

دور المسلسلات التلفزيونية المصرية في تشكيل الصورة الذهنية لـ بصر لدى المراهقين العرب: دراسة ميدانية

آبه محمد صادق السيد
مدرس مساعد بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة
أ. د. محمد زين عبدالرحمن
عميد المعهد العالي للإعلام جامعة المنيا
أ. د. محمود حسن اسماعيل
اساذ بقسم الإعلام وثقافة الأطفال- كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

المخلص

المشكلة: التعرف على الصورة الذهنية لمصر والمصريين عند المراهقين العرب من خلال المسلسلات التلفزيونية المصرية.
الأهداف: قياس حجم مشاهدة المراهقين العرب للدراما المصرية، والتعرف على انطباعات المراهقين العرب عن مصر من خلال المسلسلات التلفزيونية المصرية.
النوع والمنهج: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح بالعينة.
العينة: تمثلت العينة في ٣٠٠ مفردة من المراهقين العرب (ذكور- إناثا) من سن (١٥- ١٧) سنة، وتم مراعاة تنوع العوامل الديموغرافية لهم من حيث النوع، الجنسية، المستوى التعليمي والاقتصادي، وقد تم اختيارها بطريقة عمدية من طلاب المدارس الثانوية بإمارة دبي بدولة الامارات العربية المتحدة.
أداة جمع البيانات: استمارة استبيان، حيث اعتمدت الباحثة على نمطين من صحيفة الاستبيان إحداها نسخة ورقية وزعت على جزء من العينة والأخر نسخة الكترونية عن طريق الانترنت طبقت على الجزء الآخر.
الأساليب الاحصائية: معامل التوافق، ومعامل ارتباط بيرسون، واختبار (ت) للمجموعات المستقلة، وتحليل التباين ذو البعد الواحد ANOVA.
النتائج: جاء في مقدمة أكثر مصادر معلومات الباحثين عن الحياة المصرية (من خلال مشاهدة المسلسلات التلفزيونية المصرية) بنسبة ٧١,٤%، (من خلال وسائل التواصل الاجتماعي) في المرتبة الثانية بنسبة ٤٩,١%، (من خلال زيارتي لها) في المرتبة الثالثة بنسبة ١٦,٤%، (من خلال الحديث مع زملاء مصريين) في المرتبة الرابعة بنسبة ١٥,٥%، (أخرى تذكر) بنسبة ٢,٧%، وأن ٣١,٨% من الباحثين يعتقدون بتأثير المسلسلات التلفزيونية المصرية على صورة مصر والمجتمع المصري (بصورة إيجابية)، ويعتقد ٢٠% منهم (بصورة سلبية)، ويعتقد ٧١,٤% منهم (بصورة تجمع بين الإيجاب والسلب)، وأن ١١,٨% من الباحثين يتقبلون صورة مصر التي تعرضها المسلسلات التلفزيونية المصرية (بدرجة مرتفعة)، ويتقبلها ٦٥,٥% منهم (بدرجة متوسطة)، ويتقبلها ٢٢,٧% منهم (بصورة مرفوضة)، وأشارت الدراسة ان ٣١,٨% من الباحثين يعتقدون بوجود ارتباط بين ما تقدمه المسلسلات التلفزيونية المصرية وبين الصورة الذهنية لمصر (دائما)، بينما يعتقد ٥٥,٩% منهم (إلى حد ما)، وأخيرا لا يعتقد ١٢,٣% منهم بذلك.

The Role of Egyptian TV series in shaping the mental Image of Egypt among Arab Adolescent- Field- Based Study

Problem: Identifying the mental image about Egypt and Egyptians among Arab adolescents through Egyptian TV series.

Objectives: Measuring the volume of Arab adolescents watching Egyptian drama, Knowing the impressions of Arab adolescents about Egypt through Egyptian TV series.

Type and Approach: This study is descriptive study and relied on the sample survey method.

Sample: The sample consisted of 300 Arab adolescents (male- female) aged from (15- 17) years, considering the diversity of their demographic factors in terms of gender, nationality, educational and economic level. It was deliberately chosen from high school students in Dubai, United Arab Emirates.

Tools: Questionnaire forms, Where the researcher relied on two types of forms, one as hard copy distributed to part of the sample and the other was an electronic copy.

