

## الفصل الخامس

برامج اكتشاف المواهب في ضوء الدراسة الميدانية



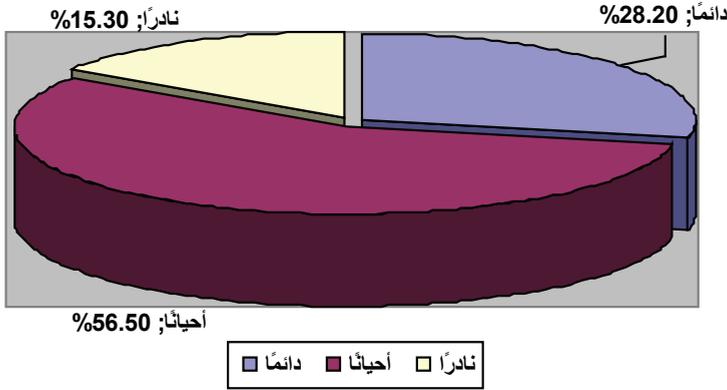
## تمهيد

يتناول هذا الفصل عرض وتفسير لبعض النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من الشباب الجامعي، والتي خرجت من رحمها فكرة هذا الكتاب، حيث سنتوقف من خلاله على بعض النتائج الهامة بالشرح والتحليل والتوصيف، وتقديم التوصيات.



## متابعة الشباب الجامعي لبرامج اكتشاف المواهب

تبين من واقع الدراسة الميدانية أن نسبة ٦٥,٥٪ من الشباب الجامعي يتابعون برامج اكتشاف المواهب (أحياناً) بنسبة ٦٥,٥٪ وفي الترتيب الأول، ثم نسبة ٢٨,٢٪ يتابعونها دائماً، بينما من يتابعون هذه البرامج «نادراً» جاؤوا في الترتيب الأخير بنسبة ١٥,٣٪.



شكل (١) يوضح معدل متابعة برامج اكتشاف المواهب

وبناءً على تلك النتائج يتضح أن الشباب الجامعي يتابعون برامج اكتشاف المواهب في القنوات الفضائية العربية بنسب بلغت نحو ٨٤,٧٪ لبدائل المتابعة أحياناً ودائماً مجتمعين، في مقابل ١٥,٣٪ لمن يتابعون هذه البرامج نادراً من بين أفراد العينة، وبالنظر إلى النتائج السابقة سنجد أن بديل المتابعة المتوسطة «أحياناً» تصدر معدلات متابعة المبحوثين لبرامج اكتشاف المواهب، وهذه النسبة تعتبر مقبولة إذا وضعنا في الاعتبار الكم الكبير لهذه البرامج في الوقت الحالي، فهناك من يتابع نمط معين منها بشكل دائم، وفي نفس الوقت قد يتابع نوعيات أخرى من برامج المواهب بنسب أقل، وإذا أخذنا في الاعتبار أيضاً منافسة الوسائل الإعلامية الأخرى، وطبيعة المواد والمضامين التي يقدمها التلفزيون - كوسيلة جماهيرية واسعة الانتشار - والتي

تمتاز بالتنوع والثراء الكبير، الأمر الذي قد يجعل المتابعين له تتوزع درجة متابعتهم وأوقاتهم بين هذه المضامين دون التركيز بشكل مطلق ودائم على مضمون معين؛ لذا فبالنظر للاعتبارات السابقة يمكن تفسير نتائج الجدول السابق على أنها متماشية مع معطيات الواقع الإعلامي الحالي بهذه القنوات الفضائية.



## نمط مشاهدة برامج اكتشاف المواهب

تبين من واقع الدراسة الميدانية والمسح العملي أنّ من يتابعون برامج اكتشاف المواهب مع (بعض أفراد العائلة) جاؤوا في الترتيب الأول بنسبة ٤٨,٧٪، بينما من يتابعونها (بمفردهم) بلغت نسبتهم ١٩,٨٪ في الترتيب الثاني، وفي الترتيب الأخير من يتابعون هذه البرامج بصحبة (أصدقائهم) بنسبة ١٢٪.

وتشير النتائج السابقة إلى أن أغلبية أفراد العينة يتابعون هذه البرامج بصحبة بعض أفراد العائلة، ويمكن تفسير هذا الأمر في ضوء كون برامج اكتشاف المواهب هي برامج موجهة في الأساس إلى مختلف طبقات المجتمع وإلى فئات الجمهور على اختلاف أنواعهم وأنماطهم، الأمر الذي قد يجعلها تدخل في دائرة اهتمام الكبير والصغير، ولعل هذا هو ما جعل نسبة ٤٨,٧٪ من أفراد العينة يتابعون هذه البرامج بصحبة بعض أفراد عائلتهم، كذلك كون هذه البرامج تدخل إطار البرامج الترفيهية ذات الطابع الاجتماعي التي تشاهدها الأسرة مجتمعاً دون خوف من المضمون المعروض، أضف إلى ذلك طبيعة التلفزيون كوسيلة إعلامية تشيع جواً من الألفة والتلاحم، فهي توجه خطابها لمختلف الفئات، عكس وسائل أخرى تحد من هذه الأمور، وتفرض الكثير من أشكال الخصوصية والشخصنة في المحتوى الإعلامي، كما هو الحال في أشكال ووسائل الإعلام الجديد والإلكتروني.



