

## الصورة الاعلامية للبطل الشعبي في المسلسلات التلفزيونية المصرية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الجمهور "دراسة ميدانية"

أ.م.د/ هناء السيد محمد على

أستاذ الإعلام المساعد قسم الاعلام التربوى  
كلية التربية النوعية جامعة المنوفية

أ.د. / اعتماد خلف معبد

استاذ الاعلام وثقافة الاطفال كلية الدراسات العليا للطفولة  
جامعة عين شمس

هبه صلاح الدين قطب عبد المطلب

باحثة دكتوراه بقسم الاعلام التربوى  
كلية التربية النوعية جامعة المنوفية

### ملخص البحث

استهدفت الدراسة الحالية التعرف على آراء واتجاهات الجمهور حول صورة البطل الشعبي التي تعرض في المسلسلات التلفزيونية المصرية، والتعرف على أهم السمات الايجابية والسلبية للبطل الشعبي من وجهة نظر الجمهور، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطار ذلك استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي بالعينة والمنهج المقارن، وطبقت استمارة الاستبيان على أفراد الجمهور المصرى بالمحافظات (الاسكندرية- القاهرة -سوهاج - المنوفية ) وتم تطبيق ٤٥٠ مفردة .

### وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها :

- توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين صورة البطل الشعبي فى المسلسلات التلفزيونية التي تعرض بالقنوات الفضائية ومستوى الصورة الذهنية المتكونة لدى المبحوثين نحو البطل الشعبي.
- أشارت النتائج الى أن الصورة الإعلامية التي صور بها البطل الشعبي فى المسلسلات التلفزيونية المصرية من وجهة نظر المبحوثين بصورة سلبية فى المرتبة الاولى بنسبة بلغت ٣٩,١١ % ، وبلغت نسبة من يشاهدونها بصورة ايجابية فى المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٣٣,٧٨ % ، بينما بلغت نسبة من لايعرفون نادراً من إجمالى مفردات عينة الدراسة ٢٧,١١ %.
- توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين إدراك المبحوثين لواقعية مضمون المسلسلات التلفزيونية التي يقوم بتجسيدها بطل شعبي التي تعرض بالقنوات الفضائية ومستوى الاتجاه نحو البطل الشعبي.
- أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة تأثر المبحوثين بالبطل الشعبي المقدم فى المسلسلات التلفزيونية المصرية، جاءت عبارة أشعر بتعاطف مع بطل المسلسل وأحزن أن أصابه أذى فى الترتيب الأول، وجاءت عبارة أبدى إعجابي بتصرفات البطل والشخصيات فى الترتيب الثانى.
- الكلمات المفتاحية:
- الصورة الاعلامية . - الصورة الذهنية . المسلسلات التلفزيونية- البطل الشعبي- الجمهور .

**Study extract:**

The current study aimed to identify the opinions and attitudes of the public about the image of the popular hero that is shown in the Egyptian television series, and to identify the most important positive and negative features of the popular hero from the audience's point of view. The comparative approach, and the questionnaire was applied to members of the Egyptian public in the governorates (Alexandria - Cairo - Sohag - Menoufia) and 450 items were applied.

**The study found a set of results, the most important of which are:**

- There is a positive and statistically significant correlation between the image of the popular hero in television series that are shown on satellite channels and the level of the mental image formed by the respondents towards the popular hero.
- The results indicated that the media image in which the popular hero was portrayed in the Egyptian TV series from the respondents' point of view was negative in the first place with a percentage of 39.11%, and the percentage of those who viewed it positively came in the second place with a rate of 33.78%, while the percentage of those who do not know rarely Of the total items of the study sample 27.11%.
- There is a positive and statistically significant correlation between the respondents' perception of the reality of the content of the television series that are embodied by a popular hero that is shown on satellite channels and the level of trend towards the popular hero.
- The results of the current study proved that the respondents' attitudes about the phrases that measure the degree to which the respondents are affected by the popular hero presented in the Egyptian television series, came the phrase I feel sympathy with the hero of the series and saddened that he was harmed in the first order, and the phrase I express my admiration for the actions of the hero and characters in the second order .

**key words:**

- Media image.                      - Mental image.
- Television series.                -The audience.
- The popular hero.

## مقدمة:

تعتبر وسائل الإعلام إحدى الوسائل التي تتميز بأنها تحدث أثر بالغ في أذهان الجمهور وخاصة التلفزيون، حيث تقوم هذه الوسائل الإعلامية بالعديد من الأدوار والوظائف الاتصالية والتي يأتي في مقدمتها تقديم الصورة الإعلامية للجمهور، وتأكيد أو تغيير الصورة الذهنية المقدمة من خلال التلفزيون سواء كانت تعبر عن فكرة أو موضوع أو غير ذلك.

ولوسائل الإعلام دورا بارزا في مجتمعاتنا حيث أنها تعتبر حجر الأساس في صناعة الصورة الذهنية المتمركزة في أذهان الجمهور.

ويعد التلفزيون أكثر الوسائل الإعلامية التي تحدث تغيير جذري في الجمهور وأما عن المسلسلات فهي أقوى سبل التعبير على الإطلاق وذلك بالإضافة إلى قوتها وسرعتها ووصول تأثيرها أيضا لأكبر قاعدة من الجمهور وخاصة إذا كان هذا الجمهور محدود الثقافة وتؤكد العديد من الدراسات أن القالب الدرامي بكافة اشكاله وأنواعه أقوى القوالب الفنية استهواء عند الناس.

فهو مصدرا لمعظم الرسائل والصور الذهنية التي تقوم عبر نطاق واسع عبر التاريخ، وتعتبر المسلسلات التلفزيونية الدرامية من أهم القوالب البرمجية حيث أنها تعمل على نقل الصورة ألى الجمهور سواء كانت سلبية أو إيجابية، ونتيجة لقوة تأثير هذه المسلسلات في حياة الأفراد وسلوكياتهم وتعاملاتهم اليومية كان لزاما على القائمين بالعملية الإنتاجية لهذه الأعمال بالالتزام بنقل الواقع وعدم تزييف الحقائق.

ويعد البطل بشكل عام والبطل الشعبي محل الدراسة من أهم العناصر المؤثرة غى أى عمل درامى حيث يؤثر على الجمهور تأثير بالغ الخطورة حيث تنطبع الصورة الذهنية لدى الجمهور فيكون البطل فى المسلسل هو البطل فى الواقع فيحاول الفرد تقليد الحركات، اللزمات فى الملبس والسلوك وهذا يؤكد إنطباع الصورة الذهنية من البطل الى المشاهد . ويحتمل أن يقدم المشاهد على فعل نفس السلوك الذى يشاهد فيه البطل فى ذلك الوقت وذلك فى حالة تشابه الدوافع لديهم ووجود استعداد لدية ايضا وذلك تتبع قدرة المسلسلات على التأثير وطبع صورة ذهنية عن البطل قد تظل فى عقل المشاهد أثناء تعامله فى حياته اليومية.

والبطل الشعبى هو النموذج الذى يحتذى به فهو بطل الحارة الشعبية الغير متماثل مع الفساد ويساعد الآخرين ويدافع عن الحقوق المنهوبة ويحمى الضعيف ويدافع عنه ضد قوى الشر.

لذا كان ينبغي مراعاة توخى الحذر فى إختيار نماذج الأبطال التى تقدم كقدوة حسنة والمتماثل مع عاداتنا وتقاليدنا والبعد عن النماذج السلبية فهى تنتشر فى المجتمع بسرعه البرق. ونظرا لتأثير شخصية البطل الشعبى والتى من الممكن أن تقوم بإحداث تغيير جذرى بين جموع المشاهدين وتؤدى أيضا إلى إصلاح إجتماعى وأخلاقى بين أفراد الجمهور من خلال نشر نموذج ايجابى يحتذى به.

### مشكلة الدراسة:

لاحظت الباحثة أن هناك قصورا واضحا فى طريقة عرض الدراما التلفزيونية لصورة البطل الشعبى السابق الذى كان محبوبا بالنسبة للجمهور ولكن فى الوقت الحاضر أصبح القائمين على الدراما التلفزيونية يهتمون بتقديم صورة البطل الشعبى المتماثل مع الفساد والمفسدين فأصبح القدوة بالنسبة للشباب والأطفال هو صورة البطل الذى يهاجم المجتمع بهمجية ، ولأن الصورة لها دور كبير فى تكوين آراء الناس ومواقفهم وهذه الآراء والمواقف تتشكل من الصورة الذهنية التى تلقاها من خلال الصورة الاعلامية للبطل الشعبى فى المسلسلات التلفزيونية المصرية فإن تكرار مشاهدة الجمهور لنماذج واقعية أو خيالية من وسائل الاتصال، عن أشخاص أبطال يتخذونهم قدوة ممن يشاركونهم عددا من الخصال والقيم، من شأنه أن يشكل الصورة الذهنية التى قد تؤثر فى اتجاه اقتداء هؤلاء الأفراد بهذه الأنماط من السلوك .

وكان لهذه الأسباب وغيرها دافع قوى لقيام الباحثة بالتطرق إلى مثل هذ النوع من الدراسة ومن ثم يمكننا بلورة مشكلة الدراسة فى التساؤل الرئيسى التالى :-

**ما العلاقة بين الصورة الإعلامية للبطل الشعبى فى المسلسلات التلفزيونية المصرية والصورة الذهنية لدى الجمهور ؟**

**أهمية الدراسة:** تتبع أهمية الدراسة الحالية من خلال:

١. أهمية دراسة الصورة الإعلامية للبطل الشعبى فى المسلسلات التلفزيونية المصرية حيث أصبح البطل الشعبى فى الاعمال الدرامية هو النموذج الذى يحتذى به المشاهدين من أطفال وشباب وجميع طوائف الجمهور .

٢. تتبع أهمية الدراسة من أهمية الدراما بصفة عامة والتي تتطوي على حدوث عملية التعلم من خلال ما تقدمه من أنماط ونماذج رمزية لنقل الواقع ويحظى أيضا المضمون الدرامى بإقبال كبير من المشاهدين بصفة عامة وهذا الإقبال يجعل الأثر المتوقع لهذا المضمون ينتشر بين مجموعة واسعة من فئات المجتمع مما يزيد من خطورة هذا الأثر وضرورة التعرف عليه.

٣. أهمية دراسة الصورة التي تقوم وسائل الأعلام بتقديمها للجمهور حيث من خلالها يتعامل الفرد مع واقعة المحيط به بل ويقترب منه أيضا ويتعرف عليه من خلال الصورة التي عملت وسائل الإعلام على ترسيخها في ذهنه.

٤. تركز الدراسة على دراسة الصورة الإعلامية للبطل الشعبي فى المسلسلات التلفزيونية المصرية وعلاقتها بالصورة الذهنية للفرد حيث أن الفرد يستطيع أن يبلى نفسه فلسفة ذاتية يرتضيها ويتبناها ويحتكم إليها فيما يصدر عنه من سلوك ونشاط وفى تقييمه لمسلك الآخرين فى مختلف مواقف الحياة وذلك من خلال الصورة الذهنية التى تشكلت لديه.

#### أهداف الدراسة الميدانية:

١- تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على الصورة الإعلامية للبطل الشعبي فى المسلسلات التلفزيونية المصرية وعلاقتها بالصورة الذهنية للجمهور المصرى وذلك من خلال:

٢- التعرف على ملامح الصورة الإعلامية للبطل الشعبي فى المسلسلات التلفزيونية عينة الدراسة.

٣- الوقوف على ملامح الصورة الذهنية التى تكونت لدى الجمهور المصرى عينة الدراسة.

٤- التعرف على أسباب الصورة الإعلامية السلبية التى صور بها البطل الشعبي فى المسلسلات التلفزيونية المصرية.

٥- الوقوف على قياس الصورة الذهنية للبطل الشعبي فى المسلسلات التلفزيونية المصرية تجاه الجمهور.

٦- التعرف على مدى تأثر المبحوثين بالبطل الشعبي المقدم فى المسلسلات التلفزيونية المصرية عينة الدراسة.

٧- التعرف على أهم السمات السلبية والإيجابية للبطل الشعبي من وجهة نظر الجمهور.

٨- التعرف على كيفية تلبية صناعات الدراما لأحتياجات الجمهور وذلك من وجهة نظر المبحوثين.

## الدراسات السابقة:

تستهدف الدراسات السابقة الانتقال إلى الدراسات العلمية والتراث العلمي للسابقين واختيار أهم المفاهيم التي تساهم بصورة إيجابية أيضا في البناء التكويني للجانب النظري والعملية والإطار المنهجي للدراسة الحالية وفي هذا الصدد قامت الباحثة بالإطلاع على بعض الدراسات السابقة التي لها صلة بموضوع الدراسة وهذا - علي حد علم الباحثة - وفيما يلي مجموعة من الدراسات السابقة التي تقترب من موضوع الدراسة الحالية، وقد تم تقسيم هذه الدراسات إلى محورين : **المحور الأول** : دراسات تناولت الصورة الإعلامية للبطل بشكل عام والبطل الشعبي على وجه الخصوص، **المحور الثاني** : دراسات تناولت الصورة الإعلامية في المسلسلات .

١. دراسة مريم مصباح جورج (٢٠٢١) بعنوان : صورة البطل المقدم في الفيلم الأمريكي والمصري بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بالجانب المعرفي والاجتماعي لدى عينة من الأطفال المصريين .<sup>(١)</sup>

لقد هدفت الدراسة التعرف على سمات وخصائص البطل الأمريكي والمصري المقدم بالقنوات الفضائية العربية والتعرف على مدى اكتساب الأطفال للجوانب المعرفية والاجتماعية من خلال صورة البطل الأمريكي والمصري المقدم بالقنوات الفضائية العربية ، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وتستخدم منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني لقد تم تحليل مضمون عشرين فيلماً أمريكياً وعربياً مقدماً بالقنوات الفضائية العربية وقد قامت الباحثة بتطبيق الدراسة الميدانية على عينة من المبحوثين قوامها ٤٠٠ مبحوثاً ٢٠٠ من الذكور و ٢٠٠ من الإناث .

## وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية :-

- أن الجانب المعرفي السلبي الذي يظهر به البطل في الأفلام المصرية والأمريكية حيث جاء في الترتيب الثاني تجاهل المعرفة بنسبة ١٧,٥٠ % وجاء في الترتيب الثالث النسيان بنسبة بلغت ١٥,٠٠ % وجاء في الترتيب الرابع التراخي في طلب العلم بنسبة بلغت ١٢,٥٠ % من إجمالي الأفلام التي تم تحليلها .

