

نوستالجيا التلفزيون (الحنين إلى التلفزيون في الماضي) بين المصريين فى الأربعينيات من العمر

د. دينا فاروق أبو زيد*

مقدمة:

شهد التلفزيون مراحل متعددة واختلافات منذ بداياته الأولى خاصة مع التطور التكنولوجى الهائل والذى أدى إلى حدوث تغييرات فى شكل التلفزيون ومضمونه ومحتواه ووظائفه وأدواره وإمكانياته والتى أصبح الكثير منها ماضٍ قديم يثير النوستالجيا أى الحنين إلى الماضى تجاهه أى الحنين إلى ما كان عليه التلفزيون فى الماضى من شكل الأجهزة أو وجوه تظهر فيه أو برامج ومواد مرئية كانت تقدم به أو طرق وأساليب وفنون إخراجيه كان يتم اتباعها. وذلك يتيح للتلفزيون أن يدخل ضمن اهتمامات دراسات النوستالجيا. ويلاحظ ظهور نماذج وأمثلة ملحوظة وملموسة معاصرة وحديثة لنوستالجيا الإعلام والتلفزيون بين المصريين مثل قيام إعلان بإثارة النوستالجيا بالاستعانة بنجوم فوازير رمضان والتى أصبحت لا تقدم فى السنوات الأخيرة. وتوجد مسلسلات مصرية وتركية تعرض على شاشات القنوات المصرية والعربية وتثير مشاعر النوستالجيا إلى الماضى بتناول فترات تاريخية قديمة بالإضافة إلى ظهور صفحات على مواقع التواصل الاجتماعى مثل الفيس بوك وتويتر تقدم صوراً وفيديوهات لأعمال فنية وتلفزيونية قديمة وقد حصلت على شعبية وشهرة واسعة. ولذلك اهتمت هذه الدراسة بتناول نوستالجيا التلفزيون بين المصريين فى الأربعينيات من العمر.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة فى التالى:

١- تتناول الدراسة موضوعاً جديداً فى الدراسات الإعلامية فى ظل قلة الدراسات الأجنبية وندرة الدراسات العربية التى تناولت نوستالجيا الإعلام بشكل عام ونوستالجيا التلفزيون بشكل خاص مع عدم اهتمام الدراسات التى تناولت النوستالجيا بالتطبيق على مرحلة عمرية محددة.

* الأستاذ المساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام بكلية الآداب - جامعة عين شمس.

٢- هناك حاجة لدراسة النوستالجيا من وجهة نظر إعلامية ومن منظور علوم الاتصال والإعلام حيث تتركز معظم دراسات النوستالجيا فى مجالات أخرى خاصة الأدب والرواية والشعر والطب النفسى وعلم النفس.

٣- هناك حاجة لدراسة الجمهور الذى يشعر بالنوستالجيا تجاه التلفزيون والتعرف على سماته وخصائصه لإمكانية توظيف النوستالجيا بشكل فعال فى وسائل الإعلام المختلفة لتستهدف هذا الجمهور وتصل إليه.

٤- إمكانية التعرف على إيجابيات وسلبيات التلفزيون فى الوقت الحالى من خلال دراسة نوستالجيا التلفزيون فى الماضى بمقارنة الماضى بالحاضر فما يفتقده المشاهد أو ما لا يفتقده من عناصر وفنون الإنتاج التلفزيونى بما يعطى مؤشراً على ما يجب تجنبه أو ما يجب تنفيذه وتقديمه وتدعيمه فى القنوات التلفزيونية من قبل القائمين بالاتصال فى الوقت الحالى.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة فى وجود نوستالجيا التلفزيون بين المصريين ولكن لا توجد معرفة ومعلومات كافية عن هذه النوستالجيا فتقوم الدراسة بتناول نوستالجيا التلفزيون بين المصريين فى الأربعينيات من العمر وعلاقتها بمجموعة من المتغيرات مثل المواصفات الشخصية للفرد والشعور بالنوستالجيا تجاه كل من الوطن والأفراد ووسائل الإعلام والاتصال الأخرى والفن.

أهداف الدراسة:

- ١- فهم نوستالجيا التلفزيون بين المصريين من خلال التطبيق على من هم فى الأربعينيات من العمر.
- ٢- التعرف على سمات وخصائص مضمون وشكل التلفزيون فى الماضى والتي يشعر المصريون فى الأربعينيات من العمر بالنوستالجيا تجاهها.
- ٣- التوصل إلى العوامل التى ترتبط بشعور المصريين فى الأربعينيات من العمر بنوستالجيا التلفزيون.

الإطار النظرى:

نوستالجيا:

نوستالجيا كلمة من أصل يونانى وهى مزيج من Algio والتي تعنى الألم و Nostos والتي تعنى الرجوع إلى الوطن (Matt, 2007). ولكن ظهرت كلمة

نوستالجيا على يد الطبيب السويسرى جوان هوفر Johannes Hofer وذلك عام ١٦٨٨. وقد ارتبط المصطلح فى بداياته الأولى فى القرن السابع عشر بمرض عضوى حيث تم تصنيف الأعراض التى تحدث للضباط السويسريين الذين كانوا خارج بلادهم فى فترات الحرب بأنها مرض النوستالجيا الذى يرتبط ببعد الشخص عن بلده وشعوره بالحنين لها. وقد تم استخدام طرق كثيرة للعلاج ولكن كان أهمها وأكثرها فاعلية هى العودة للوطن (Austin, 2007). وقد نظر البعض لهذا المرض بشكل إيجابى كما لو كان دليلاً وبرهاناً على الوطنية (Lindquist, 2003). وقد ظهرت كل معانى ونماذج وأمثلة النوستالجيا من قبل ظهور المصطلح وذلك فى الروايات والأشعار وأفكار وكتابات الفلاسفة (Illburck, 2012).

وارتبط مصطلح النوستالجيا فى بداياته بالحنين إلى الوطن (Scanlan, 2008) فيشعر المسافر بالشوق إلى وطنه ويقارنه بما يراه فى الخارج (Santesso, 2006). وتظهر هذه النوستالجيا فى أوضح أشكالها وصورها بين المغتربين والمهاجرين وهم دائماً فى حالة حنين وشوق إلى الوطن وذكرياته. وذكريات الوطن هى التى تقوم بتشكيل هوية الفرد فى المهجر وتربطه بالوطن الأم وتؤكد على جذوره وأصوله وعادة ما يأمل الرجوع إلى وطنه فى يوم من الأيام (Agnew, 2005).

وانتقل تناول وتفسير النوستالجيا من فكرة الحنين إلى الوطن إلى فكرة الحنين إلى الماضى أى الزمن القديم (Koneke, 2011) فيشعر الفرد بالحنين إلى مراحل سابقة وذكرياتها (Darlan-Smith & Pascoe, 2013) وقد أشارت الدراسات أن أكثر الفترات التى يشعر الفرد بالحنين إليها هى الطفولة والمراهقة (Goulding, 2001). والنوستالجيا لا تحدث فقط مع ماض يعرفه وعاشه الشخص ولكن أيضاً مع ماض لم يعيشه أو يعاصره بنفسه. فيشعر بالحنين إلى مجتمع وعالم وثقافة لم يحتك بها بشكل مباشر (Grainge, 2000) وهذا يمكن أن يحدث مع فترات تاريخية قديمة ترجع إلى عصور وقرون وأزمنة قديمة والتى أحياناً ما تدخل فيها الأساطير والخرافات (Cramer, 2010).

ويتم ربط المصطلح بكل ما هو غير جديد وغير حديث وغير معاصر كما لو كانت نوستالجيا هى عكس كلمة جديد. واعتبر بعض الباحثين أن النوستالجيا ترتبط بنظرة سلبية إلى الحداثة والحاضر والواقع (Pickering & Keightley, 2006).

وقد أجمع الباحثون أن النوستالجيا هى مزيج من الحنين إلى الزمان والحنين إلى المكان. وقام العلماء بتقسيم النوستالجيا إلى عامة وخاصة. فالنوستالجيا العامة

هى التى تجمع شعب كامل والنوستالجيا الخاصة هى التى تتعلق بالذكريات الشخصية للفرد (Wilson, 2005).

ومن خلال النوستالجيا العامة يتم تكوين وتشكيل ذاكرة وطنية وقومية للأمم التى تتأثر بالعادات والتقاليد والثقافة والتاريخ المشترك بين المواطنين والذى يخص كل دولة ويميز كل أمة (Lyn Day, 2009).

والنوستالجيا الخاصة تختلف من فرد إلى آخر وفقاً لذكرياته وحياته الشخصية بالإضافة إلى رؤيته وتحليله وتفسيره الخاص للماضى وأحداثه (Sprengler, 2011).

وقد قام بويم Boym بتقسيم النوستالجيا إلى نوعين وهما النوستالجيا الإنعكاسية Reflective Nostalgia والنوستالجيا الترميمية Restorative Nostalgia فالنوستالجيا الإنعكاسية ترتبط بالشعور بالشوق والحنين والغربة والافتقاد (Dlamini, 2009)، بينما ترتبط النوستالجيا الترميمية بتذكر الماضى للاستفادة منه فى الحاضر والمستقبل من خلال إعادة بناء ما تم فقده (Feigelson, 2005).

وقد تناولت الفنون المختلفة النوستالجيا وبالرغم من ظهور الحركات التى تدعو إلى التحديث والتجديد وتقديم فنون غير تقليدية وخاصة حركات ما بعد الحداثة Postmodernism إلا أن تيار وفكر النوستالجيا فى الفن مازال موجوداً (Boym, 2008).

وتوجد نوستالجيا ترتبط بالسياحة وتوظف للترويج السياحى. فالاهتمام بالنوستالجيا يظهر من خلال زيارة أماكن ومواقع ومدن حتى لو لم تكن قديمة ولكن يتم ربطها بأحداث تتعلق بالماضى القريب أو البعيد (Vesey & Dimanche, 2003). وقد أقيمت منتجعات توفر الحياة الريفية البسيطة بدون تعقيدات الحياة الحديثة المعاصرة وذلك لمن يشعر بالحنين إلى الحياة فى الماضى (Bartoletti, 2010).

ويتم استغلال النوستالجيا فى التجارة والربح المادى من خلال التجارة فى كل ما هو قديم مثل التحف والأنتيك (Jones & Alderman, 2003).

وتظهر النوستالجيا بين جمهور كبير فى المجتمعات والبلدان التى تحدث بها كوارث ومصائب، وقد وجد نماذج لها بعد الحروب (McVeigh & Cooper,)

(2013). وأشار الباحثون أن النوستالجيا ترتبط بالتغيير والثورات فيشعر بعض الأفراد بالحنين إلى الماضي خوفاً من التغيير الذي يحدث في المجتمع وخوفاً من المجهول الذي يمكن أن يحدث في الحاضر والمستقبل (Deciu Ritivoi, 2002).

وقد تناولت الدراسات الحديثة نوستالجيا بدأت تظهر في السنوات الأخيرة في أوروبا الشرقية وبعض الدول التي سقطت فيها النظم الشيوعية والاشتراكية حيث يشعر الأفراد بالحنين إلى هذه الأنظمة السياسية. وقد تم تفسير مثل هذه الحالات بأنها نتاج لإحباطات اقتصادية واجتماعية وسياسية وشكل من أشكال البحث عن الكرامة بالإضافة إلى أنها نقد للواقع بمقارنته بالماضي. ويتم التعبير عن هذه النوستالجيا من خلال المحادثات اليومية العفوية ومناقشات الباحثين والأغاني والأفلام والأدب والمعالم التذكارية والمعارض الفنية والاحتفالات. وقد أشارت بعض الدراسات أن هذه النوستالجيا تظهر لدى الأفراد من الطبقات الاجتماعية المتوسطة. وتطبق هذه الحالات مع النوستالجيا الترميمية Restorative Nostalgia أي الحنين إلى الماضي مع الرغبة في إعادته بعد تصحيح أخطائه (Todorova & Gille, 2012).

ويرى الباحثون أن هناك شعوراً بالنوستالجيا يرتبط بتأثر الشعوب غير الغربية بطابع الحياة الغربية فأصبح المواطن في هذه البلدان يشعر بالحنين إلى حضارته القديمة وعاداته وتقاليده وأسلوب الحياة الذي يرتبط بثقافته (Lagerkvist, 2013).

وقد اختلف الباحثون حول إذا ما كانت النوستالجيا ترتبط بالشعور بالحنين أو السعادة. فيرى بعض الباحثين أن الشعور بالحنين إلى الماضي يرتبط بالحنين والشجن لماض لا يمكن الرجوع إليه فحتى الأماكن لا تبقى على حالها. وعند تذكر اللحظات السعيدة في الماضي يشعر الفرد أيضاً بالحنين والشجن لافتقادها (Bunkers, 2010).

ويرى آخرون أن النوستالجيا تحمل السعادة والراحة واكتشاف المشاكل النفسية وأسبابها والوصول إلى حل وعلاج لها وذلك يرتبط ببعض أفكار فرويد Freud (Ginsberg, 2004).

وينظر بعض الباحثين للنوستالجيا بأنها تحمل كلاً من السعادة والحنين في ذات اللحظة (Greenberg, Koole, & Pyszczynskv, 2004).

وتمارس النوستالجيا بشكل انتقائي حيث يقوم الفرد بتذكر بعض الأحداث وتجنب بعضها فلا ينظر الفرد للصورة الكاملة للماضي ولكن لبعض الجوانب الجميلة فيه

(Meyers, 2009). وتشير الدراسات أن الفرد يشعر بالنوستالجيا إلى الماضي باعتباره مثاليًا. ولكن هناك نوستالجيا للمسقبل تقبل الأفضل (Miller, 2010).

ويرى البعض جانباً سلبياً من الشعور بالنوستالجيا حيث يجعل الفرد يعيش في الماضي بينما يرى البعض الآخر أن النوستالجيا شيء إيجابي حيث يقوم الفرد بالاستفادة بالماضي عند تذكره وربطه بالحاضر والمستقبل (Compton & Hoffman, 2012).

وقد أشارت بعض الدراسات أن الشعور بالنوستالجيا يرتبط بشعور الفرد بالوحدة وذلك عندما لا توجد لديه حياة اجتماعية (Nyklicek, Vingerhoets, & Zeelenberg) وأوضحت الكثير من الدراسات أن الأكثر شعوراً بالنوستالجيا هم الأكبر سناً (Gergov & Stoyanova, 2013).

وقد تناول الأدب النوستالجيا بأشكال ونماذج مختلفة. فالروايات تجعل الفرد يتذكر لحظات وذكريات قديمة من خلال الأحداث التي يمر بها أبطال الروايات. وقد ساعدت الأفراد على فهم الذات وولدت شعوراً بالسعادة والشجن في وقت واحد (Wagner, 2004).

وظهرت النوستالجيا في الأدب والشعر العربي فتم تناول الغربة والحنين إلى الوطن والأرض والأهل منذ الشعر الجاهلي (عبد المنعم حافظ رجبى، ٢٠١٢) ووجد في الشعر الأندلسي (محمد أحمد دقالي، ٢٠٠٨). وينطبق بشكل كبير على شعر المهجر والذي يطلق على شعر الأديباء والشعراء العرب الذين هاجروا وظهر الحنين إلى الوطن في أعمالهم (عيسى الناعوري، ٢٠١١)، وقد لقبوا بأديباء وشعراء المهجر مثل جبران خليل جبران وإيليا أبو ماضي وغيرهم (صابر عبد الدايم، ٢٠١١). وقد تم تقسيمهم إلى شعراء المهجر الشمالي وشعراء المهجر الجنوبي (جحا ميشال، ٢٠١٠). فمن هاجر إلى أمريكا الشمالية أطلق عليهم أديباء وشعراء المهجر الشمالي وقد أسسوا الرابطة القلمية (جورج شكيب سعادة، ٢٠٠٢). ومن هاجروا إلى أمريكا الجنوبية أطلق عليهم أديباء وشعراء المهجر الجنوبي وقد أسسوا العصبة الأندلسية (صلاح الدين هواري، ٢٠٠٩).

وتناولت السينما النوستالجيا من خلال الأفلام التي تتحدث عن الماضي ومنها الأفلام التاريخية. وكثير من ذكريات الماضي تتكون لدينا من مشاهدة الأفلام. ونجد أن الأفلام هي في حد ذاتها الآن تمارس تجاهها النوستالجيا (Cook, 2004).

وتقوم الموسيقى والأغاني بإثارة مشاعر النوستالجيا فقد أصبحت جزءاً من ذكريات الماضي وخاصة الذكريات الشخصية للفرد بالإضافة إلى كلمات الأغاني التي تتحدث عن النوستالجيا (Kramer, 2008).

وقد قامت الكاميرات الفوتوغرافية وعدساتها بالحفاظ على الذكريات وتوليد الشعور بالnostalgia وتذكر الماضي بل وأحياناً تساعد على التأكيد على الهوية والأعراق خاصة عند حدوث هجرة لجماعات من بلدان عاشت فيها في أزمنة قديمة (Martha West, 2000).

وقد وجدت نوستالجيا تجاه وسائل الإعلام الاتصال القديمة. فكما تقوم وسائل الإعلام بدور في تذكركنا الماضي وأحداثه وفي إثارة مشاعر النوستالجيا فقد أصبحت هذه الوسائل تمارس تجاهها النوستالجيا. فمع التطور التكنولوجي واختفاء وتقلص بعض وسائل الإعلام والاتصال، ظهرت مشاعر حنين تجاه هذه الوسائل ووضعت في إطار الذاكرة الثقافية للأفراد والبلدان. فتوجد نوستالجيا تجاه وسائل الإعلام والاتصال تم تقديمها وتناولها في وسائل الإعلام والاتصال المعاصرة مثل الأفلام السينمائية. ويمارس الأفراد هذه النوستالجيا من خلال جمع وتسجيل محتوى ومضمون من وسائل الإعلام القديمة وتكوين أرشيف للإعلام في فترات زمنية قديمة بالإضافة لوجود متاحف ومراكز ثقافية تقوم بجمع وحفظ وعرض وسائل الإعلام والاتصال ومواده القديمة. وقد ظهرت النوستالجيا بين مدمني استخدام التكنولوجيا الحديثة والإنترنت والحاسب الآلي فيشعرون بالحنين للأدوات القديمة التي كانت تستخدم في بدايات ظهور الحاسب الآلي والإنترنت. وترتبط نوستالجيا الإعلام بالnostalgia للذكريات القديمة للفرد مثل طفولته وشبابه ولحظات استخدامه لأول مرة بعض وسائل الإعلام والاتصال. وتظهر النوستالجيا بشكل واضح عند وجود تغييرات سياسية واختفاء لطبقات ورتب إجتماعية (Bohn, 2007).

وقد استخدمت الإعلانات النوستالجيا ووظيفته للترويج للمنتجات المختلفة وحث الجمهور على الشراء. وقد نجحت هذه الإعلانات وما تروج له في أن تقوم بتذكير الجمهور بفترة شبابهم فيرتبط المنتج بهذه الفترة وهذا الإحساس، في حين أنه وجد أن بعض الجمهور لم يعجبه استغلال هذه الذكريات في الإعلانات واعتبرها تقلل من قيمة هذه الذكريات القديمة (Attrep, 2008).

وبالرغم أن معظم الباحثين قد اعتبروا أن العولمة والتطور التكنولوجي يؤدي إلى الشعور بالnostalgia تجاه الماضي بدون المستحدثات التكنولوجية وآثارها على الحياة، إلا أنه ظهرت آراء تشير إلى أن التكنولوجيا الحديثة والإعلام الرقمي يؤدي

إلى القضاء على النوستالجيا أو التقليل من هذه المشاعر. فمع استخدام الأقماع الصناعية والنظام الكابلي فقد أتيح للمهاجرين والمغتربين مشاهدة القنوات التلفزيونية التابعة للوطن والناطقة باللغة الأم وبالتالي يعيشون أجواء وحياة وثقافة الوطن وهم بعيدون عنه ويستطيعون متابعة كل ما يحدث فى الوطن بشكل متواصل ولحظى. فتساعد هذه القنوات على تحمل مشاعر الغربة والحنين إلى الوطن (Cunningham & Sinclair, 2001). وقد وجد أن الجيل الذى ولد وعاش كل حياته خارج الوطن فقد ساعدت هذه القنوات على تعلمه لغة وطنه وساهمت فى فهمه وارتباطه بثقافة عائلته وأصله وجذوره (Ogan, 2001). وأيضاً الإنترنت يتيح التواصل والتفاعل بين الأشخاص بالصوت والصورة بشكل تزامنى أو غير تزامنى مهما كان تباعد جغرافى مما يتيح البقاء على صلة بالوطن ومن فيه بل وأيضاً المشاركة فيما يحدث فيه بشكل افتراضى (Schiwy, Fornazzari, & Antebi, 2013).