## نوعية برامج اكتشاف المواهب التي تتم مشاهدتها

تبين من واقع الدراسة الميدانية أنَّ أكثر برامج اكتشاف المواهب متابعه من قِبَل عينة الدراسة هي البرامج المعنية باكتشاف المواهب (الغنائية) بنسبة ٩٠,٨٪ من إجمالي إجابات المبحوثين على هذا البديل، وفي الترتيب الثاني حلَّت برامج اكتشاف المواهب (الحركية) بنسبة ٥٣,٢٪، فيما حلَّت البرامج الخاصة باكتشاف المواهب (الثقافية) في الترتيب الأخير بنسبة ٢٦,٣٪.

وفي ضوء النتائج السابقة يتبين حصول برامج اكتشاف المواهب الغنائية على الترتيب الأول بين برامج اكتشاف المواهب التي يحرص المبحوثون على متابعتها، وهذه النتيجة تبدو متوافقة والتقارير التي تشير إلى تصدر برامج المواهب الغنائية قائمة برامج المواهب في الوطن العربي، فهذه البرامج تحديداً تمتاز بإمكانيات ضخمة وميزانيات كبيرة تسمح لها باستقطاب مشاهير ونجوم من مختلف أنحاء العالم للمشاركة في حلقات البرامج؛ مما يساهم في جذب أكبر عدد من المشاهدين لها، هذا إلى جانب الدعاية الكبيرة التي تقوم بها هذه البرامج لتشجيع المتسابقين من مختلف أنحاء الوطن العربي، للمشاركة في البرنامج والتعبير عن أنفسهم، فضلاً عن كثرة برامج اكتشاف المواهب الغنائية وتعددتها، ولعل هذا ما يفسر تصدر هذه النوعية من برامج المواهب ترتيب البرامج التي يحرص المبحوثون على متابعتها في المقام الأول، بينما جاءت برامج اكتشاف المواهب الثقافية في الترتيب الأخير نظراً لعدم الاهتمام بها من قِبَل القائمين عليها وعدم تقديمها في شكل يجذب الجمهور؛ وذلك قد يرجع لعدم توافر الإمكانيات، كما أن أغلب هذه البرامج يأخذ شكل المسابقات أكثر منه اكتشاف للمواهب.

وبالنظر إلى بقية أنواع برامج اكتشاف المواهب التي أبدى المبحوثون اختيارهم لها سنجد أن جميع أنواع برامج اكتشاف المواهب حظيت بنسب متفاوتة من الاختيارات؛ الأمر الذي يعكس أهمية هذه البرامج في الوقت الحالي لدى الشباب وكيف أنهم يولونها

من أوقاتهم، فنجد برامج اكتشاف المواهب الحركية التي تبدو في ظاهرها أكثر توجهًا للذكور حظيت بنسب بلغت ٥٣,٢٪، وكذلك برامج اكتشاف المواهب المتعلقة بالطهي والتي حظيت بنسبة ٤٨٪، وهي برامج في ظاهرها قد تدخل في دائرة اهتمام الإناث أكثر من الذكور، إلا أن هذا التنوع في مضامين هذه البرامج جعلها غير مقصورة على فئة بعينها، خاصةً مع ما توفره هذه البرامج من دعاية وعوامل جذب تجعل الكثير من المشاركين فيها من الذكور والإناث على حدٍ سواء.





والواقع أن تصدُر برنامج (ذي فويس كيدز) تحديداً قائمة اهتمامات المبحوثين يشير إلى أن برامج اكتشاف المواهب الغنائية اتسعت قاعدتها لتشمل مختلف المواهب على اختلاف أعمارها، حتى وصلنا لوجود برنامج معنى باكتشاف المواهب الغنائية لدى الأطفال، وليس هذا فحسب، فعلى الرغم من أن البرنامج معني بالأطفال في الأساس إلا أن هذا لم يمنع البرنامج أن يكون الأعلى متابعةً من قِبَل عينة الدراسة والذين هم من الشباب الجامعي، ولعل طبيعة مرحلة الأطفال بما تحمله من مثالية وبراءة ونقاء في طبيعة الموهبة بلا تكلف أو تصنع أو تأثر بمغريات الحياة هو ما جعل هذه النوعية من البرامج تحظى بدرجة المتابعة الأكبر من قبل المبحوثين.