<sup>(١)</sup> مريم مصباح جورج : صورة البطل المقدم في الفيلم الأمريكي والمصري بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بالجانب المعرفي والاجتماعي لدى عينة من الأطفال المصريين ، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، ٢٠٢١) .

- حيث جاء في الترتيب الأول الأفلام الاجتماعية بنسبة بلغت ٤٣,٠٠% وجاء في الترتيب الثاني الأفلام الرومانسية بنسبة بلغت ٣٩,٠٠% وجاء في الترتيب الثالث الأفلام البوليسية بنسبة بلغت ٢٤,٠٠% من أهم أنواع الأفلام الأمريكية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها بالقنوات الفضائية العربية من إجمالي مفردات العينة .

## ٢. دراسة ندى مصطفى موافى (٢٠٢١) بعنوان : " صورة البطل في الأفلام السينمائية المصرية المعروضة على القنوات الفضائية قبل وبعد ٢٥ يناير ٢٠١١ وأثرها على تقديم القدوة لدى المراهقين " (٢)

هدفت الدراسة إلى تحليل صورة البطل في الأفلام السينمائية المصرية قبل وبعد ٢٤ يناير ٢٠١١ لرصد ما اذا كان هناك تحول في تلك الصورة ، وربط ذلك بثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ التي شهدها المجتمع المصرى ، وتهدف أيضاً إلى التعرف على تأثير نموذج البطل المقدم في الأفلام السينمائية على نموذج القدوة لدى المراهقين ، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وفى إطاره تم تحليل مضمون ١٢ فيلماً سينمائياً من الأفلام السينمائية المصرية المنتجة قبل وبعد ٢٥ يناير ٢٠١١ والتي حصلت على أعلى نسبة مشاهدة لدى المبحوثين كما تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عشوائية منتظمة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب المرحلة الثانوية (ذكور- إناث) الفئة العمرية (١٥-١٨) ممن يقيمون في القاهرة. وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية :-

- أثبتت نتائج الدراسة إلى أن الأفلام السينمائية التي يفصلها المبحوثين لها تأثير عليهم من حيث تقليدهم للكلام الذى يقال في الأفلام في المرتبة الأولى .
- توجد علاقة ارتباطية بين تعرض المراهقين لنموذج البطل المقدم في الأفلام السينمائية المصرية ومحاكاتهم له حيث يقومون بتقليد البطل في تصرفاته الشخصية وطريقة تعامله مع الآخرين ويتعلمون من أخطائه وكيف ينجحون في حياتهم مثله.
- أثبتت نتائج الدراسة الميدانية أنه على الرغم من محاكاة المبحوثين لنموذج البطل الذى يفضلونه في الأفلام السينمائية المصرية ووجود رغبة لديهم في اتخاذه كقدوة إلا أن النسبة الأعلى من المبحوثين اتخذوا سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم قدوة لهم .

(٢) ندى مصطفى موافى : صورة البطل في الأفلام السينمائية المصرية المعروضة على القنوات الفضائية قبل وبعد ٢٥ يناير ٢٠١١ وأثرها على تقديم القدوة لدى المراهقين ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ٢٠٢١).

### ٣. دراسة أماني أحمد الصغير (٢٠١٩) بعنوان " صور البطولة في قصص الأطفال الروسية والمصرية وعلاقتها بنموذج القدوة"<sup>(٣)</sup>

هدفت الدراسة الى التعرف على صور البطولة في قصص الأطفال الروسية والمصرية وعلاقتها بنموذج القدوة، واستخدمت منهج المسح الإعلامي التحليلي وذلك من خلال مسح لعينة وثائقية عمرية من بعض قصص بعض كتاب أدب الطفل المصري والروسي قوامها ١١٤ قصة مقسمة الى ٥٧ قصة روسية مترجمة و ٥٧ قصة مصرية .  
وتوصلت الدراسة الى النتائج الآتية :-

جاءت صورة البطل في القصص الروسية والمصرية عينة الدراسة ايجابية في ٩٢ قصة بنسبة ٨٠,٧% بينما جاءت الصورة سلبية في ١٦ قصة عينة الدراسة بنسبة ١٤% ومحايده في ٦ قصص بنسبة ٥,٣% .

جاءت صور البطل الايجابية في القصص الروسية والمصرية عينة الدراسة متعاون وشجاع في الترتيب الاول في ١٢ قصة لكل منهما وبنسبتين متساويتين ١٣% يليها متسامح في ١٠ قصص بنسبة ١٠,٩% ثم الوفاء في ٩ قصص بنسبة ٩,٧% ثم متدين في ٧ قصص بنسبة ٧,٧% .

### ٤. دراسة نورة زينهم (٢٠١٩) بعنوان "صورة البطل في الدراما العربية وأثرها على تقديم نموذج القدوة للشباب الجامعي"<sup>(٤)</sup>

استهدفت هذه الدراسة الى التعرف على صورة البطل في الدراما العربية والتعرف أيضا على كيفية تقديم البطل في الافلام والمسلسلات على شاشات القنوات الفضائية العربية وتأثيرها على الشباب المصري ومدى اتخاذهم للبطل كقدوة يحتذى بها ، وايضا التعرف على الدور الذي يمكن أن يسهم به ابطال الافلام والمسلسلات العربية في التأثير على سلوكيات وقيم ومعتقدات الشباب المصري سواء بالإيجاب أو بالسلب ، وقد استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي بشقية التحليلي والميداني، حيث قامت الباحثة بإجراء مسح لعينة من الاعمال الدامية المقدمة في الفضائيات على مدار ثلاث شهور دورة كاملة والتي اشتملت على ٦٠ فيلما وتم التحليل باستخدام استمارة تحليل المضمون، وقد طبقت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب المصري في محافظتي الجيزة والقاهرة تتراوح أعمارهم من (١٨-٣٥) عاما.

<sup>٣</sup> - أماني أحمد الصغير: صور البطولة في قصص الاطفال الروسية والمصرية وعلاقتها بنموذج القدوة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٩).

<sup>٤</sup> - مروة يوسف عليان: صورة البطل في الدراما العربية وأثرها على تقديم نموذج القدوة للشباب الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، قسم الاذاعة والتلفزيون ، ٢٠١٣).



## وتوصلت الدراسة الى النتائج الاتية :-

- أن غالبية المبحوثين يشاهدون الافلام والمسلسلات العربية بنسبة ٧٧%.
- غالبية المبحوثين يقلدون البطل في قصات الشعر والالفاظ التي ظهرت بالأفلام بنسبة ٦٢,٣%.

#### ٥. دراسة نور الهدى محمد عثمان (٢٠١٨) بعنوان "صورة البطل في الدراما السينمائية أثناء فترة التحولات السياسية في المجتمع" <sup>(٤)</sup>

استهدفت الدراسة التعرف على ملامح صورة البطل الدرامي من حيث سلوكه وتعامله وطبيعة المشكلات التي تواجهه وطريقة حلها. وايضا التعرف على رصد وتحليل المعالجة الدرامية لصورة البطل كما قدمتها الافلام السينمائية التي تناولت التحولات السياسية ، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلاني بشقية التحليلي والميداني حيث تم استخدام استمارة تحليل مضمون عينة من الافلام السينمائية بلغت ٢٠ فيلم وتناولت التحولات السياسية التي شهدها المجتمع المصري بداية من ثورة ٢٣ يوليو مروراً بنصر أكتوبر ١٩٧٣ وحتى ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، أما عن استمارة الاستبيان فكانت على عينة من الجمهور المتخصص من المخرجين والكتاب بلغت ٣٠ مبحوث .

## وتوصلت الدراسة الى النتائج الاتية :-

جاءت سمات تحمل المسؤولية والتعاون في مقدمة السمات الايجابية لشخصية البطل في أفلام الدراسة التحليلية في حيث كانت الانانية والاحباط من أهم السمات السلبية لشخصية البطل .

- تصدرت الصورة واقعية الى حد ما في المرتبة الاولى بنسبة ٤٩,٦% ثم عدم استطاعة المبحوثين التجديد في المرتبة الثانية بنسبة ٣٥,١% ثم واقعية الى حد ما في المرتبة الثالثة بنسبة ١٢% وأخيرا غير واقعية بنسبة ٣,٣%.

#### ٦. دراسة ماريانا محفوظ نبيه (٢٠١٧) بعنوان "تعرض الطفل المصري لصور البطولة المقدمة بالمسلسلات الكارتونية القنوات الفضائية العربية وعلاقته بتنمية الخيال لديهم" <sup>(٦)</sup>

استهدفت الدراسة الى معرفة صورة البطولة بالمسلسلات الكارتونية بالقنوات الفضائية العربية والتعرف على مستوى الخيال لدى الطفل المصري وأى نوع من الخيال ، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي استخدمت منهج المسح الإعلاني بالعينة لمجتمع

<sup>٤</sup> - نور الهدى محمد عثمان : صورة البطل في الدراما السينمائية أثناء فترة التحولات السياسية في المجتمع ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، قسم الاذاعة والتلفزيون ، ٢٠١٨).

<sup>٦</sup> - ماريانا محفوظ نبيه : تعرض الطفل المصري لصور البطولة المقدمة بالمسلسلات الكارتونية القنوات الفضائية العربية وعلاقته بتنمية الخيال لديهم ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، ٢٠١٧).

الدراسة التحليلية والميدانية ولقد استخدمت الباحثة عينة تحليل المضمون والتي تضم ٦٠ حلقة من صور البطولة من المسلسلات الكارتونية (العم جدو- سبونج بوب) المقدمة بالقنوات الفضائية (mbc3- carton network)، أما عن الدراسة الميدانية فتمثلت في عينة عمدية تضم ٣٠٠ طفل في مرحلة الطفولة المبكرة من سن (٦-٩) سنوات من المدارس الابتدائية حيث استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون للمسلسلات الكارتونية المدبجة واستبيان حول البطولة لدى الاطفال ومقياس لقياس الخيال .

١. دراسة بكر جيمس Baker James (٢٠١٣) بعنوان :

" البطل الكلاسيكي : النصر السينمائي في أوائل الخمسينيات من القرن العشرين" (٧)

استهدفت الدراسة إظهار سمات شخصية البطل الأمريكي في الأفلام الكلاسيكية الغربية في أوائل ١٩٥٠ ، وقد اعتمدت الدراسة على استخدام نموذج الاسطورية الوجدانية باعتبارها وسيلة سهلة الاستخدام لتوصيل المعلومات والوسائل التي تعمل على تعزيز ودعم الحقائق التاريخية .

#### وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية :-

- أكد صانعو الأفلام في تلك الفترة أن الأفلام في بدايتها كانت للإخبار وتزويدهم بالمعلومات ومع مرور الوقت ظهرت الأفلام كوسيلة إلى الفن مضمون الأفلام المقدمة في تلك الفترة كانت تتناول طريقة المؤامرة والوسائل المستخدمة في إنجازها .

- ( ب ) الدراسات التي تناولت الصورة الإعلامية في المسلسلات .

١. دراسة أية سعيد محمود (٢٠٢١) بعنوان : "إدراك الشباب المصري لصورة الأستاذ الجامعي كما تعكسها الدراما التلفزيونية المعروضة على القنوات الفضائية العربية" (٨)

استهدفت الدراسة التعرف على صورة الأستاذ الجامعي في الأفلام والمسلسلات المعروضة على القنوات الفضائية العربية وعلاقتها بإدراك الشباب الجامعي للواقع الاجتماعي له وذلك من خلال معرفة أبعاد وملامح وخصائص الصورة المقدمة عنه في الدراما وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في عينة عمدية من الأفلام السينمائية والمسلسلات

<sup>7</sup>Baker ,James 'The classical western hero ;cinematic Triumph in the early 1950' M.A-Dissertations (California State university ,2013)

(٨) أية سعيد محمود : إدراك الشباب المصري لصورة الأستاذ الجامعي كما تعكسها الدراما التلفزيونية المعروضة على القنوات الفضائية العربية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠٢١) .

التليفزيونية التي تتناول في أحداثها الأساتذة الجامعيين والتي انتجت من عام ٢٠٠٠ وحتى عام ٢٠١٩ وعددهم خمسة مسلسلات وعشرة أفلام كما مثل المجتمع البشرى في هذه الدراسة جمهور الشباب المصرى الجامعى، حيث قامت الباحثة بسحب عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مبحوثا من الشباب الجامعى الذين يشاهدون الدراما ،والذين تتراوح أعمارهم ما بين (١٨-٢٥) عاما من جامعات (بنى سويف- بنها- السادس من أكتوبر- الأزهر) وذلك بواقع ١٠٠ مفردة من كل جامعة.

#### وقد توصلت نتائج الدراسة :

- وقد توصلت نتائج الدراسة التحليلية إلى مجموعة من النتائج جاء من أهمها مجئ الدور الإيجابي للأستاذ الجامعى فى العمل الدرامى فى الترتيب الأول بنسبة ٤٥% من إجمالى عدد شخصيات الأساتذة الجامعيين فى الأعمال الدرامية التى تم تحليلها سواء أفلام أو مسلسلات ، كما جاءت نسبة أساتذة الجامعات الذكور أكبر من نسبة أساتذة الجامعات الإناث سواء فى الأفلام أو المسلسلات التى تم تحليلها، حيث وصلت نسبة الذكور إلى ٨٤,٨% من إجمالى عدد شخصيات الاساتذة الجامعيين فى الأعمال الدرامية التى تم تحليلها، كما جاء الدور الثانوى للأستاذ الجامعى فى الترتيب الأول بنسبة ٣٩,٤% من إجمالى عدد شخصيات الاساتذة الجامعيين فى الأعمال الدرامية التى تم تحليلها ، وتلاها الدور الهامشى بنسبة ٣٣,٣%.
- أما بالنسبة لنتائج الدراسة الميدانية فقد جاء من أهمها :ذكر أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة ونسبتهم ٥٧,٥% أن صورة الأستاذ الجامعى فى الدراما هي صورة تجمع بين الصورة الإيجابية والسلبية ، وتليها فى الترتيب الثانى بنسبة ٢١% أنها صورة إيجابية ، كما تركزت الصفات الإيجابية التى ظهر بها الأستاذ الجامعى فى الأعمال الدرامية(الإخلاص والتفانى فى العمل والصدق وكونه اجتماعيا وذلك من وجهة نظر معظم أفراد عينة الدراسة).

