

## علاقة تعرض الشباب الجامعي لبرامج المسابقات في التلفزيون المصري بمستوى الطموح لديهم

أ.د. اعتماد خلف معبد  
 أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس  
 د. مؤمن جبر عبدالشافى  
 مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس  
 بسام أبو زيد نمر عوض

### ملخص

**مشكلة الدراسة:** أن هناك متابعة لبرامج المسابقات التلفزيونية لأفراد العينة، وأن متوسط أعمار الطلاب المشاهدين لهذه البرامج هو ١٩ سنة، وأن أكثر نسبة تشاهد هذه البرامج هم طلاب الفرقة الرابعة والتي تقترب من التخرج من الجامعة. وأن أكبر فئة تشاهد هذه البرامج هم الفتيات حيث أنهم دائماً متواجدون في المنزل وليس عليهم أعباء خارجية، وأكثر نسبة تحدد أسباب المشاهدة لهذه البرامج للاكتساب المعلومات مما يدل أن مستوى الطموح لاكتساب المعلومات هو أحد الأسباب الرئيسية لمشاهدة هذه البرامج كما أنه يوجد مستوى للتنقيف ومستوى الطموح المعرفى ومستوى للطموح من أجل كسب المال.

**الأهمية:** بناء على ما سبق وجد الباحث أهمية لدراسة هذه النوعية من البرامج للأجابة على التساؤلات التالية.

**فروض الدراسة:** توجد علاقة بين مشاهدة برامج المسابقات ومستوى الطموح بمتغيرات السن والكلية والمنطقة والمستوى الاجتماعى للشباب الجامعى، ومدى اقتناع شباب الريف والحضر بمشاهدة برامج المسابقات التلفزيونية وعلاقتها بمستوى الطموح لديهم، وتوجد فروق بين طلاب جامعة سوهاج وجامعة عين شمس في مشاهدة برامج المسابقات التلفزيونية ومستوى الطموح لديهم، ومدى ارتباط طلاب الكليات بمشاهدة برامج المسابقات التلفزيونية.

**أدوات الدراسة:** استخدمت الدراسة استمارة الاستبيان، ومقياس للطموح.

**النتائج:** أظهرت النتائج الإحصائية أن هناك نسبة متقاربة بين الذكور والإناث في مشاهدة برامج المسابقات التلفزيونية المعروضة على التلفزيون المصري بقنواته الفضائية العامة والخاصة حيث بلغ عدد الذكور ٢١٦ مفردة بنسبة ٥٤% بينما بلغت نسبة عدد الإناث ١٨٤ بنسبة ٤٦%، وأن أكثر البرامج التي يشاهدها الشباب الجامعى هي برامج المسابقات الغنائية والترفيهية بعدد ٢٠٣ مفردة بنسبة ٥٠,٧٥% تاليتها برامج المسابقات الحوارية بعدد ٧٨ مفردة بنسبة ١٩,٥%، وكما أن أكثر البرامج مشاهدة من جانب الشباب الجامعى ديل أور نو ديل بعدد ١٦٥ مفردة بنسبة ٤١,٣% وجاء في الترتيب الثانى برنامج من سيربح المليون بعدد ١١٣ مفردة بنسبة ٢٨,٣%.

### The Relation Of University Youth Exposure To Competition Programs In Egyptian Television To Their Level Of Ambition

**Objective:** The current study drives at identifying the relationship between university youth exposure to competition programs in Egyptian television and their level of ambition; defining as well the culturing and entertaining role these programs play.

**Significance:** The theoretical significance The study tackles with television competition programs driving at achieving quick profits by focusing on this targeted category of society the youth. This study adds to the Arab library for rare of Arabic and foreign studied in this field. The Applied Significance The applied significance is embedded in activating study results and shedding lights on television programs and its relation to youth ambition.

**Hypotheses:** There is a relationship between watching competition programs in Egyptian television and university youth ambition level regarding age, college, residence area, and the socio- economic level of youth, There is a relationship between rural and urban youth conviction of watching competition programs and university youth ambition level.

**Research Type& Method:** It belongs to the qualitative type of studies.

**Sample:** The study sample consists of 400 male/female university students belonging to Ain Shams Cairo and Sohag universities. It is selected randomly due to these rules Their age stage ranges from (18- 21) year olds, The sample consists of males and females.

**Instruments:** A Questionnaire Form, for measuring students' correlation to competition. Data Collection Form (by researcher), and Scale of Ambition, for identifying the relationship between following competition programs and youth ambition.

**Results:** There is a correlation between exposure to competition programs in Egyptian television and university youth ambition.