وهو ما جاء متوافقاً وكثير من تقارير المشاهدة التي أكدت على أن هذين البرنامجين هما الأعلى متابعةً في الفضائيات العربية بين برامج المواهب المذاعة خلال عام ٢٠١٧ و٢٠١٨، ووفقاً أيضاً لحجم مشاهدات حلقات كلا البرنامجين على موقع «يوتيوب You Tube».



## أسباب متابعة برامج اكتشاف المواهب

تراوحت النسب المئوية لأسباب متابعة برامج اكتشاف المواهب في الفضائيات العربية ما بين (٩٠,٢٪: ٥٧,٥٪)، حيث جاءت عبارة (كنوع من التسلية والترفية) في الترتيب الأول كأهم الدوافع الطقوسية لمتابعة تلك البرامج، بينما حلت عبارة (أتابعها أسوة بأصدقائي) في الترتيب الأخير.

وفي ضوء النتائج السابقة يتبين أن التسلية والترفيه كان الدافع الأهم وراء متابعة الشباب الجامعي لبرامج اكتشاف المواهب من بين الدوافع الطقوسية للمشاهدة، ثم تفضية وقت الفراغ، ثم الاسترخاء والهروب من ضغط الدراسة ومشاكل الحياة، وبالنظر إلى هذه الأسباب سنجد أن قطاع كبير من الشباب الجامعي ينظر إلى تلك النوعية من البرامج على أنها برامج ترفيهية بالأساس يمكن أن يقضي أمامه وقت ويفرغ بها طاقته، وقد يرجع ذلك لاعتقاد البعض أن المشاركة في هذه البرامج والتفاعل معها ليس بالأمر اليسير، لذلك يكتفون بمتابعتها بغرض التسلية.

أما فيما يخص الدوافع النفعية فتصدرت عبارة (لاكتساب معلومات جديدة عن المتسابقين ودولهم) ترتيب الدوافع النفعية لمشاهدة هذه البرامج، أعقبها عبارة (التعرف على جوانب شخصيات القائمين على البرنامج والمشاركين به)، وهذه النتائج تؤكد على ما ذكرته نظرية الغرس بأن الدوافع النفعية دوافع قصدية يحددها أصحابها لتحقيق أغراض معينة من خلال استهلاكهم لمحتوى وسائل الإعلام؛ ولذلك فإن الأفراد الذين يتابعون هذه البرامج لأغراض نفعية مثل اكتساب المعلومات أو التعرف على الشخصيات المشاركة في هذه البرامج، ربما يكونون على درجة معرفة ودراية أكثر بهذه البرامج بحكم بحثه عن اكتساب المعلومات من خلالها وليس لمجرد تفضية وقت الفراغ والتسلية فحسب، بل ربما يدفعهم اهتمامهم بهذه البرامج للتفكير في التفاعل معها أو المشاركة فيها.

## درجة تفضيل برامج اكتشاف المواهب لدى الشباب

أشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن ٤١,٧٪ (يفضلون مشاهدة هذه البرامج عن أي مادة أخرى في التلفزيون) وفي الترتيب الأول، بينما في الترتيب الثاني أفراد العينة الذين (يمكن أن يشاهدوا أكثر من برنامج في اليوم الواحد) بنسبة ٤٠,٨٪، بينما كان الترتيب الأخير لأولئك الذين (يرتبون مواعيدهم بحيث لا تفوتهم أية حلقة من حلقات البرامج التي يتابعونها).

وبالنظر إلى هذه النتائج نجد أن النسبة الأكبر من الشباب يفضلون مشاهدة برامج اكتشاف المواهب عن أي مادة أخرى في التلفزيون؛ وذلك يرجع لقدرتها على جذب الشباب، وكذلك لأن الطابع الترفيهي يغلب عليها، وهذا يتوافق مع نتائج الجدول السابق؛ حيث كان السبب الأول لمتابعة هذه البرامج هو التسلية والترفيه، وكذلك بسبب حداثة هذه البرامج وطبيعة مرحلة الشباب في حبه للإطلاع على كل ما هو جديد وعصري، وجاءت عبارة (يرتبون مواعيدهم بحيث لا تفوتهم أية حلقة من حلقات البرامج التي يتابعونها) في المرتبة الأخيرة؛ نظرًا لسهولة مشاهدة الحلقة مرة أخرى على الانترنت في الوقت الملائم لهم.