ودراسة النوستالجيا لا تقتصر على علم بعينه ولا تنتمى إلى مجال محدد فيمكن أن يكون من اهتمامات العلماء والباحثين فى شتى المجالات والتخصصات (Howard, 2012).

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين:

- المحور الأول: يضم دراسات تناولت النوستالجيا ووسائل الإعلام والاتصال بشكل عام.
 - المحور الثانى: يشمل دراسات تناولت النوستالجيا والتلفزيون بشكل خاص.
- دراسات تناولت النوستالجيا ووسائل الإعلام والاتصال بشكل عام:

ذكرت دراسة (Higson, 2014) أن التكنولوجيا الحديثة قد ساعدت على التعامل مع النوستالجيا من خلال استرجاع الماضى والذى كان من الصعب أن يحدث بدون هذه التكنولوجيا فقد ظهرت مواقع على شبكة الإنترنت بالإضافة إلى الأفلام الحديثة منذ عام ٢٠٠٠ والتي اهتمت بالنوستالجيا فقدمت الماضى بذكرياته وأحداثه.

وأوضحت دراسة (Adebesin, 2013) أن من هاجروا من نيجيريا إلى استكهولم بالسويد فهم يستخدمون الإعلام للتعامل مع مشاعر النوستالجيا تجاه الوطن والتأكيد على الهوية. وقد أشارت النتائج أن النوع والمستوى التعليمى وطبيعة العمل وعدد السنوات التى قضاها المهاجر فى السويد تقوم بأدوار هامة ومؤثرة فى استخدام الفرد للإعلام كرد فعل للشعور بالحنين إلى الوطن.

وتناولت دراسة (Holak, 2013) استخدام المدونات على شبكة الإنترنت للتعبير عن النوستالجيا تجاه الوطن بين المهاجرين من روسيا والاتحاد السوفيتي سابقاً، وقد قاموا بتوظيف المأكولات الشعبية والشهيرة في بلدانهم للتعبير عن الحنين إلى الوطن. وتحليل مضمون وشكل هذه المدونات وجد أنها وسيلة لتذكر الوطن وثقافته وشخصيته وأيضاً للتواصل بين الأفراد الذين لديهم نفس الهوية.

وأشارت دراسة (Hunt & Johns, 2013) أن النوستالجيا تقوم بدور إيجابي في الدعاية والإعلان والتسويق حيث إنها وسيلة فعالة في تكوين صورة المنتج والعلامة التجارية فيرتبط المنتج بالذكريات القديمة للفرد في مراحل عمرية سابقة ويثير بداخله مشاعر الحنين لهذه الفترات وما يتصل بها حتى لو كانت أصوات أو روائح أو أدوات أو موضوعات.

وتبين من دراسة (Williams, 2013) أن هناك أنشطة يقوم بها من يشعرون بالنوستالجيا وذلك باستخدام الإنترنت والإعلام الجديد حيث يقوم الهواة والمهتمون بأفلام المراهقين القديمة بإعادة مونتاج إعلانات هذه الأفلام بإضافة اللقطات والمشاهد التي يفضلونها وترتبط بذاكريات شخصية ثم يتم تنزيل ونشر هذه الإعلانات بشكلها الجديد على موقع اليوتيوب Youtube فتبتعد عن طابع الدعاية التجارية وتتسم بطابع شخصي لمن قام بإعادة المونتاج. وتعتبر هذه الإعلانات الجديدة لأفلام المراهقة القديمة تعبيراً عن كل من النوستالجيا تجاه الماضي خاصة فترة المراهقة والنوستالجيا تجاه وسائل الاتصال والإعلام القديمة وذلك من خلال استخدام الإعلام الجديد المتمثل في موقع اليوتيوب.

ووجدت دراسة (Muehling & Pascal, 2012) أن استخدام النوستالجيا في الإعلانات يؤدي إلى رد فعل إيجابي من الجمهور تجاه الإعلان يتمثل في الإعجاب والتعلق به. وقد لوحظ أن التأثير الأكبر يحدث عندما يثير الإعلان نوستالجيا تجاه أمور وذاكريات وأحداث شخصية للجمهور وذلك أكثر من تأثير النوستالجيا التاريخية أي تجاه ماض بعيد لم يعشه الجمهور ولم يشهده بنفسه.

وأوضحت دراسة (Perryman, 2012) أنه يوجد رد فعل إيجابي للأفلام التي تتناول النوستالجيا تجاه السينما وذلك بين الجمهور في الهند فقد استقبلوا فيلم الفنان The Artist وهو Hugo بشكل متميز. وظهرت أنشطة وفاعليات تعبر عن هذه النوستالجيا مثل إجراء مسابقة في التليفزيون حول الأفلام الصامتة. واهتم الجمهور بشكل كبير في المشاركة فيها، بينما وجد في أمريكا وأوروبا ردود أفعال متباينة بين الجمهور فهناك من أعجب بهذه الأفلام وهناك أيضاً من لم يعجب بها ورفضها.

وذكرت دراسة (Pieterse, 2012) أن النوستالجيا فى الإعلان وسيلة فعالة للتأثير على الجمهور فى جنوب أفريقيا. وتوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سن الجمهور وبين التأثير بالنوستالجيا فى الإعلان بينما لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع الجمهور وبين التأثير بهذه النوستالجيا.

وتناولت دراسة (Sumner, 2012) كيفية تعامل اللاجئين الإيرانيين فى استراليا بالنوستالجيا تجاه الوطن وقد استخدموا الشعر والسينما للتعبير عن هذا الحنين فقدموا أعمالاً تقارن بين مشاعرهم تجاه وطنهم الأصلي والبلد الذى يعيشون فيها وتقرن أيضاً بين البلدين فى مدى ممارسة الحرية وتطبيق العدالة.

وأشارت دراسة (Van der Hoeven, 2012) أن الأغاني والموسيقى تثير النوستالجيا لدى الأفراد فى هولندا وذلك يتضح من خلال الأغاني والموسيقى القديمة حيث يتم تقديمها حتى الآن فى الحفلات والأماكن العامة. فهذه الأغاني والموسيقى تعبر عن الثقافة والفن فى هذه المرحلة وتؤدى إلى تذكر الفرد لكل ما يرتبط ويميز هذه الفترة الزمنية من أحداث وأزياء وتجارب وحياة اجتماعية.

وتبين من دراسة (Kim, 2011) أن الأفلام السينمائية فى هونج كونج فى نهاية الثمانينات وبداية التسعينيات قد اهتمت بتناول النوستالجيا تجاه هونج كونج فى الماضى لتدعيم تاريخها وثقافتها وهويتها وشخصيتها المستقلة. وقد عكست هذه الأفلام قلق وخوف أهل هونج كونج من المستقبل بالإضافة إلى الحنين إلى الماضى.

وقامت دراسة (Evans Jr, Hart, Cicala, & Sherrell, 2010) بتناول النوستالجيا تجاه نجوم الفن فى الماضى وذلك بالتطبيق على المطرب الأمريكى الشهير ألفيس بريسلى الذى توجد درجة عالية من النوستالجيا تجاهه. وقد وجد أن النوستالجيا ترتبط بالمتعة التى يحصل عليها الجمهور عند متابعة النجم. وهناك علاقة بين الشعور بهذه النوستالجيا وبين عمر الفرد عند وفاة هذا النجم. وتوجد علاقة بين شعور الفرد بالحنين إلى فنان وبين عدد السنوات التى مرت على وفاة الفنان بالإضافة إلى حجم شهرته ونوع فنه.

ووجدت دراسة (Kusumi, Matsuda, & Sugimori, 2010) أن استخدام النوستالجيا فى الإعلانات يؤثر بشكل كبير على الجمهور. ويزداد تأثير النوستالجيا بين الجمهور كلما ازداد عمر الفرد وكلما طالت الفترة الزمنية للأحداث والذكريات الشخصية التى تناولها الإعلان. ولوحظ أن التأثير بين الذكور أكبر من الإناث. ويرتبط الإعلان بالذكريات الشخصية للفرد مما يؤدى إلى تشجيعه وجذبه لشراء المنتج المعلن عنه.

وذكرت دراسة (Marchegiani & Phau, 2010) أن النوستالجيا تقوم بدور فعال ومؤثر فى الإعلانات وذلك يظهر بين الجمهور فى اتجاهاتهم ومشاعرهم وسلوكياتهم وأهدافهم الشرائية تجاه المنتج المعلن عنه. وقد وجد هذا التأثير بشكل واضح فى إعلانات الأغذية والمشروبات والأدوية. وتختلف النوستالجيا وتأثيراتها وفقاً لنوع النوستالجيا وسمات وخصائص الجمهور.

وتناولت دراسة (Aghvami, 2009) استخدام الإيرانيين الذين يعيشون فى الغربية للمدونات على شبكة الإنترنت للتعبير عن النوستالجيا تجاه الوطن. فأصبحت المدونات وسيلة لتدعيم الانتماء والتواصل مع الوطن ومشاركة الذكريات القديمة وكل ما يرتبط بإيران بالإضافة إلى التعبير عن أحلامهم للرجوع مرة أخرى لوطنهم. فأنشأ المدونون الإيرانيون مجتمعاً افتراضياً للوطن على شبكة الإنترنت مما أدى إلى انفصالهم عن الواقع والحياة الحقيقية فى الغربية وقلل من اندماجهم فى المجتمع الذى يعيشون فيه.

وأشارت دراسة (Bull, 2009) أن المغتربين يستخدمون الآى بود I Pod للتعامل مع مشاعر النوستالجيا تجاه الوطن حيث يقومون بجمع وتخزين الأغاني التى تذكرهم بالوطن وحياتهم به فى مراحل عمرية مختلفة. فكل أغنية تحمل حدثاً ودلالة وذكرى وطنية أو شخصية وهم يستمعون إلى الأغاني فى المنزل أو أثناء قيادة السيارة مما يؤدي إلى شعورهم بالسعادة فيعيشون فى أجواء الوطن وهم بعيدون عنه. وهذه الأنشطة يتم ممارستها بشكل فردي أو بشكل جماعي حيث يتشارك المغتربون مع بعضهم البعض فى جمع الأغاني القديمة التى ترتبط بالوطن وذاكراته.

وتبين من دراسة (Estevez, 2009) أن المهاجرين من الإكوادور يستخدمون التكنولوجيا الرقمية للتقليل من مشاعر الغربة والحنين إلى الوطن. فقد ساعدت التكنولوجيا على تواصلهم المستمر مع الوطن ومن فيه وذلك من خلال الاتصال التزامنى بالصوت والصورة فى نفس اللحظة وبدون تكلفة مادية مرتفعة.

وقامت دراسة (Poulsen, 2009) بتناول أفلام الأطفال وعلاقتها بالنوستالجيا. فترتبط هذه الأفلام بالذكريات والأحداث الشخصية والعامة التى مر بها الفرد فى مرحلة طفولته. ومشاهدة أفلام الأطفال تثير لدى الفرد الشعور بالحنين إلى الماضى وخاصة مرحلة الطفولة حيث تعكس الأفلام هذه الذكريات. وتظل هذه الأفلام فى مكانة خاصة ومميزة بين الناس حتى عند الكبر.

ووجدت دراسة (Rancier, 2009) أن الأعمال الموسيقية والغنائية التى تم إنتاجها منذ ٢٠٠٢ فى كازخستان تقوم بتوظيف النوستالجيا التاريخية والوطنية وذلك

لتدعيم الهوية والتأكيد على الجذور الثقافية المشتركة القديمة وتكوين صور للثقافة التقليدية. وتتنمى هذه النوستالجيا للنوستالجيا الترميمية والتي تحاول أن تدعو إلى الأمل وتكون ملهمة للجمهور.

وأوضحت دراسة (Shiau, 2009) أهمية الأغاني فى التعامل مع النوستالجيا تجاه الوطن. فقد وجد أن المهاجرين الصينيين فى الولايات المتحدة الأمريكية يستخدمون أغاني المطربة الشهيرة تيريزا تانج للتعامل مع النوستالجيا بكل أنواعها وأشكالها ويستمعون إلى هذه الأغاني فى كل مكان وتنتشر فى المحلات والمطاعم الصينية فى أمريكا. ويرتبط البعض بالأغاني التى تتناول الرجوع إلى الوطن بعد الغربة وهناك آخرون يتعلقون بالأغاني التى تتحدث عن الشعور بالوحدة بدون الصداقات القديمة.

وأشارت دراسة (هانى إبراهيم البطل، ٢٠٠٨) إلى اهتمام المغتربين المصريين فى البحرين بالتعرض بشكل كبير للصحف الإلكترونية المصرية، فى المركز الاول تأتى صحيفة الأهرام يليها المصرى اليوم. وتعددت تفضيلاتهم الإخراجية خاصة تجاه إخراج العناوين واستخدام الألوان.

وذكرت دراسة (Kessous & Roux, 2008) أن استخدام النوستالجيا فى الإعلانات يتم من خلال تناول الحنين إلى ذكريات الحياة اليومية المشتركة بين المواطنين فى المجتمع أو العادات القديمة أو المناسبات والاحتفالات التى لها جذور قديمة فى المجتمع أو الذكريات الشخصية التى تختلف من شخص إلى آخر. وقد وجد أن النوستالجيا يتم توظيفها فى العلامة التجارية أو فى موضوع الإعلانات.

وتناولت دراسة (Ma, 2008) استخدام النوستالجيا فى الإعلانات فى هونج كونج وذلك للتأكيد على هويتها الوطنية المستقلة. فتحتوى مشاهد ولقطات الإعلانات على التاريخ القديم والثقافة المحلية والمواطن بشكله التقليدى. وقد تم دمج هذه الصور التقليدية القديمة مع صور معاصرة للنظر إلى المستقبل والتقدم والحداثة.

وأشارت دراسة (Bandyopadhyay, 2008) أن الأفلام الهندية تربط المهاجرين الهنود بوطنهم وتساعدهم على التأقلم مع الغربة وتحملها وذلك يتم بين الجيل الذى ولد وعاش فى الهند قبل أن يهاجر، وبينما وجد أن الجيل الذى ولد وعاش خارج الهند فتشجعه هذه الأفلام وتجذبه للسفر إلى الهند وتساعد على فهم الوطن وثقافته وعاداته وتقاليده.

وتبين من دراسة (Kitch, 2008) أن الأخبار ترتبط بالشعور بالنوستالجيا فتظل فى ذاكرة الفرد بمحتواها ومضمونها وشكلها وحتى الأسلوب والطريقة التى

تمت صياغتها به. فيذكر الفرد الأحداث العامة واليومية والشخصية من خلال هذه الأخبار وكيفية تناولها.

وقامت دراسة (Suominen, 2008) بتناول النوستالجيا تجاه الألعاب الإلكترونية القديمة فبالرغم من وجود اهتمام بالأجيال الحديثة من هذه الألعاب إلا أنه بدأ يظهر حديثاً اهتمام بالألعاب القديمة وذلك يتم ممارسته من خلال جمع هذه الألعاب واستخدامها وتكوين أرشيف يضم كل المعلومات الخاصة بها وبإمكانياتها وتاريخها. وتوجد مجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت تضم المهتمين بهذه النوستالجيا ليتشاركوا ويتبادلوا الألعاب القديمة وكل ما يخصها.

وتبين من دراسة (نرمين إبراهيم أحمد، ٢٠٠٧) عدم قيام إذاعة حوض النيل بدور هام وفعال للسودانيين المقيمين في مصر فيستمعون إليها بشكل غير منتظم حيث يتم أحيانا أو نادرا. ودور الإذاعة في تلبية احتياجاتهم الاتصالية يتأثر بالسلب بضعف الإرسال. وتوجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين تعرض السودانيين المقيمين في مصر لإذاعة وادى النيل وبين إتجاهاتهم نحوها.

ووجدت دراسة (Enns, 2007) أن الأفلام الحديثة المعاصرة في ألمانيا تعكس نوستالجيا بدأت تظهر بين من ينتمون إلى ألمانيا الشرقية قبل اتحادها مع ألمانيا الغربية. فهم يشعرون بالحنين إلى الماضي وإلى هذه الفترة السياسية لتعرضهم لمشاكل وأزمات اقتصادية لعدم قدرتهم على التأقلم مع النظام الرأسمالي.

وأوضحت دراسة (Holak, Matveev, & Havlena, 2007) أن الإعلانات التي قدمت النوستالجيا تجاه روسيا في الماضي قبل انهيار الاتحاد السوفيتي قد أثارت مشاعر الحنين تجاه النظام الاشتراكي والأجواء السياسية في ذلك الوقت. وقد تجاوز الجمهور الروسي بشكل إيجابي مع هذه الإعلانات فشجعت على شراء المنتجات الروسية التي وظفت النوستالجيا في إعلاناتها.

وذكرت دراسة (Nadkarni, 2007) أن الشعور بالنوستالجيا قد ساهم في نجاح فنان كبير في السن عند ظهوره عام ٢٠٠٠ في المجر وهو بينديك يوهرين Benedek Uhrin والذي حصل على شعبية كبيرة بين الجمهور حتى بين الشباب وصغار السن. وقد وجد أن هذا النجاح يرجع إلى إثارته للنوستالجيا للمجر في الماضي من خلال تقديمه للفن القديم وخاصة لرفض المواطن للواقع وحنينه إلى الأصالة.

وتناولت دراسة (Shaoyi, 2007) الأفلام التي تم إنتاجها في هونج كونج بعد ١٩٩٧ وقد وجد أنها تتناول النوستالجيا تجاه هونج كونج في الماضي من خلال

تقديمها للأجواء السياسية والثقافية والحياتية في الماضي مع التركيز على أهمية دورها في المنطقة وذلك لتدعيم الهوية والوطنية بين المواطنين. واهتمت أيضاً هذه الأفلام بإظهار العلاقة والصلة بشنجاهاى.

وأشارت دراسة (Partin, 2007) أن توظيف النوستالجيا في الترويج والدعاية والتسويق لمنتجات حديثة من خلال ربطها بفيلم حرب النجوم قد شجع وجذب ليس فقط الأطفال ولكن أيضاً الكبار على شراء هذه المنتجات. فقد قامت الإعلانات بالذكير بالحياة والذكريات الخاصة بالمرحل العمرية السابقة من طفولة ومراهقة عندما كان يتم مشاهدة حرب النجوم. وقد وجد أن الذكور هم الأكثر تأثراً وتفاعلاً مع هذه الإعلانات.

وتبين من دراسة (Sierra & Mc Quitty, 2007) أن الشعور بالنوستالجيا يؤثر في سلوكيات ونوايا الشراء والتملك لمختلف المنتجات. وتقوم الهوية الاجتماعية بدور في سلوكيات ومشاعر النوستالجيا تجاه الماضي والتي بدورها تتعلق بدوافع الشراء وتفضيلات التملك.

وأظهرت دراسة (Vignolles & Bonnefont, 2007) أن المواد التي تثير النوستالجيا بين المراهقين في فرنسا تتمثل في الصور الأبيض والأسود والأغاني الفرنسية وغير الفرنسية التي حققت نجاحاً دولياً كبيراً والمشاهير خاصة المطربين الفرنسيين وغير الفرنسيين وممثلى الكوميديا الفرنسيين والمخرجين العالميين وشخصيات أفلام الكارتون والتي لم تعد تظهر على الشاشة. وقد وجد أن النوستالجيا الشخصية والتي ترتبط بالذكريات الشخصية للفرد قد ظهرت في الشعور بالحنين إلى الألعاب وشخصيات الكارتون القديمة، بينما نوستالجيا المحاكاة والتي ترتبط برغبة الفرد في إعادة الماضي فقد ظهرت في الشعور بالحنين إلى الديكور والموبيليا والموسيقى والمطربين والأغاني القديمة والصور الأبيض والأسود، في حين النوستالجيا الجمعية الثقافية والتي تجمع شعباً ومجتمعاً بأكمله فقد ظهرت في الشعور بالحنين إلى الإعلانات والمنتجات التجارية القديمة.

وقامت دراسة (Volcic, 2007) بتناول النوستالجيا تجاه يوغسلافيا السابقة قبل التقسيم وقد أطلق على هذه النوستالجيا مصطلح يوجو نوستالجيا Yugo Nostalgia للإشارة إلى مشاعر الحنين إلى التاريخ الثقافى والسياسى الموحد الذى يجمع المواطنين فى يوغسلافيا فى الماضى وقد أصبح هناك العديد من الممارسات والأنشطة الثقافية والإعلامية التى تعبر عن هذا الحنين بالرغم من الاحتفاظ بالهويات الوطنية المتفردة.

ووجدت دراسة (Chaiworaporn, 2006) أن الأفلام السينمائية فى تايلاند منذ ١٩٩٧ قد اهتمت بإثارة النوستالجيا تجاه الماضى فركزت على القيم والتقاليد والثقافة الأسبوية وقدمت الشكل المثالى للعائلة والأسرة وأظهرت الحياة فى تايلاند فى الماضى. وقد حاولت هذه الموجة الجديدة فى السينما فى تايلاند أن تحقق نجاحاً ليس فقط على المستوى المحلى ولكن أيضاً على المستوى الدولى والعالمى.

