

## برامج اكتشاف المواهب بالفضائيات الخاصة وتأثيرها على النسق القيمي للجمهور

مي عبد الحفيظ حسن (\*)

### مقدمة :-

حدثت تحولات عميقة في بنية النظام العالمي خلال الربع الأخير من القرن العشرين وذلك بفضل التقدم التكنولوجي الهائل وثورة المعلومات والاتصالات والانتقال إلى مجتمع المعلومات، بلغ هذا التطور ذروته في العقد الأخير من القرن العشرين، ومع بدايته تقاربت ثقافات العالم وتشكلت منظومة عالمية جديدة ثقافياً وإعلامياً اكتسبت ملامحها في ظل ما سمي "بالعولمة"، وخلال هذه الفترة انتشرت الفضائيات بشكل كبير داخل المجتمع المصري؛ مما أدى إلى انفتاح معظم الأسر على الثقافات الخارجية وخاصةً الغربية بما تضمنته من قيم وطرق حياة قد تبدو غريبة على مجتمعنا وتؤثر تأثيراً واضحاً على القيم والممارسات الحياتية داخل هذه الأسر. لقد نجحت الفضائيات في جعل الكرة الأرضية وكأنها قرية واحدة تنتقل عبر قنواتها الثقافات والأحداث العالمية كافةً في حينها من الشرق إلى الغرب، ومن الشمال حتى الجنوب، ولا ينكر أحد أهمية ذلك؛ إذ اخترقت الفضائيات وبشكل كامل الحواجز التقليدية الصلبة كافة والتي كانت تفرضها المجتمعات المحلية على نفسها. وتؤدي وسائل الإعلام دوراً مهماً في حياة المجتمع، ويعد التلفزيون أحد وسائل الإعلام التي تسهم في تشكيل الاتجاهات، بما يقدمه من برامج متنوعة ومتعددة ذات مضامين سلبية وإيجابية، كما يؤدي التلفزيون كوسيلة سمعية وبصرية دوراً إعلامياً خطيراً عن طريق الصوت والصورة؛ فهو يتميز بجذب الانتباه والتركيز من خلال تشغيل حواس الإنسان البصرية والسمعية، وأصبح يغزو المجتمعات كافةً ويخاطب جميع أفراد العائلة ويؤثر سلبيًا وإيجابيًا من حيث السلوكيات والأفكار<sup>(١)</sup>، وهناك العديد من البرامج التي أطلقتها وسائل الإعلام المختلفة، والقنوات الفضائية ومنها برامج اكتشاف المواهب على اختلاف أنواعها، الأجنبية منها والمصرية، مثل برنامج XFactor and Arab idol وغيرها من البرامج الأخرى في نفس الاتجاه، وبرامج الكشف عن المواهب يطلق عليه

(\*) هذا البحث مستل من رسالة الماجستير الخاصة بالباحثة، وهي بعنوان: [برامج اكتشاف المواهب بالفضائيات الخاصة وتأثيرها على النسق القيمي للجمهور دراسة (تحليلية وميدانية)] تحت إشراف: أ.د. محمد سعد إبراهيم - عميد المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق & أ.م. د/ عبد الباسط أحمد هاشم- أستاذ مساعد العلاقات العامة والإعلان بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة سوهاج & أ.م. د/ حمدي أحمد عمر- أستاذ مساعد بقسم علم الاجتماع كلية الآداب جامعة سوهاج.

تلفزيون الواقع Reality Talent show TV ، وهذا المصطلح أصبح يندرج تحته مشاركة الجمهور.

وتلك البرامج لها آثارها الإيجابية، من حيث اكتشاف العديد من المواهب المختلفة التي يمكن أن تسهم بشكل كبير في نمو وتطور المجتمع، وعلى الرغم من ذلك إلا أنها تؤثر سلبيًا على المجتمع اقتصاديًا، وثقافيًا، وقيميًا.

### الدراسات السابقة ذات الصلة بمتغيرات الموضوع:

حيث يمثل الاطلاع على التراث العلمي السابق الخطوة الأولى من الخطوات المنهجية اللازمة للبحث العلمي، حيث تساعد الدراسات السابقة على وضع حدود مباشرة، وغير مباشرة للدراسة مع إجرائها في ضوء النتائج هذه الدراسات، كما يساعد ذلك في بلورة المشكلة البحثية بشكل أكثر تحديدًا، ويتحدد بها أيضًا الإضافة العلمية المتوقعة من هذه الدراسة مقارنة بالدراسات السابقة، خاصة تلك الدراسات التي تشابه نفس موضوع الدراسة، ومن هنا تم تقسيم الدراسات السابقة إلى عدة محاور تمثلت كالآتي:

**المحور الأول:** دراسات تناولت برامج اكتشاف المواهب.

**المحور الثاني:** دراسات تناولت تأثير برامج المواهب على النسق القيمي.

وسوف توضح الباحثة كل محور من المحاور السابقة بشيء من التفصيل

في الآتي:

**المحور الأول:** دراسات تناولت برامج اكتشاف المواهب:

• دراسة (Charoenroop, Pattrawut, 2021) (1)

**“I’m Going to Remember this Audition for a Long, Long Time!”**

تبحث هذه الدراسة في مجاملات القاضي "سيمون كويل" التي قدمها للفائزين بجائزة Golden Buzzer في America's Got Talent و Britain's Got Talent بين عامي 2016 و 2020. ركزت هذه الدراسة على تحسين مخططات الترميز. علاوة على ذلك، قارنت الدراسات السابقة حول الإطراءات والاختلافات السلوكية للقضاة عبر الثقافات، لكن لم تقارن الدراسات السابقة أي منهم الاختلافات السلوكية للقاضي الفردي. وتستكشف هذه الدراسة الاختلافات السلوكية لكويل أثناء عمله كقاضٍ في AGT و BGT على مدار السنوات الخمس الماضية. وتم جمع البيانات من الاختبارات الفائزة بجائزة Golden-Buzzer

(1) Charoenroop, Pattrawut. "“I’m Going to Remember this Audition for a Long, Long Time!”: Simon Cowell’s Compliments on Spectacular Performances on America’s Got Talent and Britain’s Got Talent ".

**LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network**, Vol. 14 No. 2, 2021.

والتي تم تحميلها من YouTube وتم نسخ مجاملات "كويل" وتحليلها لاحقاً وفقاً لمخططات الترميز المعدلة، تظهر النتائج أن هناك بعض الاختلافات السلوكية في استخدام "كويل" للمجاملات، وقد استخدم عددًا أكبر من إستراتيجيات الإطراء الصريحة وإستراتيجيات فرعية أكثر وضوحاً في برنامج AGT ومع ذلك، فإن هذه الاختلافات السلوكية صغيرة، وهناك أوجه تشابه ملحوظة.

• دراسة (NURUL 'Aini' ، 2019)

**"Criticisms and their effects in britain's got talent"**

واستهدفت هذه الدراسة الخطاب الكلامي للانتقادات التي تنقلها لجنة الحكام وتأثيرات فعل النقد الكلامي على المتسابقين في برنامج المواهب البريطانية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي النوعي. كما ركزت الدراسة علي إستراتيجيات الانتقادات التي يستخدمها لجنة الحكام في برنامج British's Got Talent ، ووصف تأثيرات الانتقادات التي يستخدمها المتسابقون في برنامج British's Got Talent ، وايضا على بعض المتسابقين في برنامج Got Talent البريطاني بأدائهم السيئ في المسابقة، وأظهرت النتيجة أن إستراتيجيات النقد هي في الغالب تقييم سلبي، ويهدف قانون الكلام هذا إلى إعطاء تقييم سلبي تجاه أداء كل متسابق. في الوقت نفسه، فإن تأثير الانتقادات هو في الغالب يتم في حالة غضب، ويظهر ذلك من خلال تعبيراتهم وتصريحاتهم. (٢)

• دراسة (عائشة ممدوح مبارك، ٢٠١٨) (٣)

**"اتجاهات الشباب الجامعي نحو برامج اكتشاف المواهب في الفضائيات العربية"**

استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو برامج اكتشاف المواهب في الفضائيات العربية، ومعرفة الفروق في درجة متابعة هذه البرامج وطبيعة توجهات الشباب نحوها في ضوء مجموعة من المتغيرات الديموغرافية، وذلك بالاعتماد على منهج المسح باستخدام العينة العمدية والتي تم سحبها من بين طلاب جامعتي القاهرة والمنيا، بواقع ٣٠٠ مفردة، وأشارت الدراسة النتائج الآتية إلى أن نسبة (٥٦,٥%) من إجمالي أفراد العينة يتابعون برامج اكتشاف المواهب بدرجة متوسطة و(٢٨,٢%) يتابعونها بدرجة كبيرة، كما ثبت وجود فروق في

(٢) Nurul 'Aini:' criticisms and their effects in britain's got talent (Ma), (universitas muhammadiyah surakarta, department of language studies, 2019)

(٣) عائشة ممدوح مبارك: "اتجاهات الشباب الجامعي نحو برامج اكتشاف المواهب في الفضائيات العربية"، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، العدد ١٧، يوليو ٢٠١٨.

الاتجاه نحو برامج اكتشاف المواهب لصالح الفئة العمرية من ١٨ لأقل من ٢٠، وبين الجامعات لصالح طلاب النهضة، ولم يثبت وجود فروق تعزي لمتغير النوع.

• دراسة (فاتن عبد الرحمن الطنباري، ٢٠١٨) (٤)

"دوافع تعرض المراهقين لبرامج اكتشاف المواهب لبعض القنوات بالتلفزيون المصري والإشباع المتحققة منه".

وهدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع وأسباب تعرض المراهقين لبرامج اكتشاف المواهب بالتلفزيون المصري، وتم استخدام المنهج المسحي للعينة، وتمثلت عينة الدراسة الميدانية من الشباب الجامعي المصري من الفرقة الأولى، وتم اختيار عينة الدراسة وفقاً لأسلوب العينة العمدية، وأجرت الباحثة الدراسة على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة من الطلاب (ذكور-إناث)، وتوصلت الدراسة إلى أن برامج اكتشاف المواهب جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٤٧%، كما أن أهم برامج المواهب مشاهدة وأكثرها برنامج Arab Idol بنسبة بلغت ٤٠,٥%، وأكدت نتائج الدراسة على أن نسبة من يرون برامج اكتشاف المواهب بالفضائيات العربية تقدم مواهب حقيقية من إجمالي مفردات عينة الدراسة حيث بلغت ٤٨,٢%.

• دراسة (Wei, Junhow ، 2016) (٥)

" I'm the Next American Idol': Cooling Out, Accounts, and Perseverance at Reality Talent Show Auditions."

أسهمت هذه الدراسة في الدراسات الخاصة عن التهدئة عن طريق تسليط الضوء على الأنظمة الكبيرة المقصود هنا (الأيديولوجيات التي تدعم القيم الرأسمالية بين المتنافسين عند إدراكهم لفشلهم، وتم إجراء العمل الميداني خلال الجولة الأولى من اختبارات American Idol في أورلاندو، فلوريدا، ودفنر، كولورادو وذلك خلال صيف عام ٢٠٠٩ وفي روترفورد الشرقية، نيوجيرسي خلال صيف عام ٢٠١٠، علمًا بأن بيانات العمل الميداني تتضمن مراقبة المشاركين في الاختبارات ومقابلات مع المتسابقين.

ويستنتج بأن يعتقد المتسابقون في أيدول أنه ينبغي عليهم اختبار العرض والاستمرار في برامج المسابقة والعروض والمثابرة بعد الرفض لأنهم جزء لا

(٤) فاتن عبد الرحمن الطنباري: "دوافع تعرض المراهقين لبرامج اكتشاف المواهب لبعض القنوات

بالتلفزيون المصري والإشباع المتحققة منه"، مجلة دراسات الطفولة، المجلد ٢١، العدد

٧٩ (جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، يونيو

٢٠١٨).

(٥) Wei, Junhow. "I'm the Next American Idol': Cooling Out, Accounts, and Perseverance at Reality Talent Show Auditions." **Symbolic**

**Interaction**, vol. 39, No. 1, Feb. 2016 "Retrieved From:

onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/symb.206.

يتجزأ من المواقف التفاعلية التي تؤكد مبادئهم، أيضاً يقوم المتسابقون في أيديول بتعليق الآمال والأحلام على تجارب ذات فرص ضئيلة إحصائياً للنجاح. كما يعد الرفض من المسابقة إهانة لهوية المتسابقين كمغنين موهوبين.