Statistical Methods: Contingency Coefficient, Pearson Correlation Coefficient, Independent- Samples T- Test, One- dimensional analysis of variance

Results: Respondents' selected most sources of information about Egyptian life (by watching Egyptian TV series) with 71.4%, (through social media) secondly with 49.1%, (through my visit to it) thirdly with 16.4%, (Through talking with Egyptian colleagues) fourthly by 15.5%, (others mention) by 2.7%, 2. 31.8% of respondents believed the effect of the Egyptian TV series on the image of Egypt and Egyptian society (as Positively), 20% believed (negatively), and 71.4% believed (positively and negatively), 11.8% of the respondents accept the image of Egypt presented by Egyptian TV series (as high degree), 65.5% as (medium degree), and 22.7% of them (rejected), and The study indicated that 31.8% of the respondents believe that there is a link between what Egyptian TV series presents and the mental image of Egypt (always), while 55.9% of them believe (to some extent), and finally 12.3% of them do not believe that.

الاثارة والعنف وتحقيق الأرباح دورا هاما في إنتاج هذه المواد وهو ما رصده رجاء النقاش في دراسته.

عن مظاهر أزمة الفكر في السينما المصرية، حيث رأى أن النشأة التجارية للسينما المصرية قد فرضت على الفيلم المصري أن يتجه منذ البداية إلى أن يكون هدفه هو الترفيه،^(٦) وتزداد تأثير الصور المتكونة عن طريق التلفزيون في الأعمال الدرامية بصفة خاصة وذلك لأن المشاهد عند تعرضه لها يكون أكثر استرخاء ويكاد يتجرد من أدواته النقدية على خلاف الحال بالنسبة للأخبار والمواد الإخبارية ومن ثم يوافق على أن يتم اختراقه وغزوه بهذا السيل من المعلومات والآراء والانطباعات والصور التي تقدمها الدراما بشكل مستمر وكلما زاد تعرض الأفراد لنفس المضمون ولذات الرسالة بشكل متكرر كلما أصبحت تصوراتهم الذهنية متشابهة بدرجة كبيرة،^(٧) فأصبح التلفزيون يمثل معبرا يصل بين الانفعالات الداخلية للدراما التمثيلية وبين العلاقات المباشرة والواقعية حيث أصبح السر بالنسبة له أداة اقتصادية فضلا على أنها تحظى بالموافقة الشديدة من جانب المشاهدين،^(٨) وتأتي المسلسلات والأفلام التي يبثها التلفزيون في مقدمة الأنماط التلفزيونية من حيث قدرتها على تكوين وبناء الصورة الذهنية لدى المشاهدين بالإضافة إلى قدرات التلفزيون كوسيلة إعلامية على حشد كافة عناصر التشويق والإثارة والمؤثرات التي تتعاون جميعا لصنع الصورة الذهنية وصياغتها عند الأفراد والجماعات والشعوب.^(٩)

الدراسات السابقة:

١. دراسة فلورا إكرام متى (٢٠٠٩) بعنوان الصورة الذهنية لمصر كما تعكسها وسائل الاعلام المصرية الناطقة بالفرنسية لدى الأجانب المقيمين في مصر، وهدفت إلى التعرف على طبيعة الصورة الإعلامية التي تقدمها الوسائل الإعلامية المصرية الناطقة بالفرنسية والموجهة للأجانب المقيمين داخل وخارج مصر بالإضافة إلى التعرف على الصورة الذهنية المتكونة لدى الأجانب الفرنكوفونيين المقيمين بمصر، وتمثلت أدوات الدراسة في استمارة استقصاء تم تطبيقها على عينة من الأجانب المقيمين في مصر إقامة دائمة قوامها ١٥١ مفردة كما استخدمت استمارة تحليل مضمون وتم تطبيقها على عينة مكونة من ٦٥٧ موضوعا صحفيا من نشرات واخبار وبرامج قناة النيل الدولية وجريدة الاهرام ابدو، وكانت أهم نتائج الدراسة ان النسبة الغالبية للمبجوثين يعتمدون على قناة النيل الدولية للحصول على معلومات عن مصر بدرجة متوسطة بنسبة ٤٧% بينما وصلت نسبة اعتماد المبجوثين على جريدة الاهرام ابدو كمصدر للمعلومات عن مصر ٤٥%، واتفاق الصورة الإعلامية مع الصورة الذهنية في المجالات الاتية: نشاط الوزراء، نشاط السياحة، زيادة المشكلات الاقتصادية، ركود الحياة الفنية، بينما اختلفت في عدة مجالات: اهمال السياحة في مصر، الدفاع عن القضايا الاجتماعية وقوة دور مصر في عملية السلام.^(١٠)
٢. دراسة هايدى وجيه عبدالعاطى (٢٠١٣) بعنوان العلاقة بين تعرض الاطفال المصريين المغتربين للقناة الفضائية المصرية وتكوين صور ذهنية عن مصر، وهدفت تلك الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين تعرض الأطفال المصريين المغتربين للقناة الفضائية المصرية وتكوين صور ذهنية عن مصر وتتنمى تلك الدراسة إلى الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح بالعينة لمسح آراء عينة من الأطفال المصريين من سن (٩- ١١) سنة، (١٢- ١٥) سنة قوامها ١٠٠ مفردة في عدة دول وكانت نتائج الدراسة أن ٤٤% من عينة الدراسة يتحدث مع اصدقائهم بشكل إيجابي عن مصر والمصريين في حين يتحدث ٣١% منهم معهم بشكل سلبي مقابل ٢٥% منهم لم يتحدثوا مع الاصدقاء عن مصر والمصريين، ويرى ٦٣% من العينة ان مشاهدة القنوات الفضائية المصرية هي الأفضل في تقديم صورة عن مصر من في حين يرى ٣٧% منهم أن المركز الثقافي المصري هو الأفضل.^(١١)
٣. دراسة داليا عثمان إبراهيم (٢٠١٥) بعنوان دور المسلسلات المصرية والتركية في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو الزواج، وهدفت تلك الدراسة إلى