#### ٢. دراسة مروة يوسف عليان (٢٠١٩) بعنوان : "صورة البدو فى الدراما المصرية وعلاقتها بصورتهم الذهنية لدى المراهقين المصريين"<sup>(٩)</sup>

هدفت الدراسة إلى التعرف على صورة البدو فى الدراما المصرية وعلاقتها بصورتهم الذهنية لدى المراهقين المصريين وقد استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامى بشقيه التحليلي والميداني وكانت العينة ٤٠٠ من المراهقين من سن (١٦-١٨) سنة .

<sup>(٩)</sup> مروة يوسف عليان : صورة البدو فى الدراما المصرية وعلاقتها بصورتهم الذهنية لدى المراهقين المصريين ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٩).

## وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية :-

- جاءت قضية الأمية في مقدمة أكثر قضايا المجتمع البدوي كما عرضتها الدراما بنسبة بلغت ٩٦,٥% ثم جاءت قلة الخدمات في المرتبة الثانية بنسبة ٦٦,٥% ثم جاءت قلة الموارد في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٦٤,٣%
  - وقد نجد أن نسبة ٢٢,٨% قد وافقوا على صورة البدو التي تعرضها الدراما المصرية ، بينما نجد أن ٧٧,٣ من المبحوثين لم يوافقوا على تلك الصورة .
٣. دراسة نجلاء عبد الخالق (٢٠١٨) بعنوان :

صورة الشباب الجامعي المقدمة في المسلسلات المصرية وعلاقتها باتجاهات طلاب المدارس (١٥-١٨) نحو التعليم<sup>(١٠)</sup>

استهدفت الدراسة التعرف على صورة الشباب المقدمة بالمسلسلات التلفزيونية المصرية معرفة اتجاهات طلاب المدارس نحو التعليم الجامعي كما تهدف إلى تحليل الشكل والمضمون الذي تعرض بها صورة الشباب الجامعي في المسلسلات التلفزيونية المصرية واتجاهاتهم نحو التعليم الجامعي وقد استخدمت منهج المسح على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب المرحلة الثانوية في المرحلة العمرية (١٥-١٨) من الذكور والإناث ،وقد استخدمت الباحثة طريقة المسح بالعينة للمسلسلات المصرية واعتمدت الدراسة على تحليل مضمون واستبيان.

## وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية :-

- أثبتت نتائج الدراسة التحليلية أن تساوى نسبة الذكر مع الإناث في المسلسلات عينة الدراسة حيث بلغت نسبة الذكور ٥٠% والإناث ٥٠%.
- أكدت الدراسة الميدانية أن المسلسلات العربية هي من أهم المواد التلفزيونية التي يفضلها المبحوثون حيث جاءت في المرتبة الأولى ،جاءت صفة الثقة بالنفس في المرتبة الأولى كصفة إيجابية لطلاب الجامعة كما ذكرها المبحوثون الجامعة في المسلسلات بنسبة ٦٢,٣%.

(١٠) نجلاء عبد الخالق : صورة الشباب الجامعي المقدمة في المسلسلات المصرية وعلاقتها باتجاهات طلاب المدارس (١٥-١٨) نحو التعليم، رسالة ماجستير غير منشورة ،(جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة ،٢٠١٨).

٤. دراسة إسرائ عاطف الغزالي (٢٠١٨) بعنوان : " صورة المرأة العاملة كما تعكسها الدراما التلفزيونية وعلاقتها باتجاهات عينة من طالبات الجامعة نحو العمل " (١١)

استهدفت هذه الدراسة دراسة وتحليل الصورة التي تقدم بها المرأة العاملة في الدراما التلفزيونية في الفضائيات المصرية وذلك بإلقاء الضوء على نوعية الأدوار التي يتم تقديمها عن المرأة العاملة، والتعرف على أهم القضايا والمشكلات التي تعرضها الأفلام والمسلسلات والتي تتعرض لها المرأة العاملة واعتمدت الباحثة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي والذي تضمن مسح المضمون ومسح الجمهور، حيث تم إختيار العينة من المسلسلات والأفلام المعروضة على قناتي سي بي سي ورتانا سينما ، حيث تم تحليل مضمون ثلاثة مسلسلات و ٤٢ فيلماً من فترة الخمسينيات إلى وقتنا الحالي، كما استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان على ٤٠٠ سيدة من محافظات (القاهرة، القليوبية، المنيا ) .

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى الآتي :

- احتل التصنيف الاجتماعي وفقاً للموضوع الغالب على الفيلم المرتبة الأولى في الأفلام عينة الدراسة وذلك بنسبة مئوية ٥٧,٢%.
- جاءت مهنة موظفة في المرتبة الأولى للمهن التي تؤديها المرأة في الأفلام عينة الدراسة، وتعددت وتقاسمت معاً مجموعة متنوعة من الوظائف التي ظهرت بها المرأة العاملة بالدراما ممرضة أو مدرسة أو معلمة أو صحابة مصنع أو فنانة أو سيدة أعمال.
- جاءت أهم المشكلات التي واجهت المرأة العاملة بالأفلام والمسلسلات كالتالي (وضع قيود على عملها، إهمال الأسرة، والواجبات المنزلية، عدم الموافقة على عملها، تحمل مسئولية الأسرة بمفردها، مشكلة الإجبار على الزواج، ومشاكل مع الزوج بسبب عملها أو الانفصال عنه، عدم توافر الأمن والاستقرار) .

٥. دراسة ريتشارد وجريس Grace&Richard "٢٠١١" بعنوان : "صورة المحامين وأخلاقيتهم في تلفزيون وأفلام هونج كونج : تحول المهنة من مهنة الصفوة الاجتماعية إلى مهنة الأشخاص العادية" (١٢)

استهدفت هذه الدراسة دراسة تصوير صورة المحامين وأخلاقياتهم كما هو موضح في أفلام هونج كونج والدراما التلفزيونية علي مدي العقود الثلاثة الماضية بين عامي ١٩٨٠ و ٢٠١٠ حيث قام الباحثان بالتحليل النصي لثلاثة أعمال درامية تم انتاجها في

(١١) إسرائ عاطف الغزالي: "صورة المرأة العاملة كما تعكسها الأفلام والمسلسلات على القنوات الدرامية وعلاقتها باتجاهات المرأة نحو العمل، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٨) .

(١٢) Richard Wu & Grace Leung "Lawyers image and Ethics in Hong Kong Television and Social Elite to Ordinary Professionals?" paper presented at the annual meeting of the international communication Association , Boston ,2011.

تلك الفترة هم فيلم "The Unwritten Law" عام ١٩٨٥ و مسلسل "File Of Justice" عام ١٩٩٢ حتى عام ١٩٩٧ ،ومسلسل "Survivors Low" من ٢٠٠٣ حتى ٢٠٠٧ ليقارنا بين صورة المحامي في العقود الثلاثة المختلفة .

**وتوصلت نتائج الدراسة إلى النتائج الآتية :**

- كانت صورة المحامين والعملية القانونية والنظام القانونية والمحاكمات القضائية مشابهه جداً لنظائرهم البريطانيين فى الفترة من ١٩٨٠ حتى ١٩٩٧ وكان ذلك منطبقاً لأن هونج كونج كانت مستعمرة بريطانية قبل عام ١٩٩٧ وكان على المرء أن يدرس القانون فى انجلترا قبل السبعينيات إذا أراد أن يصبح محامياً فى هونج كونج .
- اختلفت صورة المحامى فى وسائل الإعلام المحلية منذ عودة سيادة هونج كونج إلى الصين فى عام ١٩٩٧ فلم يعد المحامون من النخبة الاجتماعية وقتها بل أصبحوا أشخاص عاديين يأتون من أسر متواضعة ويعالجون قضايا مدنية عادية مثل الطلاق وحضانة الأطفال .
- ساعدت الأطر الإعلامية التى قدمتها الأفلام المحلية والمسلسلات التلفزيونية من صورة المحامين حيث إنهم مجموعة التغيرات التى حدثت فى مجتمع هونج كونج فى العقود الثلاثة الماضية .

**تساؤلات الدراسة:**

**ما هى الصورة الإعلامية للبطل الشعبى فى المسلسلات التلفزيونية المصرية وما علاقتها بالصورة الذهنية لدى الجمهور ؟**

وينبثق من هذا التساؤل الرئيسى عدة تساؤلات فرعية وهى :-

- ١- ما أهم السمات السلبية والإيجابية للبطل الشعبى من وجهة نظر الجمهور ؟
- ٢- ما هى آراء واتجاهات الجمهور حول صورة البطل الشعبى التى تعرض فى المسلسلات التلفزيونية المصرية .
- ٣- كيف يلبي صناع الدراما احتياجات الجمهور وذلك من وجهة نظر الباحثين ؟
- ٤- ما أوجه الشبه والاختلاف بين الصورة الإعلامية للبطل الشعبى فى المسلسلات التلفزيونية والصورة الذهنية للجمهور عن هذا البطل ؟
- ٥- ما مدى قياس الصورة الذهنية للبطل الشعبى فى المسلسلات التلفزيونية المصرية تجاه الجمهور ؟
- ٦- ما مدى تأثير الباحثين بالبطل الشعبى المقدم فى المسلسلات التلفزيونية المصرية عينة الدراسة؟
- ٧- ما مدى تأثير المتغيرات الديموغرافية (النوع-السن-المستوى الاجتماعى والاقتصادى) وعلاقة ذلك بإدراك الجمهور ؟

## مصطلحات الدراسة

تضم الدراسة عددا من المفاهيم الأساسية وهى: (الصورة الاعلامية - البطل الشعبي - المسلسلات التليفزيونية - الصورة الذهنية - الجمهور) وقامت الباحثة بوضع تعريفات إجرائية لهم كالآتي :-  
١- الصورة الاعلامية :

عرفها كيفن<sup>(١٣)</sup> على أنها مجموعة من الصفات والسمات التي تقوم بها وسائل الإعلام ومنها الصحف بتقديمها وهذه الصفات تشمل فئة ما أو دولة ما أو جنس ما ، وذلك من خلال تصورات عينه من القائمين بالاتصال بها وفقا لطبيعة كل وسيلة ، كما بيئة ومجال هذه الصورة يساهم في إنتاج وصياغة المعنى .  
تعرفها الباحثة إجرائياً :

هى الصورة التي تنعكس من خلال تسليط وسائل الإعلام الضوء على فئة أو مجموعة من الأفراد أو الأحداث وذلك من خلال عرض الإيجابيات والسلبيات .  
٢ - البطل الشعبي

تتعدد تعريفات البطل الشعبي، ومن هذه التعريفات :

" الشخص الذى يمثل نقطة التمركز في التكوين الفنى والأدبى وعادة مايكون مؤهلا لتعاطف الجماهير وهو لذلك يتأرجح بين الإيجابية والسلبية وهو الشخصية الرئيسية دون مراعاة لشكل التعلق بين مجموعة الشخصيات<sup>(١٤)</sup>  
تعرفها الباحثة إجرائياً :

هو الشخصية المحورية فى المسلسل التي تحرك الأحداث فهو دائما محط اهتمام المشاهد ومثار عواطفه فالبطولة هنا تعنى العمود الأساسي التي تدور حوله الأحداث ومن سمات البطل الشعبي هنا انه ذاك البطل الفقير المجهض الأحلام الذى يعيش فى مكان بسيط كحاره ويمتهن المهن البسيطة ويملك قوة بدنية تجعله يتغلب على الأشرار فى المعارك العنيفة التي يخوضها وحده وأمامه العشرات يتغلب عليهم جميعا.

(13) Robins, K The Image Culture and politics in the field of vition ,1<sup>st</sup> ed New yourk. Rutledge , 1996). p. 15 .

(١٤) رانيا حمدى علوان : صورة البطل فيما يقدمه مسرح الطفل ومفهوم البطولة لدى طفل المرحلة الإعدادية مرجع سابق ، ٢٠٠٦ ، ص ص ٩٦-٩٧ ..

**٣- المسلسلات التليفزيونية:**

هي دراما متتابعة الأحداث تشد انتباه المشاهد، وتقدم له قيمة فنية وثقافية وهي عبارة عن قصة مطولة بأحداث مسلسلة فيها عقدة أو مجموعة عقد، تسير حول نهاية مراد توصيلها<sup>(١٥)</sup>.

**تعرفها الباحثة إجرائياً :**

عبارة عن تمثيلية تليفزيونية طويلة تقدم في شكل حلقات وهو كأي عمل درامى له بناؤه وخطته المتدرجة تصاعدياً أو تنازلياً وفق معالجة الموضوع ولكن عنصر التشويق من أهم عناصره أن يظل المشاهد مشدوداً لمتابعة الحلقة القادمة.

**٤- الصورة الذهنية:**

هي عبارة عن مجموعة الانطباعات التي تتكون لدى الأفراد أو الجماعات تجاه شخص أو منظمة أو مؤسسة ما أو أي شيء معين مؤثر على الإنسان وتتكون هذه الانطباعات من خلال مجموعة التجارب والتي ترتبط بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم<sup>(١٦)</sup>.

**تعرفها الباحثة إجرائياً :**

هي الفكرة التي تتكون لدى المشاهد تجاه موضوع أو فكرة معينة سواء كانت هذه الصورة إيجابية أو سلبية بحيث تتشكل من خلالها سلوكيات الأفراد المختلفة .

**٥- الجمهور:**

لقد اختلفت تعريفات الجمهور باختلاف الأبحاث والدارسين وتجدر الإشارة إلى أن الدراسات الحديثة في الاتصال الجماهيري تتجنب استخدام مصطلح الحشد (MASS) وتميل إلى استخدام مصطلح جمهور المتلقين (Mass Audience) .<sup>(١٧)</sup>

**تعرفها الباحثة إجرائياً :**

ويقصد بها إجرائياً في هذه الدراسة ذلك المتلقي أو المتفاعل مع رسالة إعلامية مسموعة ومرئية تحتوي على أهداف سياسية أو اقتصادية أو ما شابه ذلك والمقصود به أيضاً جميع فئات المجتمع .

<sup>(١٥)</sup> صابرين إبراهيم الطرطور، ربا عوض الله دهمان : اتجاهات طلبة جامعات غزة نحو مشاهدة المسلسلات الرمضانية المصرية في الفضائيات العربية، بحث غير منشور ، ( غزة، قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية ) ، ٢٠٠٤، ص ٧٣

<sup>(١٦)</sup> على عجرة : العلاقات العامة والصورة الذهنية ، ( القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٣ ) ص ١٢٩

<sup>(١٧)</sup> محمد عبد الحميد : دراسة الجمهور في بحوث الاعلام ، (لبنان : دار الفكر ، ١٩٨٧ ) ص ٢٥



## حدود الدراسة

## (أ) - حدود موضوعية:

تحدد الباحثة موضوع الدراسة في الصورة الإعلامية للبطل الشعبي في المسلسلات التلفزيونية المصرية وما علاقتها بالصورة الذهنية لدى الجمهور.