• دراسة (Ksenija, Nesterova، 2016)<sup>(١)</sup>

### "Priming Effect of 'The Voice UK' Television Talent Show on Competitiveness in Adolescents"

استهدفت هذه الدراسة معرفة إذا ما كان برنامج المواهب التلفزيوني " The voice الخاص بالنسخة البريطانية " قد أثر تأثيراً كبيراً على مستويات التنافس بين المراهقين. فتم اختيار الطلاب الذين تتراوح أعمارهم ما بين ١٦ و ١٨ عامًا للمشاركة في هذه الدراسة. ولقد تم اعتبار الفيديوهات المصورة للنوع وأنماط الشخصية والنماذج الأدبية الخاصة كعوامل محتملة للإسهام في مفهوم التنافسية. لقد تم استخدام لقطات فيديو تنافسية وغير تنافسية في المهمة الأولية للمجموعات التجريبية والمجموعات الضابطة. وقد أظهرت النتائج عدم وجود آثار ملموسة للنوع ونمط المجموعة (تدخل تنافسي أو غير تنافسي) على النتائج التنافسية. وعلى الرغم من ذلك فقد لوحظ وجود فروق قليلة بين متوسطات الدرجات التنافسية بين الذكور والإناث خلال المجموعات. وقد وجد أن أنماط الشخصية ليس لها أثر على المستويات التنافسية، وعلى الرغم من ذلك فقد وجدت علاقة سلبية بين المعنى التنافسي والمقياس الفرعي للكذب لدرجة أن الدرجات المنخفضة على مقياس الكذب قد تنبأت بالمنافسة. كما أظهر تفسير آخر للنتائج وجود رابط بين الكذب والعصبية والمقاييس الفرعية الانبساطية التي لها علاقة وثيقة بالإنجازات الأكاديمية.

• دراسة (Zhang, Yafei et. al، 2016)<sup>(٧)</sup>

### "Cultural Trends of Audience Online Interaction with Vocal Talent Shows: A Comparative Study between China and the US."

(1) Ksenija, Nesterova: "Priming Effect of 'The Voice UK' Television Talent Show on Competitiveness in Adolescents". **BA (Hons) in Psychology**، Dublin Business School, Department of Psychology, March, 2016. Retrieved From: <https://esource.dbs.ie/handle/10788/3131>.

(7) Zhang, Yafei, et al. "Cultural Trends of Audience Online Interaction with Vocal Talent Shows: A Comparative Study between China and the US." **Journal of Intercultural Communication Research**, vol. 45, no. 3, May 2016, pp. 196-213., Retrieved From: <https://www.tandfonline.com/doi/citedby/10.1080/17475759.2016.1165726?sroll=top&>

هدفت هذه الدراسة إلى فحص الانعكاسات الثقافية في بيئة الإنترنت فيما يتعلق بتعليقات الجمهور على مواقع الشبكات الاجتماعية. تنطبق الدراسة على خمسة أبعاد لنظرية هوفستد للأبعاد الثقافية للتحقيق في تعليقات الجمهور على صفحات SNS الرسمية لعروض موهبتين صوتيتين هما The Voice Voice of USA و Facebook و SNSs من China And the. وكشف تحليل محتوى تعليقات الجمهور على موقعي SNS عن نتائج مهمة حول التباين الثقافي القائم والتوافق الثقافي الواعد بين الصين والولايات المتحدة. تشير النتائج إلى أن يتشابه الجمهوران الصيني والأمريكي على حد سواء في التثقيف عبر الإنترنت. وتعزز الدراسة استكشاف المظاهر الثقافية في الفضاء الإلكتروني بدلاً من الواقع الحقيقي، الذي أجرت الدراسات أبحاثه بالفعل.

• دراسة: (إسماعيل الصندالي، ٢٠١٦) (٨)

"برامج تليفزيون الواقع العربي وأثرها على قيم الطلبة الجامعيين: برنامج "the voice" بالنسخة العربية نموذجًا". وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الظاهرة الجديدة التي طغت على الساحة الإعلامية العربية هي ما يسمى ببرامج تليفزيون الواقع العربي، وتم اختيار برنامج the voice بالنسخة العربية نموذجًا، وحاولت هذه الدراسة التعرف على مدى أثر هذه البرامج الفنية والترفيهية على قيم الطلبة الجامعيين، واختبار فرضيات الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي، وأجريت الدراسة على عينة تكونت من ١٠٢ مفردة لكي تغطي مجتمع البحث الذي تمثل في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة أما فيما يخص أدوات الدراسة فاستخدمت الدراسة (استمارة استبيان)، وتوصلت الدراسة أن هناك نسبة كبيرة من الطلبة الجامعيين يهتمون ويتابعون هذا البرنامج، وما يلاحظ أن جنس الإناث هم الأكثر إقبالاً على متابعة هذا البرنامج مقارنة مع الذكور، كما بينت الدراسة أن أغلب الطلبة الجامعيين يتابعون هذا البرنامج بدافع التسلية والترفيه، والاستمتاع بما يقدمه المشتركون، وأوضحت نتائج الدراسة أيضًا أن البرنامج في مضمونه يسعى لتقديم القيم السلبية الغربية والتي تتنافى مع مبادئ وقيم المجتمعات العربية المحافظة.

• دراسة (Carol Robinson & Laura Helen ، 2015) (٩)

(٨) إسماعيل مسعود الصندالي، "برامج تليفزيون الواقع العربي وأثرها على قيم الطلبة الجامعيين: برنامج "the voice" بالنسخة العربية نموذجًا"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة قاصدي مرياح ورقلة: كلية العلوم الإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال)، ٢٠١٦.

(٩) Laura Helen & Carol Robinson: "Performing the Surplus, Making a Spectacle: Male Street Dance Crews on Television Talent Shows, PhD , University of Surrey, Faculty of Arts and Human Sciences, 2016. Retrieved From: epubs.surrey.ac.uk/809720./

## "Performing the Surplus, Making a Spectacle: Male Street Dance Crews on Television Talent Shows "

اهتمت هذه الدراسة بتقديم تحقيق نقدي في بناء وأداء المشهد خلال أداء فرق الرجال لرقص الشوارع في مسابقات برامج المواهب في المملكة المتحدة. حيث استهدفت هذه الدراسة الكشف عن المفاهيم الرئيسية التي تشكل فكرة المشهد فيما يتعلق بالرقص الشعبي في التلفزيون والاستفسار عن كيفية ظهور فرق الرقص في عروضهم. كما تهتم الدراسة بمعرفة إلى أي مدى يمتلك مؤدي هذه العروض ميل لمقاومة وضعهم في العروض الرائعة. اعتماداً على تحليل للرقص التلفزيوني، وقد كشف التحليل أن الإستراتيجيات الروائية والسينمائية والنتائج الزائدة ينتج عنه بناء "الفائض"، والتي في حد ذاتها تتماشى مع مشاهد وممارسات العمل كشرط للمجتمع السلعي. وأيضاً تقوم الفرق الفنية بتأدية الأداء الزائد من خلال تجاوز حدود الأداء الجسدي وأداء العمل الزائد من أجل تسجيل في المشهد الإعلامي لتلفزيون الواقع. ويتم التعبير عن ذلك من خلال أداء رقص محرر سينمائياً وأدائهم للهوية الثقافية.

• دراسة (Diah Ariani Arimbi،Nadia Seassi Roesdiono) ، (2014)<sup>(١٠)</sup>

## "Audience Responses on Indonesian Idol Talent Show, e-journal Unair Allusion "

هدف هذا البحث إلى معرفة كيفية استجابة الجمهور لبرنامج المواهب الاندونيسي في التلفزيون والردود حيث يمثل موقف الجمهور من هذا البرنامج. وطبق هذا البحث طريقة جمع البيانات التي تتبعها أنغ على طلاب جامعة أيرلانغا في مدينة سورابايا وأولياء الأمور، وتم جمع وتحليل ١٩ رداً. وتظهر النتيجة ان معظم الجمهور قدم ردوداً سلبية على أيدول الاندونيسي.. ومن النتائج والتحليلات خلص إلى أن أيدول الإندونيسي أصبح نتاجاً لصناعة الثقافة حيث تعمل الرأسمالية. أي أن المجتمع يصبح الجمهور السلبي وأصحاب وسائل الإعلام هم الذين يسيطرون على المجتمع.

• دراسة (Krállová ،Michaela) (2014) <sup>(١١)</sup>

(10) Roesdiono, Nadia Seassi and D. Arimbi. "Audience Responses on Indonesian Idol Talent Show, e-journal Unair Allusion, Universitas Airlangga, Vol. 5, No. 1, 2016.

(11) KRÁLOVÁ, Michaela. "Talentové show v České republice a ve světě - analýza vybraných talentových formátů a jejich postupů v televizním vysílání a jejich vliv na chování publika.". Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Kruml, Milan, 2014.

## "Talentové show v České republice a ve světě - analýza vybraných talentových formátů a jejich postupů v televizním vysílání a jejich vliv na chování publika".

فحصت هذه الدراسة التطور التاريخي لبرامج تليفزيون الواقع وعروض الواقع التي تركز على نوع معين من برامج المواهب، وفي الجمهورية التشيكية للظاهرة الحالية في صناعة الترفيه في البث التليفزيوني. باستخدام طريقة التاريخ الشفوي، يتم شرح مبادئ أداء هذه العروض على أشكال مختارة بمزيد من التفصيل، يركز العمل على هيكل ومستوى الإنتاج، والسمات الرئيسية في طبيعة وسلوك الجمهور، وثمة نقطة أخرى للتحليل تتمثل في حبكة النظريات الاقتصادية والمبادئ التي تظهر عليها المواهب التي تعمل وفق توجهها وتوجيهها في سوق التليفزيون، ويصور أيضاً دور هيئة المحلفين وخصائصه المحددة الضرورية لنجاح البرنامج وعرضه في نهاية المطاف، وتم التوصل إلى أن جمهور المواهب أكثر نشاطاً. من خلال نفوذه ليس فقط أثناء المنافسة، ولكن تشارك أيضاً في وسائل الإعلام الأخرى من عمليات الاتصال في بث هذه البرامج. وأيضاً تنسيقات المواهب في بلادنا والخارج تختلف اختلافاً طفيفاً للوهلة الأولى، فوجدت أن النسخة التشيكية من برامج المواهب تستخدم إجراءات أقل عاطفياً وبدرجة أقل من درامية مما هي عليه في البلدان إنكليزية مثل استراليا، المملكة المتحدة.

• دراسة (Barbara O'Connor، 2012):<sup>(12)</sup>

## "Spaces of Celebrity: National and Global Discourses in the Reception of TV Talent Shows by Irish Teenagers "

فحصت هذه الدراسة الطرق التي يستخدمها المراهقون من الطبقة العاملة الأيرلندية في استخدام الخطابات الوطنية والعالمية في تقييم جودة وقيمة الترفيه في برامج المواهب التليفزيونية. وتفضيل المشاهد للعروض البريطانية على العرض الذي تم إنتاجه على المستوى الوطني. وتم جمع البيانات المقدمة هنا كجزء من دراسة مقارنة رائدة للمشاهدين في سن المراهقة لعروض المواهب التليفزيونية في النمسا وأيرلندا، وأجريت على المشاهدين الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين ١٣ و١٥ سنة في دبلن في ربيع عام ٢٠٠٧. وقد تم اختيار هذه الفئة العمرية بسبب اهتمام الباحثين بكيفية استخدام عروض المواهب في التفاوض على الهويات الشخصية والاجتماعية، واستنتج أن أعربت المجموعات عن رفضها القوي لعروض المتسابقين الأيرلنديين على خشبة المسرح، مثل اختيار الأغاني واللهجات وحركات المسرح والمسافة بين جمهور الاستوديو. كما كان ينظر إلى أيرلندا على

(12) O'Connor, Barbara. "Spaces of Celebrity: National and Global Discourses in the Reception of TV Talent Shows by Irish Teenagers." *Television & New Media*, vol. 13, No. 6, Nov. 2012, pp. 568–583.



أنها خارج دائرة الشهرة العالمية لأنها لا تستطيع تعظيم رؤية المتسابقين من خلال التعرض لوسائل الإعلام المتعددة التي كانت ممكنة في المراكز الأكبر للإنتاج والاستهلاك الثقافي مثل بريطانيا والولايات المتحدة.

• دراسة (2012 Barbara O'Connor & Elisabeth Klaus):<sup>(١٣)</sup>  
"Negotiating Identities in Everyday Life: Adolescent Fans of Talent Shows in Ireland and Austria".