## درجة تفاعل الشباب مع برامج اكتشاف المواهب

تراوحت النسب المئوية لأنماط التفاعل مع برامج اكتشاف المواهب ما بين (٧١,٤٪:٤٨,٧٪)، حيث جاءت عبارة (أتحدث مع الأصدقاء عن البرامج التي أشاهدها) في الترتيب الأول، بينما حلت عبارة (أسعى للمشاركة بنفسي في تلك البرامج للتعبير عن مواهبي) في الترتيب الأخير.

وبالنظر إلى نتائج الجدول السابق سنجد أن جميع أشكال وأنماط التفاعل حظيت بنسب اختيار من قبل المبحوثين الأمر الذي يعكس أهمية هذه البرامج لدى متابعيها، ويعكس أيضًا أبرز ردود الأفعال عند متابعة حلقات هذه البرامج، حيث أجمع أغلب المبحوثين أنهم يقومون بالتحدث والنقاش مع أصدقائهم حول ما يشاهدونه في هذه البرامج؛ الأمر الذي يعني أنهم يجدون في مضمون هذه البرامج مادة خصبة للحوار والنقاش بشأنها، بل لا يكتفون بهذا فحسب بل يحرصون على مشاهدة الحلقات على الإنترنت ويتفاعلون مع هذه البرامج عبر الإعجاب والتعليق والمشاركة على صفحات تلك البرامج على مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى هذا فإننا نرى أن أنماط التفاعل مع هذه البرامج متعددة ومتنوعة، تبدأ من مجرد مشاهدة الحلقات وحتى المضي قدمًا للمشاركة فيها، ويحكم هذا إلى حد كبير درجة الاقتناع بفكر هذه البرامج والإمكانات الشخصية والمادية للمتابعين والتي قد تدفعهم لاختيار نمط التفاعل المناسب لهم كل حسب قدراته.



## رؤية الشباب للجان التحكيم الموجودة ببرامج اكتشاف المواهب

أوضحت الدراسة الميدانية أنّ رؤية أفراد العينة للجان التحكيم الموجودة في برامج اكتشاف المواهب على أنها (تتكون من نجوم ومشاهير لديهم القدرة على اكتشاف المواهب وتقييمها بشكل موضوعي) في الترتيب الأول بنسبة ٣٢,٢٪، بينما في الترتيب الثاني أفراد العينة الذين يرونها (متخصصة ولديها القدرة على اكتشاف المواهب وتقييمها بشكل موضوعي) بنسبة ٢٨,٥٪، في حين كان الترتيب الأخير لأولئك الذين يرونها (تتكون من أشخاص ليس لديهم القدرة على اكتشاف المواهب وليسوا أهلاً للتقييم).

وفي ضوء النتائج السابقة يتضح أن المبحوثين يرون في لجان التحكيم الموجودة في برامج المواهب أنها تتكون من نجوم ومشاهير لديهم القدرة على اكتشاف المواهب وتقييمها بشكل موضوعي، والواقع أن هذه النتيجة تعكس توجهات إيجابية حيال هذه البرامج والمشاركين فيها من قبل المبحوثين، فبالنظر لطبيعة البرامج المعنية باكتشاف المواهب سنجد أن الكثير منها يسعى إلى اختيار شخصيات المحكمين الذين تتوافر فيهم معايير الشهرة والنجومية من باب جذب اهتمام الجمهور والمعلنين أيضاً، كما أن هناك الكثير من تلك البرامج تفرض طبيعتها اختيار لجان متخصصة بالفعل وليسوا فقط من المشاهير.



## أفضل لجان التحكيم في برامج اكتشاف المواهب

بينت نتائج الدراسة الميدانية أن أفضل لجان التحكيم وأكثرها تخصصًا تلك الموجودة في برامج اكتشاف المواهب (الغنائية) بنسبة ٦٥,٥٪، ثم الموجودة في برامج (الطهي) بنسبة ٣٥,٥٪، وأخيرًا برامج اكتشاف المواهب المعنية (بالأزياء).

حيث أتفق أغلب المبحوثين على أن أفضل اللجان وأكثرها تخصصًا هي الموجودة في البرامج الغنائية، وتتوافق هذه النتيجة مع تقييم المبحوثين للجان على أنها متخصصة وتتكون من مشهورين لديهم القدرة على التقييم بشكل موضوعي، كما أنها تتماشى واختيارات المبحوثين لبرامج اكتشاف المواهب الغنائية، فغالبية أفراد العينة يتابعون برامج اكتشاف المواهب الغنائية في المقام الأول؛ مما يعني أن المبحوثين اختاروا أفضل اللجان تخصصًا من واقع اختيارهم لأكثر البرامج التي قاموا بمتابعتها.