وتناولت دراسة (Jing, 2006) استخدام النوستالجيا فى الصين لإنتاج محتوى ثقافى يثير مشاعر الجمهور ليس فقط لتذكّر الماضى ولكن للاستفادة منه فى تطوير وتنمية الحاضر والمستقبل. وقد تم توظيف النوستالجيا من خلال إثارة مشاعر الحنين إلى الحياة والعادات والتقاليد والموروثات الصينية القديمة وهذه النوستالجيا رد فعل للتغيرات الاقتصادية والسياسية التى تؤدى إلى قلق وخوف من الواقع.

وأظهرت دراسة (Kessous & Roux, 2006) أن ارتباط الأشخاص ببعض المنتجات القديمة التى مازالت موجودة فى الأسواق حتى الآن يرجع إلى النوستالجيا تجاه العلامة التجارية للمنتج التى تعتبر تدعيماً للهوية الشخصية للفرد وإعادة معايشته للماضى وذكرياته بالإضافة إلى ارتباطها بحدث معين. وتظهر النوستالجيا بشكل أكبر تجاه العلامات التجارية التى ظهرت فى فترة الطفولة وذلك بالمقارنة بالعلامات التجارية التى ظهرت فى فترة المرحلة الجامعية. وهناك علاقة بين السن والنوع وبين الشعور بهذه النوستالجيا.

وأوضحت دراسة (Lindstrom, 2006) أنه توجد نوستالجيا تجاه يوغسلافيا قبل التقسيم وتتمثل فى مشاهدة الأفلام اليوغسلافية القديمة والاستماع إلى الموسيقى والأغاني الشهيرة التى تنتمى لهذه المرحلة السابقة وجمع الأعمال الفنية التى تعبر عن يوغسلافيا فى الماضى. وقد وجد أن من يشعر بهذا الحنين يقوم بممارسة كل من النوستالجيا الترميمية Restorative Nostalgia والنوستالجيا الانعكاسية Reflective Nostalgia.

وذكرت دراسة (Williams, 2006) أن الأيرلنديين الذين يعيشون فى اليابان يقومون باستخدام الموسيقى والفنون الشعبية الخاصة بأيرلندا للتقليل من شعورهم بالحنين إلى الوطن وأيضاً تعتبر تعبيراً عن شعورهم بهذه النوستالجيا. ويقومون بتقديم هذه الموسيقى والفنون فى المطاعم والمقاهى والحفلات والمهرجانات فى المدن اليابانية المختلفة مما ساعد على التعريف بهذه الفنون بين اليابانيين وتم إدخالها ودمجها فى الموسيقى والفنون اليابانية الحديثة والمعاصرة.

وأشارت دراسة (Reisenwitz, Iyer, & Cutler, 2004) إلى أن التعرض للنوستالجيا في الإعلانات يؤثر في مدى تقبل الجمهور للمنتج ومدى إقبالهم عليه. وقد وجد أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تأثير الجمهور بشكل إيجابي بالإعلانات التي تتناول النوستالجيا وبين كل من مدى كثافة تقديم النوستالجيا بالإعلان ومدى كثافة التعرض للإعلان ونوع الجمهور ونوع المنتج.

وتبين من دراسة (Nilsson, Johansson, & Hakansson, 2003) أن كبار السن هم الأكثر شعوراً بالنوستالجيا وعادة ما يقومون بإشباع هذه المشاعر من خلال الأخبار والأغاني القديمة. وتقوم هذه المواد بإثارة ذكريات جميلة للأحداث الشخصية القديمة فتجعل كبار السن يتقبلون الحياة اليومية المعاصرة والتي تبدو أجمل بهذه الذكريات.

وقامت دراسة (Pascal, Sprout, & Muehling, 2002) بتناول رد فعل المستهلك تجاه الإعلان الذي يحتوي على النوستالجيا. وقد أشارت الدراسة إلى التزايد المستمر في الإعلانات التي تثير مشاعر النوستالجيا في الأونة الأخيرة بينما لا يوجد اهتمام من قبل البحث العلمي بتناولها ودراستها. وأظهرت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الشعور بالنوستالجيا وبين كل من سلوك ورد فعل الجمهور تجاه الإعلان والمنتج وذلك لصالح الإعجاب بالإعلان والاهتمام بشراء المنتج.

وذكرت دراسة (Grainge, 2000) أن النوستالجيا للصورة الأبيض والأسود في أمريكا تثير النوستالجيا إلى الماضي. فتؤدي هذه الأعمال إلى الشعور بالحنين إلى الماضي وذكرياته ولكنها لا تؤدي إلى رفض الواقع بل تؤكد على الهوية الثقافية في ذلك الوقت لاستمرارها في الحاضر والمستقبل.

دراسات تناولت النوستالجيا والتلفزيون بشكل خاص:

تناولت دراسة (Bergin, 2013) أسباب النجاح والشعبية العالمية للمسلسل الإنجليزي Midsomer Murders (جرائم قتل ميد سومر). وقد وجد أن النوستالجيا للريف الإنجليزي في الماضي ساهم بشكل كبير في هذا النجاح وهذه الشعبية في إنجلترا وخارجها وذلك بالرغم من أن المسلسل يفتقد للتنوع العرقي.

وأشارت دراسة (Guo, 2012) أن المسلسلات التلفزيونية في الصين والتي تتناول الشخصيات التاريخية خاصة الحكام الصينيين في الماضي قد حققت نجاحاً كبيراً بين الجمهور وذلك يرجع إلى أنها أثارت مشاعر النوستالجيا. فلم ير الجمهور في هذه الدراما الحكم الاستبدادي لهؤلاء الحكام ولكن رأوا النوستالجيا وذكريات

الماضى بعيداً عن النواحي السياسية. وقد وجدت الدراسة أن رد فعل الجمهور تجاه هذه الأعمال يختلف وفقاً للنوع والعمر والمستوى الثقافي والاجتماعي.

وتبين من دراسة (Tinker, 2012) أن التلفزيون الفرنسي يثير مشاعر النوستالجيا من خلال إذاعة الأغاني القديمة المشهورة والناجحة. وقد وجد أن هذه الأغاني تثير النوستالجيا التي تجلب السعادة وليس الحزن. ويتجاوب معها الأجيال المختلفة وحتى الشباب فتطلق الخيال مما يشجعهم على الإبداع.

وتناولت دراسة (عبيد الربيعي، ٢٠١١) عادات التلقى لدى المهاجرين العرب للقنوات الفضائية العربية. وقد وجد أن هناك إقبالا كبيرا من قبل المغتربين العرب في السويد على مشاهدة القنوات الفضائية العربية من الذكور والإناث ومن جميع الأعمار والمستويات الاجتماعية. وأشارت الدراسة إلى أن أهم دوافع المشاهدة تتمثل في التواصل مع الوطن واهتمامهم به ونقل من شعورهم بالملل والوحدة والغربة. فتقوم هذه القنوات بالتخفيف من آلام الغربة. ويهتم المغتربون بأخبار بلادهم من خلال متابعة البرامج الإخبارية والسياسية وأيضا هناك إقبال كبير على مشاهدة المسلسلات والأفلام وبرامج الترفيه.

وقامت دراسة (Peters, 2009) بتناول المسلسلات التي تم تقديمها في كندا منذ عام ١٩٩١. وقد تم توظيف النوستالجيا في هذه الأعمال الدرامية لتكوين هوية وطنية وثقافية موحدة لكل المواطنين بكندا خاصة أن بها الكثير من المهاجرين من أعراق وبلدان مختلفة. فتم الاستعانة بهذه المسلسلات لتكوين ذكريات وطنية للمواطن الكندي.

ووجدت دراسة (Smith, 2009) أن المسلسلات الإسبانية المشهورة والناجحة في عام ٢٠٠٩ قد تناولت النوستالجيا تجاه الماضي القريب والبعيد وذلك في الريف أو الحضر بإسبانيا. وقامت هذه المسلسلات بإعادة اكتشاف وتقديم التاريخ الوطني. وعرضت أيضاً الحياة الاجتماعية والأسرة الإسبانية في الماضي خاصة مع التركيز على الترابط الأسري الذي يتم افتقاده في الوقت الحاضر.

وذكرت دراسة (Woods, 2008) أن الدراما التلفزيونية الأمريكية التي تتناول الماضي تثير مشاعر النوستالجيا تجاه الحياة الاجتماعية والسياسية في تلك الفترة. وقد وجد أن الموسيقى في هذه الأعمال الدرامية تقوم بإنعاش ذاكرة المشاهد للذكريات القديمة.

وأوضحت دراسة (Weispfenning, 2003) أن إعادة عرض الأعمال التلفزيونية يؤثر بشكل كبير على الجمهور وذلك على المدى البعيد وللأجيال المختلفة

والمتعاقبة. فتتعرض الأجيال الجديدة من خلال هذه الأعمال لخبرات وتجارب وثقافات و حياة الأجيال القديمة مما يتيح معايشة الماضي الذى لم يعاصروه لمعرفة وتكوين المستقبل.

تعليق حول الدراسات السابقة:

يلاحظ من الدراسات السابقة حول النوستالجيا ووسائل الإعلام والاتصال بشكل عام التالى:

- ندرة الدراسات العربية التى تناولت النوستالجيا ووسائل الإعلام والاتصال بشكل عام. وهذه الدراسات القليلة جدا تناولت استخدام المغتربين لوسائل الإعلام والاتصال دون التركيز على مفهوم النوستالجيا بشكل مباشر كمحور أساسى تدور حوله الدراسات.
- هناك اهتمام بدراسة كيفية إثارة وسائل الإعلام والاتصال للنوستالجيا بينما لا يوجد اهتمام بالنوستالجيا تجاه وسائل الإعلام والاتصال نفسها فى الماضى.
- يوجد تركيز على دراسة الأفلام السينمائية والإعلانات والأغاني القديمة وإغفال باقى المواد الإعلامية والفنية وعدم التنوع فى وسائل الإعلام والاتصال التى يتم تناولها.
- قامت معظم الدراسات بتناول الجمهور مع عدم الاهتمام بتحليل مضمون وشكل المواد التى تقدم النوستالجيا.
- يوجد اهتمام بدراسة المغتربين والمهاجرين وتعاملهم مع النوستالجيا تجاه الوطن.
- هناك اهتمام بدراسة الجمهور فى مختلف الدول منها الدول الأوروبية والأسبوية والولايات المتحدة الأمريكية مما يؤكد على الاهتمام بدراستها فى العديد من الدول بينما يوجد نقص فى المعلومات عن التجربة العربية والمصرية مع النوستالجيا.
- يوجد اهتمام بدراسة النوستالجيا فى الدول التى حدث بها تغييرات سياسية مثل روسيا وألمانيا الشرقية ويوغسلافيا وذلك مع التركيز على النوستالجيا تجاه الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية فى الماضى.
- هناك اهتمام بدراسة النوستالجيا تجاه الوطن والذكريات الشخصية القديمة دون التنوع فى أشكال النوستالجيا وأنواعها وأمثلتها المختلفة وذلك يؤكد على أهمية هذه الدراسة لتطرقها لنوستالجيا مختلفة عن الموضوعات المنتشرة فى الدراسات السابقة عربياً أو دولياً.

ويلاحظ من الدراسات السابقة حول النوستالجيا والتلفزيون الآتى:

- ندرة الدراسات التى تناولت النوستالجيا والتلفزيون وذلك على المستوى الدولى أو العربى.
- ركزت معظم الدراسات السابقة على الدراما التلفزيونية بدون تناول أشكال ومضامين مختلفة فى التلفزيون.
- يوجد اهتمام بدراسة كيفية إثارة التلفزيون للنوستالجيا تجاه الماضى مع عدم الاهتمام بتناول النوستالجيا تجاه التلفزيون فى الماضى كشكل ومضمون وعناصر إنتاج.
- ركزت الدراسات على تناول الجمهور مع عدم الاهتمام بتحليل شكل ومضمون التلفزيون فى الماضى.
- وقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة فى صياغة الفروض والتساؤلات وتصميم استمارة الاستبيان وفهم وتفسير النتائج.

وكل الملاحظات حول الدراسات السابقة تؤكد على أهمية الدراسة حيث يوجد نقص فى فهم ومعرفة النوستالجيا بين الجمهور المصرى ونقص فى فهم ومعرفة النوستالجيا تجاه التلفزيون ليس فقط على المستوى العربى والمصرى ولكن أيضاً على المستوى الدولى وذلك يشير إلى تطرق الدراسة لنوستالجيا مختلفة عن الموضوعات المنتشرة فى الدراسات السابقة لتقديم الجديد فى الدراسات الإعلامية ودراسات النوستالجيا.

تساؤلات الدراسة:

- ١- إلى أى مدى يشعر المصريون فى الأربعينيات من العمر بنوستالجيا التلفزيون؟
- ٢- إلى أى مدى يشعر المصريون فى الأربعينيات من العمر بالنوستالجيا تجاه النواحي التقنية فى التلفزيون فى الماضى؟
- ٣- ما المواد التلفزيونية التى يشعر المصريون فى الأربعينيات من العمر بالنوستالجيا تجاهها؟
- ٤- إلى أى مدى يشعر المصريون فى الأربعينيات من العمر بالنوستالجيا تجاه سمات وخصائص عناصر الإنتاج التلفزيونى فى الماضى؟

- ٥- متى يشعر المصريون فى الأربعينيات من العمر بنوستالجيا التلفزيون؟
- ٦- ما الأنشطة والهوايات التى ترتبط بنوستالجيا التلفزيون ويمارسها المصريون فى الأربعينيات من العمر؟
- ٧- إلى أى مدى يرتبط الشعور بنوستالجيا التلفزيون بين المصريين فى الأربعينيات من العمر بالشعور بأنواع أخرى من النوستالجيا؟
- ٨- إلى أى مدى يرتبط الشعور بنوستالجيا التلفزيون بين المصريين فى الأربعينيات من العمر باهتماماتهم وسماتهم الشخصية؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائية بين شعور المصريين فى الأربعينيات من العمر بالنوستالجيا تجاه التلفزيون فى الماضى وبين التالى:

- أ. شعورهم بأنواع أخرى من النوستالجيا (النوستالجيا تجاه الوطن والأفراد ووسائل الإعلام والاتصال الأخرى والفن)
- ب. اهتماماتهم وسماتهم الشخصية

الفرض الثانى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المصريين فى الأربعينيات من العمر وفقاً للمواصفات الشخصية (النوع والتعليم) والتالى:

- أ- ارتباط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التلفزيون فى الماضى بأنواع أخرى من النوستالجيا (النوستالجيا تجاه الوطن والأفراد ووسائل الإعلام والاتصال الأخرى والفن)
- ب- ارتباط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التلفزيون فى الماضى باهتماماتهم وسماتهم الشخصية

منهج الدراسة:

تم استخدام منهج المسح بالاعتماد على أسلوب المسح بالعينة.

الإجراءات المنهجية:

عينة الدراسة:

تتنمى عينة الدراسة إلى العينة العمدية Purposive Sample وهى من العينات غير الإحصائية والتي لا تقتضى الاختيار العشوائى فيختارها الباحث بشكل متعمد من حالات معينة ووحدات محددة لأنها تمثل مجتمع بعينه (Wimmer & Dominick, 2013).

وقد ضمت عينة الدراسة ٥٠٠ من المصريين فى الأربعينيات من العمر الذين يشعرون بنوستالجيا التليفزيون.

وقد تم اختيار هذه المرحلة العمرية لأن العديد من الدراسات فى علم النفس والطب النفسى قد أشارت إلى أن مرحلة الأربعينيات من العمر تعتبر بداية مرحلة منتصف العمر ويطلق عليها المراهقة المتأخرة حيث يشعر الفرد خلال هذه الفترة بالحنين إلى مراحل عمرية سابقة مثل الطفولة والمراهقة (Clarke, Sachs, & Summer, 2000)، وبالتالي تتماشى هذه المرحلة مع موضوع الدراسة مما يعمق فهم وتفسير النوستالجيا ويؤدى إلى الوصول إلى نتائج ثرية.

جدول رقم (١) المواصفات الشخصية للعينة

خصائص الجمهور	ك	%
١- النوع		
أ. ذكر	٢٥٠	٥٠
ب. أنثى	٢٥٠	٥٠
الإجمالي	٥٠٠	١٠٠
٢- المؤهل الدراسي		
أ. مؤهل جامعى	٢٤٨	٤٩,٦
ب. مؤهل متوسط	٢٥٢	٥٠,٤
الإجمالي	٥٠٠	١٠٠

أداة جمع البيانات:

تم جمع البيانات من خلال استمارة استبيان تضم الأسئلة المغلقة وبعض الأسئلة المفتوحة.

الاختبار القبلي Pre-test:

تم إجراء اختبار قبلي Pre-test والذي يتم على عينة صغيرة تمثل العينة الأصلية (Berger, 2011). وقد ضمت ٥٠ من المصريين فى الأربعينيات من العمر الذين يشعرون بنوستالجيا التليفزيون. وقد ساعد الاختبار القبلي فى تصميم استمارة الاستبيان فى صورتها النهائية خاصة فى وضع اختيارات للأسئلة المغلقة.

إختبار الصدق Validity والثبات Reliability:

الصدق Validity:

تم إجراء الصدق الظاهري Face Validity وذلك من خلال عرض استمارة الاستبيان على الخبراء والمتخصصين والممارسين للتحكيم (*) (M. du Plooy, 2003).

وتم تطبيق الصدق التركيبي (التجريبي) (صدق البناء) Construct Validity وذلك من خلال طرح بعض الأسئلة بأكثر من أسلوب ليتم قياس مدى تماثل إجابات المبحوث على السؤال الواحد إذا طرح بأكثر من شكل وطريقة (Sapsford, 2006) وقد وجد أن الصدق يساوى ٨٥%.

(*) أسماء الخبراء والمتخصصين والممارسين الذين حكموا استمارة الاستبيان:

١. أ.د. إيناس عبد الفتاح: الأستاذ بقسم علم النفس بكلية الآداب بجامعة عين شمس.
٢. أ.د. سهى فاضل: الأستاذ بقسم الإعلام بآداب الزقازيق.
٣. د. عصام الدين فرج: وكيل الوزارة السابق بالمجلس الأعلى للصحافة.
٤. أ.د. عيد عبد اللطيف: الأستاذ ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة المنيا.
٥. د. مصطفى عبد الفتاح: نائب رئيس قطاع الأخبار الأسبق باتحاد الإذاعة والتليفزيون.
٦. أ.د. مصطفى مرتضى: أستاذ علم الاجتماع ووكيل كلية الآداب للدراسات العليا والبحوث بجامعة عين شمس
٧. أ.د. مريهان الحلوانى: أستاذ الإذاعة والتليفزيون بمعهد الطفولة بجامعة عين شمس.
٨. أ.د. ميرفت الطرابيشى: الأستاذ والعميد السابق لمعهد الإعلام بجامعة السادس من أكتوبر (مدينة الثقافة والفنون بالسادس من أكتوبر).

الثبات Reliability:

تم إجراء الثبات بطريقة الاختيار وإعادته Test-Re-Test وذلك من خلال إعادة تطبيق الاستمارة على ١٠% من عينة المبحوثين في فترة تتراوح ما بين أسبوع أو أسبوعين للتعرف على مدى الاتساق بين التطبيق الأول والثاني (عاطف عدلى العبد عبيد، ٢٠٠٢).

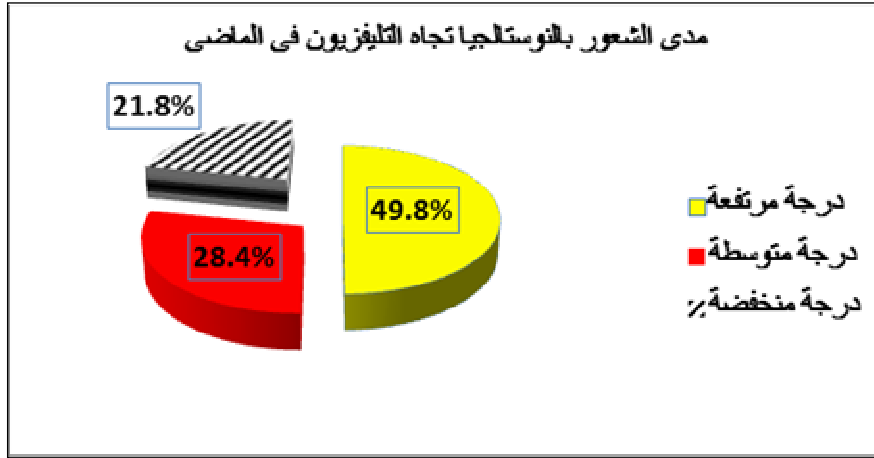
فقامت الباحثة بإعادة تطبيق الاستمارة على ٥٠ من المصريين فى الأربعينيات من العمر بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول وقد زاد الثبات عن ٠,٨٤.