فحصت هذه الدراسة الطرق التي تندمج بها برامج المواهب التلفزيونية مع الجمهور المراهق. تم وضع المناقشة على خلفية التحليلات النصية لتلفزيون الواقع، والتي يزعم الكثير منها أن بنية البرامج تعزز أجندة الليبرالية الجديدة، وتدور حول المدى الذي يتم فيه تبني القواعد والقيم المعبر عنها في هذه البرامج من قبل الجماهير في مكان اجتماعي. استنادًا إلى دراسة مقارنة بين المشاهدين المراهقين في أيرلندا والنمسا، ندرس ثلاث مستويات من تفاعل الجمهور مع العروض؛ السياق الاجتماعي للعرض، والخطابات المعيارية وجدًا أن المشاهدين تأثروا بقوة بتجاربهم الحياتية اليومية وأن عملية التفاوض لم تؤدي فقط إلى استنساخ القيم الليبرالية الجديدة، ولكن أيضًا في التوترات والمواقف المتناقضة والتحديات التي تواجه أجندة الليبرالية الجديدة.

• دراسة (2012، Han Na Shin):<sup>(١٤)</sup>  
" Influence of American Media Upon Korean Broadcasting Culture: Analyzing 'American Idol' Vs. 'SuperStar K II' "

بحثت هذه الدراسة تأثير وسائل الإعلام الأمريكية على ثقافة البث الكورية، استنادًا إلى تحليل American Idol وبرنامج سوبر ستار الكوري الموسم الثاني، وتم تحليل تقييمات المشاهد لمعرفة شعبية البرامج الأمريكية في كوريا الجنوبية. وتحليل استطلاعات الرأي على شبكة الإنترنت والمقابلات الفردية لمعرفة الفرق بين البرنامجين وتأثيرهما على المشاهدين الكوريين. وأظهرت النتيجة أن البرامج الأمريكية تؤثر حاليًا على وسائل الإعلام الكورية والمشاهدين الكوريين، وقد أصبح هذا التأثير أكثر فأعلى. مع هذه النتائج، كما أنها تؤثر على المشاهدين

(13) Klaus, Elisabeth, and Barbara O'Connor. "Negotiating Identities in Everyday Life: Adolescent Fans of Talent Shows in Ireland and Austria." *Journal of Children and Media*, vol. 7, No. 2, May 2013, pp. 201–215.

(14) Shin, Han Na : "Influence of American Media Upon Korean Broadcasting Culture: Analyzing 'American Idol' Vs. 'Superstar K II'", (Ma) Liberty University, School of Communication and Digital Content, 2012.

الكوريين والمجتمع الكوري أيضاً، وبذلك تصبح برامج المواهب واحدة من أقوى الاتجاهات في المجتمع الكوري من خلال Super Star K Season II، وهي تعطي الأمل للأشخاص الذين يظهرون ثقة متزايدة فيما يريدون فعله حقاً في حياتهم المهنية.

• دراسة (2011, Martijn Schoorel)<sup>(15)</sup>

**"Exploring appreciation of talent searching reality TV".**

وهدفت هذه الدراسة إلى التحقق من العوامل التي تسهم في تقييم تليفزيون الواقع، وعلى وجه الخصوص والتحقق من تقييم مشاهدة برامج اكتشاف المواهب، وتم استخدام المنهج المسحي عبر الإنترنت بناءً على نظرية الاستخدامات والإشباعات وتم قياس ثلاث تركيبات عبر مقاييس ليكرت ذات 5 نقاط تتراوح من لا أوافق بشدة، وأوافق بشدة وتم طرح الأسئلة باللغة الهولندية بسبب وجود حواجز لغوية محتملة بين السكان وأظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير كبير على نمط المشاهدة، وعلى الهوية الاجتماعية من جراء مشاهدة أو الاشتراك في برامج اكتشاف المواهب كبرنامج Xfactor and idol.

• دراسة (2010, Amanda Scheiner, McClain)<sup>(16)</sup>

**"American Ideal How American Idol Constructs Celebrity, Collective Identity, and American Discourses".**

استهدفت هذه الدراسة دراسة ثلاثة محاور لفحص الخصائص والشهرة والهوية الجماعية الأمريكية التي شكلت برنامج American Idol. تتضمن الدراسة التحليل اللغوي للمواسم السبعة الأولى من البرنامج، وتحليل التعليقات الخاصة للموسم السابع، وتقارير إخبارية عن موسمي 2002 و 2008. شملت السمات الأمريكية مناقشات حول الانتقال إلى الثروة وأنماط السلوك والشهرة، يظهر تحليل أنماط اللغة والسلوك الأنواع المختلفة بالنسبة للأجناس المختلفة، وما الذي يشكل الدافع الجنسي، وأنواع السلوك الجنسي المسموح بها. وتسليط الضوء على التأثير العاطفي والنظرة الذهنية ومواهب النجوم في هذه المسابقة، مع تعزيز السمات الشخصية للنجوم.. وأخيراً، أظهرت الدراسة الخاصة بالتغطية الصحفية وجود اثنين من المعاني الإضافية في تغطية مسابقة 2002، وهي السخرية

(15) Schoorel, M: "Exploring appreciation of talent searching reality TV", University of twenty, 2011.

(16) Amanda Scheiner and McClain: " American Ideal How American Idol Constructs Celebrity, Collective Identity, and American Discourses", PhD, Temple University Graduate Board ,May 2010.

والترويج، والتي كانت غائبة في تغطية عام ٢٠٠٨، وأظهرت النتائج أن American Idol تقدم نسخة مثالية من الثقافة الأمريكية، حيث لا وجود لمشاكل الجنس، والعرق، والطبقية، مع تقاسم السلطة ديموقراطياً، وبأن الهوية الوطنية الأمريكية هي هوية عادلة، وسخية، وعائلية، وأن تحقيق الشهرة والنجاح أمر سهل المنال.

• دراسة: (عزري آمال، ٢٠٠٨) (١٧)

"تأثير برامج تليفزيون الواقع الفضائيات العربية ودراسة تأثيرها على سلوك وقيم المراهقين".

هدفت الدراسة إلى تحليل وتفكيك هذه الظاهرة الإعلامية الجديدة وفهم بنيتها الداخلية، ودراسة ما تقدمه الفضائيات العربية وعلاقة جمهور المراهقين وتأثرهم بهذه النوعية من البرامج ومعرفة تأثير برامج تليفزيون الواقع العربي من خلال برنامج سنار أكاديمي على المراهقين واستخدمت الدراسة الاستبانة وأجريت على عينة تكونت من ١٦٠ مفردة أما تحليل المحتوى فأجري على ٢١ حلقة من البرنامج، وخلصت الدراسة إلى معرفة مدى التفاعل ونتيجة التأثير لهذا البرنامج على المراهقين.

• دراسة (Brozana, Amanda، 2007): (١٨)

**"Priming the Idol Agenda: Examining American Idol through Agenda-Setting and Priming Approaches"**

في هذه الدراسة تم استعراض الموسم الخامس لبرنامج American Idol لتحديد ما إذا كان الأجنداث الإعلامية دور في تحديد نتائج المسابقة طوال هذا الموسم، و للإجابة على الفرضيات المتعلقة بهذه النظريات، تم تحليل ٤٠ حلقة من ٤١ حلقة من الموسم الخامس، وتم التركيز بشكل خاص على عدد مرات الظهور ومقدار الوقت الذي حصل عليه الـ ٢٤ متسابقاً الأوائل خلال الحلقات التي كانوا لا يتنافسون فيها لحصد الأصوات، مع ترميز وتحليل انطباعات الأداء الخاصة بلجنة التحكيم، فقد تم تطبيق إجراءات إحصائية محدودة على البيانات التي تم جمعها، وأشارت النتائج إلى عدة توجهات، هناك اختلافات كبيرة في المجلد وبشكل أخص فيما يتعلق بوقت عرض المتسابقين مباشرة قبل فترات التصويت، وقد تمت مناقشة

(١٧) عزري آمال: "تأثير برامج تليفزيون الواقع الفضائيات العربية ودراسة تأثيرها على سلوك وقيم المراهقين"، (جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، ٢٠١١).

(18) Brozana, Amanda. "Priming the Idol Agenda: Examining American Idol through Agenda-Setting and Priming Approaches" Paper presented at the annual meeting of the NCA 93rd Annual Convention, TBA, Chicago, IL, 15 Nov, 2007.

الأثار المترتبة على هذه الاختلافات. وتم أيضًا إجراء تحليل وصفي لتحديد ترتيب الأداء، وتكافؤ الحكم، وتطورات الشخصية للمتسابقين، وكيف يتم النظر إلى تأثير كل متسابق على نتائج التصويت. وقد تمت مناقشة الأثار المترتبة على هذه النتائج.

### المحور الثاني: دراسات تناولت تأثير التليفزيون على النسق القيمي:

- دراسة (فوضيلي نواره، ٢٠٢٠):<sup>1</sup>

#### "القيم المتضمنة في برامج الأطفال على القناة الجزائرية الثالثة"

تستهدف هذه الدراسة معرفة القيم المتضمنة في برامج الاطفال علي القناة الجزائرية الثالثة ، واعتمدت الباحثة في دراستها علي المنهج الوصفي التحليلي ، وقد تم استخدام العينة القصدية ، وتمثلت عينة الدراسة في ( ١٢ ) عددا من برنامج "تل الزهور" في الفترة الزمنية الممتدة من ٠٧-١٨ مارس ٢٠١٩ وهو آخر الأعداد المعروضة على شبكة اليوتيوب الخاصة بقناة الجزائرية الثالثة. وتوصلت الدراسة إلي ان القيم التي يتضمنها برنامج " تل الزهور " أنه عرض مجموعة من القيم الإيجابية التي تتماشى مع الطبيعة الإنسانية للفرد بغرض ترسيخها وتنميتها في نفوس الأطفال نظرا إلى أهمية هذه الشريحة باعتبارها لبنة المجتمع. ، أيضا يتركز برنامج "تل الزهور" على قيم التربية العقلية والقيم الثقافية بشكل أكبر من أجل تنشئة الطفل تنشئة صحيحة تؤدي به إلى السلوك السوي والإيجابي في المواقف المختلفة التي يتفاعل فيها مع المجتمع وزيادة خبراته المعرفية والحياتية .

- دراسة ( محمود محمد محمد عبد الحليم ، ٢٠١٩)<sup>2</sup>

#### "الاغتراب عن النسق القيمي بالدراما التليفزيونية وعلاقته بالتححرر

##### الاجتماعي لدى المراهقين"

تستهدف هذه الدراسة في البحث عن إشكالية التأثير السلبي لتعرض المراهقين لمشاهد الاغتراب عن النسق القيمي المعروضة بالدراما التليفزيونية بما تتضمنه من انحرافات سلوكية وقيمية ، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والميداني ، وقام الباحث بتحليل كافة الافلام والمسلسلات المعروضة بالقنوات الفضائية التي تقدم مضمونا حول الاغتراب عن النسق القيمي ، كما تم إجراء الدراسة الميدانية على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة واقتصرت الدراسة على المراهقين الذين يتعرضون للدراما التلفزيونية . وتوصلت الدراسة إلي أن نسبة الذكور كانت أكثر من نسبة الإناث في

<sup>1</sup> فوضيلي نواره. "القيم المتضمنة في برامج الأطفال على القناة الجزائرية (دراسة تحليلية) ، رسالة ماجستير( جامعة العربي بن مهدي - أم البواقي ، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية ، قسم العلوم الانسانية ، ٢٠٢٠ )

<sup>2</sup> محمود محمد محمد عبد الحليم: " الاغتراب عن النسق القيمي بالدراما التليفزيونية وعلاقته بالتححرر الاجتماعي لدى المراهقين ،المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد ٦٩ ( جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ٢٠١٩ )

مشاهد الانحراف عن النسق القيمي بالدراما. كما كانت مرحلة الشباب وخاصة غير المتزوجين من الحاصلين على مؤهل عال من أصحاب المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع قد غلبتهم نسبتهم في مشاهد الانحرافات الأخلاقية والسلوكية عن غيرها من المراحل، كما أن تنوعت مظاهر الاغتراب عن النسق القيمي من الاهتمام بالمال والحب كمعايير الاختيار الزواجي. وتحويل المرأة إلى سلعة استهلاكية وشيوع الكثير من الآفات الاجتماعية؛ كالرشاوي والاحتيال والحشيش والشيشة وتقليد اللباس الغربي، كما عرضت الدراما القيم والسلوكيات غير المرغوبة ولم تدعو للتخلص منهما

• دراسة (2017 Kwase Audu Dogari, Oberiri Destiny Apuke) (١٩)

### "Western Television Programmes and Its Influence on the Cultural Values of Students"

استكشفت هذه الدراسة الأوضاع المحيطة بالعلاقة بين البرامج التليفزيونية الغربية والقيم الثقافية للشباب النيجيريين، مع إشارة خاصة إلى جامعة تارايا الحكومية حيث تم عمل تعميمات بناءة. وتم دعم النتائج مع بحث تجريبي على ١٤٥ مستجيباً، وتم اعتماد تصميم المسح المقطعي لهذا العمل، كما استخدمت الدراسة الاستبانة كوسيلة لجمع البيانات الكمية، واستنتجت الدراسة أن الشباب النيجيري يفضلون مشاهدة البرامج التليفزيونية الغربية أكثر من البرامج التليفزيونية المحلية، وهذا يمارس تأثيراً كبيراً على قيمهم الثقافية. وأوصت الدراسة بأنه في سبيل إنقاذ التأثير الذي لا مبرر له والمتعلق بالقيم الثقافية للشباب عن طريق البرامج التليفزيونية الغربية، هناك حاجة إلى مراجعة متواصلة للمحتوى المدرسي في نظام التعليم النيجيري، بحيث تكون ثقافتها واضحة.