تعتبر الدراما (بمختلف أنواعها) على رأس الفنون الأكثر تأثيرا في التلفزيون على المراهقين كما جاء في الخطة الإعلامية لاتحاد الإذاعة والتلفزيون لعام ١٩٩٩-٢٠٠٠ حيث أكدت على أهمية الدراما التلفزيونية لما تحلته من مكانة كبيرة في وجدان المشاهد وان المادة الدرامية من أهم المواد ذات التأثير الإيجابي أو السلبي لدى المتلقي.^(١)

مشكلة الدراسة:

جاءت مشكلة الدراسة من خلال ملاحظة الباحثة (عن طريق دراسة استطلاعية قامت بها الباحثة) ان هناك تضارب وتناقض المعلومات لدى المراهقين العرب عن طبيعة الحياة في مصر بشكل مغاير للواقع، ويمكن بلورة مشكلة البحثية في التساؤل الرئيسي "ما دور المسلسلات التلفزيونية المصرية التي يشاهدها المراهقين العرب في تشكيل الصورة الذهنية لمصر لديهم؟".

أهمية الدراسة:

١. أهمية مجتمعية تطبيقية:
 - أ. أهمية المجتمع الذي تنصدي له الدراسة (المراهقين العرب) حيث إنه من الهام معرفة ورؤية المراهقين العرب المتعلقة بمصر وشعبها، فهم جيل المستقبل الذي ستبنى على آرائه العلاقة المستقبلية بين مصر والدول العربية.
 - ب. الوقوف على جوانب القصور في صورة مصر الذهنية التي تقدمها الدراما المصرية.
٢. أهمية نظرية:
 - أ. ندرة الدراسات المصرية (على حد علم الباحثة) التي تناولت مجتمع الدراسة (المراهقين العرب) ولأهمية هذه المرحلة العمرية حيث انها أكثر الفئات تأثرا بالدراما المصرية.
 - ب. أهمية إجراء دراسة حول الدراما المصرية ومدى تأثيرها على الشعوب المصرية لما لها من انتشار واسع بالفصائيات العربية ومعرفة دورها في تشكيل الصورة الذهنية عن مصر.

أهداف الدراسة:

