه المستسخة، ٢٠١٦، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر.
- ٢٦- دفلير، ملفين ل وروكيتش، ساندرابول، نظريات وسائل الإعلام، ١٩٩٣، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة.
- ٢٧- عبد الصاحب، سعد مطشر، تعرض طلبة جامعة بغداد للبرامج الثقافية والالكترونية، ٢٠٠٧، دراسة ميدانية لقناة المنار الفضائية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ٣.
- ٢٨- عبد الحميد، محمد، مصدر سابق.
- ٢٩- العبد، نهى عاطف، علاقة الطفل المصري بالقنوات الفضائية، ٢٠٠٣، رسالة ماجستير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- ٣٠- شتلة، ممدوح وكامل، حنان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية، ٢٠١٥، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد ١١.
- ٣١- شقير، بارعه حمزة، مصدر سابق.
- ٣٢- المزاهرة، منال هلال، نظريات الاتصال، ٢٠١٢، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
- ٣٣- القليني، سوزان، الدراما التلفزيونية في إطار وظيفة الترفيه الإعلامي، ٢٠٠٦، مجلة الفن الاذاعي، العدد ١٨٢، اتحاد الاذاعة والتلفزيون، القاهرة.

References:

- Abdel Hamid, Mohamed, Media Theories and Impact Trends, 2004, The World of Books, Cairo, (3rd edition).
- Abdul, Ali Fakher, the public exposure to TV documentaries and realized programs, 2014, unpublished Master Thesis, Department of Radio and TV Journalism, College of Information, University of Baghdad.
- Abdul-Saheb, Saad Mutashar, Baghdad University students present cultural and electronic programs, 2007, a field study of Al-Manar satellite channel, Journalist Researcher, No. 3.
- Abu Fesba, Saleh, Communication and Information in Contemporary Societies, 1995, Aram Printing and Publishing House, Amman.
- Abu Ma'al, Abdel-Fattah, The Impact of the Media on Teaching and Educating Children, 2006, Dar Al-Shorouk for Publishing and Distribution, Amman.
- Al-Abd, Noha Atef, The Egyptian Child's Relationship with Satellite Channels, 2003, published Master Thesis, Faculty of Information, Cairo University.
- Al-Batal, Hani Ibrahim, Radio and TV Production, 2011, World of Books for Printing, Publishing and Distribution, Cairo.
- Al-Bisher, Mahmoud Saud, Introduction to Political Communication, 1997, Obeikan Publishing Library, Riyadh.
- Al-Hiti, Hadi Noman, Mass Communication, The New Perspective, 1998, House of Public Affairs and Culture, Baghdad.
- Al-Mazahra, Manal Hilal, Communication Theories, 2012, Dar Al-Masirah for Publishing and Distribution, Amman.
- Al-Qalaini, Susan, TV Drama in the Media Entertainment Function, 2006, Radio Art Magazine, No. 182, Radio and Television Union, Cairo.
- Al-Rida, Hani and Ammar, Mohamed, Public Opinion, Media and Advertising, 1998, University Publishing Establishment, Beirut.
- Atwan, Fares, Arab Satellite TV and its Media Role, 2009, Dar Osama, Amman.
- Badawi, Ahmed Zaki, Dictionary of Media Terminology, 1985, Egyptian Book House Cairo.
- Badawi, Ahmed Zaki, Dictionary of Media Terminology, I (2), 1994, Egyptian Book House, Cairo.
- Badawi, Ahmed Zaki, previous source.
- Dahlawi, Saud Abdul Hamid, Unified Statistical Standards for Program Analysis in Gulf and Arab Televisions, 1983, TV Research and Studies Series, No. 8, Gulf TV.
- Devlin, Melvin L and Rukic, Sandra Paul, Media Theories, 1993, translated by Kamal Abdel Raouf, International Publishing and Distribution House, Cairo.
- Hallaq, Boutros, The effect of TV programs on the process of socialization, 2007, Department of Information, Faculty of Arts, Damascus University, Damascus University Journal, Volume 23, No. 2.
- Ibn Soucha, Hanan, University Youth Attitudes Toward Reproduced Recreation Programs, 2016, Unpublished Master Thesis, Department of Media and

Communication Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Mohamed Boudiaf, Massila, Algeria.

- McBride, Shawn et al., Multiple Voices and One World, Report of the International Committee for the Study of Communication Problems, 1981, National Publishing and Distribution Company, Algeria.
- Muhammed, Hadi Muhammed, Uses and saturations of satellite TV entertainment, 2011, unpublished PhD thesis, Department of Information, College of Da`wah and Information, Imam Muhammad bin Saud Islamic University, Saudi Arabia.
- Murray, Edward J., Motivation and Separation, 1987, translated by Ahmed Abdel Aziz Salama, Dar El-Shorouk, Cairo.
- Quantitative, Muhammad Ali, from the transmission of information, 1987, Journal of Arab Media, Arab Organization for Education, Culture and Science, No. 19.
- Rivers, William, Media and Modern Society, 1975, translated by Ibrahim Imam, Dar Al-Maarefa Al-Jame'iya Publishing House, Cairo.
- Saleh Khalil Abu Asba, previous source.
- Shatla, Mamdouh and Kamel, Hanan, the use of social networking sites and its relationship to political participation, 2015, Middle East Media Journal, No. 11.
- Shuqair, Bara'a Hamza, Professors of the University of Damascus use the Internet and the verifications obtained from it, 2009, Damascus University Journal, Volume 25, Number One and Two.
- Shuqair, brilliant Hamza, a previous source.
- The same source.
- Wright, Charles, The Social Perspective of Mass Communication, 1983, translated by Mohamed Fathy, Egyptian General Book Authority, Cairo.
- Yaqoub, Talib, Media Technologies, 2014, Dar Pages for Publishing and Distribution, Damascus