• دراسة (عبد الصادق حسن عبد الصادق، ٢٠١٦) (٢٠)  
"القيم التي يكتسبها الشباب الجامعي من برامج تليفزيون الواقع بالفضائيات العربية".

(19) Apuke, Oberiri Destiny and Kwase Audu Dogari. "Western Television Programmes and Its Influence on the Cultural Values of Students' ", Canadian Social Science journal, Department of Mass Communication, Taraba State University, Jalingo, Nigeria., Vol.13, No.1, 2017. Retrieved From: <http://www.cscanada.net/index.php/css/article/view/9150>

(٢٠) عبد الصادق حسن عبد الصادق.: "القيم التي يكتسبها الشباب الجامعي من برامج تليفزيون الواقع بالفضائيات العربية"، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، حويليه كلية الآداب، الجامعة الأهلية، ٢٠١٦.

هدفت الدراسة إلى التعرف على القيم المنعكسة في برنامج ستار أكاديمي كنموذج لبرامج تليفزيون الواقع. كما هدفت إلى اختبار العلاقة بين تعرض طلاب الجامعات لبرامج التليفزيون الواقعية والقيم المنعكسة فيها. قام الباحث بتحليل برنامج ستار أكاديمي في موسمه التاسع باستخدام طريقة الأسبوع الصناعي، وقام بتطبيق دراساته باستخدام عينة هادفة من ٤٠٠ طالب يشاهدون برامج تليفزيون الواقع على القنوات الفضائية، واستخدم الباحث تحليل المحتوى واستبيان، وأظهرت النتائج أن درجة متابعة طلاب الجامعات لبرامج تليفزيون الواقع كما يأتي: دائماً بنسبة ٦٢,٠٠٪، يتبعها أحياناً ٣١,٧٥٪، ٦,٢٥٪ نادراً. وأن برامج تليفزيون الواقع تتجاوز الكثير من القيم الدينية والأخلاقية في المجتمع، وتعكس مشاكل الشباب العربي وكشفت أيضاً عن القيم الإيجابية التي تقدمها برامج تليفزيون الواقع هم: الطاعة، والتعاون، والإخلاص، والوفاء، والتواضع، والصفاء، وطاعة الوالدين، والتواضع، واحترام الكبير، تماسك الأسرة، والإيمان بالله، والصدق، والادخار، والخجل.

• دراسة (Mtandika, Nancy, 2013)<sup>(٢١)</sup>

### "The Role of Entertainment Television in Shaping Social Behaviour of Children".

استهدفت الدراسة معرفة مدى تكرار تعرض المراهقين للتليفزيون الترفيهي؛ وأنواع البرامج الترفيهية التي يشاهدونها؛ وما ينتبهون له في البرامج التي يشاهدونها؛ وكيف تشكل البرامج الترفيهية رؤيتهم للعالم فيما يتعلق بالسلوك الاجتماعي في بيئتهم. واتبعت الدراسة مناهج البحث النوعي والكمي، وتم استخدام عينة عشوائية بسيطة لاختيار حجم عينة من ٦٠ طالباً. وتم الحصول على المستجيبين من خلال الحصول على ١٠ طلاب من كل فصل من الصف الأول وحتى الصف السادس. واستخدم الباحث تقنية اليانصيب حيث كانت الأرقام من واحد إلى عشرة مكتوبة على قطع وخطها مع أوراق فارغة أخرى. وأظهرت نتائج الدراسة أن الأطفال كثيراً ما يشاهدون البرامج الترفيهية بنسبة ٩٢,٥٪. كما اتضح أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكرار تعرض الأطفال للتليفزيون والبرامج الترفيهية، ودورها في تشكيل سلوكهم الاجتماعي. كما لوحظ أن تأثير البرامج على الأطفال يمكن أن يكون سلبياً أو إيجابياً اعتماداً على الطفل الفردي ونوع البرنامج الذي يتعرض له.

<sup>(21)</sup>Mtandika& Nancy." The Role of Entertainment Television in Shaping Social Behaviour of Children"(MA), University of Tanzania, 2013. Retrieved From: <http://repository.out.ac.tz/1062/>

دراسة (Orejudo, Santos) (2010) (٢٢)

### "Television Viewing Profile and Values: Implications for Moral Education"

وقد حلت هذه الدراسة بعض جوانب الملف الشخصي للتلفزيون والقيم الشخصية لعينة من ١٣١٨ شخصاً من إقليم (الباسك) من إسبانيا. كما درست العلاقة بين القيم والمظهر. وكانت الأدوات المستخدمة استبيان عن النسق القيمي واستبيان عن العادة التلفزيونية. وفيما يتعلق بالقيم، كشفت النتائج أن أعلى الدرجات تم الحصول عليها في الخير والمطابقة والتوجيه الذاتي. وفيما يتعلق بملامح المشاهدة، كانت برامج الترفيه هي الأكثر شعبية. وكانت الشخصيات التي اختارها المستجيبون في الغالب كبار السن، والذكور، وعلاوة على ذلك، تم العثور على اختلافات كبيرة بين القيم والجوانب المذكورة من ملف تعريف المشاهدة، ووجدت أيضاً أن العلاقات بين القيم والتفضيلات التلفزيونية ينظر إليها باعتبارها مورداً تعليمياً للتعليم الأخلاقي.

• دراسة: (سنا بدوي، ٢٠٠٨) (٢٣)

### أثر الفضائيات على أنساق القيم الاجتماعية لدى الشباب"، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي".

هدفت الدراسة إلى الكشف عن التغيرات في بعض أنساق القيم الاجتماعية لدى الشباب نتيجة التأثير بالمضامين التي تبثها الفضائيات، وكانت هذه القيم على وجه التحديد هي قيم العمل المنتج، وقيم المشاركة والإيجابية، وقيم العلم والعقلانية، والقيم الأسرية. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي، واعتمدت الباحثة على استمارة استبيان في جمع البيانات التي تتطلبها الدراسة، وطبقت هذه الدراسة على عينة قوامها ٢٠٢ مفردة من الذكور والإناث موزعة، وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: عملت الفضائيات على تدعيم قيم الاستهلاك لدى الشباب على حساب قيم العمل المنتج. وأيضاً على تدعيم قيم السلبية واللامبالاة لدى الشباب بما تبثه من مضامين مكثفة تتعلق بالتسلية والترفيه، في حين أوضحت الدراسة الميدانية تبني مفردات العينة لقيم العلم والعقلانية، وذلك من خلال ارتفاع النسب الخاصة بالتخطيط للمستقبل أو اختيارهم للمتغيرات المتعلقة بأهمية العلم والإبداع في تنمية المجتمع.

(22)Medrano, C. et al. "Television Viewing Profile and Values: Implications for Moral Education." *Revista De Psicodidactica*, Vol.15, N.1, 2010 PP: 57-76. Retrieved at: <https://addi.ehu.es/handle/10810/4244?show=full>

(٢٣) سنا بدوي: "أثر الفضائيات على أنساق القيم الاجتماعية لدى الشباب"، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي"، (جامعة القاهرة، كلية الآداب، ٢٠٠٦).

### مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة البحث في أن انتشار برامج اكتشاف المواهب في الفضائيات الأجنبية والعربية جعل آراء الجمهور المصري تنقسم إلى قسمين: الأول، يقول إن هدف هذه البرامج هو ربح مادي فقط، وأن ما يجذب الناس لهذه البرامج عملية الإبهار سواء في الديكورات أو التغطيات الإعلامية التي تسهم بدورها في الترويج لزيادة الإعلانات ولا تخدم الفن، فمن يتابع المتسابقين الذين حققوا شهرة من خلال تلك البرامج لم يحققوا خطوات إيجابية في مشوارهم الفني واختلفوا من على الساحة بعد ذلك، والآخر يقول إنها تساعد على اكتشاف مواهب عربية وإبرازها على الساحة الفنية بعد ذلك، وأيضًا أدى إلى ظهور قيم اجتماعية جديدة على المجتمع المصري، أثرت وبشكل مباشر على القيم الاجتماعية لدى الجمهور المصري. ولذلك تتمثل مشكلة البحث في رصد مدى تأثير برامج اكتشاف المواهب على السلوك الإنساني سواء كان تأثيرًا سلبيًا أو إيجابيًا، وتحديدًا على ما طرأ على المجتمع المصري من تغييرات انعكست على القيم الاجتماعية، وذلك من خلال دراسة ميدانية، وأيضًا تحليل وتفكيك الظاهرة الإعلامية الجديدة من خلال دراسة برنامجي من برامج اكتشاف المواهب دراسة تحليلية. وتدور الدراسة حول السؤال الرئيس الآتي:

"ما أثر برامج اكتشاف المواهب على أنساق القيم للجمهور المصري؟"

### أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة الحالية مما يأتي :

- 1- إقبال القنوات الفضائية العربية على إنتاج برامج المواهب وزيادة متابعتها بكثرة.
- 2- تأتي أهميتها من حيث الجدل المثار حول برامج المواهب إذا كانت استهدفت الربح عن طريق الإعلانات ورسائل الجمهور أم صعود موهبة فنية على الساحة العربية.
- 3- تتزامن الدراسة مع بروز العديد من القضايا الاجتماعية التي يعاني منها المجتمع المصري في الفترة الأخيرة، مثل زيادة رغبة الشباب نحو الانضمام لتلك البرامج، وإهمالهم للعلم والمعرفة، وزيادة تطلعاتهم الزائفة ومما يستدعي ذلك من وجود دراسات تعالج تلك القضايا ومحاولة تفكيكها للوقوف على مسبباتها، وطرح الحلول المناسبة لها.
- 4- الدراسة الحالية تتيح إمكانية رسم صورة لواقع المضمون الاجتماعي في الإعلام المصري ومدى علاقاتها بالقضايا الاجتماعية المطروحة على أجندة الإعلام المصري في الوقت الراهن.



- ٥- تعد هذه الدراسة محاولة من الباحثة لاستشراف التأثيرات الاجتماعية والاقتصادية لاستقبال برامج اكتشاف المواهب في المجتمع المصري في مجال أنساق القيم الاجتماعية.
- ٦- وتكمن أهمية الدراسة من الجانب النظري، أنها تعد مرجعاً جيداً يقوم عليه العديد من الدراسات الأخرى.

#### أهداف الدراسة:

أ-تهدف هذه الدراسة من خلال أدواتها التحليلية إلى :

- ١- رصد القيم التي يعرضها برنامجي 'Arab Got Talent'، 'Star Of sciences
  - ٢- الكشف عن أساليب عرض القيم أو السلوكيات المتضمنة في برنامجي 'Star Of sciences'، 'Arab Got Talent
  - ٣- التعرف علي الأشكال والقوالب الفنية التي يتضمنها برنامجي 'Arab Got Talent'، 'Star Of sciences
- ب- كما تهدف هذه الدراسة من خلال أسلوبها الميداني إلى :

- ١- التعرف علي أكثر برامج اكتشاف المواهب مشاهدة من قبل الجمهور المصري ونوعية تلك البرامج
- ٢- التعرف علي نوعية مشاركة الجمهور المصري في برامج اكتشاف المواهب التي تبث عبر الفضائيات الخاصة؟
- ٣- الكشف على العوامل التي تدفع الجمهور لمشاهدة برامج اكتشاف المواهب، وما يرتبط بذلك من تفضيلات في المشاهدة وأنماطها وعاداتها.
- ٤- التعرف علي إشباعات الجمهور جراء مشاهدتهم لتلك النوعية من البرامج.
- ٥- رصد فئات الحكم الصادرة من لجنة هيئة المحكمين بشأن المتسابقين الموهوبين.