الشباب الجامعي: هناك عدة تعريفات للشباب الجامعي منها تحديد مفهوم الشباب عند علماء السكان إلى معيار خارجي يتمثل في السن أو العمر الذي يقضيه الفرد في أتون التفاعل الاجتماعي. أما علماء الاجتماع يشيرون إلى أن الشباب هم "من يحاول بناء المجتمع أي تأهيل الشخص لكي يحتل مكانة اجتماعية ويؤدي دوراً أو أدواراً في بنائه". وبذلك يعتمد تحديد علماء الاجتماع للشباب كفئة على طبيعة ومدى اكتمال الأدوار التي تؤديها الشخصية الشابة. من التعريفات السابقة لمفهوم الشباب الجامعي نستطيع أن نحدد التعريف الإجمالي للدراسة على أنه هم الشباب من ذكور وإناث في السنوات الدراسية المختلفة في الجامعات المصرية الحكومية (جامعة عين شمس- جامعة سوهاج) والذين يتابعون برامج المسابقات التلفزيونية وتتراوح الفئة العمرية من (١٨- ٢١) سنة.

برامج المسابقات: ونظراً لحدوث موضوع الدراسة وعدم إجراء دراسات سابقة مستفيضة في هذا الشأن، وبعد البحث لم يجد الباحث سوى تعريف واحد فقط مباشر يعرف برامج المسابقات في دراسة أحمد طاهر وهو يعرفها على أساس أن برامج المسابقات تعتمد على توجيهه أسئلة للجمهور مباشرة وتأتي الإجابة عليها إما بعد أسبوع أو من خلال التلفزيون أو تتم الإجابة عليها في نفس الوقت من جانب الجمهور بالاستديو. التعريف الأخرى للمسابقات التلفزيونية هي شكل من أشكال البرامج تقدم عن طريق تلفزيون الدولة عن طريق القنوات الأرضية والقضائية والقنوات الخاصة المصريين تعتمد على سؤال وجواب وجائزة تداعب الخيال، وتعددت أشكال تلك لبرامج بعضها يستضيف المشاهير والأخر يطرح أسئلته على المارة، والكثير منها يكفي بتوجيه السؤال وانتظار إجابته عبر التلفزيون، وهي الوسيلة الأسهل والأكثر ربحاً وانتشاراً.

مستوى الطموح: رغم اختلاف وجهات النظر بين العلماء في تعريف الطموح. ففي هذه الدراسة يحاول الباحث تحديد أكثر التعريفات قريباً من مجال الدراسة على النحو التالي يعرف أحمد عزت راجح الطموح بأنه المستوى الذي يطوق الفرد إلى بلوغه ويسعى إلى تحقيق أهدافه في الحياة. وإنجاز أعماله. وهذا يتحدد من خلال مستوى الطموح يتضح من حيث السلب والإيجاب، من حيث المستوى الذي يحققه الفرد في أي نجاح. بينما نجد إيزيك يحدد مستوى الطموح كم حيث الهدف، فهو يعرف نتيجة الهدف الممكن الذي يصنعه الفرد لنفسه ويسعى لتحقيقه من خلال أدائه ويستدل على مستوى الطموح من عدد العوائق والصعاب التي على الفرد تحملها في سبيل تحقيق هدفه في الترقى المهني يضيف هيرلوك بين بأنه الطموح وهو يتجنب مزيد من الفشل وهو طموح سلبي والأخر إيجابي يتمثل في نزعة الفرد إلى تحقيق نجاح مستمر بالرغم من كثرة التعريفات الخاصة بالطموح إلا أن أكثر الباحثون مستخدمون منذ أن ترجم إلى الإنجليزية إلى مصطلح Aspiration كمصطلح يربط بمفاهيم النجاح والفشل والواقعية والتفوق والمثابرة. وتأسيساً على ما سبق فإن الباحث في هذه الدراسة من التعريفات السابقة يعرف الطموح تعريفاً إجرائياً على النحو التالي بأنه المستوى الذي يطوق الفرد إلى بلوغه ويسعى إلى تحقيق هدفه إما مهني أو أكاديمي أو مادي ويعتمد ذلك على وعى الفرد بإمكانية تحقيق ذلك.

#### فروض الدراسة:

توجد علاقة بين التعرض لبرامج المسابقات في التلفزيون المصري ومستوى الطموح لدى الشباب الجامعي للتعرف على هذه العلاقة من خلال التالي:  
توجد علاقة بين مشاهدة برامج المسابقات ومستوى الطموح بمتغيرات السن والكلية والمنطقة والمستوى الاجتماعي للشباب الجامعي.  
مدى اقتناع شباب الريف والحضر بمشاهدة برامج المسابقات التلفزيونية وعلاقتها بمستوى الطموح لديهم.  
توجد فروق بين طلاب جامعة سوهاج وجامعة عين شمس في مشاهدة برامج المسابقات التلفزيونية ومستوى الطموح لديهم.  
مدى ارتباط طلاب الكليات بمشاهدة برامج المسابقات التلفزيونية.

#### أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية: وذلك من خلال تناول الدراسة لنظم من برامج المسابقات التلفزيونية الهادفة للربح السريع ومدى علاقة هذه المسابقات بمستوى طموح الشباب الجامعي تلك الفئة المستهدفة دائماً من شرائح المجتمع لأنها الفئة الأكثر والأقوى في كل مجتمع. هذا إلى جانب قلة الدراسات العربية والأجنبية التي تتناول فيها هذه الدراسة من عدة

الإعلام بطبيعته له دوره المؤثر في تغيير المجتمعات وحراك الإنسان داخل المجتمع الذي يعيش فيه وقد ازداد دوره بعد أن أصبح للإعلام تواجد غير مسبوق شمل جميع نواحي الحياة سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية أو دينية أو ثقافية وذلك مقارنة بالسنوات السابقة. فالسنوات المفتوحة وتعدد القنوات سواء كانت فضائية أو أرضية أصبحت أكثر انتشاراً من ذي قبل، فقد تضاعفت عدد محطات الإذاعة والتلفزيون وازدادت ساعات بثها، كما ظهرت خدمات عديدة ومتنوعة لتلبية حاجات الأفراد إلى المعلومات والترفيه، ومع تعدد القنوات وكثرتها تعددت البرامج التي تدر دخل كبير لتلك القنوات وعلى رأس هذه البرامج كانت برامج المسابقات التي تضع جوائز للمشاهدين والمشاركين مالية وعينية حيث أصبحت تمثل مصدر للدخل المادي للمحطات التلفزيونية. هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فإن كثرة البرامج التلفزيونية التي تقدم جوائز مادية كبيرة تغري طموحات الشباب الذي يعاني من البطالة وأوقات الفراغ مما جعلته يتطلع للمشاركة في مثل هذه البرامج، فبرامج المسابقات في التلفزيون هي برامج اقتصت بمسابقات ذهنية وأغلبها وهمية يوعد المشاهد فيها بربع مليون أو آلاف من الدولارات أو أشياء عينية مثل (سيارة- رحلة حج- أو عمرة أو مشغولات ذهبية أو تجهيز منزل... الخ) بمجرد الإجابة على سؤال قد يكون في اغلب الأحيان تافه ويشبه فوازين الأطفال عبر الاتصال التليفوني أو إرسال SMS كما أن هناك برامج مسابقات ترفيهية تعتمد على أغلب الأحيان على الفنانين والراقصين والمغنيين المشهورين مما أدى إلى نسبة مشاهدة عالية من جانب الشباب والكبار والصغار.

#### مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

لقد لفت انتباه الباحث كثرة المعروض من البرامج التلفزيونية التي تقدم مسابقات تعطى الشباب الأمل في طموحهم المادي بدون تعب أو جهد وبرامج ترفيهية تأخذ وقت كبير في العرض للحلقة الواحدة على الشاشة مما تؤدي إلى ضياع وقت كبير لهؤلاء الشباب بدون فائدة مرجوة منها حيث أصبحت تمثل ظاهرة اجتماعية تحتاج إلى دراسة وتحليل للوقوف على الحجم الحقيقي للمشكلة ومدى تأثير هذه المسابقات على عقول وطموحات الشباب، مما جعل الباحث يفكر في دراسة للوقوف على العلاقة بين برامج المسابقات في التلفزيون المصري بمستوى الطموح لدى الشباب الذين هم عماد الحاضر وأمل المستقبل حيث قام الباحث بدراسة استطلاعية على عينة من الشباب الجامعي قدرها ٤٠ مفردة وكانت نتائجها كالتالي:

أن هناك متابعة لبرامج المسابقات التلفزيونية لأفراد العينة.  
أن متوسط أعمار الطلاب المشاهدين لهذه البرامج هو ١٩ سنة.  
أن أكثر نسبة تشاهد هذه البرامج هم طلاب الفرقة الرابعة والتي تقترب من التخرج من الجامعة.  
أن أكبر فئة تشاهد هذه البرامج هم الفتيات حيث أنهم دائماً متواجدون في المنزل وليس عليهم أعباء خارجية.  
أكثر نسبة تحدد أسباب المشاهدة لهذه البرامج للاكتساب المعلومات مما يدل أن مستوى الطموح لاكتساب المعلومات هو أحد الأسباب الرئيسية لمشاهدة هذه البرامج كما أنه يوجد مستوى للتثقيف ومستوى للمعرفي ومستوى للطموح من أجل كسب المال.