المعالجة الإحصائية:

تم إجراء المعالجة الإحصائية للبيانات عن طريق تطبيق برنامج SPSS (Social Package for Social Sciences).

تم استخدام كل من معامل الارتباط سبيرمان Spearman ومان ويتنى Mann-Whitney.

نتائج الدراسة:



شكل رقم (١): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه التلفزيون فى الماضى

يشير شكل رقم (١) إلى أن معظم العينة يشعرون بالنوستالجيا بدرجة كبيرة بعدد ٢٤٩ بنسبة ٤٩,٨% يليهم من يشعرون بدرجة متوسطة بعدد ١٤٢ بنسبة ٢٨,٤% وفى المركز الأخير من يشعرون بالنوستالجيا بدرجة منخفضة بعدد ١٠٩ بنسبة ٢١,٨%.

جدول رقم (٢): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه النواحي التقنية في التلفزيون في الماضي

مدى الشعور بالنوستالجيا		النواحي التقنية	
درجة مرتفعة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	لا أشعر بهذه النوستالجيا
%	ك	%	ك
٥٠,٨	٢٥٤	١٨,٤	٩٢
١٣٢	٢٦,٤	١٨,٨	٩٤
٥٠	٢٥٠	٢٣	١١٥
١٣٤	٢٦,٨	١٨,٨	٩٤
٣٨,٤	١٩٢	١٨,٨	٩٤
١١١	١١١	١٨,٨	٩٤
١٨	٩٠	١٨,٨	٩٤
١٨,٤	٩٢	١٨,٨	٩٤
١٨	٩٠	١٨,٦	٩٣
١٨	٩٠	١٨,٦	٩٣
١٧,٨	٨٩	١٩	٩٥
١٧,٨	٨٩	١٩	٩٥
١٨	٩٠	١٩,٦	٩٨
١٠,٨	١٠٨	١٩,٦	٩٨
١٩	٩٥	١٩	٩٥
١١١	١١١	١٩	٩٥
٢٢,٢	١١١	١٩	٩٥
١٩	٩٥	١٩,٨	٩٩
٢٢,٤	١١٢	١٩,٨	٩٩
٢٠,٨	١٠٤	٢٠,٦	١٠٣
٢٤	١٢٠	٢٠,٦	١٠٣
٢٠,٨	١٠٤	٢٠,٤	١٠٢
٢٣,٨	١١٩	٢٠,٤	١٠٢
٢٠,٨	١٠٤	٢٠,٤	١٠٢
٢٣,٨	١١٩	٢٠,٤	١٠٢

يتبين من جدول رقم (٢) أن معظم العينة لا تشعر بالنوستالجيا تجاه أغلبية النواحي التقنية للتلفزيون في الماضي وذلك لمميزات المستحدثات التلفزيونية من الجانب التقني والتكنولوجي وخاصة بالمقارنة بالتكنولوجيا بشكلها البدائي في الماضي وما توفره من إمكانيات وجودة ليست مرتفعة وفي نفس الوقت فقد وجد في نتائج لاحقة أن معظم العينة من المهتمين بالتكنولوجيا وبالتالي هم على وعي ومعرفة

بالقيمة التكنولوجية لكل ما هو جديد في مجال التلفزيون. ولكن يوجد استثناء لبعض النواحي التقنية حيث إن أغلبية العينة تشعر بالنوستالجيا بدرجة مرتفعة لشكل أجهزة التلفزيون القديمة بنسبة ٥٠,٨% والبث بالأبيض والأسود بنسبة ٥٠% ويلاحظ أن هذه النواحي التقنية ترتبط بالمضمون والشكل وبنسبة أقل نجد الشعور بالنوستالجيا بدرجة مرتفعة للبث التلفزيوني لساعات قليلة وليس لمدة ٢٤ ساعة بنسبة ٣٨,٤% مما يشير إلى عدم قدرة الفرد على التحكم في كثافة استخدامه للتلفزيون ويحتاج أن يبتعد ويقلل من مشاهدته.

جدول رقم (٣): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه البرامج التي كانت تقدم في التلفزيون في الماضي

لا أشعر بهذه النوستالجيا		درجة ضعيفة		درجة متوسطة		درجة مرتفعة		مدى الشعور بالنوستالجيا	البرامج
		%	ك	%	ك	%	ك		
١٨,٢	٩١	٢٢,٢	١١١	٢٧,٤	١٣٧	٣٢,٢	١٦١		أ. البرامج الإخبارية
١٥,٤	٧٧	٢٢,٢	١١١	٢٨,٦	١٤٣	٣٣,٨	١٦٩		ب. البرامج السياسية
١٦,٨	٨٤	٢٢,٦	١١٣	٢٧,٦	١٣٨	٣٣	١٦٥		ت. البرامج الثقافية
١٩,٢	٩٦	٢٢,٢	١١١	٢٧,٤	١٣٧	٣١,٢	١٥٦		ث. البرامج الرياضية
١٧,٤	٨٧	٢١,٦	١٠٨	٢٧,٦	١٣٨	٣٣,٤	١٦٧		ج. البرامج الدينية
١١,٤	٥٧	٢١,٨	١٠٩	٢٧,٦	١٣٨	٣٩,٢	١٩٦		ح. برامج المرأة
٣,٦	١٨	٢٠,٨	١٠٤	٢٦,٦	١٣٣	٤٩	٢٤٥		خ. برامج الشباب
٢,٤	١٢	٢٠,٦	١٠٣	٢٦	١٣٠	٥١	٢٥٥		د. برامج الأطفال
٤,٦	٢٣	٢١	١٠٥	٢٦,٤	١٣٢	٤٨	٢٤٠		ذ. برامج المنوعات
١٩,٢	٩٦	٢٢	١١٠	٢٧	١٣٥	٣١,٨	١٥٩		ر. برامج الخدمات
١٨,٤	٩٢	٢٢,٢	١١١	٢٨	١٤٠	٣١,٤	١٥٧		ز. البرامج السياحية
١٦,٢	٨١	٢١,٦	١٠٨	٢٨,٦	١٤٣	٣٣,٦	١٦٨		س. برامج المسابقات
١٦	٨٠	٢٢,٤	١١٢	٢٧,٨	١٣٩	٣٣,٨	١٦٩		ش. البرامج الاجتماعية الإنسانية
٢,٦	١٣	٢١	١٠٥	٢٦,٤	١٣٢	٥٠	٢٥٠		ص. البرامج التي تضم كل المضامين

يتضح من جدول رقم (٣) أن أكثر البرامج التي يتم الشعور بالنوستالجيا تجاهها وبدرجة مرتفعة هي برامج الأطفال بنسبة ٥١% والبرامج التي تضم كل المضامين بنسبة ٥٠% ثم تأتي باقى الأختيارات بنسب قليلة. ويلاحظ من النتائج أن نوستالجيا التلفزيون ترتبط بمرحلة الطفولة من حيث المحتوى البرامجى.

جدول رقم (٤): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه الأفلام التي كانت تقدم فى التلفزيون فى الماضى

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الشعور بالنوستالجيا بالأفلام
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٤	٠,٨	٩٩	١٩,٨	١٢٦	٢٥,٢	٢٧١	٥٤,٢	أ. الأفلام العربية القديمة الأبيض والأسود
١٦	٣,٢	٩٩	١٩,٨	١٢٧	٢٥,٤	٢٥٨	٥١,٦	ب. الأفلام الأجنبية القديمة الأبيض والأسود
٣	٠,٦	١٠١	٢٠,٢	١٢٧	٢٥,٤	٢٦٩	٥٣,٨	ت. الأفلام العربية القديمة الملونة
١٥	٣	١٠١	٢٠,٢	١٣٠	٢٦	٢٥٤	٥٠,٨	ث. الأفلام الأجنبية القديمة الملونة

يتبين من جدول رقم (٤) أن هناك نوستالجيا تجاه الأفلام التي كانت تقدم فى التلفزيون فى الماضى بدرجة مرتفعة وصلت ٥٤,٢% ولا تقل عن ٥٠,٨% ويلاحظ أن النوستالجيا تجاه الأفلام العربية أكثر من الأفلام الأجنبية وأن هناك نوستالجيا تجاه الأفلام الأبيض والأسود أكثر من الأفلام الملونة.

جدول رقم (٥): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه المسلسلات التي كانت تقدم في التلفزيون في الماضي

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الشعور بالنوستالجيا المسلسلات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١,٤	٧	٢٠,٤	١٠٢	٢٥,٦	١٢٨	٥٢,٦	٢٦٣	أ. المسلسلات العربية القديمة الأبيض والأسود
٥,٦	٢٨	٢١	١٠٥	٢٥,٦	١٢٨	٤٧,٨	٢٣٩	ب. المسلسلات الأجنبية القديمة الأبيض والأسود
١,٢	٦	٢٠	١٠٠	٢٥,٦	١٢٨	٥٣,٢	٢٦٦	ت. المسلسلات العربية القديمة الملونة
٣	١٥	٢٠,٦	١٠٣	٢٥,٤	١٢٧	٥١	٢٥٥	ث. المسلسلات الأجنبية القديمة الملونة

يتضح من جدول رقم (٥) أنه توجد نوستالجيا بدرجة مرتفعة تجاه المسلسلات التي كانت تقدم في التلفزيون في الماضي ولكن أقلهم في النسبة هي المسلسلات الأجنبية الأبيض والأسود ولكنها مازالت نسبة مرتفعة حيث وصلت ٤٧,٨%. وتختلف المسلسلات عن الأفلام حيث إن النوستالجيا تجاه المسلسلات الملونة أكثر من الأبيض والأسود ولكن تتشابه المسلسلات مع الأفلام في أن النوستالجيا تجاه المسلسلات العربية أكثر من الأجنبية.

جدول رقم (٦): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه الأغاني التي كانت تقدم في التليفزيون في الماضي

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الشعور بالنوستالجيا الأغاني
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٨	٤	١٩,٦	٩٨	٢٥,٢	١٢٦	٥٤,٤	٢٧٢	أ. الأغاني العربية القديمة الأبيض والأسود
١	٥	٢٠	١٠٠	٢٥	١٢٥	٥٤	٢٧٠	ب. الأغاني العربية القديمة الملونة
٢,٦	١٣	١٩,٨	٩٩	٢٥,٤	١٢٧	٥٢,٢	٢٦١	ت. الأغاني الأجنبية القديمة الأبيض والأسود
٢,٨	١٤	١٩,٨	٩٩	٢٤,٨	١٢٤	٥٢,٦	٢٦٣	ث. الأغاني الأجنبية القديمة الملونة
٢,٢	١١	٢٠,٢	١٠١	٢٥,٤	١٢٧	٥٢,٢	٢٦١	ج. أغاني الأطفال القديمة الأبيض والأسود
٠,٨	٤	١٩,٦	٩٨	٢٤,٨	١٢٤	٥٤,٨	٢٧٤	ح. أغاني الأطفال القديمة الملونة

يشير جدول رقم (٦) انه توجد نوستالجيا تجاه الأغاني التي كانت تقدم في التليفزيون في الماضي وبدرجة مرتفعة ولكن تزيد النوستالجيا تجاه أغاني الأطفال القديمة الملونة عن كل الأغاني الأخرى وتزيد النوستالجيا تجاه الأغاني العربية عن الأغاني الأجنبية.

جدول رقم (٧): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه المسرحيات التي كانت تقدم في التليفزيون في الماضي

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الشعور بالنوستالجيا	المسرحيات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٠,٨	٤	٢٠	١٠٠	٢٥,٢	١٢٦	٥٤	٢٧٠	أ. المسرحيات القديمة الأبيض والأسود	
١	٥	٢٠,٦	١٠٣	٢٦,٢	١٣١	٥٢,٢	٢٦١	ب. المسرحيات القديمة الملونة	

يتضح من جدول رقم (٧) وجود نوستالجيا تجاه المسرحيات التي كانت تقدم في التليفزيون في الماضي وبدرجة مرتفعة تصل إلى ٥٤% ولا تقل عن ٥٢,٢% ويمكن تفسير ذلك بأن المسرحيات في الماضي كان لها مواعيد ثابتة مثل يوم الخميس ظهرا أو مساء وأيضا ارتبطت الأعياد بإذاعة المسرحيات مما يجعلها ترتبط بذكرات الطفولة والمراهقة في هذه المناسبات.

جدول رقم (٨): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه الإعلانات التي كانت تقدم في التليفزيون في الماضي

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الشعور بالنوستالجيا	الإعلانات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٠,٦	٣	٢٠	١٠٠	٢٤,٦	١٢٣	٥٤,٨	٢٧٤	أ. الإعلانات التجارية	
٤,٦	٢٣	٢٠,٦	١٠٣	٢٦,٢	١٣١	٤٨,٦	٢٤٣	ب. إعلانات التوعية	

يتبين من جدول رقم (٨) وجود نوستالجيا بدرجة مرتفعة تجاه الإعلانات التي كانت تقدم في التليفزيون في الماضي وذلك يمكن تفسيره بأن هذه الإعلانات تعتمد على الأغاني. وقد أشارت العديد من الدراسات أن الإعلانات التي تعتمد على الأغاني لها جاذبية كبيرة (Brown, and Volgsten, 2005) ويظل يتذكرها ويردها المشاهد خاصة الصغار (Calvert, 2008).

جدول رقم (٩): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه مواد مرئية كانت تقدم في التليفزيون فى الماضى ولا يجدها المشاهد فى الوقت الحالى

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الشعور بالنوستالجيا	المواد المرئية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
١,٦	٨	٢٠	١٠٠	٢٥,٨	١٢٩	٥٢,٦	٢٦٣	أ. فقرات الربط بين البرامج	
٠,٨	٤	٢٠,٢	١٠١	٢٥,٢	١٢٦	٥٣,٨	٢٦٩	ب. الفقرات المفتوحة (اليوم المفتوح)	
٠,٦	٣	١٩,٦	٩٨	٢٥,٢	١٢٦	٥٤,٦	٢٧٣	ت. الفقرات والمواد الفنية التى كانت تقدم ما بين البرامج	
١	٥	١٩,٨	٩٩	٢٤,٤	١٢٢	٥٤,٨	٢٧٤	ث. فوازير رمضان	

يتضح من جدول رقم (٩) وجود نوستالجيا بدرجة مرتفعة تجاه مواد مرئية كانت تقدم فى التليفزيون فى الماضى ولا يجدها المشاهد فى الوقت الحالى مثل فوازير رمضان بنسبة ٥٤,٨% والفقرات والمواد الفنية التى كانت تقدم ما بين البرامج بنسبة ٥٤,٦% وقد أعطى المبحوثون أمثلة لها تتضمن الفنون الشعبية وفنون السيرك، وأيضا توجد نوستالجيا تجاه اليوم المفتوح بنسبة ٥٣,٨% وقد كان هذا البرنامج يعتمد على الفقرات المفتوحة ويقدم فقرات متنوعة وبالرغم أنه مازال يقدم بشكل محدود فى بعض قنوات التليفزيون المصرى وخاصة القنوات المحلية إلا أن هذه النتيجة تؤكد أن معظم العينة تشاهد القنوات الفضائية والتى لا تقدم هذه النوعية من البرامج. وهناك نوستالجيا تجاه فقرات الربط بين البرامج بنسبة ٥٢,٦% وهى كانت تذكر المشاهد بمواعيد إذاعة البرامج وقد اختفت هذه الفقرات فى السنوات الأخيرة من القنوات التليفزيونية.

جدول رقم (١٠): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه الأشكال البرمجية فى التلفزيون فى الماضى

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الشعور بالنوستالجيا	الأشكال البرمجية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٢	١	٢٠	١٠٠	٢٦,٨	١٣٤	٥٣	٢٦٥		أ. الحديث المباشر
٢	١	١٩,٨	٩٩	٢٨	١٤٠	٥٢	٢٦٠		ب. المقابلة التلفزيونية
٢٠	١٠٠	٢١,٤	١٠٧	٣٤	١٧٠	٢٤,٦	١٢٣		ت. التحقيق التلفزيونى
٢٠,٢	١٠١	٢١,٨	١٠٩	٣٤	١٧٠	٢٤	١٢٠		ث. التقرير التلفزيونى
٢١	١٠٥	٢٣	١١٥	٣٢	١٦٠	٢٤	١٢٠		ج. الفيتشر التلفزيونى
١٣,٦	٦٨	٢٣,٤	١١٧	٣٤	١٧٠	٢٩	١٤٥		ح. البرنامج التسجيلى

يشير جدول رقم (١٠) إلى أن أكثر الأشكال البرمجية التى يتم الشعور بالنوستالجيا تجاهها بدرجة مرتفعة هى الحديث المباشر بنسبة ٥٣% والمقابلة التلفزيونية بنسبة ٥٢% ثم تأتى باقى الأشكال والدرجات المختلفة للنوستالجيا بنسب من ٣٤% فأقل.

جدول رقم (١١): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه ضيوف البرامج وخصائصهم في التلفزيون في الماضي

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الشعور بالنوستالجيا الضيوف وخصائصهم في البرامج في التلفزيون في الماضي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
-	-	٢٠	١٠٠	٢٤,٢	١٢١	٥٥,٨	٢٧٩	أ. القيمة والأهمية الكبيرة للضيوف في مجال تخصصهم في البرامج التلفزيونية في الماضي بالمقارنة بالحاضر
-	-	١٩,٨	٩٩	٢٤,٢	١٢١	٥٦	٢٨٠	ب. دقة ورقيّ الكلمات والعبارات التي كان يقوم باستخدامها ضيوف البرامج التلفزيونية في الماضي
-	-	٢٠	١٠٠	٢٤,٤	١٢٢	٥٥,٦	٢٧٨	ت. عدم استخدام ضيوف البرامج التلفزيونية في الماضي لكلمات تحمل سبباً
-	-	٢٠	١٠٠	٢٤,٤	١٢٢	٥٥,٦	٢٧٨	ث. عدم استخدام ضيوف البرامج التلفزيونية في الماضي لكلمات تخدش الحياء
-	-	٢٠	١٠٠	٢٤,٢	١٢١	٥٥,٨	٢٧٩	ج. عدم قيام ضيوف البرامج التلفزيونية في الماضي بالقذف والتشهير والهجوم على الشخصيات العامة عند وجودهم في البرامج
٠,٦	٣	١٩,٨	٩٩	٢٥	١٢٥	٥٤,٦	٢٧٣	ح. عدم استخدام ضيوف البرامج التلفزيونية في الماضي اللغة الدارجة بين الأجيال الشبابية
-	-	١٩,٨	٩٩	٢٤,٨	١٢٤	٥٥,٤	٢٧٧	خ. جدية أسلوب حوار وحديث ضيوف البرامج التلفزيونية في الماضي
-	-	١٩,٨	٩٩	٢٥,٢	١٢٦	٥٥	٢٧٥	د. جدية مظهر ضيوف البرامج التلفزيونية في الماضي
-	-	٢٠	١٠٠	٢٤,٨	١٢٤	٥٥,٢	٢٧٦	ذ. جدية سلوك ضيوف البرامج التلفزيونية في الماضي
٠,٤	٢	١٩,٨	٩٩	٢٤,٦	١٢٣	٥٥,٢	٢٧٦	ر. احترام الضيوف لبعضهم البعض وللمذيعين في البرامج التلفزيونية في الماضي
١,٨	٩	٢٠	١٠٠	٢٥,٤	١٢٧	٥٢,٨	٢٦٤	ز. ارتفاع مستوى ثقافة الضيوف في البرامج التلفزيونية في الماضي بالمقارنة بالحاضر
١,٦	٨	٢٠	١٠٠	٢٥,٤	١٢٧	٥٣	٢٦٥	س. عدم خروج ضيوف البرامج التلفزيونية في الماضي عن العادات والتقاليد والأعراف في المجتمع المصري والعربي

يتبين من جدول رقم (١١) أن معظم المبحوثين يشعرون بالنوستالجيا بدرجة مرتفعة تجاه الضيوف وخصائصهم فى برامج التلفزيون فى الماضى وبنسب لا تقل عن ٥٢,٨%. ويلاحظ من هذه النتائج أنها تعبير عن رفض المشاهد لما يصدر من الضيوف فى البرامج فى الوقت الحالى من خروج عن الآداب العامة والأخلاقيات الحميدة والعادات والتقاليد بالإضافة إلى الهجوم والسب والقذف وانحدار لغة الحوار وقلة الثقافة وعدم الجدية فى السلوك والمظهر وأسلوب الحديث خاصة ما بين ضيوف القنوات الفضائية.