- ٦- الكشف عن أنساق القيم التي يكتسبها الجمهور المصري جراء مشاهدته لبرامج اكتشاف المواهب والتأثير الذي تتركه القيم التي تحملها هذه البرامج على سلوكياتهم ومعالجة السلبيات بشكل علمي وتعزيز الإيجابيات.

#### فرضيات الدراسة:

تسعي الدراسة إلى اختبار عدة فروض وقد تمت صياغتها في ضوء نظريتي الاستخدامات والإشباعات، والغرس الثقافي وجاءت الفروض كالتالي

**الفرض الأول :** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابات الباحثين حول الحرص على متابعتهم لبرامج اكتشاف المواهب، ونوعية مشاركتهم، ودوافعهم تجاه تلك البرامج، والإشباعات المتحققة منها وفقاً للمتغيرات الديموغرافية، ويندرج تحت هذا الفرض خمسة فروض فرعية :

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابات المبحوثين حول الحرص على متابعتهم لبرامج اكتشاف المواهب، ونوعية مشاركتهم، ودوافعهم تجاه تلك البرامج، والإشباعات المتحققة منها وفقاً لمتغير للنوع.

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابات المبحوثين حول الحرص على متابعتهم لبرامج اكتشاف المواهب، ونوعية مشاركتهم، ودوافعهم تجاه تلك البرامج، والإشباعات المتحققة منها وفقاً لمتغير السكن.

ج- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابات المبحوثين حول الحرص على متابعتهم لبرامج اكتشاف المواهب، ونوعية مشاركتهم، ودوافعهم تجاه تلك البرامج، والإشباعات المتحققة منها وفقاً لمتغير العمر.

د- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابات المبحوثين حول الحرص على متابعتهم لبرامج اكتشاف المواهب، ونوعية مشاركتهم، ودوافعهم تجاه تلك البرامج، والإشباعات المتحققة منها وفقاً لمتغير المستوى التعليمي.

هـ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابات المبحوثين حول الحرص على متابعتهم لبرامج اكتشاف المواهب، ونوعية مشاركتهم، ودوافعهم تجاه تلك البرامج، والإشباعات المتحققة منها وفقاً لمتغير المستوى الاجتماعي.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية بين معدل التعرض لبرامج اكتشاف المواهب عبر الفضائيات الخاصة وإدراك المبحوثين لمستوى تأثيرها على النسق القيمي.

**الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية بين دوافع التعرض لبرامج اكتشاف المواهب عبر الفضائيات الخاصة وإدراك المبحوثين لمستوى تأثيرها على النسق القيمي.

**الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية بين الإشباعات المتحققة لبرامج اكتشاف المواهب عبر الفضائيات الخاصة وإدراك المبحوثين لمستوى تأثيرها على النسق القيمي.

**الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباطية بين المتغيرات الديموغرافية لبرامج اكتشاف المواهب عبر الفضائيات الخاصة وإدراك المبحوثين لمستوى تأثيرها على النسق القيمي.

#### نوع الدراسة:

تُعد هذه الدراسة واحدة من الدراسات الوصفية ، والتي تهدف إلي جمع المعلومات عن موضوع محدد ( تأثير برامج اكتشاف المواهب عبر الفضائيات الخاصة علي النسق القيمي للجمهور ) وذلك من أجل الحصول علي نتائج علمية ، ثم تفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة

#### منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح بشقيه الميداني والتحليلي بما يتناسب مع طبيعة الدراسة وأهدافها، حيث قامت الباحثة بتحليل مضمون برنامجين من برامج

اكتشاف المواهب ، كما ستستخدم الدراسة منهج المسح بالعينة عن طريق جمع بيانات حول متابعي برامج اكتشاف المواهب والتعرف علي آرائهم تجاة تلك البرامج بالإضافة إلي رصد دوافع تعرضهم والاشباعات المتحققة منها حيث تم تصميم استبيان وتوزيعه علي مستمعي برنامجي المواهب

**مجتمع وعينة الدراسة :**

**مجتمع الدراسة التحليلية:**

وقع الاختيار على برنامجي Arab Got Talent، ونجوم العلوم Star of Sciences: الأول تبثه شاشات الـ (MBC)، والثاني تليفزيون قطر وأيضًا شاشات (MBC)، من برامج اكتشاف المواهب، حيث تم التطبيق على جميع حصص برنامج Arab Got Talent بموسمه السادس ،. أيضًا على جميع حصص برنامج Star of sciences بموسمه الثاني عشر

■ **عينة الدراسة التحليلية:**

عينة هذه الدراسة تمثلت في ١٢ حلقة من الموسم الأخير من برنامج Arab Got Talent وذلك في الفترة الزمنية الممتدة من ١٦ فبراير إلى ٢٧ أبريل ٢٠١٩، ٩ حلقات من برنامج Star of Sciences والذي أذيع من ١١ سبتمبر إلى ٢٣ نوفمبر ٢٠٢٠، والذي استمر عرضه على شاشة تليفزيون قطر أثناء جائحة كورونا.

■ **مجتمع الدراسة الميدانية:**

يمثل الجمهور المصري مجتمع الدراسة بأكمله، وتم التطبيق على محافظتي القاهرة واسيوط

■ **عينة الدراسة الميدانية:**

تتمثل في عينة من مشاهدي برامج اكتشاف المواهب وعينة الدراسة تمثل جزءًا من المجتمع، وطبقت هذه الدراسة على عينة عمدية قوامها (٤٠٢) محوثة، من سن ١٤ حتى سن ٦٠ سنة من محافظتي أسويوط والقاهرة ممن يتابعون برامج اكتشاف المواهب عبر الفضائيات الخاصة، والتي تم اختيارها بطريقة عمدية من بين الجمهور المصري الذي يحرص على متابعة برامج اكتشاف المواهب.

**أدوات جمع البيانات:**

**١- الاستبانة:**

فقد استخدمت الباحثة في هذه الدراسة الاستبانة أداة لجمع البيانات وتعد الاستبانة الأداة الأساسية التي استخدمتها الباحثة لجمع البيانات التي تتطلبها الدراسة. فقد اعتمدت الباحثة في جمع البيانات الميدانية استبيانًا يتكون من عدد من الفقرات والأسئلة تعبر عن أسئلة الدراسة وفرضياتها، فتم الاعتماد على هذه الأداة في دراسة تأثير برامج المواهب على النسق القيمي للجمهور المصري وذلك للأسباب الآتية:

- الجمهور المستهدف يتميز بضخامة العدد والتشتت بالشكل الذي يحد من إمكانية استخدام أساليب أخرى لدراسة هذا العدد الكبير في حين يستطيع الاستبانة تغطية عدد كبير من الأفراد حسب العينة المختارة وفي أماكن جغرافية متباعدة.
- استهدفت الدراسة تأثير برامج المواهب على النسق القيمي للجمهور وهي المعلومات التي يمكن الوصول إليها من خلال الاستمارة.
- ومرت الاستمارة بمراحل عدة أولها الاطلاع على دراسات سابقة مشابهة لدراستنا حيث قمنا بتقسيم استمارة الاستبانة إلى خمس محاور تتكون من ١٦ سؤالاً تدور حول مدى اهتمام متابعة المبحوثين لبرامج المواهب، بالإضافة إلى خمسة أسئلة حول البيانات الشخصية، وبالتالي فإن مجموع الأسئلة بلغ ١٩ سؤالاً.

## ٢- تحليل المضمون:

تحليل المحتوى تقنية بحث من أجل الوصف الموضوعي والمنتظم والكمي للمحتوى الظاهري للاتصال، وهو تقنية بشكل غير مباشر تطبق على مادة مكتوبة، مسموعة أو سمعية بصرية، تصدر عن أفراد أو جماعات أو تتناولهم، والتي يعرض محتواها بشكل غير رقمي. وركزت الدراسة في التحليل على مجموعة من القيم التي تضمنتها برامج المواهب وذلك بالاعتماد على فئة القيم من خلال الأفعال والمظهر الخارجي للمتسابقين والحكام.<sup>(٢٤)</sup>

### ■ مقياس النسق القيمي: -

تم استخدام قياس متغير النسق القيمي باختبار القيم لألبورت وفرنون ولندزي، وأعد الصورة المختصرة لهذا الاختبار أبو النيل: وهو اختبار ألبورت وفرنون ولندزي. ويعد أول اختبار لقياس القيم، الذي قام به البورت وفرنون Allport et Fernon عام ١٩١٣ والذي عدل بعد ذلك واشترك معهما في ذلك لندزي Lindzey في عام ١٩٦٥ ويقس هذا المقياس القيم الستة الآتية:

١. القيم الاقتصادية: والتي تهتم بالنواحي المادية.
٢. القيم الاجتماعية: التي تهتم من ناحية الاجتماعية.
٣. القيم الدينية: التي تهتم بالنواحي الدينية.
٤. القيم النظرية: التي تهتم بالحقيقة والمعرفة.
٥. القيم الجمالية: التي تهتم بالشكل والتناسق.
٦. القيم السياسية: والتي تهتم بالمركز الاجتماعي والسلطة.

(٢٤) قدوري ساره: "برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية وعلاقتها بالهوية الاجتماعية للطالبة الجامعية برنامج ستار أكاديمي نموذجاً"، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير (جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، ٢٠١٦) ص ٢٩.

وقد ترجم عطية محمود هنا المقياس إلى اللغة العربية، وقام كثيرون بمحاولات استهدفت جعل المواقف التي تثيرها أسئلة المقياس تتناسب مع المواقف الاجتماعية المحلية. ويتكون المقياس من الصورة المحلية من ثلاثين سؤالاً. والتي قمنا باختيارها حسب تصنيف سبرانجر مع إضافة بعض التعديلات بما يتوافق وحدود ما تثيره الدراسة من تساؤلات، وكذا طبيعة المواد التي تم إخضاعها للتحليل

### ملخص نتائج الدراسة :-

#### **أولاً: نتائج تحليل مضمون برنامج Arab got talent:**

##### **• التحليل النوعي لفئات الشكل (كيف قيل؟)**

١- الرقص: كان من أكثر المواهب المشاركة بالبرنامج حيث مثلت ٤٣,٨% من إجمالي المواهب المشاركة بالحلقات، وهذا يرجع إلى أن البرنامج يشتمل على مواهب عديدة فيتيح فرصة للجمهور بأن يستعرض موهبته، كالرقص والغناء والسحر وغيرها على عكس البرامج الأخرى التي اقتصرت على الغناء فقط، بينما ظهر كل من الغناء والألعاب البهلوانية في المرتبة الثانية بنسبة ٢٠%، وظهرت موهبة السحر كأقل المواهب المشاركة بالبرنامج بنسبة ٢% فقط؛ وهذا يرجع إلى أن موهبة السحر مخالفة لعاداتنا وتقاليدينا على عكس برامج الغربية حيث تحتل موهبة السحر المراكز الأولى في البرامج الغربية.

٢- كما تصدر الرقص والاستعراض كأكثر القوالب الفنية بروزاً في برنامج Arab Got Talent بنسبة ٢٣,١٩% نظراً للقالب المصاحبة للأغاني حيث لا يتضمنه البرنامج، كما ظهر في معظم اللوحات المصاحبة للأغاني حيث لا تخلو أي موهبة من اللوحات الاستعراضية، يليه سؤال وجواب في المرتبة الثانية بنسبة ١٩,٥٧% ؛ وهذا يرجع إلى أسئلة مقامي البرنامج نحو المتسابقين لمعرفة حياتهم الشخصية وانطباعهم عن المسابقة، ثم قالب الحديث المباشر في المرتبة الثالثة بنسبة ١٣,٥٥% حيث يتم اللجوء إليه لتفسير حادث معين أو تبرير سلوك ما، كما يتم اللجوء إليه قبل خروج المشترك من البرنامج وإعطاء فرصة للحديث أمام الجمهور وتوديع المشارك البرنامج من خلال الحديث المباشر للكاميرا، يليه قالب المناقشة في المرتبة الرابعة بنسبة ١٣,٢٥%، بينما جاء قالب الغناء كأقل نسبة ظهرت بالبرنامج بنسبة ٦,٦% وتختلف تلك الدراسة مع نتائج دراسة (لمياء حسن، ٢٠١٠) والتي كشفت عن تصدر قالب الحديث المباشر والحوار للقوالب الفنية الخاص ببرنامج ستار أكاديمي.