وبناء على ما سبق وجد الباحث أهمية دراسة هذه النوعية من البرامج للأجابة على التساؤلات التالية التساؤل الرئيسي ما العلاقة بين برامج المسابقات في التلفزيون المصري ومستوى الطموح لدى الشباب الجامعي؟ ومن هذا التساؤل الرئيسي ينبثق منه عدة تساؤلات فرعية وتنقسم كالتالي:

ما أبرز البرامج التي يتابعها الشباب الجامعي؟  
ما العلاقة بين برامج المسابقات التلفزيونية والطموح لدى الشباب الجامعي؟  
ما رأى الشباب الجامعي في برامج المسابقات التلفزيونية؟  
ما مدى اقتناع الشباب الجامعي بالجوائز التي تقدمها هذه المسابقات؟  
ما مدى علاقة الطموح لدى الشباب بمشاهدة هذه البرامج؟  
ما السبب الحقيقي الذي يسعى الشباب لتحقيقه من وراء مشاهدة برامج المسابقات؟  
ما مدى مصداقية هذه البرامج لدى الشباب الجامعي؟

#### مفاهيم الدراسة:

جوانب. ومن ثم هناك حداثة في الاهتمام بدراسة هذا البحث.

٥ الأهمية التطبيقية: وتكمن الأهمية التطبيقية للدراسة من خلال محاولة تفعيل نتائج الدراسة وتطبيق الضوء على علاقة برامج المسابقات التلفزيونية بمستوى طموحات الشباب ومدى تعلقهم المستمرة بهذه المسابقات التي تعطيهم الأمل في ثراء سريع بدون تعب أو جهد يحقق لهم ما يحملون به. الأمر الذي يأتي بنتائج سلبية على الشباب أنفسهم ومن ثم على المجتمع وأخيراً على مدى مصداقية أفراد المجتمع لما يقدمه التلفزيون من برامج وأخبار تكون فيها نسبة الشك عالية. بمستوى طموح الشباب الجامعي أم لا وسيتم اكتشاف هذه العلاقة من خلال الدراسة الميدانية لهذا البرنامج.

#### الدراسات السابقة:

دراسة طارق فتحى معوض على (٢٠١٢) بعنوان استخدامات طلاب الجامعات للبرامج الثقافية في الإذاعة المصرية والإشباع التي تحققها لهم وطبقت الدراسة الميدانية على عينة من الشباب الجامعي من سن (١٨-٢١) سنة ممثلة للجامعات المصرية لمعرفة استخداماتهم للبرامج الثقافية والإشباع التي تحققها لهم، وكانت نتائجها كالتالي أوضحت نتائج الدراسة أن شباب الجامعات يستمعون إلى الإذاعة بشكل دائم بنسبة ٢٣,٣% وأحياناً بنسبة ٥٤,٥% ولا يستمعون إليها بنسبة ٢٢,٣%. وجاء البرنامج العام في مقدمة الإذاعات التي يفضل المبحوثين الاستماع إليها بنسبة ٩٢,٦% يليه راديو مصر في المرتبة الثانية بنسبة ٨٨,٧% ثم الشرق الأوسط في المرتبة الثالثة بنسبة ٨٧,٥% والأغاني F. M بنسبة ٨١,٧% ثم إذاعة الأغاني بنسبة ٦٦,٢% تليها القرآن الكريم بنسبة ٣٣,٨%، ثم القاهرة الكبرى بنسبة ٢١,٢% تليها الشباب والرياضة بنسبة ١٥,١% وأخيراً صوت العرب بنسبة ٤,٢%.

دراسة لائج تشو وشوارتز (٢٠٠٠) بعنوان تأثير المونتاج التلفزيوني على إثارة اهتمام وانتباه وتذكر المشاهدين للرسائل التلفزيونية واستهدفت الدراسة معرفة تأثير المونتاج التلفزيوني على إثارة اهتمام وانتباه وتذكر المشاهدين للرسائل التلفزيونية واختبار تأثير معدل المونتاج- عدد اللقطات في نفس المشهد التلفزيوني- على إثارة اهتمام وانتباه المشاهدين وتذكرهم للرسائل التلفزيونية. استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي وقامت بتعريض الجمهور للرسائل الإعلامية ثم اختبار اهتمامهم وتذكرهم لهذه الرسائل وتمثل مجتمع الدراسة في الرسائل التلفزيونية حيث شملت عينة الدراسة ٢٠ رسالة تلفزيونية استغرقت كل رسالة دقيقة واحدة حيث شملت العينة ٣٩ فرداً من المشاهدين وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن زيادة عدد اللقطات في المشهد التلفزيوني المرئي في رسائل التلفزيون يزيد انتباه واهتمام المشاهدين أثناء المشاهدة بالإضافة إلى قدرة المشاهدين على تذكر الرسالة في وقت لاحق. أن معدل سرعة القطع والانتقال بين اللقطات في المشاهدة المختلفة يزيد اهتمام وانتباه المشاهدين للرسائل التلفزيونية.