١. قياس حجم مشاهدة المراهقين العرب للدراما المصرية.
٢. معرفة انطباعات المراهقين العرب عن مصر من خلال المسلسلات التلفزيونية المصرية.
٣. الصورة الذهنية: الصورة الذهنية تقوم بدور فعال وهام في سلوكياتنا وقرارتنا وحياتنا اليومية دون أن نشعر بتأثيراتها شبه المنتظمة في تسير أمور حياتنا، وأن أى عقل لا يمكن أن يحتفظ بكل ما يتعرض له (بشكل كامل) حاضر في الذاكرة بكل تفاصيله طوال الوقت وإنما يحتفظ برموز وانطباعات وصور ذهنية عن الواقع الموضوعي، ويتعامل مع الواقع من خلال الخبرات والصور الذهنية المخزنة عن الأشخاص والدول والمؤسسات والأحداث والمواقف،^(٧) ويمكن القول تبعا لذلك أن الصورة الذهنية تقوم بدور هام ومحورى في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل سلوك الأفراد وتؤثر في تصرفاتهم تجاه الجماعات والقطاعات المختلفة، فهي تعكس الواقع وتحمل المعلومات عنه إلى العقل الإنسانى الذى لا يواجه الواقع مباشرة وإنما يواجهه بشكل غير مباشر يعتمد على الوصف.^(١١)
٤. دور الدراما التلفزيونية في تشكيل الصورة الذهنية: يعمل التلفزيون على تشكيل الاتجاه السائد لثقافة المجتمع من خلال الدراما التي يقدمها والتي تهتم بنقل صور إعلامية عن الأشخاص والمجتمعات التي تتناولها، فالمشاهد في البلاد العربية الذى يشاهد الأفلام والمسلسلات المصرية تتكون لديه صورة ذهنية عن المجتمع المصرى من خلال ما تنتقله هذه الأفلام والمسلسلات من جوانب اجتماعية وثقافية عن مصر، وعلى الرغم من ذلك تجدر الإشارة هنا إلى أن الأفلام والمسلسلات الدرامية قد لا تعكس بدقة صورة المجتمع الذى تتناوله، حيث تلعب عوامل

أداة جمع البيانات:

١٢ استمارة استبيان، حيث تناولت محورين من الأسئلة، الأول: أسئلة خاصة بمدى تعرض المبحوثين للمسلسلات التلفزيونية المصرية وكان عددها ١٣ سؤال، الثاني: أسئلة خاصة بصورة مصر الذهنية لدى المبحوثين من خلال مشاهداتهم للمسلسلات التلفزيونية المصرية وكان عددها ١٠ أسئلة، كما اعتمدت الباحثة على نمطين من صحيفة الاستبيان احدهما ورقى وزع على جزء من العينة والأخر عبارة عن نسخة الكترونية عن طريق الانترنت طبقت على الجزء الأخر.

أساليب المعالجة الإحصائية:

١٢ اختبار كاي جداول الاقتران Contingency- Tables Chi Square Test لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي Nominal.

١٢ معامل التوافق Contingency Coefficient الذى يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين فى جدول أكثر من ٢ × ٢، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠,٣٠، ومتوسطة ما بين (٠,٣٠ - ٠,٧٠)، وقوية إذا زادت عن ٠,٧٠.

١٢ معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation Coefficient لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة Interval Or Ratio. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠,٣٠، ومتوسطة ما بين (٠,٣٠ - ٠,٧٠)، وقوية إذا زادت عن ٠,٧٠.

١٢ اختبار (ت) للمجموعات المستقلة Independent Samples (t) test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين فى أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة Interval Or Ratio.

١٢ اختبارى (Z) Test لدراسة معنوية الفرق بين نسبتي متويتين، وقد اعتبرت قيمة (Z) غير دالة إذا لم تصل الى ١,٩٦، واعتبرت دالة عند مستوى ثقة ٩٥% فأكثر إذا بلغت ١,٩٦ وأقل من ٢,٥٨، واعتبرت دالة عند مستوى ثقة ٩٩% فأكثر إذا بلغت ٢,٥٨ فأكثر.

١٢ تحليل التباين ذو البعد الواحد One way Analysis of Variance المعروف اختصارا باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين فى أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة Interval Or Ratio.

مناقشة نتائج الدراسة:

١٢ معدل متابعة المبحوثين للمسلسلات التلفزيونية المصرية المعروضة بالقنوات الفضائية وفقا للنوع:

جدول (١)

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	٦٧	٤٧,٢	٨٢	٥١,٩	١٤٩	٤٩,٧
أحيانا	٣٧	٢٦,١	٣٤	٢١,٥	٧١	٢٣,٧
لا	٣٨	٢٦,٨	٤٢	٢٦,٦	٨٠	٢٦,٧
الإجمالي	١٤٢	١٠٠	١٥٨	١٠٠	٣٠٠	١٠٠

قيمة كاي = ٠,٩٨٦ = درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٦١١ = الدلالة = غير دالة معامل التوافق = ٠,٥٧

يتضح من الجدول السابق أن ٤٩,٧% من المبحوثين يتابعون المسلسلات التلفزيونية المصرية المعروضة بالقنوات الفضائية (دائما)، بينما يتابعها ٢٣,٧% منهم (أحيانا)، وأخيرا لا يتابعها ٢٦,٧%، وبحساب قيمة كاي بلغت ٠,٩٨٦ عند درجة حرية = ٢، وهى قيمة غير دالة إحصائيا. ويعنى ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث) ومعدل متابعة المبحوثين للمسلسلات التلفزيونية المصرية المعروضة بالقنوات الفضائية.