## (ب) - حدود مكانية:

تتمثل حدود الدراسة المكانية في المحافظات الأثنية (المنوفية، القاهرة ، سوهاج والاسكندرية).

## (ج) - حدود بشرية:

إقتصرت الدراسة على عينة من الجمهور المصرى من سن ١٥ إلى ٤٥ عام .

## فروض الدراسة :

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للمسلسلات التى يقوم بتجسيدها بطل شعبى تبعا لاختلاف كثافة مشاهدة المسلسلات التلفزيونية.

٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للمسلسلات التلفزيونية التى يقوم بتجسيدها بطل شعبى تبعا لاختلاف مستوى الاهتمام بمتابعة المسلسلات التلفزيونية.

٣. توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين صورة البطل الشعبى فى المسلسلات التلفزيونية التى تعرض بالقنوات الفضائية ومستوى الصورة الذهنية المكونة لدى المبحوثين نحو البطل الشعبى.

٤. توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة المبحوثين للمسلسلات التلفزيونية التى يقوم بتجسيدها بطل شعبى التى تعرض بالقنوات الفضائية ومستوى الاتجاه نحو البطل الشعبى.

٥. توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين نشاط مشاهدة المبحوثين للمسلسلات التلفزيونية التى يقوم بتجسيدها بطل شعبى التى تعرض بالقنوات الفضائية ومستوى الاتجاه نحو البطل الشعبى.

٦. توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين إدراك المبحوثين لواقعية مضمون المسلسلات التلفزيونية التى يقوم بتجسيدها بطل شعبى التى تعرض بالقنوات الفضائية ومستوى الاتجاه نحو البطل الشعبى.

٧. توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين دوافع تعرض المبحوثين للمسلسلات التلفزيونية التي يقوم بتجسيدها بطل شعبي التي تعرض بالقنوات الفضائية ومستوى الاتجاه نحو البطل الشعبي.

٨. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس إدراك واقعية مضمون المسلسلات التلفزيونية التي يقوم بتجسيدها بطل شعبي تبعاً لاختلاف مستويات مشاهدة المسلسلات التلفزيونية التي يقوم بتجسيدها بطل شعبي.

٩. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو المسلسلات التلفزيونية التي يقوم بتجسيدها بطل شعبي تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع- الإقامة- السن- مستوى التعليم - المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

ويقسم هذا الفرض إلى خمسة فرعية هي:

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس الاتجاه نحو المسلسلات التلفزيونية التي يقوم بتجسيدها بطل شعبي.

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي الريف ومتوسطات درجات مبحوثي الحضر على مقياس الاتجاه نحو المسلسلات التلفزيونية التي يقوم بتجسيدها بطل شعبي.

ج- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو المسلسلات التلفزيونية التي يقوم بتجسيدها بطل شعبي تبعاً لاختلاف المؤهل.

د- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو المسلسلات التلفزيونية التي يقوم بتجسيدها بطل شعبي تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

هـ: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو المسلسلات التلفزيونية التي يقوم بتجسيدها بطل شعبي تبعاً لاختلاف السن.

## الاطار النظري للبحث:

## المحور الأول : الصورة الإعلامية

## مفهوم الصورة الإعلامية :-

تعتبر الصورة الإعلامية هي الرسالة التي تبث عبر القائمين بالاتصال من خلال وسائل الإعلام وتصل إلى الجمهور كإحدى المدخلات حيث تقوم وسائل الإعلام بتقديم هذه الصور الإعلامية من خلا مضامين وتشكيل تصورات القائمين بالاتصال ونقلها للجمهور وطبعها بقوة في أذهانهم ألى الحد الذى يشعر فيه المتلقى أنه تقابل مع إحدى شخصيات المسلسل بالفعل في حياته الواقعية .

ويعرفها أشرف عبد المغيث <sup>(١٨)</sup> هي الرؤية الخاصة للواقع التي تقدمها وسائل الإعلام في إطار مجتمع معين لكل ما يتضمنه من أنظمة ومؤسسات تؤثر على وسائل الإعلام. ويرى دكتور شادن نصير <sup>(١٩)</sup> أن الصورة الإعلامية هي مجموعة من السمات والخصائص التي ترسمها وسائل الإعلام للأفراد والجماعات والدول والشعوب والأحداث والقضايا من خلال ما تقدمه من معالجات إعلامية مختلفة تعكس رؤية النخبة الإعلامية القائمة على شأن وسائل الإعلام ولا تعكس بالضرورة رؤية جماهيرية لهذه الخصائص والسمات، ومن ثم فقد تتسم هذه الرؤية بالموضوعية ومبادئ المسؤولية الإعلامية وتقدم صورة موضوعية وقد تتسم أيضا بالتحيز وعدم المصادقية نتيجة تأثرها بتدخل جماعات الضغط والمصلحة.

وترى الباحثة أن الصورة الإعلامية في المسلسلات هي الإعلامية الدرامية التي تقدم من خلال التلفزيون في صورة مسلسل وذلك في شكل قصة مستوحاه من الواقع يتأثر بها الجمهور وتشكل اتجاهه أو سلوكه بصورة محددة حيث ينطبع اتجاهه وسلوكه كصورة ذهنية في أذهان الجمهور.

## مراحل تشكيل الصورة الإعلامية:-

توجد مجموعة من العوامل التي تؤثر في تشكيل الصورة الإعلامية حيث يبدأ التشكيل في الصورة الإعلامية منذ ولادة الإنسان حيث نرى أنه يرى النور في هذه الدنيا من خلال تلقيه للرسائل المحيطة به من خلال حواسه.

<sup>(١٨)</sup> - أشرف عبد المغيث: دور الإعلام في تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب المصرى عن العالم الثالث، دراسة ميدانية -تحليلية،

رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العلاقات العامة والاعلان)، ص ص ٧٩-٨٠ .

<sup>(١٩)</sup> - شادن نصير: صورة الشرطة عند الجمهور: الصورة الذهنية والرأى العام ( القاهرة: ابران للتوزيع والنشر، ٢٠٠٤) ص ١٠١ .

وإذا كان الإنسان منذ لحظاته الأولى يبدأ بتشكيل صور عما يحيط به (٢٠) فإن هذه الصور تكاد تقوى أو تضعف مع نمو حياة الفرد وأيضاً من خلال اتساع مداركة ولا يوجد عامل واحد بمفرده يؤثر في تكوين تلك الصور بل تتحد مع بعضها البعض عوامل كثيرة تعمل على بنا وتقوية الصور عند الفرد ومن هذه العوامل هي :-

- العملية الأولية للصورة .
- عمليات أخرى تساهم في نمو تلك الصورة.
- عوامل إضافية تدعم ترسخ هذه الصورة .

وتشكيل الصورة هي عملية ديناميكية فهذه الصور يتم تشكيلها بناء على أفعال ومواقف متغيرة فمن المنطقي أن تظل هي الأخرى ديناميكية ، كما تشكل عناصر هذه الصورة وفق آلية انتقائية تتضمن تثبيت معلومات وانطباعات معينة في أذهاننا عن الآخر ، في حين تغيب عناصر أخرى لا نراها أو لا نريد رؤيتها أو الاعتراف بها . (٢١)

**العوامل التي تحدد تأثير الصورة الإعلامية :-**

### ١. عوامل فردية .

هي مجموعة العوامل المرتبطة بالفرد مثل (السن -التعليم-النوع -المستوى الاقتصادي والمستوى الاجتماعي) .

### ٢. عوامل انتقائية للجمهور .

عندما يتأثر الفرد بمجموعة المنبهات والمثيرات حيث يجذب إليها ولكنه يركز انتباهه على واحد من هذه المثيرات حيث أنه لا يستطيع يحتفظ بكل هذه الرسائل والمنبهات التي تصل إليه ولكن يحتفظ ببعضها في شكل مجموعة مفهومة حسب الموضوع في شكل أكثر ترتيباً من فهرسة المكتبات . (٢٢)

### ٣. عوامل تتعلق بالبيئة .

تتكاتف المؤسسات الاجتماعية والتجمعات الإنسانية بجانب وسائل الإعلام حيث أن الأصدقاء والأسرة تقوم بترشيح وسائل الاعلام، فإن أفراد الجماعة الواحدة يشتركون في المعايير الاجتماعية والقيم والاتجاهات وهذا يخلق نوعاً من التماثل بين أفراد الجماعة في استجاباتهم للرسائل الإعلامية . (٢٣)

(٢٠) ياسر عرفات: صورة تركيا في الصحف اليومية الفلسطينية، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( الجامعة الإسلامية : غزة كلية الآداب قسم صحافة، ٢٠١٥) ص ص ٥٦-٥٧ .

(٢١) نجلاء عبد الخالق: صورة الشباب الجامعي المقدمة في المسلسلات المصرية وعلاقتها بإتجاهات طلاب المدارس (١٥-١٨) نحو التعليم الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية التربية النوعية، قسم الاعلام التربوي) ، ٢٠١٥ ص ٦٣ .

(٢٢) - ليالى صفوت على : صورة المنتمين إلى أسر مفككة اجتماعياً كما تعسها المسلسلات العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٣) ، ص ٧٢ .

(٢٣) داليا إبراهيم المتوبلى : صورة صورة الطفل المصرى والاجنبى في الافلام الروائية التي يقدمها التلفزيون المصرى ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، ٢٠٠٣) ص ٥٥ .

## ٤. العوامل الإعلامية . (٢٤)

تعتبر الصورة الاعلامية المتحركة اشد تأثيرا على الجمهور من الصور الاعلامية الصحفية حيث تتمتع الصورة الاعلامية التليفزيونية بالمرونة واقتنائها بالصوت الذى يضى عليها الواقعية ، حيث أثبتت العديد من الدراسات التي أجريت على استخدامات الجمهور لوسائل الاعلام أن التليفزيون هو إحدى أهم وسائل الاعلام استخداما وتعرضا من قبل الجمهور . (٢٥)

## سلبيات الصورة الإعلامية :-

١. تختلف الصورة الإعلامية المقدمة للجمهور باختلاف المجتمع الذى ينتمى اليه، فالمجتمع النامي أو في حال سيطرة رأس المال المعلن في الدول المتقدمة تسيطر الحكومات على الصورة الاعلامية المقدمة للجمهور حيث تستخدم وسائل الإعلام في طرح الأفكار والآراء التي تخدم مصالحها وذلك بغض النظر عن واقعيتها تتافى الواقع أم تتفق معه .
٢. المبالغة الشديدة في تقديم الصورة تجعل الجمهور يعزف عن الشعور بها حيث يرى أنها لن تؤثر فيه بعد اليوم .(مثال صور الشهداء الفلسطينيين الت تعرض على الشاشات العربية جعلت الجمهور العربي لا يتأثر بما تحويه هذه الصور وعجزت على أن تحرك العاطفة).
٣. تؤدي الصورة الاعلامية احيانا الى اغتراب الفرد اجتماعيا حيث يرى أن ما يقدم له لا يتناسب مع خصائص الجماعة التي ينتمى لها الفرد أي توجد فجوة بين ما يقدم والجمهور المقدم له . (٢٦)
٤. يوجد تشويش في بعض الصور الاعلامية المقدمة للجمهور نتيجة لاختلاف سياسة القائمين بالاتصال فتصوراتهم تختلف مع الاعلاميين نفسهم مقدمي الخدمة الاعلامية فنرى أنه الجمهور لا يستطيع تحديد تصوره ورؤيته نتيجة موضوع معين نتيجة لعدم التوافق بين سياسة القناة ومقدمي الخدمة الإعلامية.
٥. وتأتى خطورة الصورة الاعلامية التي تقدمها وسائل الاعلام على صياغة الصور الذهنية التي يكونها الافراد من الدول أو الشعوب الأخرى حيث تكون هذه الصور خاطئة أو مشوهة في بعض الأحيان من أجل مصالح أجندة الدول التي تنتمى هذه

(٢٤) هبه الله حسب النبى : الصورة الإعلامية للأستاذ الجامعى بين الشكل والمضمون في أفلام السينما المصرية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى المراهقين ، رسالة ماجستير غير منشورة ،(جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ،٢٠١٧) ص٥٤ .

(٢٥) محمود عبد الحليم: ادراك المراهقين لصورة المهمشين في الأفلام السينمائية المقدمة بالقنوات الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة ،٢٠١١) ص ٨١ .

(٢٦) ايمن منصور ندا: الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٤ ، صص ٩٣-٩٦

الصور بل ربما تستخدم هذه الصور الخاطئة من احداث لدارتها للصراع السياسي مع الدول الاخرى بل قد تستخدم هذه الصور الخاطئة كذريعة للتدخل في شئون البلاد. (٢٧)

### الصورة الاعلامية في المسلسلات التلفزيونية :

يعتبر التلفزيون من أكثر الوسائل الإعلامية جذبا للأسرة المصرية وخاصة في ساعات المساء والتي تعقب عمل يومي شاق حيث يكون النشاط الذهني قد وصل الى أدنى درجاته فتتسلل المسلسلات ومشكلاتها الاجتماعية الى نفوس المشاهدين . (٢٨)

بالإضافة الى كونه له قدرة هائلة على التأثير على الرأي العام والاتجاهات والثقافة فهو ليس أيضا مجرد ناقل للمعلومات فقط ولكن له دور فعال في تكوين الصورة الذهنية للجمهور عن دول وشعوب وأفاد معينين ، فالقوة والتأثير للتلفزيون تفوق القوة التأثيرية لأى وسيلة أخرى .

ويعتمد الفرد على وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون في فهم ما يدور حوله وفى تفسير صورة معينة حيث تقوم وسائل الاعلام بتضخيم هذه الصور وطبعها في الاذهان لدرجة ان القارئ أو المشاهد أو المستمع يشعر في أحيان كثيرة أنه تتعامل مع هذه الشخصيات في الواقع . (٢٩)

ويزداد تركيز وسائل العلام كلها كلما زاد تركيزها على الموضوعات او القضايا التي تم الجمهور، وهذا يؤدي الى تشديد التركيز والانتباه على بعض القضايا وإهمال الأفراد وتهميشهم . (٣٠)

ولقد أوضحت العديد من الدراسات أن المسلسلات التلفزيونية تحتل المرتبة الاولى من حيث نسبة المشاهدة لدى الشباب حيث أنهم يقضون ساعات عديدة في مشاهدة المسلسلات التلفزيونية . (٣١)

(٢٧) حنان يوسف: الاعلام والسياسة مقارنة ارتباطية ، (القاهرة: دار أطلس للنشر والانتاج الإعلامي ، ٢٠٠٦) ص١٢٧.