وبالنظر إلى برامج الطهي التي حلت في الترتيب الثاني كأكثر البرامج التي يوجد بها لجان متخصصة، فإن هذه النتيجة تبدو منطقية للغاية، فبرامج الطهي بالتحديد نظرًا لطبيعتها تحتاج إلى متخصصين في مجال الطعام والغذاء وهو ما توفره هذه البرامج، فق يفرض مضمون برنامج اكتشاف المواهب اختيار لجنة متخصصة بالفعل، وهو الأمر الذي يدركه أفراد العينة لذلك ظهر في اختياراتهم.



## الصورة الذهنية لبرامج اكتشاف المواهب

### مقياس الصورة الذهنية لبرامج اكتشاف المواهب

الأبعاد	العبارات	العينة الكلية					
		الترتيب	النسبة المئوية	الوزن النسبي	التكرار		
					معارض	محايد	موافق
الصورة العامة لبرامج اكتشاف المواهب.	١- تقدم برامج اكتشاف المواهب نموذجًا إيجابيًا عن المواهب في الوطن العربي.	١	٪٨٧,٨	١٠٥٤	٢٥	٩٦	٢٧٩
	٢- تسعى هذه البرامج بصدق لمساعدة المواهب الشابة وتوفير لها فرصة للظهور والنجاح.	٥	٪٨٤,٥	١٠١٤	٢٦	١٣٤	٢٤٠
	٣- تسعى هذه البرامج لتحقيق الربح المادي فقط مستغلة في ذلك فكرة الكشف عن المواهب.	٢٣	٪٥٨,٥	٧٠٣	٦٩	١٦٥	١٦٦
	٤- تعبر هذه النوعية من البرامج عن واقع العالم العربي وتقدم صورة متوازنة عن المواطن العربي.	١٣	٪٧١,٥	٨٥٨	٨٣	١٧٦	١٤١
	٥- تقدم هذه النوعية من البرامج صورة مغلوطة عن العالم العربي.	١٤	٪٧١,٢	٨٥٥	١٥٠	١٥٥	٩٥
	٦- تركز هذه البرامج على الإبهار والدعاية التلفزيونية وجلب المشاهير أكثر من اهتمامها باكتشاف المواهب.	١٦	٪٦٧,٨	٨١٤	١٣٤	١٤٦	١٢٠
	٧- يتناسب مضمونها الترفيهي مع طبيعة المجتمعات العصرية.	٩	٪٧٥	٩٠٠	٦٥	١٧٠	١٦٥
	٨- استمرار وجود هذه البرامج يعتبر أمرًا ضروريًا.	١٨	٪٦٧,٧	٨١٣	١٠٣	١٨١	١١٦
	٩- تلهي مشاهدة هذه البرامج الشباب العربي عن قضايا الوطن المهمة.	٢٥	٪٥٥,٦	٦٦٧	٦٦	١٣٥	١٩٩
	١٠- وجود مثل هذه البرامج ساهم في نشر عادات وثقافات سلبية دخيلة على المجتمع العربي.	٢٢	٪٥٨,٧	٧٠٤	١٠٠	١٣٤	١٣٦
القيم التي تعكسها							

الترتيب	العينة الكلية					العبارات	الأبعاد
	النسبة المئوية	الوزن النسبي	التكرار				
			معارض	محايد	موافق		
١٩	٪٦٥,٢	٧٨٣	١٢٠	١٧٧	١٠٣	١١- تراعي هذه البرامج متطلبات واحتياجات المجتمع العربي وتتمسك بالذوق العام وبالتقاليد العربية السليمة.	البرامج
٢٠	٪٦٤,٧	٧٧٧	١١٤	١٤٩	١٣٧	١٢- تغير النظرة التقليدية في العلاقة بين الجنسين بشكل يشجع على الانحراف.	
١٧	٪٦٦,٨	٨٠٢	١٢٩	١٤٤	١٢٧	١٣- تشجع الشباب على متابعة شخصيات سيئة يعتبرونها قدوة في بعض الأحيان.	
١٠	٪٧٤	٨٨٨	٨٦	١٤٠	١٧٤	١٤- تسعى هذه البرامج بإيجابية لإيجاد حلول لأزمة ندرة المواهب في الوطن العربي.	
١٢	٪٧٢,٩	٨٧٥	٧٦	١٧٣	١٥١	١٥- تتعامل لجان التحكيم التي تكون في هذه البرامج بموضوعية وعدالة مع جميع المتسابقين.	صورة المواهب ولجان التحكيم
٨	٪٧٧,٦	٩٣١	٥٧	١٥٥	١٨٨	١٦- تراعي لجان التحكيم مشاعر المتسابقين عند تقييمهم، وتحرص على تقديم النصح لهم.	
٢١	٪٦٤,٤	٧٧٣	٢٠٨	٥٧	٣٥	١٧- الكثير من المشاركين في لجان التحكيم في تلك البرامج يهتمون بالشهرة والتفاعل مع الجمهور وولفت انتباهه أكثر من أي شيء آخر.	
١٥	٪٦٩,٧	٨٣٧	١٢٧	١٨٣	٩٠	١٨- بعض المواهب التي تشارك في هذه البرامج دون المستوى.	
٦	٪٨٠,٤	٩٦٥	٤٩	١٣٧	٢١٤	١٩- ساعد ظهور مثل هذه البرامج في تحقيق طفرة في مستوى المواهب المختلفة في المنطقة العربية.	
٣	٪٨٥,٧	١٠٢٨	٣٥	١٠٢	٢٦٣	٢٠- ظهور هذه البرامج شجع الكثير من الموهوبين المتميزين في الوطن العربي للتعبير عن أنفسهم.	
٧	٪٧٧,٩	٩٣٥	٥٧	١٥١	١٩٢	٢١- تمكنت من معرفة بعض القنوات بشكل أكثر من خلال متابعة هذه البرامج.	
٢٦	٪٥٠,٩	٦١١	٣٩	١٣٣	٢٢٨	٢٢- تستغل القنوات الفضائية هذه النوعية من البرامج في جذب اهتمام الجمهور وتحقيق الانتشار الإعلامي فقط.	