جدول رقم (١٢): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه المذيعين فى برامج التلفزيون فى الماضى

لا أشعر بهذه النوستالجيا		درجة ضعيفة		درجة متوسطة		درجة مرتفعة		مدى الشعور بالنوستالجيا المذيعون فى برامج التلفزيون فى الماضى
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٦	٣	١٩,٨	٩٩	٢٢,٦	١١٣	٥٧	٢٨٥	أ. مذيع بعينه حيث إنك تحبه وتفقده على الشاشة
١,٨	٩	٢٠	١٠٠	٢٣,٢	١١٦	٥٥	٢٧٥	ب. المذيعون بشكل عام فى البرامج التلفزيونية الأبيض والأسود
٢,٨	١٤	٢٠,٦	١٠٣	٢٤	١٢٠	٥٢,٦	٢٦٣	ت. المذيعون بشكل عام فى البرامج التلفزيونية الملونة

يتضح من جدول رقم (١٢) أن أغلبية العينة من المبحوثين يشعرون بالنوستالجيا بدرجة مرتفعة تجاه المذيعين كأشخاص مما يدل على أن مقدمى البرامج فى التلفزيون المصرى فى ذلك الوقت كانوا نجومًا فارتبط المشاهد بهم كأشخاص أكثر من المهارات التى لديهم بالإضافة إلى ارتباط البرامج والتلفزيون فى الماضى بالمذيعين والذين كان عددهم أقل بكثير من الوقت الحالى. ويلاحظ ارتفاع نسبة النوستالجيا تجاه مذيعى برامج الأبيض والأسود عن البرامج الملونة.

جدول رقم (١٣): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه خصائص الصوت للمذيعين في برامج التلفزيون في الماضي

لا أشعر بهذه النوستالجيا		درجة ضعيفة		درجة متوسطة		درجة مرتفعة		مدى الشعور بالنوستالجيا خصائص الصوت للمذيعين في برامج التلفزيون في الماضي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣٥,٢	١٧٦	١٩,٨	٩٩	٢٥,٨	١٢٩	١٩,٢	٩٦	أ. قوة صوت المذيعين في التلفزيون في الماضي
٣٥,٤	١٧٧	١٩,٨	٩٩	٢٥,٦	١٢٨	١٩,٢	٩٦	ب. جمال صوت المذيعين في التلفزيون في الماضي
٣٥,٤	١٧٧	١٩,٨	٩٩	٢٥,٨	١٢٩	١٩	٩٥	ت. خلو الصوت من أى عيوب في نطق الحروف
٣٥,٤	١٧٧	١٩,٨	٩٩	٢٥,٢	١٢٦	١٩,٦	٩٨	ث. صوت المذيعين في التلفزيون في الماضي نقي وواضح

يشير جدول رقم (١٣) إلى عدم وجود نوستالجيا تجاه خصائص الصوت للمذيعين في برامج التلفزيون في الماضي فقد كانت كل النسب قليلة للشعور وعدم الشعور بالنوستالجيا ولكن النسب الأعلى كانت لعدم الشعور بالنوستالجيا.

جدول رقم (١٤): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه خصائص لغة حوار المذيعين في برامج التلفزيون في الماضي

لا أشعر بهذه النوستالجيا		درجة ضعيفة		درجة متوسطة		درجة مرتفعة		مدى الشعور بالنوستالجيا خصائص لغة الحوار في برامج التلفزيون في الماضي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣٥	١٧٥	١٩,٦	٩٨	٢٤,٨	١٢٤	٢٠,٦	١٠٣	أ. إجادة المذيعين في التلفزيون في الماضي للغة العربية الفصحى
٣٤	١٧٠	١٩	٩٥	٢٦,٢	١٣١	٢٠,٨	١٠٤	ب. إجادة المذيعين في التلفزيون في الماضي للغات الأجنبية
٢٨,٨	١٤٤	١٩	٩٥	٢٥,٢	١٢٦	٢٧	١٣٥	ت. عدم استخدام المذيعين في التلفزيون في الماضي اللغة الشبابية الحديثة الدارجة في الوقت الحاضر
٢٧,٨	١٣٩	١٩	٩٥	٢٤,٨	١٢٤	٢٨,٤	١٤٢	ث. استخدام المذيعين في التلفزيون في الماضي لألفاظ ومفردات لغوية بسيطة ليفهمها كل المشاهدين من مختلف الطبقات الإجتماعية والمستويات التعليمية
٢٥,٦	١٢٨	١٩,٢	٩٦	٢٤,٢	١٢١	٣١	١٥٥	ج. دقة ورقيّ الكلمات والعبارات التي كان يقوم المذيعون باستخدامها في التلفزيون في الماضي
٢٥,٨	١٢٩	١٨,٦	٩٣	٢٤	١٢٠	٣١,٦	١٥٨	ح. عدم استخدام المذيعين في التلفزيون في الماضي لكلمات تحمل سباباً
٢٦,٢	١٣١	١٩	٩٥	٢٣,٦	١١٨	٣١,٢	١٥٦	خ. عدم استخدام المذيعين في التلفزيون في الماضي لكلمات تخذش الحياء
٢٦,٦	١٣٣	١٨,٨	٩٤	٢٤	١٢٠	٣٠,٦	١٥٣	د. عدم قيام المذيعين في التلفزيون في الماضي بالقذف والتشهير والهجوم على الشخصيات العامة
٢٦,٢	١٣١	١٨,٨	٩٤	٢٤	١٢٠	٣١	١٥٥	ذ. حيادية المذيعين في التلفزيون في الماضي عند تناول ومناقشة القضايا والموضوعات المختلفة
٣٣,٨	١٦٩	١٩,٢	٩٦	٢٥	١٢٥	٢٢	١١٠	ر. لغة الحوار تدل على إرتفاع مستوى ثقافة المذيعين في التلفزيون في الماضي

يتبين من جدول رقم (١٤) عدم وجود نوستالجيا تجاه خصائص لغة حوار المذيعين في برامج التلفزيون في الماضي فقد كانت كل النسب قابلة ومقاربة بين الشعور بالنوستالجيا بدرجة مرتفعة ومتوسطة وضعيفة وعدم الشعور بالنوستالجيا. ويلاحظ وجود شعور بالنوستالجيا للغة الحوار بالنسبة لضيوف البرامج في التلفزيون في الماضي بدرجة مرتفعة في حين عدم وجود هذه النوستالجيا للمذيعين.

جدول رقم (١٥): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه خصائص المظهر الخارجي للمذيعين في برامج التلفزيون في الماضي

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الشعور بالنوستالجيا خصائص المظهر الخارجي للمذيعين في برامج التلفزيون في الماضي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣٥,٢	١٧٦	١٩,٤	٩٧	٢٥	١٢٥	٢٠,٤	١٠٢	أ. البساطة في الملابس والأزياء
٣٥,٢	١٧٦	١٩,٦	٩٨	٢٤,٨	١٢٤	٢٠,٤	١٠٢	ب. الأناقة والشياكة في الملابس والأزياء
٣٥,٤	١٧٧	٢٠	١٠٠	٢٥	١٢٥	١٩,٦	٩٨	ت. الثراء في الملابس والأزياء
٣٥,٦	١٧٨	٢٠,٢	١٠١	٢٥,٢	١٢٦	١٩	٩٥	ث. التحرر في المظهر الخارجي
٣٥,٤	١٧٧	١٩,٨	٩٩	٢٤,٨	١٢٤	٢٠	١٠٠	ج. المحافظة والإلتزام في المظهر الخارجي
٣٥	١٧٥	١٩,٤	٩٧	٢٥,٢	١٢٦	٢٠,٤	١٠٢	ح. جمال شكل وملامح المذيعين في التلفزيون في الماضي
٣٤,٨	١٧٤	١٩,٤	٩٧	٢٤,٤	١٢٢	٢١,٤	١٠٧	خ. ارتداء المذيعين في التلفزيون في الماضي للملابس والأزياء الشائعة والتي تعكس موضة الفترة الزمنية المعاصرة في ذلك الوقت
٣٥,٦	١٧٨	١٩,٤	٩٧	٢٥	١٢٥	٢٠	١٠٠	د. إرتداء المذيعين في التلفزيون في الماضي لملابس وأزياء تناسب العادات والتقاليد والأعراف المصرية والعربية والشرقية
٣٥,٦	١٧٨	١٩,٦	٩٨	٢٥	١٢٥	١٩,٨	٩٩	ذ. إرتداء المذيعين في التلفزيون في الماضي لملابس وأزياء تناسب موضوع وطبيعة البرنامج

يتضح من جدول رقم (١٥) عدم وجود نوستالجيا تجاه خصائص المظهر الخارجى للمذيعين فى برامج التلفزيون فى الماضى فقد كانت كل النسب قليلة ومتقاربة بين الشعور بالنوستالجيا بدرجة مرتفعة ومتوسطة وضعيفة وعدم الشعور بالنوستالجيا.

جدول رقم (١٦): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه خصائص لغة الجسد للمذيعين فى برامج التلفزيون فى الماضى

لا أشعر بهذه النوستالجيا		درجة ضعيفة		درجة متوسطة		درجة مرتفعة		مدى الشعور بالنوستالجيا خصائص لغة الجسد للمذيعين فى برامج التلفزيون فى الماضى
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣٣,٦	١٦٨	١٩,٤	٩٧	٢٤,٨	١٢٤	٢٢,٢	١١١	أ. عدم استخدام لغة الجسد والاتصال اللفظي (غير لفظي) بكثافة أثناء التحدث
٣٣	١٦٥	١٩,٨	٩٩	٢٤,٨	١٢٤	٢٢,٤	١١٢	ب. تحرك المذيعين فى التلفزيون فى الماضى بسلاسة ومرونة أمام الكاميرا
٣٢,٨	١٦٤	١٩,٤	٩٧	٢٤,٦	١٢٣	٢٣,٢	١١٦	ت. عدم تحرك المذيعين فى التلفزيون فى الماضى بكثافة وبشاشات زائد أمام الكاميرا
٣٣,٢	١٦٦	١٩,٦	٩٨	٢٤,٨	١٢٤	٢٢,٤	١١٢	ث. ثبات المذيعين فى التلفزيون فى الماضى أمام الكاميرا عند التقديمات والحوارات
٣٦,٤	١٨٢	١٩,٦	٩٨	٢٤,٦	١٢٣	١٩,٤	٩٧	ج. ظهور المذيعين فى التلفزيون فى الماضى بكثافة فى الحلقة الواحدة

يتضح من جدول رقم (١٦) عدم وجود نوستالجيا تجاه لغة الجسد للمذيعين فى برامج التلفزيون فى الماضى فقد كانت كل النسب قليلة ومتقاربة بين الشعور بالنوستالجيا بدرجة مرتفعة ومتوسطة وضعيفة وعدم الشعور بالنوستالجيا.

جدول رقم (١٧): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه الإخراج وخصائصه في برامج التليفزيون في الماضي

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الشعور بالنوستالجيا الإخراج وخصائصه في برامج التليفزيون في الماضي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٩,٨	٤٩	١٨,٤	٩٢	٢١,٨	١٠٩	٥٠	٢٥٠	أ- تثبيت حجم اللقطة التليفزيونية لفترة طويلة
١١,٢	٥٦	١٨,٨	٩٤	٢٣,٤	١١٧	٤٦,٦	٢٣٣	ب- عدم الإكثار من حركة الكاميرا التليفزيونية
٣٤,٨	١٧٤	١٨,٤	٩٢	٢٢,٨	١١٤	٢٤	١٢٠	ت- بطء حركة الكاميرا التليفزيونية
٣٦,٨	١٨٤	١٨,٢	٩١	٢٣,٤	١١٧	٢١,٦	١٠٨	ث- تثبيت الكاميرا لفترة طويلة على من يتحدث
٤٠,٨	٢٠٤	١٨,٨	٩٤	٢٢,٤	١١٢	١٨	٩٠	ج- التركيز على تصوير الأفراد
٤٢	٢١٠	١٨,٤	٩٢	٢٣,٢	١١٦	١٦,٤	٨٢	ح- الاعتماد على التصوير الداخلى
٤١,٨	٢٠٩	١٨,٦	٩٣	٢٣,٢	١١٦	١٦,٤	٨٢	خ- الاعتماد على التصوير الخارجى
٤١,٨	٢٠٩	١٨,٨	٩٤	٢٣,٢	١١٦	١٦,٢	٨١	د- التنوع ما بين التصوير الداخلى والخارجى
٤١,٨	٢٠٩	١٨,٨	٩٤	٢٢,٨	١١٤	١٦,٦	٨٣	ذ- مواقع وأماكن التصوير تناسب الحلقة والبرنامج
٤١,٦	٢٠٨	١٨,٦	٩٣	٢٣	١١٥	١٦,٨	٨٤	ر- تصوير الأحداث من مواقع وأماكن حدوثها
٤١,٤	٢٠٧	١٨,٨	٩٤	٢٢,٨	١١٤	١٧	٨٥	ز- نقاء ووضوح الصورة التى كان يتم تصويرها
٤١,٤	٢٠٧	١٨,٨	٩٤	٢٣	١١٥	١٦,٨	٨٤	س- درجات الألوان فى التليفزيون الملون فى الماضى
٣٧,٨	١٨٩	١٨,٦	٩٣	٢٢,٨	١١٤	٢٠,٨	١٠٤	ش- درجات الأبيض والأسود فى التليفزيون الأبيض والأسود فى الماضى
٤١,٦	٢٠٨	١٨,٨	٩٤	٢٢,٨	١١٤	١٦,٨	٨٤	ص- إستخدام إضاءة مرتفعة
٤١,٨	٢٠٩	١٨,٨	٩٤	٢٣,٢	١١٦	١٦,٢	٨١	ض- إستخدام إضاءة منخفضة
٣٣,٦	١٦٨	١٨,٤	٩٢	٢٢,٢	١١١	٢٥,٨	١٢٩	ط- عدم وجود شريط الأخبار
٣٩	١٩٥	١٨,٨	٩٤	٢٢,٨	١١٤	١٩,٤	٩٧	ظ- التنوع فى الفقرات الفنية التى تقدم داخل البرنامج
٣٩	١٩٥	١٨,٦	٩٣	٢٣,٢	١١٦	١٩,٢	٩٦	ع- الإستعانة بفقرات فنية ذات مستوى مرتفع
٣٧,٨	١٨٩	١٨,٨	٩٤	٢٢,٦	١١٣	٢٠,٨	١٠٤	غ- الإستعانة بفقرات فنية لا تقدم فى الوقت الحالى
١	٥	٢٠,٢	١٠١	٢٥	١٢٥	٥٣,٨	٢٦٩	ف- تثير البرامج
٣٢,٢	١٦١	١٨	٩٠	٢٢,٨	١١٤	٢٧	١٣٥	ق- بساطة الإخراج

يشير جدول رقم (١٧) إلى أن معظم العينة لا يشعرون بالنوستالجيا بدرجة مرتفعة تجاه الإخراج وخصائصه في التليفزيون في الماضي ماعدا النوستالجيا تجاه تيتير البرنامج بنسبة ٥٣,٨% و تثبيت اللقطة التليفزيونية لفترة طويلة بنسبة ٥٠% وبنسبة أقل من نصف العينة ولكنها ليست نسبة قليلة ٤٦,٦% توجد نوستالجيا بدرجة مرتفعة تجاه عدم الإكثار من حركة الكاميرا التليفزيونية. ويلاحظ من هذه النتائج أن هناك إعجاباً ورضا من المبحوثين تجاه الإخراج وخصائصه في الوقت الحالي حيث توجد إمكانيات أفضل وتكنولوجيا متطورة فيظهر الإخراج بشكل أكثر إبهارا بالمقارنة بالماضي حيث كانت الإمكانيات بسيطة ومحدودة. ويلاحظ أيضا أن المبحوثين يفضلون الهدوء والثبات في اللقطة بدون كثافة في تغيير الأحجام وحركات الكاميرا. فالتنوع والتغيير المستمر والمتلاحق والسريع يزعج عين المشاهد خاصة مع التقدم في العمر. فقد أشارت دراسات سابقة أن الأكبر سنا يفضلون الثبات في اللقطات وقلة الحركة في حين الأصغر سنا يفضلون التغيير المستمر وكثرة الحركة (Wohl, 2002).

جدول رقم (١٨): مدى الشعور بالنوستالجيا تجاه الديكور وخصائصه في برامج التلفزيون في الماضي

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الشعور بالنوستالجيا الديكور وخصائصه في برامج التلفزيون في الماضي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣٥,٤	١٧٧	٢٠	١٠٠	٢٤,٢	١٢١	٢٠,٤	١٠٢	أ. استخدام ديكور بسيط
٣٩,٦	١٩٨	١٩,٨	٩٩	٢٥	١٢٥	١٥,٦	٧٨	ب. استخدام ديكور باهظ الثمن وفخم
٣٩,٨	١٩٩	١٩,٨	٩٩	٢٤,٨	١٢٤	١٥,٦	٧٨	ت. استخدام ديكور مبهر
٣٩,٨	١٩٩	٢٠,٤	١٠٢	٢٤,٤	١٢٢	١٥,٤	٧٧	ث. استخدام ديكور غير باهظ الثمن
٤٠	٢٠٠	٢٠	١٠٠	٢٤,٦	١٢٣	١٥,٤	٧٧	ج. استخدام ديكور وأثاث حديث ومودرن ومعاصر وفقاً للمرحلة والفترة الزمنية للتلفزيون في الماضي
٤٠	٢٠٠	٢٠,٢	١٠١	٢٤,٤	١٢٢	١٥,٤	٧٧	ح. استخدام ديكور وأثاث كلاسيكي
٣٩,٨	١٩٩	٢٠,٢	١٠١	٢٤,٢	١٢١	١٥,٨	٧٩	خ. استخدام ديكور يمكن أن نجده في منزل المواطن المصري العادي والبسيط
٤٠	٢٠٠	٢٠,٤	١٠٢	٢٤,٢	١٢١	١٥,٤	٧٧	د. استخدام ديكور غريب ومبتكر
٣٩,٨	١٩٩	٢٠,٤	١٠٢	٢٤,٤	١٢٢	١٥,٤	٧٧	ذ. وجود تغيير في أنماط الديكور من برنامج إلى آخر
٣٩,٨	١٩٩	٢٠,٤	١٠٢	٢٤,٤	١٢٢	١٥,٤	٧٧	ر. وجود تغيير في الديكور من حلقة إلى أخرى في البرنامج الواحد
٤٠,٢	٢٠١	٢٠,٢	١٠١	٢٤,٢	١٢١	١٥,٤	٧٧	ز. وجود تغيير في الديكور من فقرة إلى أخرى في الحلقة الواحدة من البرنامج
٣٩,٨	١٩٩	٢٠,٢	١٠١	٢٤,٢	١٢١	١٥,٨	٧٩	س. استخدام ديكور يناسب موضوع البرنامج

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الشعور بالنوستالجيا الديكور وخصائصه في برامج التلفزيون في الماضي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٠	٢٠٠	٢٠,٢	١٠١	٢٤,٤	١٢٢	١٥,٤	٧٧	ش. الاستعانة بالكروما كخلفيات (أى خلفيات ليست موجودة داخل الأستديو)
٣٩,٨	١٩٩	٢٠,٢	١٠١	٢٤,٤	١٢٢	١٥,٦	٧٨	ص. إستخدام ديكورات لا تعوق الحركة
٤٠,٢	٢٠١	٢٠,٤	١٠٢	٢٤	١٢٠	١٥,٤	٧٧	ض. وجود تناسق في ألوان الديكور والخلفيات

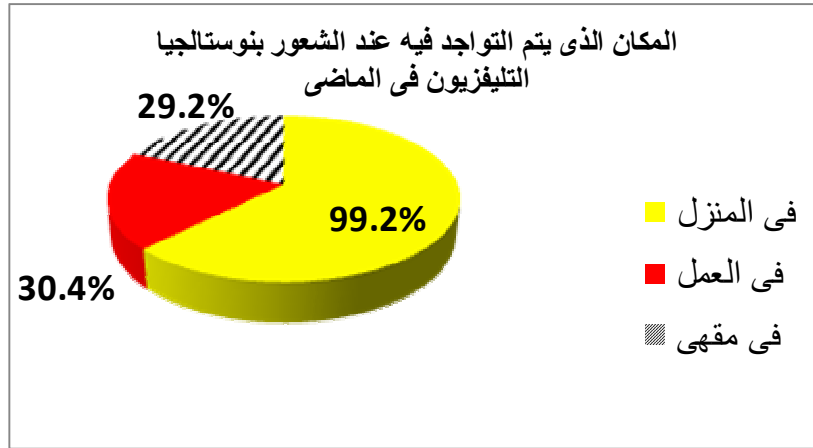
يتبين من جدول رقم (١٨) أن النسب الأعلى كانت لعدم الشعور بالنوستالجيا لكل خصائص الديكور المطروحة في الدراسة وقد كانت ما بين ٤٠,٢% و ٣٩,٨% ثم تأتي النسب الأقل للشعور بالنوستالجيا بدرجة متوسطة يليها بدرجة منخفضة وأخيرا أقل النسب كانت للدرجة المرتفعة. وهذه النتائج تدل على عدم أهمية الديكور في إثارة مشاعر النوستالجيا تجاه برامج التلفزيون في الماضي ويمكن تفسير ذلك بأن الديكورات في البرامج التلفزيونية القديمة كانت محدودة ومكررة وبسيطة جدا وغير جذابة بالمقارنة بالإبهار الذي يوجد في البرامج الحالية ذات التكاليف الباهظة مما يؤكد أن المشاهد يفضل ويعجب بديكورات البرامج في الوقت الحالي.