(٢٨) اباد شكري البكرى : حرب المحطات الفضائية ، ( القاهرة : دار الشروق للنشر والتوزيع ) ص ١٢ .

(٢٩) رأفت رضوان أحمد : الصورة الإعلامية للمكفوفين في الأفلام العربية المقدمة بالتلفزيون المصرى وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى عينة من المراهقين ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الأطفال ، ٢٠٠٩ ) ص.

(30) Cosidine –David and Haley Gail .5visul massages integrating imagery into instruction (A teacher Resource for Media And Visual Literacy Colorado , 1992) , p32.

(31) Ward, L.M: contribution of television viewing of Television viewing to the Gender Role Attitudes of latino Adolescent ( Journal Adolescent Research , 4ol 20,N4,2005) p463.

ونتيجة للتأثير الشديد للصورة التليفزيونية في الجمهور حيث الى جانب سرعتها الخاطفة وتعاقبها الشديد فلا يجد العقل وقتا للتفكير والتأمل فأصبحت تتلاعب بالعقل وتفصل متابعتها عن عالمهم الحقيقي بحيث لا يعود أن يعرف الواقع الا من خلال الصور التالية .

وتعتبر الدراما هي الاكثر رواجاً على الاطلاق فالدراما عامة والمسلسلات على وجه الخصوص هي احدى الوسائل الفعالة والتي يتم من خلالها تشكيل الصور لدى الجمهور في جميع المجالات .

#### المحور الثاني : البطل الشعبي والمسلسلات: تمهيد :

لقد اعتمد الكثير من القائمين بالاتصال على الأعمال التليفزيونية المصرية (المسلسلات) ، حيث اعتمدوا على وجود الحارة الشعبية في أحداثها وأصبحت الحارة الشعبية هي البطل في الأحداث خاصة في الأعمال التي تعتمد على الطابع الشعبي في أحداثها وفضل مؤلفو الأعمال إلى الاتجاه إلى الطابع الشعبي في مسلسلاتهم بعد النجاح التي حققتة هذه النوعية في السنوات الاخيرة وذلك مثل المسلسلات الآتية ( فوق السحاب - زلزال - هوجن - ابن حلال - طاقة القدر - الأسطورة- رحيم - الحساب يجمع ) حيث كانت هذه المسلسلات في الفترة ما بين (٢٠١٥-٢٠٢١) .

تحظى المسلسلات الدرامية باهتمام وإقبال شديدين من الجمهور اذ لديها القدرة على حشد كافة عناصر التشويق والاثارة والمؤثرات التي تتعاون جميعا لخلق صور ذهنية عن الأفراد والجماعات لذلك تعتبر المسلسلات مصدراً هاماً في نقل الصورة عن الاشخاص والمجتمعات حيث تعتبر المسلسلات إحدى أهم أدوات القوى الناعمة لأى دولة، فهي أداة مؤثرة في احداث تغييرات في الجوانب الاجتماعية والسياسية والثقافية فهي وسيلة من الوسائل التعليمية التي تهدف إلى الارتقاء بالمجتمع وتحسين المستوى الاجتماعي .<sup>(٣٢)</sup>

ويعد البطل من أكثر العناصر التي تؤثر في العمل الدرامي فبطل المسلسل هو حجر الأساس في نجاح أى عمل درامى أو عدمه لأن شخصية البطل هي التي تخلق الأحداث وهي التي تستمر مع العمل الدرامى حتى نهايته ، فهو يعتبر الركيزة الأساسية التي يبنى عليها المؤلف حكايته لذا يستوجب توخى الحذر عند اختيار الشخصيات وفق سماتها، فهذه الشخصية هي التي تتألف من حزمة من الصفات التي تجعل المرء يختلف عن غيره لتؤلف جميعها العوامل النفسية والجسمانية لشخصية البطل.<sup>(٣٣)</sup>

(٣٢) ندى مصطفى موافى: صورة البطل في الأفلام السينمائية، مرجع سابق، ص ٦٣ .

(٣٣) محمد نصر عبد الامير: المعالجة الاخراجية لشخصية البطل في الفيلم الروائى، مجلة لارك للسانيات والعلوم الاجتماعية، العدد ٣٤، الاصدار ٢٠٠٩، ص ٢.

فنرى أن جمهور المشاهدين يستطيعون تقليد البطل في كل تصرفاته الإيجابية والسلبية فمثلاً نرى بعض المشاهدين اتجهوا إلى تقليد البطل في حلاقة ذقنه بطريقة معينة حيث أصبحت هذه الحلقة باسم حلقة رفاعى الدسوقي وهذا إن دل على شئ فإنه يدل على مدى ارتباط الجمهور بالشخصية للدرجة التي جعلتهم يقلدون الشخصية تقليد أعمى ليس هذه فقط ولكن تتطبع الصورة الذهنية للجمهور حيث يجعلون هذا البطل هو القدوة لهم في كل حركة وفي كل لفظ .

### تعريف البطل :

وقد قدم العلماء والباحثون تعريفات عديدة للبطل نورد بعضها فيما يلي: يعرف البطل لغويا على لسان العرب بأن البطل هو الشجاع وقيل: سمى بطلا لان الأبطال يبطلون عنده وقيل هو الذى تبطل عنده دماء الأقران فلا يدرك عنده تأثر،<sup>(٣٤)</sup> ويعرفه الدكتور كمال عيد بانه شخص عادى يمكن أن يكون أى إنسان حى من أدنى الفئات الاجتماعية، منقاد بوعيه إلى قوى أكثر تسلطا منه كضحية للوضع العام للبشرية ولا يتبوأ اية مكانة بارزة ولا يستطيع الخلاص من وضعه حيث لا يمتلك أية قدرة تجاه مشكلاته.<sup>(٣٥)</sup>

ويعرفه شكرى عبد الوهاب بأن البطل هو الشخصية الرئيسية الذى تدور حولها كل المحاور، البطل هو خالق الصراع والدفاع لتطور الحدث والموضوع ، البطل هو الشخصية التي تستأثر باهتمام المشاهدين فينتبعونها ليعرفوا ما يحدث له ولماذا يحدث .

### تاريخ البطولة المصرية :

لم يكن المجتمع المصرى بعيداً عن ذلك ، بل إن أول صورة للبطل الأسطوري خرجت من مصر ، وهى صورة البطل "حوريس" تلك تلك الصورة التي ألقت ظلها على معظم الأبطال اللاحقين في السير والملاحم الشعبية فيما بعد إلا أن هناك بعض السمات التي تتفرد بها شخصية البطل المصرى والعربى والتي تضرب بجذورها في أعماق التاريخ ، والتي من أهمها الفروسية ،والحيله ، والتدين ، والهولة ، والفكاهة والإزدواجية في التفكير مع التمسك بالخرافات والبدع .<sup>(٣٦)</sup>

<sup>(٣٤)</sup> جمال الدين الانصارى (بن منظور) : معجم لسان العرب ، ( القاهرة : دار المعارف .د.ت) ،ص١٧.

<sup>(٣٥)</sup> كمال الدين عيد : فلسفة الادب والفن ،(تونس : الدرا العربية للكتاب ، ١٩٧٨ ) ،ص ١٢٧ .

<sup>(٣٦)</sup> اعتماد خلف معبد : صورة البطل المقدم للطفل المصري فى خلال فترتى الحرب والسلام ، رسالة دكتوراة غير

منشورة ، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ،١٩٨٩) ص ٨٠.



**نوع الأبطال:**

- ويمكن التمييز بين أنواع الأبطال حسب طبيعة العائق كما يلي : (٣٧)
- البطل الملحمى : وهو الذى يصارع قوى الطبيعة فتسحقه العوائق الخارجية التي تواجهه.
  - البطل التراجيدى فهوالبطل الذى تقضى عليه عوائقه.
  - البطل الدرامى ( الشعبي) وهو الذى يجمع بين صفات البطل الملحمى من حيث عوائقه الخارجية والبطل التراجيدى من حيث عوائقه الداخلية .
  - البطل الرومانسى هو شخصية متمردة على الواقع حيث تطرح أحلامها باقامة مجتمع إنسانى ضد الواقع الغير مرضى .

**البطل الشعبي :**

تعتبر صورة البطل الشعبي هى كيفية تصور مجتمعتنا أبرز وأهم صفات هذا البطل ولا شك أن الأبطال هم حصيلة تفاعل خلاق بين الخيال الإنسانى والواقع المعاش وبمرور الأيام تم توضيح ملامح هذا البطل، ويمتلك البطل الشعبي نظرة مختلفة للعالم فهو لا يواجه اليأس والإحباط عند محاولته لإنقاذ الأطفال وأسره من مشكلاتهم ومن الأمية والتدهور الإقتصادي، كما يتميز بالبساطة والبعد عن التعقيد وهو يتحدث مع السلطة. (٣٨)

ترتبط صورة البطل الشعبي بصورة البطل الذى يظهر في السير الشعبية مثل أدهم الشرقاوى على سبيل المثال لا الحصر ولقد لقي هذا النوع من الأبطال إستحسان الجمهور في ذلك الوقت، ولكننا نتطرق في هذه الدراسة إلى نوع آخر من الأبطال الشعبيين وهو بطل الحارة الشعبية الذى يعيش بين جيرانه وأسرته وأهل حارته تربطهم علاقة تكاد تكون قوية حيث يتمتع هذا البطل بالشهامة والشجاعة والإقدام والوقوف في وجه الظلم ونصر الحق ومن خلال هذه الدراسة ترى الباحثة أنه يوجد نوعين من الأبطال الشعبيين نوع يتعامل مع المواقف والآخرين بطريقة إيجابية والنوع الآخر بطل يتعامل مع الآخرين ومع المشكلات بطريقة سلبية وغير عقلانية.

**البطل التقليدى (الكلاسيكى):**

تتعدد الصفات المميزة للبطل التقليدى والتي تساعدنا على التعرف على جذور تلك الصور من البطولة، وعلى تتبع أثارها في الأعمال العصرية التي تقدم إلينا من خلال وسائل الإعلام المختلفة، والتي لا تخلو من ظلال لصورة البطل التقليدى.

(٣٧) ميخائيل عيد: من قاموس المصطلحات الادبية الرومانية، مجلة الاسبوع الادبى ، العدد ٩٢٦ ، ٢٠٠٤ ، ص ٥ .

(٣٨) اعتماد خلف معبد: صورة البطل المقدم للطفل المصري فى خلال فترتى الحرب والسلام ، مرجع سابق ، ص ٨٠ .

وبالمقارنة بصور الأبطال المقدمة عبر التاريخ حيث يمثل ذلك في محاربتة لوحش أو لتنين أو جوة خارقة لينقذ البطلة وهذه الصفة من أهم صفات البطل. أما في فترة شباب البطل فتمضى في سرية وعذاب وإهانته لأن ولادته : أو الظروف التي تحيط بمولده، لا تماثل ولادة أى طفل عادى؛ فهو تم خطفه أو إضطر للإختفاء، وفي معظم الأحوال يلقى صعوبه في إثبات نسبه. (٣٩)

### تطور البطل الشعبي بين الماضى والحاضر :

حيث نرى أن البطل الشعبي هو البطل الذى يعيش في الحارة الشعبية ما بين الأمس والحاضر حيث نرى أن هذا البطل قد تطور من كونه بطل يحبها الجميع ،يساعد الجميع ويقضى على الظلم وينشر العدل في أرجاء المجتمع لكن نرى البطل الذى تصدمه الحياة بوقوع ظلم عليه فيستعد ليثأر لنفسه ضد المجتمع وأعرافه ومن فيه وذلك من خلال البطلجة وتجارة السلاح والمخدرات والخوض فيما هو ممنوع ومخالف للعادات والتقاليد والأعراف الاجتماعية .

إن البطل في فترة الثمانينيات والتسعينيات كان يرمز له في أغلب المسلسلات (الفنان أحمد عبد العزيز) فكانت شخصية مثالية لا يوجد عليها اختلاف بين الجمهور فكان مثال جيد للشباب بشكل خاص يحتذى به بل ولجمهور المشاهدين بشكل عام، أما بطل العصر الحديث فى أغلب المسلسلات فكان على سبيل المثال (الفنان محمد رمضان) وذلك في مسلسلاته وأفلامه الغنية عن التعريف حيث نرى على سبيل المثال شخصية رفاعى وناصر الدسوقى، حيث اقتضى بها الشباب في فترة من الفترات مثل طريقة الكلام ، الحركات طريقة المشى، اللبس، حلق اللحية المشهورة لذا يجب على القائمين بالاتصال توخى الحذر في اختيار الشخصيات الإيجابية التى تؤثر بالإيجاب في المجتمع والبعد عن الشخصيات التي تؤثر سلبيا بل وترسخ صورة غير محمودة في أذهان الجمهور .

ولهذا يتوجب على القائمين على الأعمال الدرامية من منتجين ومؤلفين ومخرجين وغيرهم باختيار الشخصيات الإيجابية ونشرها في المجتمع للمحافظة على النسق القيمي والاخلاقى لأفراد المجتمع ككل مثل مسلسل الاختيار من خلال سرد شخصيات بطولية لضباط في الجيش يضحون بأرواحهم من أجل وطنهم ، وأيضاً بطل مسلسل طاقة القدر فهو بطل فقير تعرض للظلم حيث إنه لا يستطيع ان يوفر قوت يومه ولكنه لم يسلك الطرق الملتوية الغير شرعية ليرفع المستوى الاقتصادي له بل كد واجتهد حتى كون ثروة بمجهوده ومثل هذه الشخصيات يجب أن تكون قدوة في المجتمع.

(٣٩) المرجع السابق نفسه ، ص ص ٨٠-٨١ .