٣- ومصر، ودول المغرب العربي، وذلك لضمان تمثيل معظم الثقافات والمجتمعات العربية في البرنامج.

٤- أن اللهجة اللبنانية ظهرت في المرتبة الأولى بنسبة ٣٠,٨٧% من إجمالي اللغات وهي اللهجات المستخدمة في البرنامج ككل، وذلك لأن القائمين على

صناعة البرنامج من لبنان حتى أن بعض المشتركين من بلدان أخرى يتأثرون باللهجة اللبنانية ويتكلمون بها أحياناً، أما ثاني لهجة ظهر استعمالها في الحوار فكانت اللهجة المصرية؛ وهذا يرجع إلى أن أغلب المشاركين في البرنامج مصريين، بالإضافة إلى أن أحد من هيئة الحكام جنسيته مصري (أحمد حلمي)، أيضاً أن اللغة المصرية تعد من أكثر اللغات العربية فهماً، وذلك يعود للتاريخ الطويل للسينما والدراما المصرية التي تفرض نفسها على الشاشات، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة (عبد الصادق حسن، ٢٠١٦) حيث كانت اللهجة اللبنانية في حلقات برنامج ستار أكاديمي.

٥- أن أكثر الفئات الديكورية المستخدمة بالبرنامج كانت **الأدوات المساعدة للمتسابقين** بنسبة ٢١,٥٦% حيث اشتملت هذه الفئة على مجموعة من الأدوات التي استخدمها المشتركون خلال العروض التي قدمت مثل (الحبال - السلام - الهياكل الخشبية - الأوراق.. إلخ)، يليها **شارة برنامج Arab got talent والورود والهدايا** حيث احتلت المرتبة الثانية بنسبة ١٤,٣٧% حيث ظهرت في كل جزء من الديكور كأنها وضعت للتذكير بالهدف والوصول إلى لقب البرنامج، أيضاً الورود والهدايا ومصدرها الجمهور الذي يبعث بها لمن يعجبه من المشتركين وهي دلالة على الحب والألفة بين المشتركين والجمهور، بينما احتلت المرتبة الثالثة كل من (إعلام دول مشتركة، خلفيات عرض متحركة، ميكروفونات وكاميرا) بنسبة ١٠,٤٥% فاستخدامهم **لأعلام الدول المشاركة** لمعرفة الجمهور بالجنسيات المشاركة في البرنامج حيث بلغ عدد الدول المشاركة في البرنامج (الجزائر، بلدان الخليج العربي، تونس، المغرب، الجزائر، سوريا، لبنان، مصر، العراق) تسع دول حيث استطاعت تلك البرامج لم تشمل كل الدول العربية في برنامج واحد مما يحقق الألفة والود والمحبة بين الشعوب العربية، أيضاً استخدام البرامج **لخلفيات العرض المتحركة** لأنها تعد من أكثر الوسائل جذباً للجمهور المشاهد **والميكروفونات والكاميرا** لتسجيل الصوت والصورة بأعلى جودة ولإبهار الجمهور بمدى التطور التكنولوجي المستخدم في تلك البرامج، يليها شاشات العرض بنسبة ٩,٨%، ثم في المرتبة الأخيرة المرايا وهي أقل نسبة بين فئات الديكور المستخدم في برنامج Arab got talent.

٦- الملابس المستخدمة بالبرنامج كانت النسبة الأكبر منها للملابس العصرية المحتشمة بنسبة ٥٦,٨١%، وجاءت الملابس التقليدية والتكرية كأقل نسبة ظهرت بالبرنامج بنسبة ٦,٨١%، حيث مثلت الأنواع السابقة بجميع حلقات البرنامج نظراً لطبيعة البرنامج الترفيهية وتنوع الخلفيات الثقافية للمشاركين ومقدمي البرنامج واعتماداً على طبيعة البرنامج الاستعراضية.

• التحليل النوعي لفئات المضمون (ماذا قيل؟):

التحليل النوعي لفئات القيم:

• برزت قيمة الشكر كقيمة اجتماعية مدعمة لفظياً عن باقي القيم الاجتماعية موضوع الدراسة، حيث حرص المشاركون بالبرنامج على تقديم الشكر لفظياً بشكل متكرر لأفراد لجنة الحكم، وكذلك مقدمي البرنامج وبينهم بعضهم البعض عند انتقال الحديث من مقدم إلى الآخر، وحصلت قيمة احترام خصوصية الآخرين على أقل نسبة نظراً لطبيعة البرنامج التي تعتمد على عنصر الجذب والحصول على نسب مشاهدة عالية، حيث يعد الكشف عن الحياة الخاصة للمشاركين من أهم عناصر الجذب الجماهيري، كذلك حصول الدعم والتحفيز كقيمة اجتماعية مدعمة سلوكياً، بينما أكدت النتائج على قيمة المنافسة الشريفة كقيمة اجتماعية حصلت على أعلى نسبة من بين القيم المدعومة لفظياً وسلوكياً وذلك نظراً لمحاولة الحكام وصناع البرنامج نفي أي شبهة للانحياز نحو متسابق معين أو جنسية.

• تقدمت قيمة إفشاء السلام والتحية على باقي القيم الدينية والأخلاقية المدعمة لفظياً، حيث يقوم المشاركون وهيئة الحكام والمقدمون بتبادل التحية طوال فقرات البرنامج المتعددة وبصورة مستمرة مصحوبة بالترحيب، وأن أكثر القيم تكراراً سلوكياً كانت قيمة (الإيمان بالقضاء والقدر) بنسبة مئوية بلغت (٢٣%) من إجمالي القيم الدينية والأخلاقية المدعمة سلوكياً، وأقل القيم تكراراً سلوكياً كانت قيمة (تحري الحلال والبعد عن الحرام) بنسبة مئوية بلغت (٠,٣%) من إجمالي القيم الدينية والأخلاقية المدعمة سلوكياً، وتشير النتائج إلى دعم البرنامج للقيم الأخلاقية وهو ما ذهبت إليه المدرسة السلوكية التي ذهبت إلى يرى أصحاب النظرية السلوكية أن عملية اكتساب القيم تتم عن طريق التعزيز الإيجابي والتعزيز السلبي، ويتعاملون مع القيم على أنها إما إيجابية أو سلبية، كما أنها ليست أكثر من استنتاجات من السلوك الظاهر للفرد.

• تبين أن أكثر القيم تكراراً لفظياً كانت قيمة (استخدام الألفاظ الحسنة) بنسبة مئوية بلغت (٦٨,٨%) من إجمالي القيم الجمالية المدعمة لفظياً، وأقل القيم تكراراً لفظياً كانت قيمة (الأناقة والاعتناء بالمظهر) بنسبة مئوية بلغت (٣,٤%) من إجمالي القيم الجمالية المدعمة لفظياً، وتشير النتائج السابقة إلى استخدام الألفاظ الحسنة بالبرنامج والذي يعد مراعاة للنسق القيمي للمجتمعات العربية التي يستهدفها البرنامج والتي تعد مجتمعات محافظة تعتمد على المجاملات اللفظية كسلوك واجب.

• ويتبين أن أكثر القيم تكراراً سلوكياً كانت قيمة (البشاشة والابتسام) بنسبة مئوية بلغت (٢٢,٦%) من إجمالي القيم الجمالية المدعمة سلوكياً، وأقل القيم تكراراً سلوكياً كانت قيمة (الأناقة والاعتناء بالمظهر) بنسبة مئوية بلغت (١٥,٩%) من إجمالي القيم الجمالية المدعمة سلوكياً، تقوم فكرة البرنامج الأساسية على الترفيه

وجذب الجمهور لذلك جاءت البشاشة والابتسام على قائمة القيم الجمالية التي يدعمها البرنامج للجذب الجماهيري، ويتبين أن أكثر القيم تكراراً لفظياً وسلوكياً معاً كانت قيم (البشاشة والابتسام) بنسبة مئوية بلغت (٢١,٣%)، وأقل القيم تكراراً لفظياً وسلوكياً معاً كانت قيم (الأناقة والاعتناء بالمظهر) بنسبة مئوية بلغت (١٢,٤%).

• فيما يتعلق بالقيم السلبية تبين أن أكثر القيم تكراراً لفظياً كانت قيمة (الإحباط) حيث بلغت بنسبة (٦٧,٥٧%) من إجمالي القيم السلبية المدعمة لفظياً؛ وهذا يرجع إلى أنه مارس العديد من المشاركين قيمة الإحباط لفظياً سواء مع أنفسهم أو مع المشاركين الآخرين، وظهر ذلك من خلال رفض أحد أعضاء لجنة التحكيم لنوعية من الغناء لأنه يحمل موقفاً شخصياً تجاه هذه النوعية؛ مما أصاب العديد من المشاركين بالإحباط، يليها (التبذير) بنسبة مئوية بلغت (٢٧,٠٣%)؛ وهذا يرجع إلى أن البرنامج ينطوي على مفاهيم وقيم استهلاكية حرص البرنامج على إظهارها في كل الحلقات من خلال المشاهد المتكررة التي ظهرت من خلال الترويج للرفاهية، والثراء، والسعادة المالية، بالإضافة إلى شراء الملابس عندما يعطيهم البرنامج فرصة للتنفيس عن النفس والمتعة فيذهبون لأشهر الماركات التجارية ويقومون بشرائها، ويتبين أن أكثر القيم تكراراً سلوكياً كانت قيمة (الموضة واللباس الغربي) بنسبة مئوية بلغت (٣٣,١٣%) من إجمالي القيم الاجتماعية المدعمة سلوكياً، وأقل القيم تكراراً سلوكياً كانت قيمة (الحقد) بنسبة مئوية بلغت (٢,١٣%) من إجمالي القيم السلبية المدعمة سلوكياً، وتبين أن أكثر القيم تكراراً لفظياً وسلوكياً معاً كانت قيم (التبذير) بنسبة مئوية بلغت (٦٠,٨٩%)، وأقل القيم تكراراً لفظياً وسلوكياً معاً كانت قيم (الإحباط) بنسبة مئوية بلغت (٣٩,١١%)، حيث تشير النتائج السابقة إلى أن التبذير حصل على أعلى نسبة لقيمة سلبية مدعمة سلوكياً ولفظياً حيث يظهر التبذير بشكل واضح في كافة جوانب عرض البرنامج الذي يسعى إلى الإبهار البصري في محاولة للجذب الجماهيري.

### ثانياً: نتائج تحليل مضمون برنامج: Star Of Sciences

#### • التحليل النوعي لفئات الشكل (كيف قيل؟)

١- حقق مجال الاتصال والتكنولوجيا والذي يندرج تحت فئة الاختراعات العلمية المركز الأول بنسبة ٢٢,٢٢%، وقد حصل كل من (الطب - الزراعة - الذكاء الاصطناعي - الهندسة) على نسبة ١٦,١٦% في المرتبة الثانية، وحصل مجال الطاقة المركز الثالث والأخير في المشاركات بنسبة ١١,١١%، فمجال التكنولوجيا والاتصال هو مجال يفرض نفسه بقوة على الساحة العلمية لذلك كانت أكبر المشاركات من هذا المجال.



٢- أن اللهجات المشاركة في برنامج نجوم العلوم Star OF Sciences قد مثلت العديد من الدول العربية، وجاءت اللهجة الخليجية كأعلى نسبة بنسبة ٢٩,١٤% نظرًا لأن عدد المشاركين من دول الخليج كان الأعلى، بالإضافة إلى أن مقدم البرنامج خليجي وأحد أعضاء لجنة التحكيم، بينما حصلت اللهجة الشامية على المرتبة الثانية بنسبة ١٨%، يليها اللهجة المصرية في المرتبة الثالثة، ثم اللهجة اللبنانية في المرتبة الرابعة بنسبة ١٤,٢٨%، ثم اللهجة الأجنبية في المرتبة الخامسة بنسبة ١٢,٨٥%، وحصلت لهجة المغرب العربي ١٠% على المركز الأخير بنسبة ١٠%.

٣- أن أكبر نسبة لعناصر الديكور المستخدمة بالبرنامج جاءت لصالح الكاميرا بنسبة ٢٠,٣١%، وجاءت أقل نسبة هي أدوات التجميل بنسبة ٤,٦٨%، حيث مثلت هذه الفئات الديكورية ثوابت بجميع حلقات البرنامج وهذا يرجع إلى طبيعة البرنامج العلمية بتركيز الكاميرا على الاختراع الذي يقدمه المتسابق بكل تفاصيله.