الترتيب	العينة الكلية			العبارات			الأبعاد
	النسبة المئوية	الوزن النسبي	التكرار				
			معارض	محايد	موافق		
١١	٧٣,٧٪	٨٨٤	٧١	١٧٤	١٥٥	٢٣- ثققتك في قناة بعينها تقوم بإذاعة برامج اكتشاف المواهب سبب كافي لمتابعة هذه النوعية من البرامج.	هذه البرامج
٤	٨٤,٦٪	١٠١٥	٣٧	١١١	٢٥٢	٢٤- جزء كبير من نجاح هذه البرامج يرجع لاستخدام عناصر الإبهار كالإضاءة والتصوير.	
٢	٨٦,٤٪	١٠٣٧	٣٥	٩٣	٢٧٢	٢٥- المؤثرات الصوتية المستخدمة في هذه البرامج تضي نوع من الحيوية والحماس لهذه البرامج.	
٢٤	٥٧,٢٪	٦٨٦	٨٤	١١٨	١٩٨	٢٦- الأزياء والديكورات الموجودة في هذه البرامج تشغل المشاهد عن الهدف الأساسي لهذه البرامج.	
	٧١,٢٪	٢٢٢٠٩	الدرجة الكلية				

يتضح من الجدول السابق: أن النسب المئوية لمقياس الصورة الذهنية لبرامج اكتشاف المواهب تراوحت ما بين (٨,٨٧: ٩,٥٠٪)، حيث جاءت عبارة (تقدم برامج اكتشاف المواهب نموذجًا إيجابيًا عن المواهب في الوطن العربي) في الترتيب الأول كأكثر عبارات المقياس الإيجابية التي حظيت بموافقة الباحثين على مضمونها، بينما حلت عبارة (تستغل القنوات الفضائية هذه النوعية من البرامج في جذب اهتمام الجمهور وتحقيق الانتشار الإعلامي فقط) في الترتيب الأخير كأقل عبارات المقياس السلبية من حيث الترتيب وأكثر العبارات السلبية التي وافق الباحثون على مضمونها. وفي ضوء بيانات الجدول السابق بشأن مقياس الصورة الذهنية لبرامج اكتشاف المواهب يمكن الوقوف على بعض الملاحظات منها:

أولاً. أن الدرجة الكلية لمقياس الصورة الذهنية لبرامج اكتشاف المواهب كانت (٧١,٢٪)، أي أن متوسط درجات أفراد العينة على مقياس الصورة الذهنية لبرامج اكتشاف المواهب شكّلت في مجملها نسبة (٧١,٢٪)، وهي تُشير إلى صورة ذهنية إيجابية عن هذه البرامج لدى عموم أفراد العينة في ضوء متابعتهم لها؛ حيث تزيد هذه النسبة عن نسبة المتوسط الفرضي والبالغ (٦٦٪).

ثانيًا. أن العبارة التي حظيت بأعلى درجة من الموافقة على مضمونها من قبل المبحوثين كانت عبارة (تقدم برامج اكتشاف المواهب نموذجًا إيجابيًا عن المواهب في الوطن العربي)، وهي عبارة إيجابية وافق على مضمونها نحو ٨٧,٨٪ من المبحوثين، الأمر الذي يؤكد على أن الصورة الذهنية المأخوذة عن هذه البرامج في مجملها إيجابية حتى الآن، حتى وإن كانت للمشاهدين بعض الملاحظات حول هذه البرامج وأهدافها إلا أنهم مازالوا يرون أن لها توجهات إيجابية ومساهمات بناءة في مجال الكشف عن المواهب في الوطن العربي.