جدول رقم (١٩): توقيت الشعور بنوستالجيا التلفزيون في الماضي

%	ك	توقيت الشعور بنوستالجيا التلفزيون في الماضي
٩٣,٤	٤٦٧	أ. عندما يتم تناول التلفزيون في الماضي في أحاديث شخصية وجها لوجه مع آخرين
٩٣,٢	٤٦٦	ب. عند تذكر ذكريات شخصية قديمة
٩٤,٦	٤٧٣	ت. عند رفض واقع التلفزيون في الوقت الحالي بسبب سلبيات موجودة فيه
٨٩,٨	٤٤٩	ث. عند مشاهدة جهاز تلفزيون قديم
٩١,٦	٤٥٨	ج. عندما يقدم الإنترنت مواداً من التلفزيون في الماضي
٩٦	٤٨٠	ح. عندما تقدم وسائل الإعلام الحالية مواداً من التلفزيون في الماضي
٩٣,٢	٤٦٦	خ. عندما تتحدث وسائل الإعلام الحالية عن التلفزيون في الماضي

يتضح من جدول رقم (١٩) أن كل الاختيارات المطروحة حصلت على نسب مرتفعة ما بين ٩٦% و ٨٩,٨%. فنجد العدد الأكبر من المبحوثين يشعرون بالنوستالجيا

عندما تقدم وسائل الإعلام الحالية مواداً من التلفزيون في الماضي وذلك بنسبة ٩٦% ثم عند رفض واقع التلفزيون في الوقت الحالى بسبب سلبيات موجودة فيه بنسبة ٩٤,٦% وعندما يتم تناول التلفزيون في الماضي فى أحاديث شخصية وجهاً لوجه مع آخرين بنسبة ٩٣,٤% وكل من عند تذكر ذكريات شخصية قديمة وعندما تتحدث وسائل الإعلام الحالية عن التلفزيون فى الماضي بنسبة ٩٣,٢% وعندما يقدم الإنترنت مواداً من التلفزيون فى الماضي بنسبة ٩١,٦% وأخيراً عند مشاهدة جهاز تلفزيون قديم بنسبة ٨٩,٨%. ويلاحظ من النتائج السابقة دور التلفزيون ووسائل الإعلام فى إثارة الشعور بالنوستالجيا تجاه التلفزيون فى الماضي وذلك يتمشى مع العديد من الدراسات التي أشارت إلى دور التلفزيون فى إثارة النوستالجيا بأنواعها وأشكالها المختلفة (Bociurkiw, 2011). ويلاحظ أيضاً أن كثرة السلبيات فى الواقع تؤدي إلى الشعور بالحنين إلى الماضي وذلك يتوافق مع العديد من الدراسات التي تم تطبيقها على الواقع السياسى والاجتماعى عندما تسوده المشاكل ويتدهور فيشعر الفرد بالنوستالجيا للحياة فى الماضي (Behlmer, 2000).



شكل رقم (٢): المكان الذى يتم التواجد فيه عند الشعور بنوستالجيا التلفزيون فى الماضي

يشير شكل رقم (٢) إلى أن معظم العينة يشعرون بالنوستالجيا تجاه التلفزيون فى الماضي عند التواجد بالمنزل وذلك بعدد ٤٩٦ مجوئاً بنسبة ٩٩,٢% ثم تأتي

باقي النسب قليلة جدا مما يدل على عدم أهميتها فنجد عند التواجد في العمل بعدد ١٥٢ بنسبة ٣٠,٤% وعند التواجد في مقهى بعدد ١٤٦ بنسبة ٢٩,٢%.

جدول رقم (٢٠): رد الفعل بعد مشاهدة مواد من التليفزيون في الماضي

رد الفعل بعد مشاهدة مواد من التليفزيون في الماضي	ك	%
أ. الشعور بالحزن	٤٩٥	٩٩
ب. الشعور بالسعادة	٤٧٣	٩٤,٦
ت. إسترجاع الذكريات الشخصية القديمة	٢٩٣	٥٨,٦
ث. محاولة التوقف عن التفكير في ذكريات الماضي	٢٩١	٥٨,٢
ج. تمنى الرجوع إلى الماضي والعيش فيه بدلاً من الحاضر	٢٩١	٥٨,٢
ح. البكاء	٢٩٠	٥٨
خ. الشعور برفض الواقع	٢٨٥	٥٧
د. الشعور بالعصبية	٢٨٥	٥٧
ذ. الابتسامة والضحك	٢٨١	٥٦,٢
ر. التعايش في الماضي ونسيان الواقع والحاضر	٢٧٦	٥٥,٢
ز. مشاهدة مزيد من المواد التليفزيونية القديمة من على شبكة الإنترنت	٢٧٤	٥٤,٨
س. مشاهدة صور فوتوغرافية شخصية قديمة لاسترجاع الذكريات الشخصية	٢٧٣	٥٤,٦
ش. مشاهدة مزيد من المواد التليفزيونية القديمة من المكتبة الشخصية للفرد	٢٧٢	٥٤,٤
ص. مشاهدة شرائط فيديو شخصية قديمة لاسترجاع الذكريات الشخصية القديمة	٢٧٠	٥٤
ض. قبول الواقع أكثر والتعايش معه	٢٦٣	٥٢,٦

يتبين من جدول رقم (٢٠) أن كل الاختيارات المطروحة في الدراسة قد حصلت على نسب مرتفعة ما بين ٩٩% و ٥٢,٦% وذلك يدل على أن مشاهدة مواد تليفزيونية قديمة تؤدي إلى ردود أفعال متنوعة ومختلفة وأحيانا متناقضة حيث تحمل السعادة والحزن أو رد الفعل الإيجابي والسلبي وفقا لطبيعة الذكريات التي تم إثارتها. فنجد في المركز الأول الشعور بالحزن بنسبة ٩٩% وفي المركز الثاني وبفرق قليل الشعور بالسعادة بنسبة ٩٤,٦% وذلك يتفق مع نتائج دراسات عديدة أوضحت أن النوستالجيا تثير أحيانا مشاعر الحزن وأحيانا أخرى تثير السعادة حيث إن الماضي كما يحمل ذكريات سعيدة فيحمل أيضا ذكريات حزينة (Greenberg, L. Koole, & Pyszczynski, 2013). ويلاحظ من النتائج أن ردود الأفعال ليست فقط مشاعر وأحاسيس ولكن أيضاً سلوكيات وأفعال مثل مشاهدة مواد تليفزيونية قديمة أو صور فوتوغرافية شخصية قديمة أو شرائط فيديو من المكتبة الشخصية وغيرها.

جدول رقم (٢١): الأنشطة والهوايات التي يتم ممارستها وترتبط بنوستالجيا التلفزيون في الماضي

الأنشطة والهوايات التي يتم ممارستها وترتبط بنوستالجيا التلفزيون في الماضي	ك	%
أ. جمع شرائط فيديو و (دي في دي) للبرامج التلفزيونية الأبيض والأسود	١٦٥	٣٣
ب. جمع شرائط فيديو و (دي في دي) للبرامج التلفزيونية الملونة القديمة	١٦٧	٣٣,٤
ت. جمع شرائط فيديو و (دي في دي) للأفلام العربية الأبيض والأسود	٤٠٤	٨٠,٨
ث. جمع شرائط فيديو و (دي في دي) للأفلام العربية الملونة القديمة	٤٢١	٨٤,٢
ج. جمع شرائط فيديو و (دي في دي) للأفلام الأجنبية الأبيض والأسود	١٦٧	٣٣,٤
ح. جمع شرائط فيديو و (دي في دي) للأفلام الأجنبية الملونة القديمة	١٧١	٣٤,٢
خ. جمع شرائط فيديو و (دي في دي) للمسلسلات العربية الأبيض والأسود	١٦٦	٣٣,٢
د. جمع شرائط فيديو و (دي في دي) للمسلسلات العربية الملونة القديمة	١٨٤	٣٦,٨
ذ. جمع شرائط فيديو و (دي في دي) للمسلسلات الأجنبية الأبيض والأسود	١٦١	٣٢,٢
ر. جمع شرائط فيديو و (دي في دي) للمسلسلات الأجنبية الملونة القديمة	١٦١	٣٢,٢
ز. جمع الجرائد والمجلات القديمة التي تتناول مواداً من التلفزيون في الماضي	١٧٠	٣٤
س. جمع صور المذيعين في التلفزيون في الماضي	١٦٩	٣٣,٨
ش. جمع صور الفنانين الذين كانوا يظهرون في التلفزيون في الماضي	١٧٣	٣٤,٦
ص. الإحتفاظ بمواد من التلفزيون في الماضي على جهاز الكمبيوتر الخاص بك	٢٥٠	٥٠
ض. الإحتفاظ بمواد من التلفزيون في الماضي على حسابك و صفحتك على موقع الفيس بوك	٢٩٤	٥٨,٨
ط. الإحتفاظ بمواد من التلفزيون في الماضي على مدونة خاصة بك على الإنترنت	١٦٨	٣٣,٦
ظ. الإحتفاظ بمواد من التلفزيون في الماضي على حسابك وقناتك على اليوتيوب	٢١٨	٤٣,٦
ع. الإحتفاظ بمواد من التلفزيون في الماضي على جهاز التلفزيون المحمول	١٩٨	٣٩,٦
غ. متابعة صفحات على الفيس بوك تتناول النوستالجيا بشكل عام	٢١٠	٤٢

الأنشطة والهوايات التي يتم ممارستها وترتبط بنوستالجيا التلفزيون في الماضي	ك	%
ف. متابعة صفحات على الفيس بوك تتناول نوستالجيا الإعلام في الماضي	١٧٤	٣٤,٨
ق. متابعة صفحات على الفيس بوك تتناول نوستالجيا التلفزيون في الماضي	١٦٨	٣٣,٦
ك. العضوية في جروب على الفيس بوك يتناول النوستالجيا بشكل عام	١٥٦	٣١,٢
ل. العضوية في جروب على الفيس بوك يتناول نوستالجيا الإعلام في الماضي	١٥٤	٣٠,٨
م. العضوية في جروب على الفيس بوك يتناول نوستالجيا التلفزيون في الماضي	١٥٥	٣١
ن. تأسيس وإنشاء صفحة على الفيس بوك تتناول النوستالجيا بشكل عام	١٥٥	٣١
هـ. تأسيس وإنشاء صفحة على الفيس بوك تتناول نوستالجيا الإعلام في الماضي	١٥٣	٣٠,٦
و. تأسيس وإنشاء صفحة على الفيس بوك تتناول نوستالجيا التلفزيون في الماضي	١٥٤	٣٠,٨
ي. تأسيس وإنشاء جروب على الفيس بوك يتناول النوستالجيا بشكل عام	١٥٥	٣١
أ. تأسيس وإنشاء جروب على الفيس بوك يتناول نوستالجيا الإعلام في الماضي	١٥٣	٣٠,٦
بب. تأسيس وإنشاء جروب على الفيس بوك يتناول نوستالجيا التلفزيون في الماضي	١٥٤	٣٠,٨

يتضح من جدول رقم (٢١) أن أكثر الأنشطة والهوايات التي يتم ممارستها وترتبط بنوستالجيا التلفزيون في الماضي وحصلت على نسب مرتفعة هي جمع شرائط فيديو (دي في دي) للأفلام العربية الملونة التي كانت تقدم في التلفزيون في الماضي بنسبة ٨٤,٢% وجمع شرائط فيديو (دي في دي) للأفلام العربية الأبيض والأسود التي كانت تقدم في التلفزيون في الماضي بنسبة ٨٠,٨% والاحتفاظ بمواد من التلفزيون في الماضي على الحساب والصفحة الشخصية على موقع الفيس بوك بنسبة ٥٨,٨% والاحتفاظ بمواد من التلفزيون في الماضي على جهاز الكمبيوتر الخاص بنسبة ٥٠%. ونجد باقي الاختيارات قد حصلت على نسب أقل من ٥٠%. وتؤكد النتائج ما تم ملاحظته من جدول رقم (٢٠) وهو أن النوستالجيا لا تقتصر فقط على الأحاسيس والمشاعر ولكن

تؤدي إلى أفعال وسلوكيات وقد ظهرت في شكل أنشطة وهوايات في جدول رقم (٢١). ويلاحظ من النتائج السابقة أن الأفلام القديمة سواء كانت ملونة أو أبيض وأسود فهي ترتبط بنوستالجيا التلفزيون بشكل كبير مما يدل على أهمية الأفلام القديمة ودورها في النوستالجيا وذلك يتماشى مع نتائج العديد من الدراسات التي أشارت إلى أن الأفلام من أكثر المواد التي تثير النوستالجيا ويتم ممارسة النوستالجيا تجاهها (Cusack, 2005). ويلاحظ أيضا من النتائج الدور الذي تقوم به التكنولوجيا الحديثة للتعبير عن النوستالجيا مثل الدي في دي والإنترنت وبالتحديد مواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى جهاز الكمبيوتر وذلك يتفق مع الاتجاه الحديث في الدراسات بتناول علاقة التكنولوجيا ودورها واستخداماتها في إثارة النوستالجيا والتعبير عنها (Brittan Jr, 2010).

جدول رقم (٢٢) مدى ارتباط الشعور بالنوستالجيا تجاه التلفزيون (الحنين إلى
التلفزيون في الماضي) بالشعور بالنوستالجيا تجاه الوطن
(الحنين إلى الوطن في الماضي)

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الارتباط نوستالجيا تجاه الوطن (الحنين إلى الوطن في الماضي)
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٢	١	١٩	٩٥	٢٢	١١٠	٥٨,٨	٢٩٤	أ. نوستالجيا تجاه الوطن في الماضي الذي لم تعاصره ولم تعشه
-	-	١٨,٨	٩٤	٢٢	١١٠	٥٩,٢	٢٩٦	ب. نوستالجيا تجاه الوطن في الماضي الذي عاصرته وعشه في فترات ومراحل عمرية سابقة
-	-	١٨,٦	٩٣	٢٢,٢	١١١	٥٩,٢	٢٩٦	ت. نوستالجيا تجاه إستقرار النظام والوضع السياسي في الماضي
١	٥	١٩,٢	٩٦	٢٤,٢	١٢١	٥٥,٦	٢٧٨	ث. نوستالجيا تجاه نظافة الشارع المصري في الماضي
١	٥	١٩,٤	٩٧	٢٤	١٢٠	٥٥,٦	٢٧٨	ج. نوستالجيا تجاه جمال العمارة والمباني في الماضي
١,٢	٦	١٩	٩٥	٢٤,٢	١٢١	٥٥,٦	٢٧٨	ح. نوستالجيا تجاه هدوء الشارع المصري في الماضي
١,٤	٧	١٩,٢	٩٦	٢٤	١٢٠	٥٥,٤	٢٧٧	خ. نوستالجيا تجاه عدم وجود زحمة في الشوارع ووسائل المواصلات
١,٢	٦	١٩	٩٥	٢٤	١٢٠	٥٥,٨	٢٧٩	د. نوستالجيا تجاه عدم وجود إنقسامات وخلافات سياسية
١,٢	٦	١٩	٩٥	٢٤,٢	١٢١	٥٥,٦	٢٧٨	ذ. نوستالجيا تجاه عدم وجود عنف في الشارع المصري في الماضي
١,٢	٦	١٩	٩٥	٢٤	١٢٠	٥٥,٨	٢٧٩	ر. نوستالجيا تجاه عدم وجود فوضى
١	٥	١٩,٢	٩٦	٢٣,٤	١١٧	٥٦,٤	٢٨٢	ز. نوستالجيا تجاه رقي أخلاقيات وسلوكيات المواطنين في الماضي
١	٥	١٩,٢	٩٦	٢٣,٢	١١٦	٥٦,٦	٢٨٣	س. نوستالجيا تجاه إحترام المواطنين لبعضهم البعض في الماضي

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الارتباط نوستالجيا تجاه الوطن (الحنين إلى الوطن في الماضي)
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١,٢	٦	١٩	٩٥	٢٣	١١٥	٥٦,٨	٢٨٤	ش. نوستالجيا تجاه رقي لغة الحوار بين المواطنين في الماضي
١	٥	١٩,٢	٩٦	٢٣,٨	١١٩	٥٦	٢٨٠	ص. نوستالجيا تجاه بساطة الحياة في الوطن في الماضي
١,٦	٨	١٩	٩٥	٢٤	١٢٠	٥٥,٤	٢٧٧	ض. نوستالجيا تجاه عدم ارتفاع تكاليف المعيشة في الماضي
٢	١٠	١٩	٩٥	٢٤	١٢٠	٥٥	٢٧٥	ط. نوستالجيا تجاه عدم وجود بطالة في المجتمع في الماضي
١,٨	٩	١٩	٩٥	٢٣,٨	١١٩	٥٥,٤	٢٧٧	ظ. نوستالجيا تجاه عدم وجود مشكلة العشوائيات في الماضي
١,٦	٨	١٩,٢	٩٦	٢٣,٨	١١٩	٥٥,٤	٢٧٧	ع. نوستالجيا تجاه أناقة المواطنين في الماضي
١,٨	٩	١٩,٢	٩٦	٢٣,٦	١١٨	٥٥,٤	٢٧٧	غ. نوستالجيا تجاه الحرية الشخصية المتوفرة للمواطنين في الماضي
٢	١٠	١٩,٢	٩٦	٢٣,٨	١١٩	٥٥	٢٧٥	ف. نوستالجيا تجاه الحرية السياسية المتوفرة للمواطنين في الماضي
١,٦	٨	١٩	٩٥	٢٤,٤	١٢٢	٥٥	٢٧٥	ق. نوستالجيا تجاه الإلتزام والحفاظ على العادات والتقاليد في الماضي
١,٦	٨	١٩,٤	٩٧	٢٣,٦	١١٨	٥٥,٤	٢٧٧	ك. نوستالجيا تجاه الإنفتاح والتأثر بالثقافة الغربية في الماضي
١,٤	٧	١٩,٤	٩٧	٢٣,٦	١١٨	٥٥,٦	٢٧٨	ل. نوستالجيا تجاه الإلتزام والمحافظة في السلوكيات والأخلاق
١,٤	٧	١٩,٤	٩٧	٢٣,٦	١١٨	٥٥,٦	٢٧٨	م. نوستالجيا تجاه الحفاظ على الهوية والشخصية المصرية
١,٦	٨	١٩	٩٥	٢٤	١٢٠	٥٥,٤	٢٧٧	ن. نوستالجيا تجاه وجود إنتصارات وبطولات ونجاحات وطنية
١,٦	٨	١٩,٢	٩٦	٢٣,٨	١١٩	٥٥,٤	٢٧٧	ه. نوستالجيا تجاه وجود مكانة قيادية وسياسية متميزة لمصر

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الارتباط نوستالجيا تجاه الوطن (الحنين إلى الوطن في الماضي)
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١,٦	٨	١٩	٩٥	٢٤,٤	١٢٢	٥٥	٢٧٥	و. نوستالجيا تجاه الإحتفالات بالأعياد والمناسبات الوطنية
١,٦	٨	١٩	٩٥	٢٣,٦	١١٨	٥٥,٨	٢٧٩	ي. نوستالجيا تجاه الحياة والروتين اليومي في الوطن في الماضي
١	٥	١٩	٩٥	٢٣	١١٥	٥٧	٢٨٥	أ. نوستالجيا تجاه الحياة المدرسية في الوطن في الماضي
١,٢	٦	١٩	٩٥	٢٢,٨	١١٤	٥٧	٢٨٥	ب. نوستالجيا تجاه الحياة الجامعية في الوطن في الماضي

يشير جدول رقم (٢٢) إلى أن العدد الأكبر من العينة يرتبط شعوره بالنوستالجيا تجاه التليفزيون في الماضي بالنوستالجيا تجاه الوطن في الماضي وذلك بدرجة مرتفعة وبنسب تصل إلى ٥٩,٢% ولا تقل عن ٥٥% في كل الاختيارات التي طرحتها الدراسة. ويلاحظ من هذه النتائج أن هناك شعوراً قوياً بالحنين إلى الوطن في الماضي بكل ما فيه وذلك يتماشى مع العديد من الدراسات التي أشارت إلى أن النوستالجيا تجاه الوطن في الماضي تظهر عندما لا يكون هناك رضا بالوضع الحالي والواقع خاصة في البلدان التي تعاني من تغييرات سياسية وأزمات وثورات (Schlippacke, 2010) وذلك ما تعيشه وتشهده مصر في السنوات الأخيرة من خلال حدوث ثورتين وعدم وجود استقرار في الوضع السياسي. وهذه التغييرات السياسية بالإضافة إلى المشاكل الاقتصادية والاجتماعية والأخلاقية تؤدي إلى الحنين إلى الوطن في أزمنة تنسم بمميزات لا يجدها المبحوث في الوقت الحالي فيعيش ويسترجع الوطن في الماضي من خلال مشاهدة المواد التليفزيونية القديمة.