١٢ مدى مناقشة المبحوثين للآخرين حول أحداث المسلسلات التلفزيونية المصرية التى يتابعونها وفقا للنوع:

التعرف على سمات العلاقات الزوجية المقدمة فى المسلسلات المصرية والتركيبة التليفزيونية والمقارنة بينهم وتحديد اتجاهات الشباب نحو الزواج، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المقارنة حيث استخدمت تلك الدراسة منهج المسح بالعينة بشقية التحليلي والميداني من خلال استمارة تحليل مضمون واستمارة استبيان، وكانت أهم نتائج الدراسة ركزت الدراما المصرية عينة الدراسة على الأزواج فى المستويات الاجتماعية والاقتصادية المرتفعة بنسبة ٥٨,٣% (٣).

٤. دراسة الشيماء عبدالسلام (٢٠١٣) بعنوان صورة البلطجي فى الأفلام المصرية بالقنوات الفضائية وعلاقتها بتبنى المراهقين بعض أنماط السلوك الاجتماعى هدفت الدراسة إلى التعرف على صورة البلطجي فى الأفلام المصرية المعروضة بالقنوات الفضائية وعلاقة تلك الصورة بتبنى المراهقين بعض أنماط السلوك الاجتماعى، وهى من الدراسات الوصفية التى اعتمدت على منهج المسح الإعلامى لعينة من طلاب المرحلة الاعدادية قوامها ٤٠٠ مفردة باستخدام استمارتى الاستبيان وتحليل المضمون، ومن نتائج الدراسة: وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيا بين كثافة مشاهدة المبحوثين للأفلام السينمائية ومستوى تبني أنماط السلوك الاجتماعى، ووجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيا بين كثافة مشاهدة المبحوثين للأفلام السينمائية التى تعرض بالقنوات الفضائية ومستوى تبني بعض أنماط السلوك الاجتماعى (١).

٥. دراسة Mike Mcttone (2010) بعنوان Does Night time Television Influence Attitudes toward Drinking تأثير مشاهدة الليلية للتلفزيون الأمريكى على تناول المراهقين للمشروبات الكحولية واعتمدت الدراسة على منهج المسح وطبقت على عينة من الدارسين فى جامعه سان جويس فى الولايات المتحدة الأمريكية، وكانت أهم نتائج الدراسة ان حلقة درامية واحدة مثيرة وشيقة تستغرق وقت لمشاهدتها تظهر رجال الشرطة مثلا وهم يشربون الكحوليات ستدفع بالمراهقين إلى تقليدهم فى الشرب وتناول الكحوليات (١٣).

مصطلحات الدراسة:

١٢ الصورة الذهنية اصطلاحيا: هى الناتج النهائى للانطباعات الذاتية التى تتكون عند الأفراد والجماعات إزاء شخص معين أو نظام أو شعبة أو جيش معين أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة أو أى شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير مباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم (٩) واجرائيا الانطباعات أو التصورات الموجودة بالفعل لدى المراهقين العرب عن صورة مصر وشعبها من خلال مشاهدة المسلسلات المصرية التى تعرض بالقنوات الفضائية ومدى توافق هذه الانطباعات عن الصورة الواقعية لمصر.

١٢ المراهقين العرب اجرائيا: مجموعة من طلاب المدارس بإمارة دبي فى دولة الامارات العربية المتحدة من (١٥ - ١٧) سنة المنتمين إلى دول عربية مختلفة (سوريا- لبنان- العراق- اليمن- السودان).

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وتعتمد على منهج المسح بالعينة.

مجتمع وعينة الدراسة:

يمثل مجتمع الدراسة فى جميع المراهقين العرب الذين يتراوح عمرهم من بين (١٥ - ١٧) عام.

عينة الدراسة:

تمثلت عينة الدراسة فى ٣٠٠ مفردة من الطلاب العرب من سن (١٥ - ١٧) سنة (١٥٠ اناث و ١٥٠ ذكور)، وتم مراعاة تنوع العوامل الديموغرافية لهم من حيث النوع، الجنسية، المستوى التعليمى والاقتصادى، وقد اختارها بطريقة عمدية من طلاب المدارس الثانوية بإمارة دبي بدولة الامارات العربية المتحدة.