٦- الملابس العصرية المحتشمة ظهرت في المرتبة الأولى بنسبة ٤٠,٢٤% من إجمالي الملابس المستخدمة في البرنامج ككل، بينما جاء الزي الرسمي بالنسبة الأصغر بين إجمالي الملابس بالبرنامج بنسبة ١٤,٦٣%. وهذا يرجع إلى طبيعة البرنامج العلمية حيث مثلت الأنواع السابقة بجميع حلقات البرنامج والثقافية والتي استوعبت كافة الثقافات المختلفة وتنوع الخلفيات الثقافية للمشاركين ومقدم البرنامج، ولم تسجل الملابس التنكرية أي نسبة بالظهور بالبرنامج لعدم ملاءمتها لطبيعة البرنامج العلمية.

٧- عن أنواع القوالب المستخدمة بالبرنامج كانت النسبة الأكبر لقالب المناقشة بنسبة ٢٨%، وجاء الحوار كأقل نسبة ظهرت بالبرنامج بنسبة ١٠,١٩%. وهذا يرجع إلى طبيعة البرنامج العلمية القائم على الاختراعات التكنولوجية في مختلف المجالات (الهندسة - تصميم - الطب - الزراعة - الذكاء الاصطناعي) يستدعي النقاش حول كيفية مجيء المتسابق بفكرة الاختراع، وفائدة الاختراع للبشرية، وكيفية وضع حلول ابتكارية تعود بالنفع على الناس.

**التحليل النوعي لفئات المضمون (ماذا قيل؟):**

- التحليل النوعي لفئات القيم:
- تبين أن أكثر القيم تكررًا لفظيًا كانت قيمة (التعاون) بنسبة مئوية بلغت (١٣,٧٣%) من إجمالي القيم الاجتماعية المدعمة لفظيًا، حيث حرص الحكام على حث المشاركين بالبرنامج على التعاون فيما بينهم كذلك حرص الحكام على تقديم العون للمشاركين بالبرنامج، وظهرت خاصة في الظروف الصعبة ووجود مشكلات معينة مثل الإحباط نتيجة الترشيح للخروج أو وجود أعمال مشتركة بين المتنافسين، وأقل القيم تكررًا لفظيًا كانت قيمة (احترام خصوصية الآخرين)

بنسبة مئوية بلغت (٢٠,٦١%) من إجمالي القيم الاجتماعية المدعمة لفظيًا حيث تعد القصص الإنسانية الخاصة بالمشاركين والتدخل في خصوصياتهم من القواعد المهمة لشد انتباه الجمهور وإثارة عواطفهم نحو المتسابق؛ مما يؤثر على التصويت لصالح متسابق ما، وأن أكثر القيم تكرارًا سلوكيًا كانت قيمة (الإيجابية في التفكير) بنسبة مئوية بلغت (١٤,٥٨%) من إجمالي القيم الاجتماعية المدعمة سلوكيًا؛ وهذا راجع إلى طبيعة البرنامج العلمية والعملية وظهر ذلك خلال مناقشة هيئة الحكام مع المتسابقين، وأيضًا خلال تعامل المتسابقين مع بعضهم البعض ووضع الحلول المبتكرة لتعود بالنفع على الناس، وأقل القيم تكرارًا سلوكيًا كانت قيمة (الاعتراف بالخطأ) بنسبة مئوية بلغت (٠,٦٩%) من إجمالي القيم الاجتماعية المدعمة سلوكيًا، وهذا يرجع إلى الضغط النفسي الذي يتعرض إليه المشاركون، وظروف المنافسة التي تتم في عزلة عن المجتمع والحياة العادية والاختلافات الثقافية بين المشاركين، والمشاكل والخلافات بينهم، بالإضافة إلى نقد هيئة الحكام للتصميم الذي أبكره، وتبين أن أكثر القيم تكرارًا لفظيًا وسلوكيًا معًا كانت قيمة (التعاون) بنسبة مئوية بلغت (١٣,٥٣%)، وأقل القيم تكرارًا لفظيًا وسلوكيًا معًا كانت قيمة (احترام خصوصية الآخرين) بنسبة مئوية بلغت (٢,٤٠%).

• تبين أن أكثر القيم تكرارًا لفظيًا كانت قيمة (إفشاء السلام والتحية) بنسبة مئوية بلغت (٢٤,٢٠%) من إجمالي القيم الدينية والأخلاقية المدعمة لفظيًا وهذا يرجع إلى قيمة إفشاء السلام تتضح من خلال حلقات البرنامج بصورة كبيرة ومتكررة من خلال حرص المشاركين في البرنامج على إفشاء السلام، وتعد القيم الدينية والأخلاقية من أهم ما يتم بثه في حلقات البرنامج الذي يتابعه جميع الفئات العمرية؛ حيث تعد الثقافة التي تنقلها حلقات البرنامج هي الوسيلة الدراسية التي يعيش فيها الناس وفيها يتعلمون، فالغرس نادرًا ما يحدث تغييرًا إلا بين الأجيال وأنماط الحياة، فالغرس يعني المساهمة بالرغم من أنها غير مغزولة، والمساهمة التي تنفذ وتنسق مع السيل الرمزي من الصور والأشكال التي ينقلها التليفزيون، ثم تحدث عمليات معقدة من التنشئة أو امتصاص ثقافة المجتمع وفقًا لنظرية الغرس، وأقل القيم تكرارًا لفظيًا كانت قيمة (فعل الخير) بنسبة مئوية بلغت (١,٢٧%) من إجمالي القيم الدينية والأخلاقية المدعمة لفظيًا، وتبين أن أكثر القيم تكرارًا سلوكيًا كانت قيمة (العدل) بنسبة مئوية بلغت (٢٤,٠٧%) من إجمالي القيم الدينية والأخلاقية المدعمة سلوكيًا وظهر ذلك من خلال قرارات لجنة الحكام بشأن المتسابقين وعدم انحيازهم لأي متسابق، ويعد ظهور قيمة العدل بهذه الصورة الكبيرة في حلقات البرنامج هو تأكيد من قبل القائمين والمشاركين بالبرنامج على القيم الأخلاقية التي يجب بثها للمتلقين حيث إن تحقيق العدل سوف يشعر الناس بالطمأنينة والاستقرار، وهذا بالتأكيد سيحفزهم على العمل والإنتاج بالشكل المتقن والسليم وبالتالي سيزدهر المجتمع ويتقدم،

فمن يشعر بأن حقوقه محفوظة سيعمل ويجتهد من أجل الوصول لأهدافه وبالطرق الشرعية والقانونية، ومن يشعر بعكس هذا إما أن يتكاسل ويهمل أو يلجأ للطرق غير القانونية لتحقيق ما يطمح إليه، وعندما تكون الحكومة ظالمة بالتأكيد سيسود الحقد والكراهة في المجتمع بالإضافة إلى القتل والدمار والتعذيب والاضطهاد، وبالتالي سيكون المجتمع ضعيف والدولة أكثر عرضة للتدخلات الخارجية والخراب، ويجب على الإنسان أن يبدأ بنفسه أولاً حتى يتحقق العدل في المجتمع كافة، وأقل القيم تكراراً سلوكياً كانت قيمة (الأمانة) بنسبة مئوية بلغت (٤,٩٤%) من إجمالي القيم الدينية والأخلاقية المدعمة سلوكياً، وتبين أن أكثر القيم تكراراً لفظياً وسلوكياً معاً كانت قيم (العدل) - والإيمان بالقضاء والقدر بنسبة مئوية بلغت (٢٧,٠٦%) وأقل القيم تكراراً لفظياً وسلوكياً معاً كانت قيم (الأمانة) بنسبة مئوية بلغت (٤,٣١%).

• تبين أن أكثر القيم تكراراً لفظياً كانت قيمة (استخدام الألفاظ الحسنة) بنسبة مئوية بلغت (٧٨,٦٩%) من إجمالي القيم الجمالية المدعمة لفظياً، وأقل القيم تكراراً لفظياً كانت قيمة (البشاشة والابتسام) بنسبة مئوية بلغت (٢١,٣١%) من إجمالي القيم الجمالية المدعمة لفظياً، وتبين أن أكثر القيم تكراراً سلوكياً كانت قيمة (الأناقة والاعتناء بالمظهر) بنسبة مئوية بلغت (٢٦,٥١%) من إجمالي القيم الجمالية المدعمة سلوكياً حيث نجد كل الشخصيات الفاعلة في البرنامج حسنة المظهر والشكل ولباس أنيق، وأقل القيم تكراراً سلوكياً كانت قيم (الإبداع والتناسق في الديكور - جودة الصوت والصورة) بنسبة مئوية بلغت (١٧,٦٧%) من إجمالي القيم الجمالية المدعمة سلوكياً وظهر ذلك من خلال البرنامج الذي صمم بأحدث التقنيات من ألوان وديكور وغيرها، ولكنها لم تأتي بالصورة الكافية لتشد انتباه المشاهد؛ وهذا يرجع إلى طبيعة البرنامج بأنه برنامج علمي على عكس البرامج الأخرى التي تعتمد على الشكل وإبراز الديكورات في البرنامج مثل (The Voice، Arab Got Talent). وأن أكثر القيم تكراراً لفظياً وسلوكياً معاً كانت قيم (الأناقة والاعتناء بالمظهر) بنسبة مئوية بلغت (٢٠,٦٥%) وظهر ذلك من خلال حلقات البرنامج قولاً وفعلاً عندما تمدح لجنة الحكام أحد المتسابقين (أنت رائع اليوم، أنت أنيق)، وأقل القيم تكراراً لفظياً وسلوكياً معاً كانت قيم (الإبداع والتناسق في الديكور - جودة الصوت والصورة) بنسبة مئوية بلغت (١٣,٧٧%).

• تبين أن أكثر القيم تكراراً لفظياً كانت قيمة (الإحباط) بنسبة مئوية بلغت (١٠٠,٠٠%) وهي كل إجمالي القيم السلبية المدعمة لفظياً، فالإحباط شعور إنساني طبيعي في مثل هذا النوع من البرامج والذي يقوم على فكرة المنافسة، خاصة بعد الظروف النفسية الصعبة التي يقع فيها المشاركون الذين يحاولون بشتى الطرق لتحقيق الدعم اللازم لمشروعاتهم وابتكاراتهم، وتبين أن أكثر القيم تكراراً سلوكياً كانت قيمة (الموضة واللباس الغربي) بنسبة مئوية بلغت

(٥٩,٤٦%) من إجمالي القيم السلبية المدعمة سلوكياً، وأقل القيم تكررًا سلوكياً كانت قيمة (التبرج والزينة) بنسبة مئوية بلغت (١٧,١٢%) من إجمالي القيم السلبية المدعمة سلوكياً، حيث تعد القيم السلبية التي تبث من خلال البرنامج الترويج كالبدخ انطلاقاً من المظاهر المتكلفة التي يخرج بها المشاركون ويفوقها الحكام، خاصة من النساء لارتدائهن ملابس تنتمي إلى ماركات عالمية أو مستحضرات تجميل غالية الثمن وكذلك المجوهرات الثمينة، أيضاً مشاركة الناس في الترويج لهذه القيم عبر التصويت والترويج للرقص والغناء، وتبين من خلال نتائج الدراسة أن أكثر القيم تكررًا لفظياً وسلوكياً معاً كانت قيم (الموضة واللباس الغربي) بنسبة مئوية بلغت (٥٣,٦٦%)، وأقل القيم تكررًا لفظياً وسلوكياً معاً كانت قيم (التبرج والزينة) بنسبة مئوية بلغت (١٥,٤٥%).

