

تعرض الشباب للبرامج الساخرة في القنوات الفضائية وعلاقته بالقيم التربوية "دراسة تطبيقية"

إعداد

إيمان عاشور سيد

المدرس بقسم الإعلام التربوي

تهدف هذه الدراسة إلي التعرف علي مدى تعرض الشباب للبرامج الساخرة في القنوات الفضائية وعلاقته بالقيم التربوية من خلال دراسة تطبيقية ، وذلك باستخدام المنهج الوصفي بأداتيه تحليل المضمون لعينة من البرامج الساخرة شملت (البرنامج، جوتيوب ، أسعد الله مساعكم من جديد ، بني آدم شو، أبله فاهيتا) ، وأداة استبيان تم تطبيقها علي عينة عشوائية من شباب جامعتي المنيا والقاهرة قوامها ٥٠٠ مفردة ، كما اعتمدت الدراسة علي مقياس للقيم التربوية من إعداد الباحثة شمل كلاً من (القيم السياسية، القيم الدينية ، القيم الاجتماعية) تكون المقياس من ٥٣ عبارة .

وقد سعت الدراسة الحالية للتحقق من عدة فروض أبرزها:

- توجد فروق دالة إحصائياً بين مستوى تعرض الشباب الجامعي - عينة الدراسة حسب (النوع،، الجامعة، محل الإقامة) للبرامج التليفزيونية الساخرة في القنوات الفضائية.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الكوميديية الساخرة - ودرجة الاهتمام بالقضايا السياسية.

- توجد علاقة دالة إحصائياً بين درجة تعرض الشباب الجامعي - عينة الدراسة - للبرامج التليفزيونية الكوميديّة الساخرة ومستوي القيم السياسية .

وأشارت نتائج الدراسة إلي وجود علاقة ارتباطيه عكسية دالة إحصائياً بين درجة تعرض الشباب الجامعي للبرامج التليفزيونية الكوميديّة الساخرة ومستوي القيم السياسية ، كما ثبت وجود علاقة ارتباطيه طردية دالة إحصائياً بين درجة تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الكوميديّة الساخرة - ودرجة الاهتمام بالقضايا السياسية، بينما ثبت وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في مستوى تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الكوميديّة الساخرة في القنوات الفضائية ، وثبت أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب جامعتي المنيا والقاهرة في مستوى تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية الكوميديّة الساخرة في القنوات الفضائية وفي اتجاه طلاب جامعة القاهرة.

وأشارت النتائج أيضاً إلي تصدر اللغة التي تجمع بين الفصحي والعامية في عرض القيم التربوية الترتيب الأول بالنسبة للغات الأخرى بنسبة ١٠٠% ، بينما جاء في الترتيب الثاني اللغة الأجنبية بنسبة ٨.٣% ، وتم حذف فئة اللغة الفصحي واللغة العامية لأنها لم تحصل علي أي تكرارات. توصلت نتائج الدراسة إلي أن ٤٩.٢٦% من طرق عرض البرامج للقيم والسلوكيات كانت الحديث المباشر ، ثم ٣٨.٩٧% مواقف وسلوكيات تم من خلالها عرض القيم والسلوكيات بالبرامج الساخرة عينة الدراسة وهذا ما يؤكد اعتماده البرامج علي الفيديوهات والمواد المرئية من القنوات الفضائية وهو أسلوب المضاهاة بأن يأتي بالشيء وضده فقد كانت البرامج تستعين بفيديوهات مختلفة وقرارات سياسية مختلفة لنفس الشخص وعلي رأسهم

مرتضي منصور ، مصطفى بكري مما يؤكد اختلاف المواقف باختلاف المناصب والسلطة الحاكمة، في حين جاءت فئة كل ما سبق بنسبة ٨.٨٢% بالنسبة لطرق عرض القيم والسلوكيات ، بينما جاءت الآراء ووجهات النظر بنسبة ٦.٩٨%.

وأفادت نتائج الدراسة أن الغالبية العظمي من أفراد عينة الدراسة يشاهدون البرامج الساخرة حيث جاء في الترتيب الأول من حيث مدي مشاهدة البرامج الساخرة في القنوات الفضائية وفقاً لآراء العينة الكلية أحياناً بنسبة مئوية بلغت ٥٢.٤٠% ، بينما جاءت في الترتيب الأخير لا يشاهدون البرامج الساخرة علي الإطلاق بنسبة ٤.٦٠% . ومن ثم توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء عينة المنيا والقاهرة في (دائماً ، أبداً) وفي اتجاه عينة القاهرة ، بينما توجد فروق غير دالة في باقي الاستجابات.

أثبتت الدراسة تراوح المتوسط المرجح لأسباب مشاهدة البرامج الساخرة من وجهة نظر العينة الكلية ما بين (١.٨٥ : ٢.٥٣) ، حيث جاء في الترتيب الأول (لأنها تكشف جوانب القصور والفساد) ، بينما جاء في الترتيب الأخير (لأنها تعكس درجة التطور الديمقراطي في وسائل الإعلام) .