جدول (٥)

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الإيجاب	٦	٥,٨	١٣	١١,٢	١٩	٨,٦
السلب	٢٢	٢١,٢	٢٢	١٩	٤٤	٢٠
تجمع بين الإيجاب والسلب	٧٦	٧٣,١	٨١	٦٩,٨	١٥٧	٧١,٤
الإجمالي	١٠٤	١٠٠	١١٦	١٠٠	٢٢٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٢,٠٩٠ = درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٣٥٢ الدلالة = غير دالة.

يتضح من الجدول السابق أن ٣١,٨% من المبحوثين يعتقدون بتأثير المسلسلات التلفزيونية المصرية على صورة مصر والمجتمع المصري (بصورة إيجابية)، بينما يعتقد ٢٠% منهم (بصورة سلبية)، وأخيرا يعتقد ٧١,٤% منهم (بصورة تجمع بين الإيجاب والسلب)، وبحساب قيمة كا^٢ بلغت ٢,٠٩٠ عند درجة حرية = ٢، وهي قيمة غير دالة إحصائيا. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث) ونوع تأثير المسلسلات التلفزيونية المصرية على صورة مصر والمجتمع المصري في مخيلة المبحوثين.

٢٢ مدى تقبل المبحوثين لصورة مصر التي تعرضها المسلسلات التلفزيونية المصرية وفقا للنوع:

جدول (٦)

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
صورة مقبولة إلى درجة مرتفعة	٩	٨,٧	١٧	١٤,٧	٢٦	١١,٨
صورة مقبولة إلى درجة متوسطة	٦٨	٦٥,٤	٧٦	٦٥,٥	١٤٤	٦٥,٥
صورة مرفوضة	٢٧	٢٦	٢٣	١٩,٨	٥٠	٢٢,٧
الإجمالي	١٠٤	١٠٠	١١٦	١٠٠	٢٢٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٢,٥٧٩ = درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٢٧٥ الدلالة = غير دالة.

يتضح من الجدول السابق أن ١١,٨% من المبحوثين يتقبلون صورة مصر التي تعرضها المسلسلات التلفزيونية المصرية (بدرجة مرتفعة)، بينما يتقبلها ٦٥,٥% منهم (بدرجة متوسطة)، وأخيرا يتقبلها ٢٢,٧% منهم (بصورة مرفوضة)، وبحساب قيمة كا^٢ بلغت ٢,٥٧٩ عند درجة حرية = ٢، وهي قيمة غير دالة إحصائيا. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث) ومدى تقبل المبحوثين لصورة مصر التي تعرضها المسلسلات التلفزيونية المصرية.

النتائج العامة للدراسة:

- أشارت الدراسة إلى أن ٤٩,٧% من المبحوثين يتابعون المسلسلات التلفزيونية المصرية المعروضة بالقنوات الفضائية (دائما)، بينما يتابعها ٢٣,٧% منهم (أحيانا)، وأخيرا لا يتابعها ٢٦,٧% منهم.
- أشارت النتائج إلى أن نسبة ١٢,٣% من المبحوثين يناقشون الآخرين حول أحداث المسلسلات التلفزيونية المصرية التي يتابعونها (دائما)، بينما يناقش ٥٥,٩% منهم (أحيانا)، وأخيرا لا يناقش ٣١,٨% منهم.
- أشارت النتائج إلى أن ٤٧,٧% من المبحوثين يعتمدون على المسلسلات التلفزيونية المصرية في الحصول على معلومات عن مصر (بدرجة متوسطة)، بينما يعتمد عليها ٣٢,٧% منهم (بدرجة منخفضة)، وأخيرا لا يعتمد ١٩,٥% منهم (بدرجة مرتفعة).
- أشارت الدراسة أن ٣١,٨% من المبحوثين يعتقدون بوجود ارتباط بين ما تقدمه المسلسلات التلفزيونية المصرية وبين الصورة الذهنية لمصر (دائما)، بينما يعتقد ٥٥,٩% منهم (إلى حد ما)، وأخيرا لا يعتقد ١٢,٣% منهم بذلك.
- جاءت نسبة ٣١,٨% من المبحوثين يعتقدون بتأثير المسلسلات التلفزيونية المصرية على صورة مصر والمجتمع المصري (بصورة إيجابية)، بينما يعتقد ٢٠% منهم (بصورة سلبية)، وأخيرا يعتقد ٧١,٤% منهم (بصورة تجمع بين الإيجاب والسلب).
- أشارت النتائج إلى أن ١١,٨% من المبحوثين يتقبلون صورة مصر التي تعرضها