جدول رقم (٢٣): مدى ارتباط الشعور بالنوستالجيا تجاه التلفزيون (الحنين إلى التلفزيون في الماضي) بالشعور بالنوستالجيا تجاه الأفراد (الحنين إلى أفراد في الماضي)

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الارتباط نوستالجيا تجاه الأفراد (الحنين إلى أفراد في الماضي)
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٤	٢	١٨	٩٠	٢٢,٦	١١٣	٥٩	٢٩٥	أ. نوستالجيا تجاه أفراد تعرفهم شخصياً وفقدتهم لوفاتهم
٠,٤	٢	١٨,٢	٩١	٢٣	١١٥	٥٨,٤	٢٩٢	ب. نوستالجيا تجاه أفراد تعرفهم شخصياً ومازالوا على قيد الحياة ولكن يوجد تباعد جغرافي بينكم
١	٥	١٨	٩٠	٢٣,٦	١١٨	٥٧,٤	٢٨٧	ت. نوستالجيا تجاه شخصيات عامة ونجوم ورموز للوطن في مجالات مختلفة في الماضي ولم تعاصرهم
١	٥	١٨	٩٠	٢٤,٤	١٢٢	٥٦,٦	٢٨٣	ث. نوستالجيا تجاه شخصيات عامة ونجوم ورموز للوطن في مجالات مختلفة وعاصرتهم في مراحل عمرية سابقة ولكنهم توفوا في الوقت الحالي
١,٢	٦	١٨	٩٠	٢٤,٢	١٢١	٥٦,٦	٢٨٣	ج. نوستالجيا تجاه شخصيات عامة ونجوم ورموز للوطن في مجالات مختلفة وعاصرتهم ولكنهم لا يظهرون في التلفزيون في الوقت الحالي

لا أشعر بهذه النوستالجيا		درجة ضعيفة		درجة متوسطة		درجة مرتفعة		مدى الارتباط نوستالجيا تجاه الأفراد (الحنين إلى أفراد في الماضي)
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٦	٣	١٨	٩٠	٢٣,٢	١١٦	٥٨,٢	٢٩١	ح. نوستالجيا تجاه أصدقاء الطفولة
٠,٦	٣	١٨	٩٠	٢٣,٢	١١٦	٥٨,٢	٢٩١	خ. نوستالجيا تجاه زملاء المدرسة
١	٥	١٨	٩٠	٢٣	١١٥	٥٨	٢٩٠	د. نوستالجيا تجاه زملاء الجامعة
٠,٦	٣	١٨	٩٠	٢٣	١١٥	٥٨,٤	٢٩٢	ذ. نوستالجيا تجاه أسرتك
٠,٦	٣	١٨	٩٠	٢٣	١١٥	٥٨,٤	٢٩٢	ر. نوستالجيا تجاه عائلتك وأقاربك

يتبين من جدول رقم (٢٣) أن العدد الأكبر من العينة يرتبط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التليفزيون في الماضي بالشعور بالنوستالجيا تجاه أفراد في الماضي وذلك بدرجة مرتفعة وفي كل الاختيارات المطروحة في الدراسة وبنسب تتراوح ما بين ٥٩% و ٥٦,٦%. وتتوافق هذه النتائج مع الدراسات التي تؤكد أن النوستالجيا تجاه الأفراد تتواجد بشكل قوى بين الناس (Cerretti, 2008). ويمكن تفسير ارتباط هذه النوستالجيا بالتليفزيون بأن المبحوث قد تعرف على الشخصيات العامة والنجوم والرموز التي يجيها سواء كانوا موتى أو أحياء من خلال وسائل الإعلام وخاصة التليفزيون ولذلك فإن النوستالجيا تجاه هؤلاء الأفراد ترتبط بالمواد التليفزيونية القديمة التي كانوا يظهرون بها. وبالنسبة للنوستالجيا تجاه أفراد من العائلة والأسرة والأصدقاء والزملاء فالأسئلة المفتوحة قد أوضحت أن مشاهدة الماضي على الشاشة وخاصة الشخصيات بمظهرهم الخارجى من أزياء وتسريحة شعر أو أسلوب حوارهم وتصرفاتهم فى مواقف مختلفة يؤدي إلى تذكرهم أفراداً من حياتهم الشخصية ويلاحظ من إجابات عدد غير قليل أن مشاهدة المذيعين فى البرامج التليفزيونية القديمة يجعلهم يتذكرون الآباء والأمهات بينما الأفلام القديمة الأبيض والأسود تجعلهم يتذكرون الأجداد فى حين الأفلام الملونة القديمة تذكرهم بأصدقاء المراهقة والمدرسة.

جدول رقم (٢٤): مدى ارتباط الشعور بالنوستالجيا تجاه التلفزيون (الحنين إلى التلفزيون في الماضي) بالشعور بالنوستالجيا تجاه وسائل الإعلام والاتصال الأخرى (الحنين إلى وسائل الإعلام والاتصال الأخرى في الماضي)

مدى الارتباط		نوستالجيا تجاه وسائل الإعلام والاتصال الأخرى (الحنين إلى وسائل الإعلام والاتصال الأخرى في الماضي)		نوستالجيا تجاه وسائل الإعلام والاتصال الأخرى (الحنين إلى وسائل الإعلام والاتصال الأخرى في الماضي)		نوستالجيا تجاه وسائل الإعلام والاتصال الأخرى (الحنين إلى وسائل الإعلام والاتصال الأخرى في الماضي)		نوستالجيا تجاه وسائل الإعلام والاتصال الأخرى (الحنين إلى وسائل الإعلام والاتصال الأخرى في الماضي)	
درجة مرتفعة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	لا أشعر بهذه النوستالجيا	ك	%	ك	%	ك	%
١٧١	٣٤,٢	١٢٩	٢٥,٨	١٠٣	٢٠,٦	٩٧	١٩,٤		
١٦٦	٣٣,٢	١٣١	٢٦,٢	١٠٤	٢٠,٨	٩٩	١٩,٨		
١٦٧	٣٣,٤	١٣٠	٢٦	١٠٤	٢٠,٨	٩٩	١٩,٨		
١٨٥	٣٧	١٢٨	٢٥,٦	١٠٣	٢٠,٦	٨٤	١٦,٨		
١٨٣	٣٦,٦	١٣١	٢٦,٢	١٠٤	٢٠,٨	٨٢	١٦,٤		
١٨٦	٣٧,٢	١٣٤	٢٦,٨	١٠٠	٢٠	٨٠	١٦		
١٧٧	٣٥,٤	١٣٠	٢٦	١٠١	٢٠,٢	٩٢	١٨,٤		
١٨٦	٣٧,٢	١٣١	٢٦,٢	١٠٢	٢٠,٤	٨١	١٦,٢		
١٧٦	٣٥,٢	١٣٣	٢٦,٦	١٠١	٢٠,٢	٩٠	١٨		
١٧٦	٣٥,٢	١٣٣	٢٦,٦	١٠١	٢٠,٢	٩٠	١٨		
١٦٦	٣٣,٢	١٣١	٢٦,٢	١٠٢	٢٠,٤	١٠١	٢٠,٢		
١٩٠	٣٨	١٣٠	٢٦	١٠٢	٢٠,٤	٧٨	١٥,٦		
١٩١	٣٨,٢	١٣١	٢٦,٢	١٠١	٢٠,٢	٧٧	١٥,٤		

يتضح من جدول رقم (٢٤) أن المبحوثين قد تنوعت اختياراتهم وتوزعت على الشعور بالنوستالجيا بدرجة مرتفعة أو متوسطة أو ضعيفة أو عدم الشعور بالنوستالجيا ولكن لم يحصل أى اختيار على نسب مرتفعة، فأعلى نسبة هي ٣٨,٢% وقد كانت لارتباط نوستالجيا التلفزيون في الماضي بدرجة كبيرة بالشعور بالنوستالجيا تجاه الصورة الفوتوغرافية المطبوعة الورقية والنوستالجيا تجاه الكاميرا

الفوتوغرافية القديمة بنسبة ٣٨% وذلك يمكن تفسيره بأن الكاميرا الفوتوغرافية والصور المطبوعة الورقية تمثل ذكريات الماضى لمن هم فى الأربعينيات من العمر. ويلاحظ من النتائج أن من يشعر بنوستالجيا التلفزيون ليس بالضرورة يشعر بالنوستالجيا تجاه باقى وسائل الإعلام والاتصال. ويلاحظ أيضا من إجابات الأسئلة المفتوحة أن هناك وسائل لا يتم الشعور بالنوستالجيا تجاهها لان المبحوثين مازالوا يستخدمونها مثل الصحف والمجلات والكتب المطبوعة الورقية وهناك وسائل لا يتم الشعور بالنوستالجيا تجاهها لان المبحوثين لم يعاصروها بكثافة مثل الراديو حيث إنهم ينتمون لجيل التلفزيون. وهناك وسائل لا يشعرون بالنوستالجيا تجاهها لأنه وكما سيظهر من نتائج أخرى فان المبحوثين من المهتمين بالمستحدثات التكنولوجية وبالتالي فديهم وعى بإيجابيات ومميزات التكنولوجيا وذلك ينطبق على الآلة الكاتبة عند مقارنتها بالحاسب الآلى.

جدول رقم (٢٥): مدى ارتباط الشعور بالنوستالجيا تجاه التلفزيون (الحنين إلى التلفزيون فى الماضى) بالشعور بالنوستالجيا تجاه الفن (الحنين إلى الفن فى الماضى)

لا أشعر بهذه النوستالجيا		درجة ضعيفة		درجة متوسطة		درجة مرتفعة		مدى الارتباط نوستالجيا تجاه الفن (الحنين إلى الفن فى الماضى)
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٨	٤	١٨,٦	٩٣	٢٤,٦	١٢٣	٥٦	٢٨٠	أ. نوستالجيا تجاه الفن فى الماضى بشكل عام
٠,٨	٤	١٨,٦	٩٣	٢٥	١٢٥	٥٥,٦	٢٧٨	ب. نوستالجيا تجاه القيمة الفنية للأعمال الفنية فى الماضى
١	٥	١٨,٨	٩٤	٢٥,٤	١٢٧	٥٤,٨	٢٧٤	ت. نوستالجيا تجاه أصالة الفن فى الماضى وحفاظه على التراث
١	٥	١٩	٩٥	٢٤,٨	١٢٤	٥٥,٢	٢٧٦	ث. نوستالجيا تجاه إرتفاع مستوى موهبة الفنانين فى الماضى

يشير جدول رقم (٢٥) إلى أن معظم العينة قد ذكروا أن شعورهم بالنوستالجيا تجاه التلفزيون فى الماضى يرتبط بشعورهم بالنوستالجيا تجاه الفن فى الماضى وذلك بدرجة مرتفعة. فنجد النسب مرتفعة تصل إلى ٥٦% ولا تقل عن ٥٥,٢%.

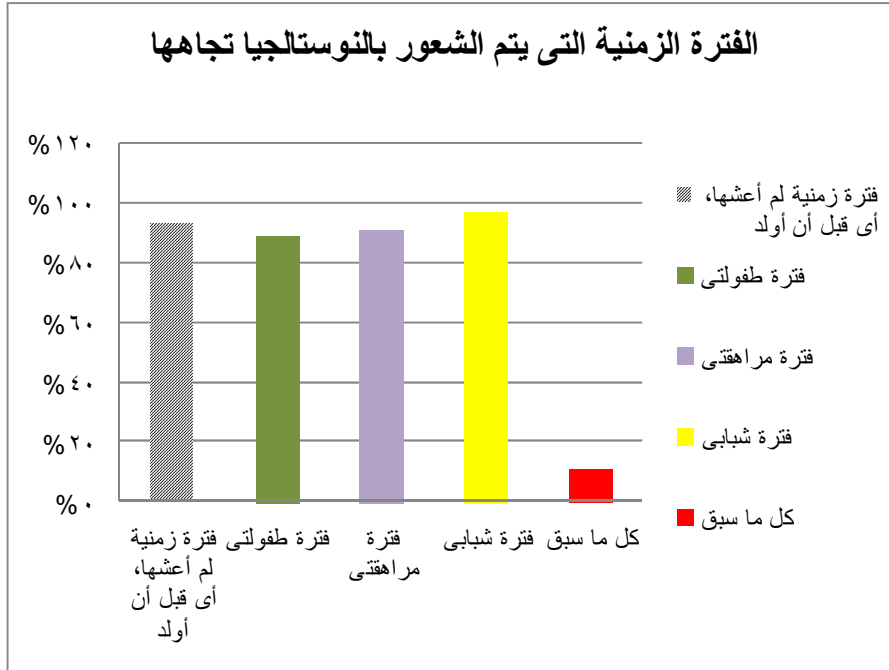
جدول رقم (٢٦): مدى ارتباط الشعور بالنوستالجيا تجاه التليفزيون (الحنين إلى التليفزيون في الماضي) بالاهتمامات والسمات الشخصية

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الارتباط الاهتمامات والسمات الشخصية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢٠,٢	١٠١	٢٠,٢	١٠١	٢٦	١٣٠	٣٣,٦	١٦٨	أ. إهتمامك بجمع واقتناء كل ما هو قديم
٢٠,٦	١٠٣	٢٠,٨	١٠٤	٢٥,٦	١٢٨	٣٣	١٦٥	ب. إهتمامك بجمع واقتناء التحف والأنتيك بمنزلك
٢١	١٠٥	٢٠,٨	١٠٤	٢٦	١٣٠	٣٢,٢	١٦١	ت. إهتمامك بشراء مقتنيات قديمة من المزادات
٢٠,٤	١٠٢	٢٠,٢	١٠١	٢٥,٨	١٢٩	٣٣,٦	١٦٨	ث. إهتمامك بزيارة المتاحف والأماكن الأثرية القديمة
١٩,٢	٩٦	٢٠,٦	١٠٣	٢٦	١٣٠	٣٤,٢	١٧١	ج. إهتمامك بقراءة التاريخ القديم
٢٠,٤	١٠٢	٢٠,٢	١٠١	٢٦	١٣٠	٣٣,٤	١٦٧	ح. عدم إعجابك بالحدائث في الديكورات والأثاث وتقضيك للطرز القديمة والإستيل
١٩,٨	٩٩	٢٠	١٠٠	٢٦,٢	١٣١	٣٤	١٧٠	خ. تقضيالك لإرتداء الملابس والأزياء الكلاسيكية
١٩,٢	٩٦	١٩,٨	٩٩	٢٥,٤	١٢٧	٣٥,٦	١٧٨	د. حدوث تغيير في ذوقك العام في الفترة الأخيرة بالإهتمام بكل ما هو قديم وكلاسيكى وتراثى
١٦	٨٠	١٩,٢	٩٦	٢٤,٢	١٢١	٤٠,٦	٢٠٣	ذ. عدم قدرتك على ملاحقة التطور التكنولوجى الحديث
١٥,٦	٧٨	١٩,٢	٩٦	٢٣,٦	١١٨	٤١,٦	٢٠٨	ر. كثافة الإستخدام والتي تصل إلى إدمان وسائل الإعلام والاتصال الحديثة

لا أشعر بهذه النوستالجيا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		مدى الارتباط والاهتمامات والسمات الشخصية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١١,٢	٥٦	١٩	٩٥	٢٣,٨	١١٩	٤٦	٢٣٠	ز. كثافة الإستخدام والتي تصل إلى إدمان مشاهدة التلفزيون في الوقت الحالى
١٠,٦	٥٣	١٩	٩٥	٢٣,٨	١١٩	٤٦,٦	٢٣٣	س. كثافة الإستخدام والتي تصل إلى إدمان مشاهدة التلفزيون فى فترة طفولتك ومراهقتك
١٥,٤	٧٧	١٩,٢	٩٦	٢٤,٢	١٢١	٤١,٢	٢٠٦	ش. شعورك بالضغط فى الحياة الشخصية بسبب تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة
١٥,٦	٧٨	١٩,٢	٩٦	٢٤,٢	١٢١	٤١	٢٠٥	ص. شعورك بالضغط فى الحياة العملية والمهنية بسبب تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة
١٥,٦	٧٨	١٩,٢	٩٦	٢٤,٦	١٢٣	٤٠,٦	٢٠٣	ض. يمكن أن تستغنى عن استخدام وسائل الإعلام والاتصال الحديثة وتعيش بدونهم
١١,٢	٥٦	١٨,٨	٩٤	٢٤,٢	١٢١	٤٥,٨	٢٢٩	ط. رفضك للواقع وتتمنى أن تعيش فى الماضى

يتبين من جدول رقم (٢٦) ان المبحوثين قد تنوعت وتعددت اختياراتهم وتوزعت على الشعور بالنوستالجيا بدرجة مرتفعة أو متوسطة أو ضعيفة أو عدم الشعور بالنوستالجيا ولكن لم يحصل أى اختيار على نسب مرتفعة فأعلى نسبة هي لارتباط شعور المبحوث بالنوستالجيا تجاه التلفزيون فى الماضى بدرجة مرتفعة بكل من كثافة الإستخدام والتي تصل إلى إدمان مشاهدة التلفزيون فى فترة الطفولة والمراهقة بنسبة ٤٦,٦% وكثافة الإستخدام والتي تصل إلى إدمان مشاهدة التلفزيون فى الوقت الحالى بنسبة ٤٦% ورفض الواقع وتمنى العيش فى الماضى بنسبة

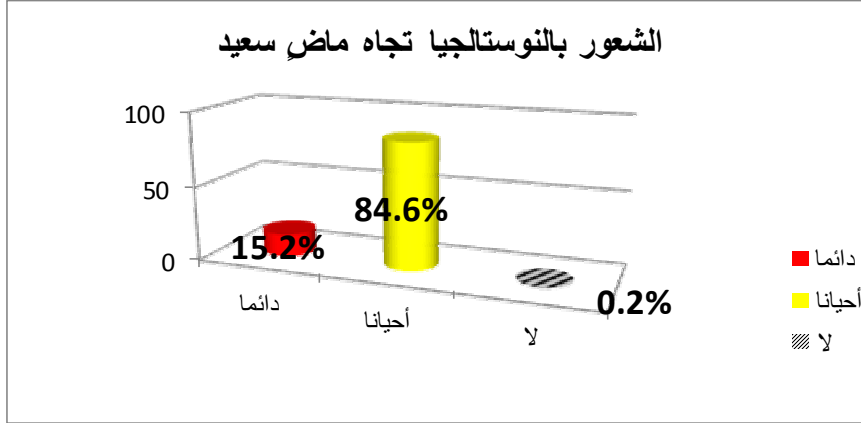
٤٥,٨%. ويلاحظ من هذه النتائج ان كثافة مشاهدة التليفزيون فى المراحل العمرية المختلفة من الماضى وحتى الحاضر تجعل الفرد يتعلق بالتليفزيون بكل ما فيه من مواد ومحتوى ومضمون فالتليفزيون يصاحب كل الأحداث والمواقف واللحظات فى حياة الفرد فأصبح جزءاً من ذكرياته الشخصية.