#### نتائج الدراسة الميدانية:

- كثافة معدل تعرض الباحثين لبرامج اكتشاف المواهب، حيث يشاهدونها أحياناً، ولكن ليست بصورة منتظمة بنسبة ٧٣,٤%، يليهم ممن يتابعون برامج المواهب بصفة دائمة بواقع (٧٦) مفردة بنسبة ١٨,٩%، وأخيراً احتلت المرتبة الأخيرة من يتابعون برامج اكتشاف المواهب بصفة نادرة حيث بلغت (٣١) مفردة بنسبة ٧,٧%.
- من ناحية برامج المواهب المفضلة لدي الباحثين كشفت الدراسة أن أعلى نسبة كانت لصالح برنامج (أراب أيدول) بنسبة بلغت ٥٧%، يليه برنامج (ذا فويس) بنسبة ٥٣,٥% في مرتبة الثانية، يليها برنامج (ذا فويس للأطفال) في المرتبة الثالثة بنسبة ٤٦,٥% بينما جاءت أقل نسبة لصالح (نجوم العلوم) بلغت ١٥,٤% من إجمالي عينة الدراسة.
- نوعية برامج المواهب المفضلة: كانت أعلى نسبة لصالح (برامج مواهب غنائية) بنسبة بلغت ٣٩,٨%، وكانت أقل نسبة لصالح (برامج مواهب رقص) بنسبة بلغت ٣%.
- أن أهم دوافع مشاهدة الباحثين لبرامج اكتشاف المواهب عبر الفضائيات الخاصة، حيث جاء في الترتيب الأول التسلية والمتعة بنسبة ٧٧,٨% كأهم الدوافع الطقوسية.
- فيما يخص الإشباعات كشفت الدراسة أن (يزداد شعوري بالسعادة نتيجة مشاهدتي للبرنامج) في الترتيب الأول بنسبة ٧٤% كأهم الإشباعات المتحققة، بينما جاء في الترتيب الأخير عبارة (تزداد مقارنة نفسي بالمتسابقين الذين أشاهدهم في البرنامج) بنسبة ٦١%.
- فيما يخص النسق القيمي وتأثير البرامج علي الجمهور ف فيما يتعلق بالقيم الجمالية جاءت عبارة (تتميز استوديوهات برامج اكتشاف المواهب بمستوى عالٍ من الإبداع والتناسق في الديكور) في الترتيب الأول بنسبة

٨٨,٣٣%، بينما جاءت عبارة (يتعرض المتسابق في برامج المواهب للسخرية والنقد السلبي بطريقة غير لائقة) في المرتبة الأخيرة بنسبة ٦٧,٦٧%

- بينما يلاحظ فيما يتعلق بالقيم الدينية والأخلاقية جاءت عبارة (تعكس برامج اكتشاف المواهب قيمَ المحبة والتسامح والسلام بين الشعوب) في المرتبة الأولى بنسبة ٨١% بينما حصلت عبارة (تهتم برامج اكتشاف المواهب بالمناسبات الدينية وتحفل بها) في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة ٦٨%
- ونجد فيما يتعلق بالقيم الاجتماعية جاءت عبارة (تعكس برامج اكتشاف المواهب قيمه الطموح والتحدي بين المتسابقين) في المرتبة الأولى بنسبة ٨٤,٦٧%، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة (تراعي برامج اكتشاف المواهب العادات والتقاليد الاجتماعية) بنسبة ٧٤%

### نتائج إختبار فروض الدراسة الميدانية:-

- ١- ثبت صحة الفرض الأول جزئياً بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات المبحوثين حول الحرص علي متابعتهم لبرامج اكتشاف المواهب، ونوعية مشاركتهم، ودوافعهم تجاه تلك البرامج، والإشباع المتحققة منها وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.
- ٢- ثبت صحة الفرض الثاني القائل بوجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض لبرامج اكتشاف المواهب بالفضائية الخاصة وإدراك المبحوثين لمستوى تأثيرها على النسق القيمي، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة مي عمر سعيد الهندي (٢٠٢٠)، وأيضاً تتفق هذه النتيجة مع دراسة زكريا إبراهيم الدسوقي (٢٠١٧) التي أثبتت نتائجها هناك علاقة ارتباطية بين معدل تعرض المراهقين لبرامج تلفزيون الواقع في الفضائيات وتأثيراتها المختلفة عليهم .
- ٣- ثبت صحة الفرض الثالث القائل بوجود علاقة ارتباطية بين دوافع التعرض لبرامج اكتشاف المواهب بالفضائيات الخاصة وإدراك المبحوثين لمستوى تأثيرها على النسق القيمي، وتتفق تلك النتيجة مع من توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران (١٩٩٧) والتي تدعم نتائجها العلاقة ما بين دوافع المشاهدة وإدراك المشاهدين لمستوى تأثيرها على النسق القيمي، وأيضاً دراسة سعد ناصر هزيم (٢٠١٥) والتي تدعم نتائجها بأن هناك علاقة بين دوافع المشاهدة للشباب الجامعي لبرنامج أراب أيدول والآثار الناجمة عن المشاهدة.
- ٤- ثبت صحة الفرض الرابع القائل بوجود علاقة ارتباطية بين الإشباع المتحققة لبرامج اكتشاف المواهب وإدراك المبحوثين لمستوى تأثيرها على النسق القيمي. وتتفق تلك النتيجة مع دراسة سعد ناصر هزيم (٢٠١٥)

والتي تدعم نتائجها بأن هناك علاقة بين الإشباعات للشباب الجامعي لبرنامج أراب أيدول والآثار الناجمة عن المشاهدة.

٥- ثبت عدم صحة الفرض الخامس في الجزء المتعلق بوجود تأثير للعوامل الديموغرافية (الحالة الاجتماعية، النوع، المستوى التعليمي) على إدراك المبحوثين لمستوى تأثيرها على النسق القيمي، في حين ثبت وجود علاقة في الجزء المتعلق بوجود تأثير للعوامل الديموغرافية (العمر) وإدراك المبحوثين لمستوى تأثيرها على النسق القيمي.

#### توصيات الدراسة:

- ❖ توصي الدراسة بالاهتمام بالبرامج العلمية كبرنامج نجوم العلوم Star OF Sciences وتبني التليفزيون المصري هذا المجال بالأخص لندرته مع مراعاة القيم الاجتماعية، وبالتالي يمكن ترسيخ قيم العلم والثقافة.
- ❖ تقترح الدراسة بضرورة التأكد من مصداقية تلك البرامج من حيث النزاهة في اختيار المشتركين والتصفيات بكل المراحل التي يمر بها البرنامج، وسعي لجنة هيئة الحكام إلى التوازن بين النقد والتشجيع، وتقديم تغذية راجعة تهدف إلى تصوير الموهبة الخاصة.
- ❖ تقترح الدراسة أن هناك حاجة لمراقبة المحتوى الذي توفره برامج اكتشاف المواهب بحيث يتم تحسين المحتوى لتطوير المهارات الفردية وتحسين معرفتهم.
- ❖ تقترح الدراسة أنه يجب تبني المواهب ورعايتها بدلاً من استغلالها، حتى بعد مغادرتهم البرنامج.

#### المراجع :-

- عائشة ممدوح مبارك: "اتجاهات الشباب الجامعي نحو برامج اكتشاف المواهب في الفضائيات العربية"، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، العدد ١٧، يوليو ٢٠١٨.
- فاتن عبد الرحمن الطنباري: "دوافع تعرض المراهقين لبرامج اكتشاف المواهب لبعض القنوات بالتليفزيون المصري والإشباع المتحققة منه"، مجلة دراسات الطفولة، المجلد ٢١، العدد ٧٩ (جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، يونيو ٢٠١٨).
- إسماعيل مسعود الصندالي، "برامج تليفزيون الواقع العربي وأثرها على قيم الطلبة الجامعيين: برنامج "the voice" بالنسخة العربية أمودجًا"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة قاصدي مرباح ورقلة: كلية العلوم الإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال).

- عزري أمال: "تأثير برامج تليفزيون الواقع الفضائيات العربية ودراسة تأثيرها على سلوك وقيم المراهقين"، (جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، ٢٠١١).
- فوزيلي نوارة: "القيم المتضمنة في برامج الأطفال على القناة الجزائرية (دراسة تحليلية) ، رسالة ماجستير (جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي ، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية ، قسم العلوم الانسانية ، ٢٠٢٠ )
- محمود محمد محمد عبد الحليم: " الاغتراب عن النسق القيمي بالدراما التليفزيونية وعلاقته بالتححرر الاجتماعي لدى المراهقين، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، العدد ٦٩ ( جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ٢٠١٩ ) .
- عبد الصادق حسن عبد الصادق: "القيم التي يكتسبها الشباب الجامعي من برامج تليفزيون الواقع بالفضائيات العربية"، **حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية**، حويله كلية الآداب، الجامعة الأهلية، ٢٠١٦ .
- سناء بدوي: "أثر الفضائيات على أنساق القيم الاجتماعية لدى الشباب"، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي"، (جامعة القاهرة، كلية الآداب، ٢٠٠٦).
- Charoenroop, Patrawut. "‘I’m Going to Remember this Audition for a Long, Long Time!’: Simon Cowell’s Compliments on Spectacular Performances on America’s Got Talent and Britain’s Got Talent ". **LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network**·Vol. 14 No. 2, 2021.
- Nurul ‘Aini:” criticisms and their effects in Britain’s got talent (Ma), (Universitas Muhammadiyah Surakarta, department of language studies, 2019)
- Wei, Junhow. “‘I’m the Next American Idol’: Cooling Out, Accounts, and Perseverance at Reality Talent Show Auditions.” **Symbolic Interaction**, vol. 39, No. 1, Feb. 2016 ”Retrieved From: [onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/symb.206](https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/symb.206)
- Ksenija, Nesterova: “Priming Effect of 'The Voice UK' Television Talent Show on Competitiveness in Adolescents". **BA (Hons) in Psychology**، Dublin Business School, Department of Psychology, March, 2016. Retrieved From: <https://esource.dbs.ie/handle/10788/3131>.

- Zhang, Yafei, et al. "Cultural Trends of Audience Online Interaction with Vocal Talent Shows: A Comparative Study between China and the US." **Journal of Intercultural Communication Research**, vol. 45, no. 3, May 2016, pp. 196-213., Retrieved From: <https://www.tandfonline.com/doi/citedby/10.1080/17475759.2016.1165726?scroll=top&>
- Laura Helen & Carol Robinson: "Performing the Surplus, Making a Spectacle: Male Street Dance Crews on Television Talent Shows, **PhD** , University of Surrey, Faculty of Arts and Human Sciences, 2016. Retrieved From: [epubs.surrey.ac.uk/809720/](http://epubs.surrey.ac.uk/809720/)
- Roesdiono, Nadia Seassi and D. Arimbi. "Audience Responses on Indonesian Idol Talent Show, **e-journal Unair Allusion**, Universitas Airlangga, Vol. 5, No. 1, 2016.
- KRÁLOVÁ, Michaela. "Talentové show v České republice a ve světě - analýza vybraných talentových formátů a jejich postupů v televizním vysílání a jejich vliv na chování publika.". Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Kruml, Milan, 2014
- O'Connor, Barbara. "Spaces of Celebrity: National and Global Discourses in the Reception of TV Talent Shows by Irish Teenagers." **Television & New Media**, vol. 13, No. 6, Nov. 2012.
- Klaus, Elisabeth, and Barbara O'Connor. "Negotiating Identities in Everyday Life: Adolescent Fans of Talent Shows in Ireland and Australia." **Journal of Children and Media**, vol. 7, No. 2, May 2013
- Shin, Han Na : "Influence of American Media Upon Korean Broadcasting Culture: Analyzing 'American Idol' Vs. 'Superstar K II", (MA) Liberty University, School of Communication and Digital Content, 2012



- Schoorel, M: "Exploring appreciation of talent searching reality TV", University of twenty, 2011.
- <sup>(1)</sup> Amanda Scheiner and McClain:" American Ideal How American Idol Constructs Celebrity, Collective Identity, and American Discourses", **PhD**, Temple University Graduate Board ،May 2010.
- Brozana, Amanda. "Priming the Idol Agenda: Examining American Idol through Agenda-Setting and Priming Approaches" **Paper presented at the annual meeting of the NCA 93rd Annual Convention**, TBA, Chicago, IL, 15 Nov, 2007.
- Apuke, Oberiri Destiny and Kwase Audu Dogari. "Western Television Programmes and Its Influence on the Cultural Values of Students' ", **Canadian Social Science journal**, Department of Mass Communication, Taraba State University, Jalingo, Nigeria., Vol.13, No.1, 2017. Retrieved From:  
<http://www.cscanada.net/index.php/css/article/view/9150>
- Mtandika& Nancy." The Role of Entertainment Television in Shaping Social Behavior of Children"(MA), University of Tanzania, 2013. Retrieved From:  
<http://repository.out.ac.tz/1062/>
- Medrano, C. et al. "Television Viewing Profile and Values: Implications for Moral Education." **Revista De Psicodidactica**, Vol.15, N.1, 2010 PP: 57-76. Retrieved From: at: <https://addi.ehu.es/handle/10810/4244?show=full>