جدول (٢)

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	١٠	٩,٦	١٧	١٤,٧	٢٧	١٢,٣
أحيانا	٥٩	٥٦,٧	٦٤	٥٥,٢	١٢٣	٥٥,٩
لا	٣٥	٣٣,٧	٣٥	٣٠,٢	٧٠	٣١,٨
الإجمالي	١٠٤	١٠٠	١١٦	١٠٠	٢٢٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ١,٣٦٨ = درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٥٠٥ الدلالة = غير دالة معامل التوافق = ٠,٠٧٩.

يتضح من الجدول السابق أن ١٢,٣% من المبحوثين يناقشون الآخرين حول أحداث المسلسلات التلفزيونية المصرية التي يتابعونها (دائما)، بينما يناقش ٥٥,٩% منهم (أحيانا)، وأخيرا لا يناقش ٣١,٨% منهم، وبحساب قيمة كا^٢ بلغت ١,٣٦٨ عند درجة حرية = ٢، وهي قيمة غير دالة إحصائيا. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث) ومدى مناقشة المبحوثين للآخرين حول أحداث المسلسلات التلفزيونية المصرية التي يتابعونها.

٢٢ مدى اعتماد المبحوثين على المسلسلات التلفزيونية المصرية في الحصول على معلومات عن مصر وفقا للنوع:

جدول (٣)

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
بدرجة متوسطة	٥٣	٥١	٥٢	٤٤,٨	١٠٥	٤٧,٧
بدرجة منخفضة	٣٧	٣٥,٦	٣٥	٣٠,٢	٧٢	٣٢,٧
بدرجة مرتفعة	١٤	١٣,٥	٢٩	٢٥,٠	٤٣	١٩,٥
الإجمالي	١٠٤	١٠٠	١١٦	١٠٠	٢٢٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٤,٦٥٧ = درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٠٩٧ الدلالة = غير دالة.

يتضح من الجدول السابق أن ٤٧,٧% من المبحوثين يعتمدون على المسلسلات التلفزيونية المصرية في الحصول على معلومات عن مصر (بدرجة متوسطة)، بينما يعتمد عليها ٣٢,٧% منهم (بدرجة منخفضة)، وأخيرا لا يعتمد ١٩,٥% منهم (بدرجة مرتفعة)، وبحساب قيمة كا^٢ بلغت ٤,٦٥٧ عند درجة حرية = ٢، وهي قيمة غير دالة إحصائيا. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث) ومدى اعتماد المبحوثين على المسلسلات التلفزيونية المصرية في الحصول على معلومات عن مصر.

٢٢ مدى وجود ارتباط بين ما تقدمه المسلسلات التلفزيونية المصرية وبين الصورة الذهنية لمصر لدى المبحوثين وفقا للنوع:

جدول (٤)

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	٢٩	٢٧,٩	٤١	٣٥,٣	٧٠	٣١,٨
إلى حد ما	٦١	٥٨,٧	٦٢	٥٣,٤	١٢٣	٥٥,٩
لا	١٤	١٣,٥	١٣	١١,٢	٢٧	١٢,٣
الإجمالي	١٠٤	١٠٠	١١٦	١٠٠	٢٢٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ١,٤٥٢ = درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٤٨٤ الدلالة = غير دالة.

يتضح من الجدول السابق: أن ٣١,٨% من المبحوثين يعتقدون بوجود ارتباط بين ما تقدمه المسلسلات التلفزيونية المصرية وبين الصورة الذهنية لمصر (دائما)، بينما يعتقد ٥٥,٩% منهم (إلى حد ما)، وأخيرا لا يعتقد ١٢,٣% منهم بذلك، وبحساب قيمة كا^٢ بلغت ١,٤٥٢ عند درجة حرية = ٢، وهي قيمة غير دالة إحصائيا. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث) ومدى وجود ارتباط بين ما تقدمه المسلسلات التلفزيونية المصرية وبين الصورة الذهنية لمصر لدى المبحوثين.