إن البطل الذى يقدم كشخصية مثالية لا يزال في جوانب تفكيره وسلوكه وأخلاقه يمثل بيئة مختلفة أضف إلى ذلك أن هذه الشخصية لا تخلوم جوانب سلبية لا تصلح مثل أعلى لكن المشكلة تكمن في أن المشاهد في هذه الفترة لديه ما يعرف بـ "النقص" فيأخذ في تقليد كل ما يصدر عن الشخصية التي يتقمصها وهذه الشخصية قد تكون حقيقية أو خيالية كشخصيات الروايات ويحاول تقليد هذه الشخصية حتى في طريقة كلامه ولبسه ... وإن كانت مخالفة للمجتمع لأن هذه الأمور قد يمارسها بطل المسلسل فهي تظل عالقة في أذهان المشاهدين بأنها من سمات البطولة وأخيراً وليس آخراً فإن التأثير لا يظهر إلا بعد سنين ومن الممكن القول بأن التأثير يكون أكثر من التأثير الخاصة بظروف التربية والتنشئة . (٤٠)

### المحور الثالث: الصورة الذهنية:-

#### تمهيد :-

يعتبر التليفزيون من أهم الوسائل التي تعمل على تكوين الصورة الذهنية للدول من خلال قدرته الفائقة على التأثير في الرأي العام والعادات والتقاليد والاتجاهات فهو بذلك لا يمكن أن يكون أداة لنقل المعلومات وإرسالها إنما أصبح له دور فعال في تكوين الصورة الذهنية عن الدول والشعوب .

وهنا ترى الباحثة أن الصورة الذهنية ماهي إلا صورة تتكون نتيجة تفاعل الفرد مع البيئة المحيطة به وتختلف هذه الصور باختلاف الأفراد كل حسب خبرته وتجاريه . ويعتبر مفهوم الصورة الذهنية مفهوم قديم يرجع إلي العصر اليوناني . (٤١) وقد بدأ استخدام الصورة الذهنية **image** مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين كمصطلح له علاقة بالمؤسسات التجارية لكن ما لبث أن استخدم في المجالات السياسية والإعلامية المختلفة . (٤٢)

وتشكل الصورة الذهنية بمكوناتها المختلفة علامة فارقة في نجاح أصحابها وتفوقهم سواء كان ذلك على مستوى الدول أو المؤسسات أو حتى الأفراد والجماعات والشعوب إذ أنها تمثل العنصر المهم في تجديد درجة ثقة الجمهور تجاههم ، وما يصدر عنهم من سلوكيات أو أفعال أو ما يقدمونه من منتج .

(٤٠) عبد الناصر النحراوى : دور قصص المغامرات في تشكيل صورة البطل لدى المراهقين المصريين ، رسالة ماجستير غير منشورة ( جامعة عين شمس معهد : الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١١) ص ٦٩ .

(٤١) - انجى بهجت : صورة رجل القضاء بالدراما المعروضة بالقنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، ٢٠١٧ ) ص ٣٨ .

(٤٢) - انتصار ابراهيم عبد الرازق، صفد حسام : الاعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة ، ط١ ، ( بغداد : الدار الجامعية للنشر والترجمة ، ٢٠١١ ) ص ص ٧٢-٧٣ .

## تعريف الصورة الذهنية :-

يعرف قاموس ويبستر الصورة الذهنية بأنها التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر أو محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة أو تخيل لما أدركته الحواس من الرؤية أو السمع أو غيرها من الحواس . (٤٣)

ويعرفها المعجم الإعلاني على أنها مفهوم عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة يشير إلى اتجاه هذه الجماعة الأساسي نحو شخص معين أو نظام ما أو طبقة بعينها أو جنس معين أو فلسفة سياسية أو قومية معينة أو أي شيء آخر .

وتعرفها البلاغة بأنها الصورة المنطبعة في عقول معظم الأفراد ، ويمكن القول أيضا أن عند استرجاع الجمهور للأحداث التي تعرضوا لها نرى أن الجمهور يسترجع كافة الأحداث التي سجلتها هذه الصور . (٤٤)

## أهمية الصورة الذهنية :-

نجد أن للصورة الذهنية أهمية كبيرة في حياة الأفراد والجماعات والدول حيث نجد أنها لها دور كبير في تشكيل الرأي العام .

١ . تعمل الصورة الذهنية على تكوين المواقف والآراء والأحكام الشخصية نحو الأشخاص أو الأشياء وتفسر مواقف الفرد وآراءه وأنماط سلوكه في الحياة الاجتماعية ويفسر أيضا فلسفته في الحياة .

٢ . تضيق نطاق الجهل في التعامل مع الآخرين وذلك بتقديم معرفة مسبقة بما يمكن أن تكون عليه صورة الأشخاص والأشياء .

٣ . تساعد الصورة الطيبة للمؤسسة على اجتذاب أفضل العناصر البشرية للعمل بها وسعادة العاملين بها والانتماء إليها وتوطيد العلاقة مع العاملين بها وكل ما سبق يؤدي إلى خفض المشاكل وارتفاع الروح المعنوية ووجود مرونة في التعامل ويسود الود بين العاملين بعضهم البعض وبين الجمهور حيث أن المؤسسة ذات الصورة الطيبة تظمن الجمهور مثال على ذلك "الصورة الذهنية لجمهور المستهلكين تجاه شركة توشيبا العربي".

(٤٣) عاطف عدلى العبد : صورة المعلم في وسائل الاعلام ( القاهرة : دار الفكر العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٩٨ ) ص ص ٣١٠ -

٣١١ .

(٤٤) رفعت عارف الضبع : الخير ، ( القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠١١ ) ص ٦٥ .

٤. أن أهمية الصورة الذهنية تتبع من أن الفرد مخلوق محدد الإدراك لا يستطيع فهم العالم بمفرده ، إنما يتم الفهم أو التصور من خلال تعرضه لوسائل الاعلام التي تمكنه من القدرة على الفهم لما يدور حوله .<sup>(٤٥)</sup>

الالاح و تكرار وتقديم الرسائل الإعلامية في اتجاه معين .

#### أهمية الصورة الذهنية :-

نجد أن للصورة الذهنية أهمية كبيرة في حياة الأفراد والجماعات والدول حيث نجد أنها لها دور كبير في تشكيل الرأي العام .

تعمل الصورة الذهنية على تكوين المواقف والآراء والأحكام الشخصية نحو الأشخاص أو الأشياء وتفسر مواقف الفرد وآراءه وأنماط سلوكه في الحياة الاجتماعية ويفسر أيضا فلسفته في الحياة.

تضييق نطاق الجهل في التعامل مع الآخرين وذلك بتقديم معرفة مسبقة بما يمكن أن تكون عليه صورة الأشخاص والأشياء .

تساعد الصورة الطيبة للمؤسسة على اجتذاب أفضل العناصر البشرية للعمل بها وسعادة العاملين بها والانتماء اليها وتوطيد العلاقة مع العاملين بها وكل ما سبق يؤدي إلى خفض المشاكل وارتفاع الروح المعنوية ووجود مرونة في التعامل ويسود الود بين العاملين بعضهم البعض وبين الجمهور حيث أن المؤسسة ذات الصورة الطيبة تظمن الجمهور مثال على ذلك "الصورة الذهنية لجمهور المستهلكين تجاه شركة توشيبا العربي " .

تلعب الصورة الذهنية دورا كبيرا في معرفة وإدراك سلوك الفرد فقد أكدت الدراسات العلمية أن الفرد في المجتمع الجماهيري يتعامل مع الواقع الاجتماعي يتعرف عليه من خلال الصورة التي قدمتها وسائل الاعلام ، المدرسة والأسرة على إدخالها .<sup>(٤٦)</sup>

أن الصورة الذهنية تفسر آراء الفرد وأنماط سلوكه في الحياة الاجتماعية .<sup>(٤٧)</sup>

أن أهمية الصورة الذهنية تتبع من أن الفرد مخلوق محدد الإدراك لا يستطيع فهم العالم بمفرده ، إنما يتم الفهم أو التصور من خلال تعرضه لوسائل الاعلام التي تمكنه من القدرة على الفهم لما يدور حوله .<sup>(٤٨)</sup>

<sup>(٤٥)</sup> شيماء كمال محمد : الصورة الاعلامية للفراعة في الافلام الامريكية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى المراهقين المصريين ، رسالة ماجستير غير منشورة ،(جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ،٢٠١٨) ص ٥٣ .

<sup>(٤٦)</sup> ريهام حامد نوبر : صورة الطبيب النفسي في الافلام العربية وعلاقتها بصورته الذهنية لدى الشباب (القاهرة : دار الكتاب الجامعي ،٢٠١٥) ص٨٣

<sup>(٤٧)</sup> نهاد فتحي سليمان : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة السياسيين والمؤسسات السياسية دراسة مسحية على الشباب المصري ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، ( جامعة القاهرة : كلية الاعلام ،٢٠١٨) ص ١٠٣ .

**أبعاد الصورة الذهنية :-**

الوجداني تتكون الصورة الذهنية من ثلاث أبعاد أساسية متداخلين مع بعضهم البعض لايمكن فصلهم أبدا:-

**١. البعد المعرفى :-**

هو عبارة عن البعد المعلوماتى التى يدرك من خلاله الفرد موضوع معين أو قضية معينة. وهو عبارة ايضا عن مجموعة من الصفات المعرفية التى نستطيع أن ندرك بها الاشياء، فالانسان يولد ولديه معلومات ولكن سرعان ما يضىف على العالم معنى ليجعل الحياة مفهومة أكثر.

**٢. البعد الوجداني :-**

ويقصد به البعد العاطفي إميل الفرد بالحب أو الكره لشخص ما أو فكرة ما وهذه المشاعر تؤثر على ما يدرك الفرد وعلى سلوكياته، ويتشكل البعد الوجداني بجانب البعد المعرفى تاركا وراءه العواطف لتشكل قيم الافراد وسلوكياتهم. ويقصد به الميل موضوع أو كرهه حيث يرتبط هذ البعد بالمشاعر اذ أن الصورة الذهنية تتأثر بالمشاعر والعواطف ويرتبط هذا البعد بالبعد المعرفى حيث تؤثر السمات المدركة فى مدى قبولنا أو رفضنا للأشياء .

**٣. البعد السلوكي :-<sup>(٤٩)</sup>**

تتغذى الصورة الذهنية بما تقدمه وسائل الإعلام فهى ليست صورة جامدة لكن نتيجة الالاح وتكرار وتقديم الرسائل الإعلامية فى اتجاه معين.

**سمات وخصائص الصورة الذهنية:-**

توجد مجموعة من السمات والخصائص التى تتميز بها الصورة الذهنية حيث:-

**١. المرونة.**

تتميز الصورة الذهنية بأنها لم تعد نمطا جامدا فى ذهن الجمهور ولكنها تتغذى على ماتقدمه لها وسائل الإعلام مما يجعلها قابله للتحول عبر مراحل طويلة.

**٢. الصورة الذهنية عملية ديناميكية وليست عملية استاتيكية.**

حيث يمكن القول أن انها لا تتصف بالثبات والجمود ولكنها تتسم بالمرونة والتفاعل المستمر وتتغير طوال الحياه.

(٤٨) شيما كمال دحدح : الصورة الاعلامية للفراعة فى الافلام الامريكية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بالصورة الذهنية ،

رسالة ماجستير غير منشورة ( جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، ٢٠١٨ ) ص ٥٣ .

(49)Greame Burton, : "Taking Television: an introduction to the study of the Television ,Opi.cit, p 173.

## ٣. الجزئية.

تعتبر الصورة الذهنية عن جزء من الحقيقة وليست الحقيقة بأكملها لذلك فهي تعتبر صورة غير موضوعية.

## ٤. عدم الدقة.

تتسم الصورة الذهنية أحيانا بعدم الدقة ويرجع ذلك الى أن اللغة المستخدمة فى عملية الاتصال بين المرسل والمستقبل قد لا تتفق فى معانيها مع الصورة التى يدركها المستقبل فى عملية الاتصال وقد يودى هذا الى تشوية معالمها فى أذهان الجمهور

## ٥. التعميم .

من أهم سمات الصورة الذهنية التعميم فالتعميم يعنى جعل الصورة أداة لقهر جماعة معينة ونبذها لتعمم على أفرادها جميعهم سمات سلبية .

## وظائف الصورة الذهنية :-

- تعمل الصورة الذهنية على تشكيل معارف ومعلومات وادراك الفرد نحو الموضوعات المختلفة.
- هى التى توجه سلوك الافراد وتؤثر فى تصرفاتهم تجاه الجماعات والقطاعات المختلفة وكذلك الدور الذى تقوم به وسائل الاتصال فى تكوينها.
- تلعب الصورة الذهنية دورا هاما فى السياسة حيث تستخدم كأدوات لتأييد وتغيير الأمور السياسية وتوجيه سلوك الافراد وكذلك باعتبار أن الصورة الذهنية هى حجر الاساس فى تشكيل الرأى العام.
- تساعد الصورة الذهنية فى تشكيل الواقع حث أنها تسهم فى فهم البناء المعرفى للمعلومات المقدمة وذلك باعتبار ان الصورة تُفهم كنوع من الاتصال البصرى.
- تعتبر الصورة الذهنية الايجابية عاملا أساسى فى نشر شعور الفرد بالامن والاستقرار والتخفيف من حدة الخوف وتبسيطها للأحداث يوفر رجوع صدى إيجابى.

## مصادر تكوين الصورة الذهنية:-

تتكون الصورة الذهنية من الخبرة المباشرة والغير مباشرة

## ٦. الخبرة المباشرة.

هى نتيجة احتكاك الفرد اليومي بغيره من الافراد والانظمة فبالتالى تتكون انطباعات ذاتية عن المؤسسة، وهذه الخبرة لها تاثير كبير على عقلية الفرد وعواطفه.

## ٧. الخبرة غير المباشرة:

وهي طما يستمد الفرد من افكار ومعلومات تجاه قضية او موضوع معين عبر وسائل الاعلام باعتبار ان وسائل الإعلام من أهم المؤسسات مساهمة في تكوين الصورة الذهنية من خلال نشر المعلومات والصور والأخبار.

**العوامل التي تؤثر في تكوين الصورة الذهنية :-**

لقد اشار العديد من الباحثين في مجالي الاتصال وعلم الإجتماع علي أنه توجد مجموعة من العوامل التي تؤثر في بناء وتكوين الصورة الذهنية للجمهور ومنها :-

**١. عوامل شخصية :-**

ومنها العمر والنوع والمستوي الاقتصادي ومستوي الذكاء فنجد أنه يعتبر النوع سواء ذكر او أنثي تأثيره طفيف في اختلاف الصور الذهنية وايضا الصورة المتكونة لدي الافراد ذات المستوي الإقتصادي المرتفع تختلف عن الافراد ذات المستوي الاقتصادي المنخفض ، اما عن الذكاء فهو عامل اساسي في تعزيز او إعاقة بناء صورة ذهنية .

**٢. عوامل اجتماعية :-**

مثل تأثير المدرسة والاسرة والاقران في تكوين الصورة الذهنية .