وتركزت معظم ملاحظات أفراد العينة حول هذه البرامج - ممثلة في إجاباتهم على العبارات السلبية - في فكرة استغلال القنوات الفضائية هذه النوعية من البرامج في جذب اهتمام الجمهور وتحقيق الانتشار الإعلامي فقط، الأمر الذي يشير إلى أن جزءًا من الجوانب السلبية لهذه البرامج تتمثل في القناة أو المؤسسة الإعلامية التي تحتكر حقوق بث هذه البرامج، دون النظر بسلبية لفكرة البرامج نفسها، ولكن لا يمكن أن نغفل أن هناك قطاع من المبحوثين مازالوا يرون في هذه البرامج وسيلة إلهاء للشباب العربي عن قضاياها الهامة والمصيرية، وأنها قد تساهم في نشر عادات دخيلة على الوطن العربي، ولكن في المجمل كانت إجابات المبحوثين تشير إلى تفوق العبارات الإيجابية من حيث الموافقة على العبارات السلبية، الأمر الذي أدى إلى خروج المقياس في مجمله بتوجه إيجابي نحو هذه البرامج.



## اتجاه الشباب نحو برامج اكتشاف المواهب

بينت نتائج الدراسة الميدانية أن متوسط درجات أفراد العينة على مقياس الاتجاه نحو برامج اكتشاف المواهب شكّلت في مجملها نسبة (٦٨٪)، وهي تُشير إلى اتجاه إيجابي لدى عموم أفراد العينة نحو هذه البرامج؛ حيث تزيد هذه النسبة عن نسبة المتوسط الفرضي والبالغ (٦٦٪).

وبالرجوع لنتائج الجدول السابق سنجد أن العبارات التي حصلت على أعلى النسب كانت أغلبها عبارات إيجابية، فالعبارات الثلاثة الأولى في المقياس (متابعة هذه البرامج تساهم في التعريف بالكثير من المواهب الموجودة في الوطن العربي، بعد متابعتي لهذه البرامج أصبحت أشعر أن المجتمع العربي ملئ بالمواهب التي تحتاج فرصة للظهور وإثبات الذات، أتحمس لبعض المتسابقين الذين أشاهدهم عبر هذه البرامج لهم وأتمنى فوزهم) تؤكد جميعها على أن توجهات المبحوثين حيال هذه البرامج إيجابية ورؤيتهم لها على أنها برامج تحمل من الإيجابيات أكثر من السلبيات هي الرؤية الغالبة.

كما أن أغلب العبارات السلبية في المقياس كانت نسبة المعارضة لمضمونها أعلى من نسبة الموافقة مما يعني التأكيد على التوجهات الإيجابية للمبحوثين تجاه هذه البرامج، فنذكر على سبيل المثال عبارة (بمجرد رؤيتي لهذه البرامج في التلفزيون أقوم بالعدول عنها وتغيير القناة، وعبارة متابعة هذه البرامج تشعر الفرد بالعزلة والغربة في وطنه، وعبارة متابعة هذه البرامج قد تؤدي إلى التمرد على قيم المجتمع، وعبارة المشاركة في مثل هذه البرامج تعتبر مضيعة للوقت) جميعها عبارات سلبية بالأساس، إلا أن المبحوثين قد جاءت إجاباتهم على هذه العبارات بنسب معارضة أكثر من الموافقة الأمر الذي جعل هذه العبارات تحتل ترتيباً متقدماً بين العبارات السلبية الأخرى، وكل هذا يؤكد على أن أفراد العينة يعتبرون هذه البرامج برامج تساهم في إثراء المهوبة في

الوطن العربي، وأنها ليست مجرد مضيعة للوقت، ولكن لها أهداف ويمكن أن تساهم في مساعدة الموهوبين في الوطن العربي من أجل تحقيق طموحاتهم، كما أن هذه النتائج أيضاً تشير إلى نجاح هذه البرامج في الاستحواذ على جمهورها من الشباب الجامعي وكسب ثقتهم فيها.



## علاقة الصورة الذهنية لبرامج اكتشاف المواهب بالاتجاه نحوها

وفقًا لنتائج الدراسة فقد ثبت وجود علاقة إرتباطية طردية دالة إحصائيًا بين الصورة الذهنية لبرامج اكتشاف المواهب في الفضائيات العربية واتجاهات الشباب الجامعي نحوها.