دراسة ياسر محمد محمود (١٩٩٦) بعنوان النسق القيمي في علاقته بمستوى الطموح لدى عينة من طلاب جامعة الإسكندرية من الجنسين. وهدفت الدراسة إلى تناول النسق القيمي في علاقته بمستوى الطموح لدى عينة من طلاب جامعة الإسكندرية من الجنسين يمثلون بعض الكليات النظرية والعملية وذلك باستخدام منهج التحليل العاملي واستخدام اختبار القيم، مقياس الفارق، استبيان مستوى الطموح للراشدين، اختبار مواصلة الاتجاه، اختبار القابلية للاستشارة. طبقت الاختبارات على عينة قوامها ١٩٤ طالباً، ١٤٢ طالبة، واستخدمت الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات. توصلت الدراسة إلى وجود فروق بين الجنسين على متغيرات البحث المدروسة ووجود علاقة ارتباطية بين متغيرات البحث لدى عيناته المختلفة فضلاً عن تجانس وتكرار ظهور العوامل المستخرجة من عينات البحث مما يفيد عدم وجود تناقض في الأبنية العاملية لمقاييس الدراسة لدى عيناتها المختلفة.

دراسة Niemiec, et, al (2009) بعنوان أثر الطموح الداخلي والخارجي على الأفراد ما بعد الحياة الجامعية. وهدفت إلى معرفة أثر الطموح الداخلي والخارجي على الأفراد ما بعد الحياة الجامعية، وتكونت عينة الدراسة من ٢٤٠ فرداً، بواقع ٨٤ ذكر، و١٥٦ أنثى، من الأفراد الخريجين الجامعيين، واستخدمت الدراسة مقياس كاسر وريان، ٢٠٠١ للطموح، ولقد أظهرت الدراسة أن الطموح الداخلي مرتبط بشكل إيجابي بالصحة النفسية، على عكس الطموح الخارجي، كذلك الطموح الداخلي له علاقة إيجابية بالصحة النفسية، الأساسية، حيث أن الطموح بأشكاله كان له ارتباط سلبي أو إيجابي بالصحة النفسية، للأفراد الخريجين.

#### التطبيق على الدراسات السابقة:

أثبتت الدراسات السابقة أن توجد ارتباطات وعلاقات بين التعرض لبرامج التلفزيون والمجتمع بغالبية أفرادها حيث يؤثر هذا التعرض في علاقة أفراد المجتمع وسلوكياتهم وتغيير اتجاهاتهم كلاً حسب ما يسعى إليه. وأكدت الدراسات على وجود علاقة بين التحصيل الدراسي أو المهني أو الأكاديمي ومستوى طموح الفرد وأكدت أيضاً على وجود فروق بين الجنسين كلاً حسب ميوله وطموحاته. ومما لا شك فيه أن برامج التلفزيون تؤثر إما بالسلب أو بالإيجاب في أفراد المجتمع، مما يؤثر على سلوكياتهم ومستوى طموحاتهم وهذا ما سوف تثبته الدراسة الحالية.

#### نوع الدراسة:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية الذي يستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف ما تغلب عليه صفة التحديد، وعلى ذلك يقوم البحث الوصفي بوصف ما هو كائن عن طريق جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة وجدولتها وتبويبها. ثم تفسير تلك البيانات واستخلاص التعميمات والاستنتاجات. بالإضافة إلى أنه الأنسب في دراسة ذلك الموضوع.

#### مجتمع وعينة الدراسة الميدانية:

يمثل مجتمع الدراسة فئة الشباب الجامعي من طلاب وطالبات من سن (١٨-٢١) سنة في الجامعات المصرية التالية:  
 ٥ جامعة عين شمس: ممثلة للجامعات المصرية الحكومية بالقاهرة.  
 ٥ جامعة سوهاج: ممثلة للجامعات الحكومية الإقليمية.  
 وقام الباحث بسحب عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مبحوث (٢٠٠ ذكور، ٢٠٠ إناث) وتقسّم بأسلوب التوزيع المتساوي بين الجامعات بواقع ١٠٠ مفردة لكل جامعة.