**٣. عوامل اعلامية :-**

وذلك من خلال ماتقدمه وسائل الاعلام الجماهيري من اخبار ورسائل ومعلومات خاصة لموضوع ما ،التغطية الاعلامية للاحداث الخاصة بالموضوع في وسائل الاعلام الجماهيرية ومدى سلبيتها وايجابيتها .

**دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية :-**

يتفق الكثير من الباحثين علي القدرة الهائلة للتلفزيون علي تكوين الصورة الذهنية حيث يعتبر من أكثر وسائل الإعلام جذبا حيث يحتوي علي إشارات صوتية ومرئية تتحرك وتتغير بشكل منظم ومرتب وبالتالي تتشكل الرسائل التلفزيونية التي تجذب الجمهور . وتلعب الدراما التلفزيونية -تحديدا- (المسلسلات التلفزيونية ) دورا هاما حيث انها تأتي في مقدمة الأنماط التلفزيونية من حيث قدرتها علي بناء الصورة الذهنية لدي المشاهدين ، إذ تتميز المسلسلات بالإضافة إلي قدرات التلفزيون كوسيلة إعلامية بالقدرة علي حشد كافة عناصر التشويق والإثارة والمؤثرات التي تتعاون جميعا لصنع الصور الذهنية وصياغتها عن الأفراد والجماعات والشعوب .

فمن اكثر الوسائل تأثيرا هي المسلسلات ، فالصورة في المسلسل غالبا ما تكون حالة حركة ديناميكية متصلة علي عكس الصور الفوتوغرافية فهي تصل إلي المشاهد عبر أشعة ضوئية وهذه المميزات للحركة والصور المنعكسة تمنحها قوة تعبير غير عادية مما يجعلها إحدى الوسائل المؤثرة في المشاهد.



فعلي سبيل المثال عند عرض القنوات التلفزيونية الإخبارية فض اعتصام رابعة نجد ان من بينها قناة الجزيرة والتي قدمت صورة اعلامية للجيش المصري سيئة للغاية ،علي العكس تماما حيث انها أظهرت الإخوان في صورة افراد صغفاء لا حيلة لهم ، فتبين من ذلك ان قناة الجزيرة رخت صورة ذهنية سيئة عن الجيش علي النقيض الأخر عرضت القنوات التلفزيونية المصرية والعربية فض اعتصام رابع حيث اظهرت أن الاخوان ارهابيون لا دين لهم يقتلون الابرياء بدون حق وسفك دمائهم ويأذون من حولهم وصوروا الجيش المصري أنه المنقذ لمصر بأكملها حيث انقذ مصر من الوقوع في براثن الأخوان ومخططاتهم ،وبالتالي رسخ القنوات المصرية والعربية صورة ذهنية سئية عن الأخوان واطهرت الجيش المصري في دور البطولة فهو المنقذ من الارهاب .

وإذا تطرقنا إلي هذا المثال نجد أن اغلبية الصور الذهنية المتكونة لدي اذهان الجمهور سواء صور ايجابية أو سلبية ما هي إلا انعكاس أو رد فعل لتلك الصور الإعلامية التي عرضتها وسائل الإعلام في المواقف المختلفة وتجاه قضايا معينة .

وهناك أيضا العديد من العوامل التي تساعد الاعلام في تكوين الصورة الذهنية :- (٥٠)  
يتميز العصر الذي نعيش فيه بعصر السرعة كل الوسائل الالكترونية تجعل كل شئ يتم بسرعة شديدة وأيضاً يتميز هذا العصر انعزال الافراد مما يجعل وسائل الاعلام مصدر للشعور بعدم العزلة والمشاركة .

#### دور المسلسلات في تكوين الصورة الذهنية للبطل الشعبي :-

يتفق الكثير من الباحثين على القدرة الهائلة للتلفزيون في تكوين الصور الذهنية ، حيث يعتبر من أكثر وسائل الإعلام جذبا حيث يحتوى على إشارات صوتية ومرئية تتحرك وتتغير بشكل منظم ومرتب حيث تتشكل الرسائل التلفزيونية التي تجذب الجمهور . (٥١)  
تلعب الدراما التلفزيونية دورا هاما حيث أنها تأتي في مقدمة الأنماط التلفزيونية من حيث قدرتها على بناء الصورة الذهنية لدى المشاهدين ، اذ تتميز المسلسلات بالإضافة الى قدرات التلفزيون كوسيلة إعلامية بالقدرة على حشد كافة عناصر التشويق والإثارة والمؤثرات التي تتعاون جميعا لصنع الصور الذهنية وصياغتها عن الأفراد والجماعات والشعوب (٥٢) ،

(٥٠) ايمن منصور ندا : الصورة الإعلامية والقرارات السياسية ، التكوين - العلاقات المتبادلة ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الثاني ، العدد الثاني ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ابريل - يونيو ٢٠٠١ ، ص ٢٧٥ .

(51) Katharine Heintz- Knowles , : "The reflection on the screen : Television,s image of children [https://www.amazon.com/reflection-screen-Televisions-image-children/dp/B0006S0TT8#featureBulletsAndDetailBullets\\_feature\\_div](https://www.amazon.com/reflection-screen-Televisions-image-children/dp/B0006S0TT8#featureBulletsAndDetailBullets_feature_div)

(٥٢) تم الرجوع الى

- محمد منير حجاب : الموسوعة الإعلامية ، مرجع سابق ، ص ٨٧ .

فمن أكثر الوسائل تأثيراً هي المسلسلات فالصورة في المسلسل غالباً ما تكون في حالة حركة ديناميكية متصلة لمجموعة صور فوتوغرافية فهي تصل إلى المشاهد عبر أشعة ضوئية وهذه المميزات للحركة والصور المنعكسة تمنح الصور التلفزيونية قوة تعبير غير عادية مما يجعلها إحدى الوسائل المؤثرة في المتفرج. فعلى سبيل المثال عند عرض القنوات التلفزيونية الاخبارية فض اعتصام رابعة نجد أن قناة الجزيرة نقلت صور إعلامية للجيش المصري سيئة وأيضاً أظهرت الإخوان في صورة أفراد ضعفاء لا حيلة لهم فتبين أن قناة الجزيرة رسخت صور ذهنية ايجابية للإخوان وسلبية للجيش المصري ولكن على النقيض الأخر مما عرضت القنوات التلفزيونية المصرية والعربية لنفس هذا الحث ولكن بصورة مختلفة .

### عرض نتائج البحث ومناقشتها:

- أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن نسبة من يشاهدون المسلسلات بالقنوات التلفزيونية المصرية بصفة منتظمة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٢٠,٦٧% ، وبلغت نسبة من يشاهدونها بصفة غير منتظمة (أحياناً) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٥٨,٠٠% ، بينما بلغت نسبة من يشاهدونها نادراً من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢١,٣٣% .
- أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن نسبة من يشاهدون المسلسلات بالقنوات التلفزيونية المصرية أقل من ساعة يومياً من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤١,٧٨% ، وبلغت نسبة من يشاهدونها من ساعة إلى أقل من ساعتين يومياً من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٤٤,٠٠% ، بينما بلغت نسبة من يشاهدونها من ساعتين إلى أقل من أربعة ساعات يومياً من إجمالي مفردات عينة الدراسة ١١,٣٣% ، وبلغت نسبة من يشاهدونها أربعة ساعات فأكثر يومياً من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢,٨٩% .
- أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن نسبة مشاهدة المبحوثين مسلسل واحد في اليوم بالقنوات التلفزيونية المصرية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤٦,٨٩% ، وبلغت نسبة من يشاهدون مسلسلاً من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٧,١١% ، بينما بلغت نسبة من يشاهدون ثلاثة مسلسلات من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢١,٣٣%

- شيماء محمد كمال دحدح : الصورة الإعلامية للفراعة في الأفلام الأمريكية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى المراهقين المصريين ، رسالة ماجستير غير منشورة ( جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، ٢٠١٨ ) ، ص ٥٠ .

وبلغت نسبة من يشاهدون أكثر من أربعة مسلسلات من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٤٦,٦٧% .

• أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن نوعية المسلسلات التي يفضل المبحوثين على مشاهدتها بالقنوات التلفزيونية المصرية وفقا للنوع، حيث جاء فى الترتيب الأول المسلسلات السياسية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٢,٨٩% من إجمالي مفردات من يشاهدون المسلسلات بالقنوات التلفزيونية المصرية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء فى الترتيب الثانى المسلسلات التاريخية ، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٠,٨٩% وجاء فى الترتيب الثالث المسلسلات الاجتماعية .

• أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن نسبة من يشاهدون المسلسلات بالقنوات التلفزيونية المصرية التي يقوم بتجسيدها بطل شعبي بصفة منتظمة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ١٥,١١% ، ، وبلغت نسبة من يشاهدونها بصفة غير منتظمة (أحياناً) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٦٩,٥٦% ، بينما بلغت نسبة من يشاهدونها نادراً من إجمالي مفردات عينة الدراسة ١٥,٣٣%

• أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن نسبة من يشاهدون المسلسلات بالقنوات التلفزيونية المصرية أقل من ساعة يومياً من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ١٩,٧٨% ، موزعة بين ٢٠,٨٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ١٨,٧٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يشاهدونها من ساعة إلى اقل من ساعتين يومياً من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٤٣,٥٦% موزعة بين ٤٦,٢٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٤٠,٤٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

• أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن نسبة مشاهدة المبحوثين مسلسل واحد فى اليوم بالقنوات التلفزيونية المصرية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤٠,٢٢% ، ، وبلغت نسبة من يشاهدون مسلسان من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٤,٨٩% ، بينما بلغت نسبة من يشاهدون ثلاثة مسلسلات من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٧,٣٣% وبلغت نسبة من يشاهدون أكثر من أربعة مسلسلات من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٧,٥٦% .

• أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن نوعية المسلسلات التي يفضل المبحوثين على مشاهدتها بالقنوات التلفزيونية المصرية وفقا للنوع، حيث جاء فى الترتيب الأول مسلسل هوجن، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٥,١١% من إجمالي مفردات من يشاهدون

المسلسلات بالقنوات التليفزيونية المصرية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء فى الترتيب الثانى مسلسل بن حلال ، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٤,٢٢% وجاء فى الترتيب الثالث مسلسل الإختيار، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥١,١١% .

- أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس حجم مشاهدة المبحوثين للمسلسلات التى يقوم بتجسيدها بطل شعبي فى المسلسلات التليفزيونية، حيث جاء مسلسل بن حلال فى الترتيب الأول، وجاء مسلسل فوق السحاب، مسلسل هوجن فى الترتيب الثانى، وجاء مسلسل الحساب يجمع فى الترتيب الثالث، وجاء مسلسل الأسطورة فى الترتيب الرابع.

- أسفرت نتائج الدراسة إلى أهم أسباب مشاهدة المبحوثين للمسلسلات التى يقوم بتجسيدها بطل شعبي فى المسلسلات التليفزيونية وفقا للنوع، حيث جاء فى الترتيب الأول عبارة لأننى أعجب بالقصة والفكرة التى يدور حولها العمل الدرامى، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٥,٣٣% من إجمالي مفردات من يشاهدون المسلسلات بالقنوات التليفزيونية المصرية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء فى الترتيب الثانى عبارة لأنها تعلمنا أشياء لم نكن نتعلمها فى حياتنا ، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٠,٨٩%.

- أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن موقف المبحوثين عند مشاهدة مسلسل يقوم بتجسيدها بطل شعبي فى المسلسلات التليفزيونية وهو يتنقل بين القنوات حيث حصلت عبارة أتوقف لمشاهدة الحلقة كاملة ومتابعة باقى الحلقات من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٥٠,٣٣% ، ، وبلغت نسبة من يتوقف لمشاهدة الحلقة كاملة فقط مسلسلان من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٥٠,٣٣% ، بينما بلغت نسبة من يتوقفون لمشاهدة جزء كبير من المسلسل من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٦,٠٠%.

- أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس مستوى نشاط مشاهدة المبحوثين لمسلسل يقوم بتجسيده بطل شعبي فى المسلسلات التليفزيونية، حيث جاءت عبارة أدقق فى تفاصيل الإخراج والمشاهد أثناء مشاهدة المسلسل فى الترتيب الأول وجاءت عبارة اهتم بمتابعة الحوار بين شخصيات المسلسل فى الترتيب الثانى وأيضا جاءت عبارة أقارن بين ما أشاهده فى المسلسل وبين ما أراه فى الواقع من حولى فى الترتيب الثانى، وجاءت عبارة قد أوجل أعمالى التى أود القيام بها من أجل مشاهدة المسلسل فى الترتيب الثالث.

- أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن المشاهد التى يفضل المبحوثين مشاهدتها فى المسلسلات التى يقوم بتجسيدها بطل شعبي فى المسلسلات التليفزيونية وفقا للنوع، حيث

جاء فى الترتيب الأول المشاهد رومانسية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٢,٠٠% من إجمالى مفردات من يشاهدون المسلسلات بالقنوات التلفزيونية المصرية من إجمالى مفردات عينة الدراسة، وجاء فى الترتيب الثانى مشاهد المعارك الكبرى والصراعات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٦,٢٢% واحتلت المرتبة الثالثة ارتكاب الجرائم، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٢,٠٠%.

• أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن نسبة من يناقشون آخرين حول المسلسلات بالقنوات التلفزيونية المصرية بصفة منتظمة من إجمالى مفردات عينة الدراسة بلغت ١٥,٧٨% ، وبلغت نسبة من يناقشون آخرين حول المسلسلات بالقنوات التلفزيونية المصرية بصفة غير منتظمة (أحياناً) من إجمالى مفردات عينة الدراسة ٦٨,٤٤% ، بينما وبلغت نسبة من يناقشون آخرين حول المسلسلات بالقنوات التلفزيونية المصرية نادراً من إجمالى مفردات عينة الدراسة ١٥,٧٨% .

• أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس عوامل تشكيل اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة المسلسلات التلفزيونية حيث جاءت عبارة تساعد المسلسلات التلفزيونية على تشكيل الرأي حول مختلف القضايا التى تعالجها فى الترتيب الأول، جاءت عبارة تنفق القضايا المطروحة فى المسلسلات التلفزيونية مع اهتمامات المشاهدين فى الترتيب الثانى وأيضاً جاءت عبارة تمتاز المسلسلات التلفزيونية بعنصر القبول والإقناع فى الترتيب الثالث، وجاءت عبارة قد أوّجّل أعمالى التى أود القيام بها من أجل مشاهدة المسلسل فى الترتيب الثالث.

• أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس عوامل تشكيل اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة المسلسلات التلفزيونية، حيث جاءت عبارة المسلسلات التلفزيونية تقدم البطل الشعبى على أنه ضحية ظروف اقتصادية سيئة فى الترتيب الأول، وجاءت عبارة تظهر صورة البطل الشعبى فى المسلسلات كعنصر متعاون مع جيرانه وأصدقائه ومن حوله ويحب لهم الخير فى الترتيب الثانى وأيضاً جاءت عبارة المسلسلات التلفزيونية تقدم البطل الشعبى على أنه ضحية الجهل والإهمال التعليمى فى الترتيب الثالث، وجاءت عبارة تظهر صورة البطل الشعبى فى المسلسلات على أنه مغلوب على أمره نتيجة ظروفه البغيضة فى الترتيب الرابع.

• أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس درجة تأثر المبحوثين بالبطل الشعبى المقدم فى المسلسلات التلفزيونية المصرية، جاءت

عبارة أشعر بتعاطف مع بطل المسلسل وأحزن أن أصابه أذى فى الترتيب الأول، وجاءت عبارة أبدى إعجابى بتصرفات البطل والشخصيات فى الترتيب الثانى وأيضاً جاءت عبارة أرى أن كثير من شخصيات المسلسل تشبه بعض الشخصيات التى أتعامل معها فى الواقع فى الترتيب الثالث

- أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس درجة اتجاه الجمهور نحو البطل الشعبي المقدم فى المسلسلات التلفزيونية المصرية، حيث جاءت عبارة تتوافق المسلسلات الدرامية مع القيم والأخلاق فى الترتيب الأول، وجاءت عبارة تتناسب المسلسلات مع الذوق العام فى الترتيب الثانى وأيضاً جاءت عبارة تقدم المسلسلات كل ما هو جديد في مجال الدراما فى الترتيب الثالث، وجاءت عبارة اعتقد أن المسلسلات التلفزيونية تكون جزء من أحداث العالم المحيط فى الترتيب الرابع.
- أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن الصورة الإعلامية التى صور بها البطل الشعبي فى المسلسلات التلفزيونية المصرية من وجهة نظر المبحوثين بصورة إيجابية من إجمالى مفردات عينة الدراسة بلغت ٣٣,٧٨% ، موزعة بين ٣٦,٦٧% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٣١,٢٥% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يشاهدونها بصورة سلبية من إجمالى مفردات عينة الدراسة ٣٩,١١% موزعة بين ٣٧,١٤% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٤٠,٨٣% من إجمالى مفردات عينة الإناث.
- أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن أسباب رؤية المبحوثين أن الصورة الإعلامية التى صور بها البطل الشعبي فى المسلسلات التلفزيونية المصرية إيجابية وفقاً للنوع ، حيث جاء فى الترتيب الأول لأننى مقتنعة بالشخصية كما ظهرت، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٨,٩٥% من إجمالى مفردات من يقتنعون بأن الصورة الإعلامية إيجابية من إجمالى مفردات عينة الدراسة، وجاء فى الترتيب الثانى لأن ملامح هذا البطل كما هي على أرض الواقع ليس بها أى تزييف.
- أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن أهم أسباب رؤية المبحوثين أن الصورة الإعلامية التى صور بها البطل الشعبي فى المسلسلات التلفزيونية المصرية سلبية وفقاً للنوع، حيث جاء فى الترتيب الأول لأننى لأن الممثل الذى جسّد شخصية البطل الشعبي هو شخص غير مفضل بالنسبة لى، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٤,٤٣% من إجمالى

مفردات من يقتنعون بأن الصورة الإعلامية سلبية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثانى لأن ملامح هذا البطل كما هي على أرض الواقع ليس بها أى تزييف، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٦,٤٨%.

- أثبتت نتائج الدراسة الحالية إلى أن رؤية المبحوثين عن مدى تعبير الدراما التليفزيونية بالمضمون الدرامي عن صورة البطل الشعبي كافية بدرجة كبيرة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٢٩,١١%، وبلغت نسبة يعتقدون انها كافية إلى حد ما من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٥٢,٤٤%، وبلغت نسبة يعتقدون انها غير كافية على الإطلاق ما من إجمالي مفردات عينة الدراسة ١٨,٤٤%.

#### توصيات البحث:

١. ينبغي علي القائمين بالاتصال بضرورة توخى الحذر في اختيار الاعمال الدرامية حيث ان الدراما هي إحدى السبل التي من خلالها يتم توجيه الجمهور بالايجاب أو بالسلب نحو قضية معينة .
٢. يجب ترجمة المسلسلات المصرية بلهجات أخرى لتصدير ثقافتنا الحقيقية وليس الثقافة التي تكون بها العادات والتقاليد التي لم تكن موجودة في مجتماعتنا فهي مستوردة من خارج بلادنا هذه العادات والتقاليد الغير واقعية تبنى صورة ذهنية سيئة بأذهان الجمهور .
٣. يجب على منتجي المسلسلات انتاج مسلسلات ذات طابع خاص تبرز وظائف الدراما ومن أهمها نقل الواقع بدون تحيز وتقدم للجمهور الطريقة المثلى في حل المشكلات المشابهة لها في حياته من واقع الدراما .
٤. أصبح المنتجين يتنافسون فيما بينهم على من منهم يقدم بطل بملامح معينة مثل بطل مسلسل الاسطورة على سبيل المثال اتخذة الشباب قدوة فاستعاروا من الشخصية طريقة الكلام والعنف واللامح الشخصية حتى طريقة حلق الذقن اصبح موضة عامة على غالبية الشباب فاصبح لدينا مايقارب من نصف المجتمع من الشباب ناصر الدسوقى .
٥. يجب التوسع في اجراء مزيد من الدراسات التي تركز علي البطل الشعبي الذي يرى فيه الشباب والاطفال وغيرهم من الجمهور مثل أعلى يحتذى به للنهوض بالمجتمع .
٦. الجمهور المصرى جمهور واعى يستطيع الحكم على ما يشاهده فيجب عد الاستخفاف المنتاهى من قبل القائمين على انتاج المسلسلات والمؤلفين وأصحاب السيارىو والحوار نحن نبني شباب جيل بأكمله .

## مراجع البحث:

## المراجع العربية:

١. إسرائ عاطف الغزالي: " صورة المرأة العاملة كما تعكسها الأفلام والمسلسلات على القنوات الدرامية وعلاقتها باتجاهات المرأة نحو العمل، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٨).
٢. أشرف عبد المغيث: دور الإعلام في تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب المصري عن العالم الثالث، دراسة ميدانية -تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، العلاقات العامة والاعلان).
٣. اعتماد خلف معبد : صورة البطل المقدم للطفل المصري فى خلال فترتى الحرب والسلام ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة ، ١٩٨٩) .
٤. امانى أحمد الصغير : صور البطولة في قصص الاطفال الروسية والمصرية وعلاقتها بنموذج القدوة ، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، ٢٠١٩) .
٥. انتصار ابراهيم عبد الرازق، صفد حسام : الاعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ط١،(بغداد: الدار الجامعية للنشر والترجمة ،٢٠١١).
٦. انجى بهجت: صورة رجل القضاء بالدراما المعروضة بالقنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي ، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة ، كلية الاعلام، ٢٠١٧).
٧. اياد شكري البكرى : حرب المحطات الفضائية، (القاهرة : دار الشروق للنشر والتوزيع) .
٨. آية سعيد محمود : إدراك الشباب المصري لصورة الأستاذ الجامعى كما تعكسها الدراما التلفزيونية المعروضة على القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٢١).
٩. ايمن منصور ندا: الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤.
١٠. ايمن منصور ندا: الصورة الإعلامية والقرارات السياسية، التكوين- العلاقات المتبادلة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ،المجلد الثانى، العدد الثانى، كلية الإعلام جامعة القاهرة، ابريل-يونيو ٢٠٠١.
١١. جمال الدين الانصارى (بن منظور): معجم لسان العرب،( القاهرة: دار المعارف .د.ت) .
١٢. حنان يوسف: الاعلام والسياسة مقارنة ارتباطية، (القاهرة : دار أطلس للنشر والانتاج الاعلامي، ٢٠٠٦).
١٣. داليا ابراهيم المتبولى: صورة صورة الطفل المصري والاجنبى في الافلام الروائية التي يقدمها التلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٣) .
١٤. رأفت رضوان أحمد : الصورة الإعلامية للمكفوفين في الأفلام العربية المقدمة بالتلفزيون المصري وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى عينة من المراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٩) .
١٥. رفعت عارف الصبع: الخبر، ( القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١١) .
١٦. ريهام حامد نوير: صورة الطبيب النفسي في الافلام العربية وعلاقتها بصورته الذهنية لدى الشباب (القاهرة : دار الكتاب الجامعي ، ٢٠١٥) .



١٧. شادن نصير: صورة الشرطة عند الجمهور: الصورة الذهنية والرأى العام ( القاهرة: ابران للتوزيع والنشر، ٢٠٠٤ ).
١٨. شيماء كمال دحدح: الصورة الاعلامية للفراعنة في الافلام الامريكية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بالصورة الذهنية، رسالة ماجستير غير منشورة ( جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٨ ).
١٩. شيماء كمال محمد : الصورة الاعلامية للفراعنة في الافلام الامريكية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى المراهقين المصريين ، رسالة ماجستير غير منشورة ،(جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، ٢٠١٨ ) .
٢٠. شيماء محمد كمال دحدح : الصورة الإعلامية للفراعنة في الأفلام الأمريكية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى المراهقين المصريين ، رسالة ماجستير غير منشورة ( جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، ٢٠١٨ ).
٢١. صابرين إبراهيم الطرطور، ربا عوض الله دهمان : اتجاهات طلبة جامعات غزة نحو مشاهدة المسلسلات الرمضانية المصرية في الفضائيات العربية، بحث غير منشور ،(غزة، قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية )، ٢٠٠٤.
٢٢. عاطف عدلى العبد: صورة المعلم في وسائل الاعلام ( القاهرة: دار الفكر العربى للنشر والتوزيع، ١٩٩٨).
٢٣. عبد الناصر النحراوى : دور قصص المغامرات في تشكيل صورة البطل لدى المراهقين المصريين، رسالة ماجستير غير منشورة ( جامعة عين شمس معهد : الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١١).
٢٤. على عوجة : العلاقات العامة والصورة الذهنية ، (القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٣ ) .
٢٥. كمال الدين عيد : فلسفة الادب والفن ،(تونس : الدرا العربية للكتاب ، ١٩٧٨ ) .
٢٦. ليالى صفوت على: صورة المنتمين إلى أسر مفككة اجتماعيا كما تعسها المسلسلات العربية، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٣)، ص ٧٢.
٢٧. ماريانا محفوظ نبيه : تعرض الطفل المصري لصور البطولة المقدمة بالمسلسلات الكارتونية القنوات الفضائية العربية وعلاقته بتنمية الخيال لديهم ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٧).
٢٨. محمد عبد الحميد : دراسة الجمهور في بحوث الاعلام ، (لبنان : دار الفكر ، ١٩٨٧ ) .
٢٩. محمد نصر عبد الامير : المعالجة الاخراجية لشخصية البطل في الفيلم الروائى، مجلة لارك للسانيات والعلوم الاجتماعية، العدد ٣٤، الاصدار ٢٠٠٩.
٣٠. محمود عبد الحليم: ادراك المراهقين لصورة المهمشين في الأفلام السينمائية المقدمة بالقنوات الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١١).
٣١. مروة يوسف عليان : صورة البدو في الدراما المصرية وعلاقتها بصورتهم الذهنية لدى المراهقين المصريين، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٩).
٣٢. مروة يوسف عليان: صورة البطل في الدراما العربية وأثرها على تقديم نموذج القدوة للشباب الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون، ٢٠١٣).
٣٣. مريم مصباح جورج : صورة البطل المقدم فى الفيلم الأمريكى والمصري بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بالجانب المعرفي والاجتماعي لدى عينة من الأطفال المصريين، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٢١) .

٣٤. ميخائيل عيد: من قاموس المصطلحات الأدبية الرومانية، مجلة الاسبوع الادبي، العدد ٩٢٦، ٢٠٠٤
٣٥. نجلاء عبد الخالق : صورة الشباب الجامعي المقدمة في المسلسلات المصرية وعلاقتها باتجاهات طلاب المدارس (١٥-١٨) نحو التعليم الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية التربية النوعية ، قسم الاعلام التربوي) ، ٢٠١٥ .
٣٦. ندى مصطفى موافى: صورة البطل في الأفلام السينمائية المصرية المعروضة على القنوات الفضائية قبل وبعد ٢٥ يناير ٢٠١١ وأثرها على تقديم القدوة لدى المراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ٢٠٢١).
٣٧. نهاد فتحي سليمان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة السياسيين والمؤسسات السياسية دراسة مسحية على الشباب المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، ٢٠١٨ ) .
٣٨. نور الهدى محمد عثمان: صورة البطل في الدراما السينمائية أثناء فترة التحولات السياسية في المجتمع، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتليفزيون، ٢٠١٨).
٣٩. هبه الله حسب النبي : الصورة الإعلامية للأستاذ الجامعي بين الشكل والمضمون في أفلام السينما المصرية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى المراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة ،(جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٧) .
٤٠. ياسر عرفات: صورة تركيا في الصحف اليومية الفلسطينية، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، ( الجامعة الإسلامية: غزة كلية الآداب قسم صحافة ، ٢٠١٥ ) .

#### المراجع الاجنبية:

1. Baker ,James 'The classical western hero ;cinematic Triumph in the early 1950' M.A-Dissertations (California State university ,2013)
2. Cosidine –David and Haley Gail .5visual massages integrating imagery into instruction (A teacher Resource for Media And Visual Literacy Colorado , 1992),
3. Greame Burton, : "Taking Television: an introduction to the study of the Television ,Opi.cit, p 173.
4. Katharine Heintz- Knowles, : "The reflectionon the screen : Television,s image of children [https://www.amazon.com/reflection-screen-Televisions-image-children/dp/B0006S0TT8#featureBulletsAndDetailBullets\\_feature\\_div](https://www.amazon.com/reflection-screen-Televisions-image-children/dp/B0006S0TT8#featureBulletsAndDetailBullets_feature_div)
5. Richard Wu & Grace Leung “Lawyers image and Ethics in Hong Kong Television and Social Elite to Ordinary Professionals? “paper presented at the annual meeting of the international communication Association , Boston ,2011.