وهذا يعني أنه كلما كانت الصورة الذهنية المشككة عن برامج اكتشاف المواهب إيجابية كلما كان اتجاه الشباب العربي نحوها إيجابيًا أيضًا، والعكس صحيح، ويمكن تفسير نتيجة الفرض السابق في ضوء النظر إلى عدة ملاحظات، وهي:

أولاً. أن المتوسط الفعلي لدرجات أفراد العينة على كلا المقياسين - الصورة الذهنية والاتجاه نحو برامج اكتشاف المواهب - تخطى الدرجة الموسمة للمتوسط الفرضي، مما يعني أن الصورة الذهنية لتلك البرامج لدى أفراد العينة إيجابية، كما أن توجهاتهم وفقًا لمقياس الاتجاه كانت إيجابية أيضًا، وهو ما يفسر درجة الارتباط القوية في الفرض السابق، والتي جاءت عند مستوى دلالة (٠,٠١)، وقدرت بنحو (٠,٧٥).

ثانيًا. من واقع إجابات المبحوثين وخلال عملية تفرغ البيانات، كان من الواضح أن الأشخاص الذين كانت إجاباتهم على مقياس الصورة الذهنية توحى بصورة ذهنية سلبية عن البرامج، كانت إجاباتهم على مقياس الاتجاه توحى أيضًا باتجاه سلبي، والعكس في حالة التوجهات الإيجابية، إلا أن الغالبية كانت صورتهم الذهنية عن البرامج إيجابية، ومن ثم توجهاتهم إيجابية بالمثل.

ثالثًا. يمكن تفسير التوجهات الإيجابية حيال هذه البرامج لأسباب عدة منها حالة التنوع والتعددية في مضمون البرامج في الوقت الحالي عن ذي قبل، فقد نجحت هذه البرامج في الوصول إلى مختلف الفئات التي لم تكن قد وصلت لها من قبل، فأصبح

هناك تنوع في مضمون الفكرة نفسها، فلم تقتصر الفكرة على برامج اكتشاف المواهب الغنائية كما كانت البداية قبل ١٥ عامًا مع برنامج (ستار ميكرو.. سمعنا صوتك)، بل امتد الأمر ليشمل البرامج الاستعراضية والتمثيلية والرياضية والثقافية وبرامج الكشف عن المواهب في مجال الطهي والأزياء، واتسعت مساحة هذه البرامج لتغطي مختلف الاهتمامات، وتسمح للموهوبين في مختلف المجالات للتعبير عن أنفسهم، كما أن هذه البرامج لم تعد مقصورة على سن معين توجه لها خطابها، أو تقصر المشاركة فيها على مرحلة عمرية دون أخرى، بل سمحت لمختلف الفئات العمرية أن تشارك بداية من الأطفال وحتى الشباب والكبار والبالغين، رجالًا كانوا أو نساء، وبالتأكيد فإن لهذا أثر كبير في اتساع مساحة جمهورها بشكل أكبر عن ذي قبل.

رابعًا. هناك بعض من هذه البرامج قد بدأ القائمون عليها مراعاة البعد الإنساني والخيري في رسالتهم الموجهة للجمهور؛ وذلك عبر الإعلان صراحةً أن هناك تخصيص لجزء من أرباح البرنامج للأعمال الخيرية والخدمية في المجتمعات العربية، كبرنامج اكتشاف المواهب التمثيلية الخاصة بالتقليد (شكلك مش غريب)، ومثل هذه الأمور من المؤكد أنها تترك انطباعًا إيجابيًا لدى الجمهور عن هذه البرامج.

ومن هنا نرى أن هذه البرامج نجحت في التأثير على الشباب لتقبل الأفكار التي تتبناها من خلال إبراز الجوانب الإيجابية فيها، كإكتشاف المواهب ودعمها، وتقديم الفرصة لها للنجاح والظهور، وتبرير بعض الجوانب السلبية لكي يتقبلها المجتمع ويتجه نحوها.



## علاقة كثافة مشاهدة برامج اكتشاف المواهب على صورتها لدى متابعيها

وفقًا لنتائج الدراسة فقد ثبت وجود علاقة إرتباطية طردية دالة إحصائيًا بين كثافة مشاهدة الشباب الجامعي لبرامج اكتشاف المواهب والصورة الذهنية المشكّلة لديهم.

بمعنى أنه كلما زادت درجة كثافة مشاهدة الشباب الجامعي لبرامج اكتشاف المواهب كلما كان تشكيل الصورة الذهنية لديهم أكبر وباتجاه معين، أو كلما زادت درجة كثافة مشاهدة برامج اكتشاف المواهب كلما كان تشكيل الصورة حول هذه البرامج إيجابيًا أو بما يتوافق والصورة التي تريدها القناة.

وهذه النتيجة تتفق ضمناً والافتراض الرئيس لنظرية الغرس الثقافي والذي ينص على أن التعرض المكثف لوسائل الإعلام قد يساهم في تشكيل الصورة الذهنية بنمط وبشكل يتوافق وتوجهات القناة أو المؤسسة الإعلامية التي تمارس هذا الغرس.