#### أدوات الدراسة:

استمارة الاستبيان: تم جمع بيانات الدراسة الميدانية من طلاب جامعات عين شمس وسوهاج ذكور وإناث قوامها ٤٠٠ وتم تفريغ البيانات عن طريق البرنامج الإحصائي المعروف برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package For Social Sciences وتم التحليل الإحصائي باستخدام الحاسب الآلي من خلال برنامج الحزم الإحصائية SPSS V.20، وتعد هذه الخطوة- تفريغ البيانات- خطوة تمهيدية لتبويب البيانات، ومن خلاله تم:  
 ٥ اختبار الثبات من خلال معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbachs لاختبار ثبات محاور الدراسة.  
 ٥ اختبار صدق الإتساق الداخلي من خلال معامل ارتباط بيرسون بين محاور الدراسة وإجمالي الاستبيان.  
 ٥ اختبار فروض الدراسة باستخدام اختبار T- test لاختبار الفروق بين متوسطي العينة تبعاً للنوع ومنطقة السكن.

مقياس للطموح: اعتمد الباحث على مقياس جاهز للطموح خاص بدراسة الدكتور زياد بركات بجامعة القدس برنامج التربية حيث أعد سيادته مقياس لهذا الغرض مكون من ٣٥ فقرة تم صياغتها على شكل سؤال، يجيب عنها المفحوص بنعم أو لا، ويمنح عندها درجة واحدة في حالة الإجابة بنعم وصفرًا في حالة الإجابة بلا إذا كانت الإجابة في الاتجاه الصحيح وفق مفتاح الإجابة المعد لهذا الغرض؛ وبذلك تتراوح درجة المفحوص على هذا المقياس بين (صفر- ٣٥)، تشير الدرجة المرتفعة عليه إلى مستوى مرتفع للطموح، بينما تشير الدرجة المنخفضة عليه إلى تدني مستوى الطموح. وكانت أهم نتائج العينة كالتالي:

جدول (١) توصيف العينة

النوع	العدد	النسبة
ذكر	٢١٦	٥٤
انثى	١٨٤	٤٦
المجموع	٤٠٠	١٠٠

من الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير النوع نجد أن عدد الذكور قد بلغ ٢١٦ مفردة بنسبة ٥٤% بينما كان عدد الإناث ١٨٤ مفردة بنسبة ٤٦%.

جدول (٢) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجامعة

الجامعة	العدد	النسبة
عين شمس	٢٠٢	٥٠,٥
سوهاج	١٩٨	٤٩,٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

٢١ أن أكثر البرامج التي يشاهدها الشباب الجامعي هي برامج المسابقات الغنائية والترفيهية بعدد ٢٠٣ مفردة بنسبة ٥٠,٧٥% تاليها برامج المسابقات الحوارية بعدد ٧٨ مفردة بنسبة ١٩,٥%.

٢٢ كما أن أكثر البرامج مشاهدة من جانب الشباب الجامعي ديل أور نو ديل بعدد ١٦٥ مفردة بنسبة ٤١,٣% وجاء في الترتيب الثاني برنامج من سيربح المليون بعدد ١١٣ مفردة بنسبة ٢٨,٣%.

٢٣ ويرى عدد ١٨٨ بنسبة ٤٧% من افراد العينة أنه يشاهد برامج المسابقات من اجل التسلية والترفيه، ويرى عدد ١١٠ بنسبة ٢٧,٥% من أفراد العينة أنه يشاهد برامج المسابقات لكي يصبح مليونيراً.

٢٤ كما يرى عدد ٢٢٨ بنسبة ٥٧% من افراد العينة بأنه يجد احيانا مصداقية لبرامج المسابقات ويرى عدد ٧٧ بنسبة ١٩,٣% بأنه يوجد مصداقية في برامج المسابقات التليفزيونية.

٢٥ من أهم دوافع الشباب لمشاهدة برامج المسابقات في التليفزيون المصري لتحقيق أحلام مستقبلية بعمل سريع عدد ١١٠ مفردة بنسبة ٢٧,٥% بينما يرى عدد ١٠٠ مفردة بنسبة ٢٥% بأنه يشاهد تلك البرامج من أجل دافع لتحقيق ربح مادة أو مكاسب سريعة.

٢٦ يرى نسبة ٤٧,٥% بعدد ١٨٩ مفردة أن الاسئلة المقدمة في تلك البرامج اسئلة سهلة جدا بينما يرى نسبة ٢٩% بعدد ١١٦ مفردة أن تلك الاسئلة المقدمة سهلة.