٢٢ نوع تأثير المسلسلات التلفزيونية المصرية على صورة مصر والمجتمع المصري في مخيلة المبحوثين وفقا للنوع:

toward Drinking?" Master These, San Jose states University, Faculty of the school of Journalism and Mass Com, 2010.

المسلسلات التلفزيونية المصرية (بدرجة مرتفعة)، بينما يتقبلها ٦٥,٥% منهم (بدرجة متوسطة)، وأخيرا يتقبلها ٢٢,٧% منهم (بصورة مرفوضة).

توصيات الدراسة:

١. توصيات خاصة بالقائمين على كتابة الدراما التلفزيونية: مراعاة استخدام لغة ومصطلحات مناسبة وغير مبتذلة في المسلسلات التلفزيونية حيث انه من الأفضل تقديم الدراما المصرية لبعض من مسلسلاتها بلغة تجمع بين فصحي العصر والعامية وعرض لهجات المصريين المختلفة باختلاف مناطق سكنهم.
٢. توصيات خاصة بالقائمين على انتاج وتوزيع الدراما التلفزيونية: ان تهتم الجهات الحكومية (اتحاد الاذاعة والتلفزيون- قطاع الإنتاج) بإنتاج مسلسلات تلفزيونية تعكس الصورة الإيجابية لمصر وتساعد في خلق صورة ذهنية ايجابية لدى المشاهدين.

مقترحات الدراسة:

اجراء دراسة مقارنة بين صورة المجتمع المصرى الظاهرة فى المسلسلات المصرية القديمة وبين صورته فى المسلسلات المصرية المعاصرة.

المراجع:

١. الخطة الاعلامية العامة لاتحاد الإذاعة والتلفزيون لعام ١٩٩٩ - ٢٠٠٠، جمهورية مصر العربية، ص ١٢٩.
٢. الشيماء عبدالسلام: صورة البلطجي فى الأفلام المصرية بالقنوات الفضائية وعلاقتها بتبنى المراهقين بعض أنماط السلوك الاجتماعى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠١٣.
٣. داليا عثمان ابراهيم: دور المسلسلات المصرية والتركية فى تشكيل اتجاهات الشباب المصرى نحو الزواج، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٥.
٤. سامية محمد جابر نعمان وأحمد عثمان: الاتصال والاعلام وتكنولوجيا المعلومات. (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٣) ص ١٠٣.
٥. سكرة على حسن: صورة العلاقة بين المراهقين كما تعكسها مسلسلات التلفزيون المصرى لديهم، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، جامعة عين شمس، ٢٠٠٦، ص ١٠٢.
٦. عاطف عدلى العبد: مدخل إلى الاتصال والرأى العام: الأسس والنظريات والاسهامات العربية (القاهرة: دار الفكر العربى، الطبعة الثالثة، ١٩٩٩) ص ٢٣.
٧. عبدالعزيز تركستاني: دور أجهزة العلاقات العامة فى تكوين الصور الذهنية للمملكة العربية السعودية فى العالم، ورقة عمل مقدمة من الجمعية السعودية للإعلام والاتصال للمنتدى الاعلامى السنوى الثانى، اكتوبر ٢٠٠٤، ص ١١.
٨. عدلى سيد محمد رضا: البناء الدرامى فى الراديو والتلفزيون (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٨٨، د. ت) ص ٢٢٦.
٩. على السيد عجوة، كريمان فريد: ادارة العلاقات العامة بين الادارة والاستراتيجية وادارة الالتزام (القاهرة: عام الكتب، ٢٠٠٥) ص ١٣٩ - ١٤٠.
١٠. فلورا اكرام متى: الصورة الذهنية لمصر كما تعكسها وسائل الاعلام المصرية الناطقة بالفرنسية لدى الأجانب المقيمين فى مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم الاعلام، جامعة عين شمس، ٢٠٠٩.
١١. ميسون محمد قطب وفاتن فاروق عتريس: الصورة الذهنية للعلاقات التجارية على شبكة الانترنت بين العولمة وتحديات العصر، المؤتمر الدولى السادس للتعليم بالانترنت، جامعة حلوان: كلية الفنون التطبيقية، ٢٠٠٧، ص ٥٦.
١٢. هايدى وجيه عبدالعاطي: العلاقة بين تعرض الاطفال المصريين المغتربين للقناة الفضائية المصرية وتكوين صور ذهنية عن مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الاعلام وثقافة الاطفال، جامعة عين شمس، ٢٠١٣).

13. Mike Mcttone: "Does Night time Television influence Attitudes