٢٧ يرى عدد ١٥١ مفردة بنسبة ٣٧,٨% مفردة أن برامج المسابقات مسلية جداً بينما يرى ١١٧ مفردة بنسبة ٢٩,٣% بأن تلك البرامج جيدة ومفيدة جداً.

٢٨ يرى ٩١ مفردة بنسبة ٤٧,٨% بأنه يشاهد برامج المسابقات من أجل قضاء وقت الفراغ بينما يرى ١٠٩ مفردة بنسبة ٢٧,٣% بأنه يشاهد برامج المسابقات بسبب الحالة الاقتصادية للبلد.

٢٩ أتفق ١٦٠ بنسبة ٤٠% بضرورة حث الشباب على العمل والسعي الدؤوب وعدد ١١٣ بنسبة ٢٨,٣% بضرورة وضع خطط إعلامية واعية للحد من التأثير السلبي لبرامج المسابقات على الشباب الجامعي.

#### المراجع:

١. أحمد حسان: "الذكاء الوجداني وعلاقته بكل من مستوى ونوعية الطموح والرضا عن الحياة والانجاز الأكاديمي لدى طلاب الجامعة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية التربية، ٢٠٠٥).
٢. إسلام فتحى السيد الغرب: "علاقة الإخراج التليفزيوني بتعرض طلاب الجامعة لبرامج المنوعات بالقنوات الفضائية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القااهرة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس ٢٠١٢).
٣. أشرف أحمد عبدالقادر: "دراسة مقارنة لبعض الحاجات النفسية والمشكلات الانفعالية لدى عينة من الأطفال الأيتام والعاديين في مرحلة الطفولة المتأخرة"، في مجلة كلية التربية بالزقازيق، العدد ٣٤، يناير ٢٠٠٠، ص ٢٦٣.
٤. بسنت مراد فهمي حسن: "علاقة الشباب الجامعي ببرامج تليفزيون الواقع"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٢).
٥. علاء محمد عبدالمعطي: "استخدام الشباب الجامعي للقنوات الفضائية العربية الدرامية والإشباع المتحققة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٧).
٦. روية هلال احمد شتا: "الحاجات الثقافية الإعلامية لدى عينة من المراهقين"، رسالة دكتوراه غير منشورة (القااهرة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس ٢٠٠٤).
٧. سلوى محمد المهدي: "دور الجمعيات الأهلية في تنمية الشباب ذوى الاحتياجات الخاصة"، في مجلة كلية الآداب بقنا، العدد الحادى عشر، ٢٠٠١، ص ٤٧١.
٨. شعبان مالك: "دور التليفزيون في التنشئة الاجتماعية"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد السابع، ٢٠١٢.
٩. طارق فتحى معوض على: استخدامات طلاب الجامعات للبرامج الثقافية فى الإذاعة المصرية والإشباع التى تحققها لهم، رسالة ماجستير غير منشورة، (القااهرة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس ٢٠١٢).

من الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجامعة نجد أن عدد طلاب جامعة عين شمس قد بلغ ٢٠٢ مفردة بنسبة ٥٢% بينما كان عدد طلاب جامعة سوهاج ١٩٨ مفردة بنسبة ٤٨%.

جدول (٣) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الكلية

الكلية	العدد	النسبة
علوم	٨٠	٢٠
صيدلية	٤٠	١٠
آداب	٨٠	٢٠
تربية	١٠٣	٢٥,٨
تجارة	٥٧	١٤,٣
طب بشرى	٤٠	١٠
المجموع	٤٠٠	١٠٠

من الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الكلية نجد أن عدد طلاب كلية العلوم قد بلغ ٨٠ مفردة بنسبة ٢٠% وعدد طلاب كلية الصيدلة قد بلغ ٤٠ مفردة بنسبة ١٠% وعدد طلاب كلية الآداب بلغ ٨٠ مفردة بنسبة ٢٠% وعدد طلاب كلية التربية بلغ ١٠٣ مفردة بنسبة ٢٥,٨% وعدد طلاب كلية التجارة قد بلغ ٥٧ مفردة بنسبة ١٤,٣% وعدد طلاب كلية الطب البشرى قد بلغ ٤٠ مفردة بنسبة ١٠%.

جدول (٤) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير المنطقة المقيم فيها

المنطقة المقيم فيها	العدد	النسبة
ريف	٢٨١	٧٠,٣
حضر	١١٩	٢٩,٨
المجموع	٤٠٠	١٠٠

من الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير المنطقة المقيم فيها نجد أن عدد طلاب الريف قد بلغ ٢٨١ مفردة بنسبة ٧٠,٣% وعدد طلاب الحضر قد بلغ ١١٩ مفردة بنسبة ٢٩,٨%.

جدول (٥) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير المستوى الاجتماعي والاقتصادي

المستوى الاجتماعي والاقتصادي	العدد	النسبة
عالي	١	٠,٣
متوسط	٣٩٩	٩٩,٨
المجموع	٤٠٠	١٠٠

من الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير المستوى الاجتماعي والاقتصادي نجد أن العينة للمستوى العالى قد بلغ ١ مفردة بنسبة ٠,٣% وعدد العينة المستوى المتوسط قد بلغ ٣٩٩ مفردة بنسبة ٩٩,٨%.

جدول رقم (٦) اختبار (t-Test) لحساب الفروق بين متوسطى الريف والحضر لاستبيان الدراسة

محاور الاستبيان	المنطقة المقيم فيها	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	الدلالة المعنوية
استبيان التعرض للمسابقات	ريف	٢٨٠	٤٧,٠٥	٢,٣٦	٢٦,٩٧٧	٠,٠٠١
	حضر	١٢٠	٢٢,٥٨	١٤,٧٦٣		

من النتائج السابقة يتضح وجود فروق ذات دلالة معنوية بين عينة الريف والحضر لاستبيان التعرض للمسابقات حيث بلغت الدلالة المعنوية أقل من ٠,٠٥ وذلك لصالح الريف بمتوسط ٤٧,٠٥ لعينة الريف ومتوسط ٢٢,٥٨ لعينة الحضر، وذلك يشير إلى أن تعرض الريف لبرامج المسابقات أكثر من تعرض عينة الحضر.

جدول رقم (٧) اختبار (t-Test) لحساب الفروق بين متوسطى الجامعات لمقياس الطموح

محاور الاستبيان	الجامعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	الدلالة المعنوية
مقياس الطموح	عين شمس	٢٠٢	٢٠,٩٧	٧,٥٢	٢٦,٦٦٥	٠,٠٠٨
	سوهاج	١٩٨	١٨,٩٤	٧,٦٨		

يوجد فروق ذات دلالة معنوية بين جامعة عين شمس وجامعة سوهاج لمقياس الطموح وذلك لصالح جامعة عين شمس حيث بلغت الدلالة المعنوية أقل من ٠,٠٥ وذلك بمتوسط ٢٠,٩٧ لعينة جامعة عين شمس ومتوسط ١٨,٩٤ لعينة جامعة سوهاج، وهذا مؤشر إلى ارتفاع طموح عينة الريف لعينة جامعة عين شمس.

#### النتائج العامة للدراسة:

٢١ أظهرت النتائج الإحصائية أن هناك نسبة مقاربة بين الذكور والاناث في مشاهدة برامج المسابقات التليفزيونية المعروضة على التليفزيون المصري بقنواته الفضائية العامة والخاصة حيث بلغ عدد الذكور ٢١٦ مفردة بنسبة ٥٤% بينما بلغت نسبة عدد الإناث ١٨٤ بنسبة ٤٦%.

١٠. عبدالقادر حماد: "تأثير الفضائيات العربية على شخصية الطفل الفلسطيني وجهة نظر أولياء الأمور"، المؤتمر التربوي الثالث للطفل الفلسطيني بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل، كلية التربية، جامعة غزة، ٢٠٠٥، ص ٣٩٠.
١١. محمود احمد محمود مزيد. "دوافع استخدام المراهقين المصريين للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة لهم"، مجلة دراسات الطفولة، العدد ١٤، معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٢، ص ٦٥: ٨٤.
١٢. هدى حسن احمد عبدالملك: "دور قنوات الأفلام الفضائية في إشباع الحاجات النفسية والاجتماعية لدى عينة من المراهقين المصريين"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٢).
١٣. هويدا عدلي: "الشباب العربي والهوية والعولمة- جدليات القبول والرفض"، في مجلة شؤون عربية، العدد ١٣٢، شتاء ٢٠٠٧، ص ٨٥: ٨٦.
14. Camille B. Wortman "Psychology", Fourth Edition, Mcgraw INC, New York, 1992)
15. Diana Kandel, Sociology in our Times, **Second Edition**, (Nelson Thomes Learning, U. S. A 2000).
16. Duce He.J - Wo lk. J- Wolk, **Locus of control and levels of as piration in black and white ohildren review of education.r esednch 1972 vol (50- pp- 773- 501)1989.**