شكل رقم (٣): الفترة الزمنية التى يتم الشعور بالنوستالجيا تجاهها

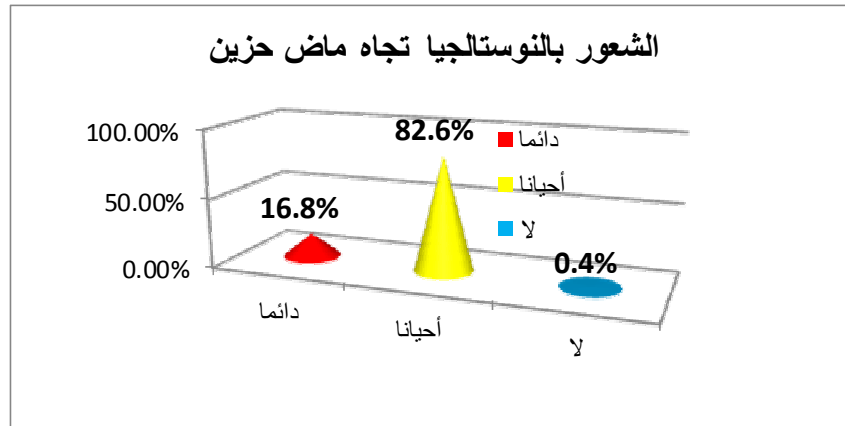
يتضح من شكل رقم (٣) أن العدد الأكبر من العينة يشعرون بالنوستالجيا تجاه فترة الشباب وذلك بعدد ٤٨٦ بنسبة ٩٧,٢% وهذه النتيجة تدل على أن المبحوثين لا يعتبرون أنفسهم شباباً وذلك ينطبق مع العديد من الدراسات التى تعتبر مرحلة الأربعينيات بداية الشعور بالكبر والحنين إلى الماضى خوفاً من التقدم فى العمر (Watson, 2010). ونجد وبنسب مرتفعة أيضاً الشعور بالنوستالجيا تجاه فترة زمنية لم يعشها المبحوث أى قبل أن يولد بعدد ٤٦٥ بنسبة ٩٣% وذلك يبرر شعورهم بالنوستالجيا تجاه الأبيض والأسود ويليها فترة المراهقة بعدد ٤٥٥ بنسبة ٩١% ثم فترة الطفولة بعدد ٤٤٥ بنسبة ٨٩% وذلك يفسر شعورهم بالنوستالجيا تجاه

برامج الأطفال، وأخيراً من يشعرون بالنوستالجيا لكل الفترات السابقة بعدد ٥٣ بنسبة ١٠,٦% وهي نسبة قليلة جداً.



شكل رقم (٤): الشعور بالنوستالجيا تجاه ماضٍ سعيد

يشير شكل رقم (٤) إلى أن العدد الأكبر من الباحثين يشعرون أحياناً بالنوستالجيا تجاه ماضٍ سعيد وذلك بعدد ٤٢٤ وبنسبة ٨٤,٦% ثم تأتي وبنسب قليلة من يشعر دائماً بهذه النوستالجيا بعدد ٧٦ بنسبة ١٥,٢% وأخيراً من لا يشعرون بها بعدد ١ بنسبة ٠,٢%.



شكل رقم (٥): الشعور بالنوستالجيا تجاه ماضٍ حزين

يتبين من شكل رقم (٥) أن العدد الأكبر من الباحثين يشعرون أحيانا بالنوستالجيا تجاه ماضٍ حزين وذلك بعدد ١٣٤ وبنسبة ٨٢,٦% ثم تأتي وبنسب قليلة من يشعر دائما بهذه النوستالجيا بعدد ٨٤ بنسبة ١٦,٨% وأخيراً من لا يشعرون بها بعدد ٢ بنسبة ٠,٤%.

ويلاحظ من شكل رقم (٤) وشكل رقم (٥) أن الشعور بالنوستالجيا يرتبط أحيانا بـماضٍ سعيد وأحيانا بـماضٍ حزين وذلك وفقاً لطبيعة المواقف والأحداث التي يتم تذكرها وإذا كانت تحمل ذكريات سعيدة أم حزينة. وقد اختلفت الدراسات حول هذا الموضوع فتوجد دراسات أشارت إلى أن النوستالجيا ترتبط بالذكريات السعيدة (Goulding, 2001). بينما أوضحت دراسات أخرى أن النوستالجيا ترتبط بالذكريات الحزينة (Bunkers, 2010). ولكن نتائج الدراسة تتوافق مع الدراسات التي تتبنى وجهة نظر ثالثة وهي أن النوستالجيا يمكن أن ترتبط بالذكريات السعيدة أحيانا والحزينة أحيانا (Strongman, 2007).

نتائج فروض الدراسة:

جدول رقم (٢٧): العلاقة بين شعور المصريين فى الأربعينيات من العمر بالنوستالجيا تجاه التليفزيون فى الماضى وبين شعورهم بأنواع أخرى من النوستالجيا

العلاقة بين النوستالجيا تجاه التليفزيون فى الماضى وبين الأنواع الأخرى من النوستالجيا	معامل ارتباط سبيرمان	مستوى المعنوية
أ. نوستالجيا تجاه الوطن	٠,٨٠٠	٠,٠٠٠١
ب. نوستالجيا الأفراد	٠,٨٠٠٧	٠,٠٠١
ت. نوستالجيا تجاه وسائل الإعلام والاتصال الأخرى	٠,٤٣٨	٠,٠٠٠١
ث. نوستالجيا تجاه الفن	٠,٧٨٣	٠,٠٠٠١

يتضح من جدول رقم (٢٧) أنه توجد علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين شعور المصريين فى الأربعينيات من العمر بالنوستالجيا تجاه التليفزيون فى الماضى وبين الأنواع الأخرى من النوستالجيا والتي طرحتها الدراسة وهي

النوستالجيا تجاه الوطن والأفراد ووسائل الإعلام والاتصال الأخرى والفن وذلك ما تم التوصل إليه من خلال اختبار معامل الارتباط سبيرمان Spearman.

جدول رقم (٢٨): العلاقة بين شعور المصريين فى الأربعينيات من العمر بالنوستالجيا تجاه التليفزيون فى الماضى وبين اهتماماتهم وسماتهم الشخصية

مستوى المعنوية	معامل ارتباط سبيرمان	العلاقة بين النوستالجيا تجاه التليفزيون فى الماضى وبين الاهتمامات والسمات الشخصية
٠,٠٠٠١	٠,٤٣٦	الاهتمامات والسمات الشخصية

يشير جدول رقم (٢٨) إلى أنه توجد علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائيا بين شعور المصريين فى الأربعينيات من العمر بالنوستالجيا تجاه التليفزيون فى الماضى وبين اهتماماتهم وسماتهم الشخصية وذلك تم التوصل إليه من خلال اختبار معامل الارتباط سبيرمان Spearman.

ويتبين من كل من جدول رقم (٢٧) ورقم (٢٨) صحة الفرض الأول حيث توجد علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائيا بين شعور المصريين فى الأربعينيات من العمر بالنوستالجيا تجاه التليفزيون فى الماضى وبين كل من شعورهم بأنواع أخرى من النوستالجيا (النوستالجيا تجاه الوطن والأفراد ووسائل الإعلام والاتصال الأخرى والفن) واهتماماتهم وسماتهم الشخصية.

جدول رقم (٢٩): الفروق بين المصريين فى الأربعينيات من العمر وفقا للنوع وارتباط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التليفزيون فى الماضى بشعورهم بأنواع أخرى من النوستالجيا

الفروق بين المصريين فى الأربعينيات من العمر وفقا للنوع وارتباط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التليفزيون فى الماضى بشعورهم بأنواع أخرى من النوستالجيا												النوع
نوستالجيا تجاه الوطن			نوستالجيا تجاه وسائل الإعلام والاتصال الأخرى			نوستالجيا تجاه الأفراد			نوستالجيا تجاه الفن			
مستوى المعنوية	Z	متوسط الرتب	مستوى المعنوية	Z	متوسط الرتب	مستوى المعنوية	Z	متوسط الرتب	مستوى المعنوية	Z	متوسط الرتب	
٠,٨٠٠	٠,٢٥٤-	٢٥١,٩٨	٠,٧٤	٠,٣٣٢-	٢٤٨,٤٢	٠,١٦٥	١,٣٨٨ -	٢٥٨,٥٥	٠,٧٠٤	٠,٣٧٩-	٢٥٢,٧٣	ذكر
		٢٤٩,٠٢	٠		٢٥٢,٥٨			٢٤٢,٤٥			٢٤٨,٢٧	أنثى

يتضح من جدول رقم (٢٩) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من المصريين فى الأربعينيات من العمر وارتباط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التليفزيون فى الماضى بشعورهم بالنوستالجيا تجاه أنواع أخرى من النوستالجيا وخاصة النوستالجيا تجاه الوطن والأفراد ووسائل الإعلام والاتصال الأخرى والفن وذلك تم التوصل إليه من خلال اختبار مان ويتنى Mann-Whitney.

جدول رقم (٣٠)

الفروق بين المصريين فى الأربعينيات من العمر وفقا للنوع وارتباط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التليفزيون فى الماضى باهتماماتهم وسماتهم الشخصية

الفروق بين المصريين فى الأربعينيات من العمر وفقا للنوع وارتباط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التليفزيون فى الماضى باهتماماتهم وسماتهم الشخصية			النوع
مستوى المعنوية	Z المحسوبة	مستوى الرتب	
٠,٥٩٧	٠,٥٢٩ -	٢٥٣,٣٣	أ. ذكر
		٢٤٦,٦٩	ب. أنثى

يشير جدول رقم (٣٠) إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المصريين فى الأربعينيات من العمر وفقا للنوع وارتباط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التليفزيون فى الماضى باهتماماتهم وسماتهم الشخصية وذلك تم التوصل إليه من خلال اختبار مان ويتنى Mann-Whitney.

جدول رقم (٣١)

الفروق بين المصريين في الأربعينيات من العمر وفقا للتعليم وارتباط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التلفزيون في الماضي بشعورهم بأنواع أخرى من النوستالجيا

الفروق بين المصريين في الأربعينيات من العمر وفقا للتعليم وارتباط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التلفزيون في الماضي بشعورهم بأنواع أخرى من النوستالجيا											
نوستالجيا تجاه الوطن			نوستالجيا تجاه وسائل الإعلام والاتصال الأخرى			نوستالجيا تجاه الفن			التعليم		
مستوى المعنوية	Z	الرتب متوسط	مستوى المعنوية	Z	الرتب متوسط	مستوى المعنوية	Z	الرتب متوسط	مستوى المعنوية	Z	الرتب متوسط
٠,٠٥١	١,٩٥٤-	٢٣٩,٢٠	٠,٠٠٠١	٧,٧٤٣-	٢٩٩,٣٤	٠,٠٠٠٩	٢,٦٢٢-	٢٦٥,٨٢	٠,١٩٠	١,٣١١-	٢٥٨,٢٦
		٢٦١,٩٩			٢٠٢,٤٤			٢٣٥,٤٢			٢٤٢,٨٧
											مؤهل جامعي
											مؤهل متوسط

يتبين من جدول رقم (٣١) أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المصريين في الأربعينيات من العمر وفقا للتعليم وارتباط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التلفزيون في الماضي بشعورهم بأنواع أخرى من النوستالجيا وذلك وجد لصالح أصحاب المؤهل الجامعي والنوستالجيا تجاه الأفراد وتجاه وسائل الإعلام والاتصال الأخرى ووجد لصالح أصحاب المؤهل المتوسط والنوستالجيا تجاه الفن وذلك تم التوصل إليه من خلال اختبار مان ويتنى Mann-Whitney.

جدول رقم (٣٢): الفروق بين المصريين فى الأربعينيات من العمر وفقا للتعليم وارتباط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التلفزيون فى الماضى باهتمامهم وسماتهم الشخصية

الفروق بين المصريين فى الأربعينيات من العمر وفقا للتعليم وارتباط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التلفزيون فى الماضى باهتمامهم وسماتهم الشخصية			التعليم
مستوى المعنوية	Z المحسوبة	مستوى الرتب	
٠,٠٠٠١	٩,٦٥٥ -	٣١١,٢٧	مؤهل جامعى
		١٨٩,٩٤	مؤهل متوسط

يتضح من جدول رقم (٣٢) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المصريين فى الأربعينيات من العمر وفقا للتعليم وارتباط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التلفزيون فى الماضى باهتمامهم وسماتهم الشخصية وذلك لصالح أصحاب المؤهل الجامعى وذلك تم التوصل إليه من خلال اختبار سبيرمان Spearman.

ويشير كل من جدول رقم (٢٩) و(٣٠) و(٣١) و(٣٢) إلى صحة الفرض الثانى بشكل جزئى وذلك لصالح التعليم والذى كان له دور فى ارتباط النوستالجيا تجاه التلفزيون فى الماضى بأنواع أخرى من النوستالجيا وبالاهتمامات والسمات الشخصية وذلك للمصريين فى الأربعينيات من العمر بينما لا توجد فروق وفقا للنوع وذلك يتوافق مع الاتجاهات الحديثة فى الدراسات التى ترى أن النوع ليس عاملا ومؤشرا لوجود فروق أو علاقات أو اختلافات فى التفكير والسلوكيات والاتجاهات حيث وجدت العديد من الدراسات فى الآونة الأخيرة عدم وجود اختلافات وفروق بين الذكور والإناث فى نتائج الدراسات (Worell, 2001).

الخلاصة:

يتبين من الدراسة أن معظم المصريين فى الأربعينيات من العمر والذين يشعرون بالنوستالجيا تجاه التلفزيون فى الماضى فهم يشعرون بهذه النوستالجيا بدرجة مرتفعة.

ويستخلص من النتائج أن العدد الأكبر من العينة يشعرون بالنوستالجيا بدرجة مرتفعة للتالى: أجهزة التلفزيون القديمة والبث بالأبيض والأسود والمواد الفنية بالأبيض والأسود والملونة والبرامج التى لم يعد يتم تقديمها فى الوقت الحالى والبرامج التليفزيونية الأبيض والأسود وبرامج الأطفال والحديث المباشر والمقابلة

التليفزيونية وضيوف البرامج ومعظم خصائصهم والمذيعين كأفراد وأشخاص وليس لمهارات التقديم التليفزيونى وتثبيت اللقطة التليفزيونية لفترة طويلة.

ويلاحظ أن معظم العينة يشعرون بالنوستالجيا تجاه السمات والخصائص التي ترتبط بعيوب وسلبيات موجودة في التليفزيون في الوقت الحالى وخاصة التي تتعلق بالخروج عن الأخلاقيات الحميدة وآداب الحوار والعادات والتقاليد والأعراف وانحدار لغة الحوار وضعف الثقافة وعدم الجدية والالتزام في المظهر والسلوك. وقد ظهر ذلك بشكل كبير في النوستالجيا تجاه الضيوف وبنسبة أقل تجاه المذيعين.

وقد أشار العدد الأكبر من المصريين في الأربعينيات من العمر بأنهم يشعرون بالنوستالجيا تجاه التليفزيون في الوقت الحالى بسبب سلبيات موجودة به. وقد وجد أيضاً أن الاتصال الذاتى والشخصى والتليفزيون والإنترنت يقومون بدور في إثارة النوستالجيا تجاه التليفزيون في الماضى.

ويتضح أن مشاهدة مواد تليفزيونية قديمة تؤدي إلى مشاعر وأحاسيس وردود أفعال مختلفة ومتنوعة ومتناقضة منها الإيجابية والسلبية أو السعيد والحزين وذلك يمكن تفسيره بأنه متعلق باختلاف وتنوع طبيعة الذكريات التي ترتبط بهذه المواد.

ويتبين من النتائج أن النوستالجيا تجاه التليفزيون في الماضى لا تؤدي فقط إلى مشاعر وأحاسيس ولكن أيضاً إلى أنشطة يتم ممارستها للتعبير عن هذه النوستالجيا وخاصة جمع شرائط فيديو ودى فى دى DVD للأفلام العربية الملونة والأبيض والأسود التي كانت تقدم في التليفزيون في الماضى بالإضافة إلى الاحتفاظ بمواد تليفزيونية قديمة على الحساب والصفحة الشخصية على موقع الفيس بوك Facebook وجهاز الكمبيوتر الخاص وذلك يشير إلى استخدام وتوظيف التكنولوجيا الحديثة في التعبير عن النوستالجيا تجاه التليفزيون في الماضى.

وقد تم إثبات صحة الفرض الأول حيث توجد علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين شعور المصريين في الأربعينيات من العمر بالنوستالجيا تجاه التليفزيون في الماضى وبين الشعور بالأنواع الأخرى من النوستالجيا وبالتحديد النوستالجيا تجاه الوطن والأفراد ووسائل الإعلام والاتصال والفن بالإضافة إلى اهتماماتهم وسماتهم الشخصية.

وقد تم إثبات صحة الفرض الثانى بشكل جزئى حيث لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المصريين فى الأربعينيات من العمر وفقاً للنوع وارتباط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التليفزيون فى الماضى بشعورهم بالأنواع الأخرى من النوستالجيا وخاصة النوستالجيا تجاه الوطن والأفراد ووسائل الإعلام والاتصال الأخرى والفن وأيضاً اهتماماتهم وسماتهم الشخصية. بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً للتعليم وذلك لصالح أصحاب المؤهل الجامعى وارتباط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التليفزيون فى الماضى بالنوستالجيا تجاه الأفراد ووسائل الإعلام والاتصال الأخرى بالإضافة إلى اهتماماتهم وسماتهم الشخصية وهناك أيضاً فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أصحاب المؤهل المتوسط والنوستالجيا تجاه الفن.

توصيات الدراسة:

توصى الباحثة بأهمية دراسة النوستالجيا من وجهة نظر علوم الاتصال والإعلام وتوسيع نطاق دراسات الجمهور لتشمل المصريين والعرب من مختلف الأعمار والمستويات الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية مع التنوع فى وسائل الإعلام والاتصال التى يتم تناولها مثل الراديو والصحافة التقليدية وغيرها. وتوصى الدراسة بعدم الاكتفاء بدراسة الجمهور وعلاقته بنوستالجيا الإعلام فى الماضى ولكن أيضاً يجب إجراء دراسات لتحليل مضمون وسائل الإعلام الحديثة وكيفية تقديمها للنوستالجيا بالإضافة إلى تناول القائم بالاتصال الذى يستخدم النوستالجيا فى أعماله. وهناك أهمية لإجراء أبحاث فى النوستالجيا تدمج وتمزج بين التخصصات والعلوم المختلفة.

وتوصى الباحثة القائمين بالاتصال فى وسائل الإعلام والاتصال المختلفة فى مصر بالاهتمام بالنوستالجيا وتوظيفها فى البرامج حيث وكما أوضحت نتائج الدراسة فهناك شعور متزايد بالنوستالجيا إلى الماضى خاصة فى هذه السنوات الأخيرة بالإضافة إلى ضرورة تقديمها للفئات العمرية الأكبر سناً وللمغتربين والمهاجرين حيث أنهم يشعرون بالحنين إلى الماضى والوطن والذكريات القديمة بشكل كبير.

المراجع:

1. Matt, S. J. (2007). A Hunger for Home: Homesickness and Food in a Global Consumer Society. *The Journal of American Culture*, 30(1), 6-17.
2. Austin, Linda Marilyn (2007). *Nostalgia in Transition, 1780-1917 Victorian Literature and Culture Series*. VA: University of Virginia Press.
3. Lindquist, S. C. (2003). Nationalism and Nostalgia in Early Fifteenth-Century France: Text and Image in St. Louis Public Library MS Grolier 50. *Manuscripta*, 43(1), 135-160.
4. Illburck, Helmut (2012). *Nostalgia: Origins and Ends of an Unenlightened Disease*. Illinois: Northwestern University Press.
5. Scanlan, Sean Michael (2008). *Narrating Nostalgia: Modern Literary Homesickness in New York Narratives, 1809-1925*. Iowa: University of Iowa.
6. Santesso, Aaron (2006). *A Careful Longing: The Poetics and Problems of Nostalgia*. Delaware: University of Delaware Press.
7. Agnew, Vijay (2005). *Diaspora, Memory and Identity: A Search for Home*. Toronto: University of Toronto Press.
8. Koneke, Vanessa (2011). *Nostalgia-More Bitter Than Sweet: Are Nostalgic People Rather Sad Than Happy After All?* Munich: GRIN Verlag.
9. Darian-Smith, Kate, & Pascoe, Carla (2013). *Children, Childhood and Cultural Heritage*. London: Routledge.
10. Goulding, C. (2001). Romancing the Past: Heritage Visiting and the Nostalgic Consumer. *Psychology and Marketing*, 18(6), 565-592.
11. Grainge, Paul David (2000). Advertising the Archive: Nostalgia and the (Post) National Imaginary. *American Studies*, 41(2/3), 137-157.
12. Cramer, Michael A. (2010). *Medieval Fantasy as Performance: The Society for Creative Anachronism and the Current Middle Ages*. Maryland: Rowman and Littlefield.
13. Pickering, Michael, & Keightley, Emily (2006). The Modalities of Nostalgia. *Current Sociology*, 54(6), 919-941.

14. Wilson, Janelle L. (2005). *Nostalgia: Sanctuary of Meaning*. PA: Bucknell University Press.
15. Lyn Day, Stacy (2009). *The Rhetoric of Nostalgia: Reconstructions of Landscape, Community, and Race in the United States' South*. Cambridge: ProQuest.
16. Sprengler, Christine (2011). *Screening Nostalgia: Populuxe Props and Technicolor Aesthetics in Contemporary American Film*. NY: Berghahn Books.
17. Dlamini, Jacob (2009). *Native Nostalgia*. Johannesburg: Jacana Media.
18. Feigelson, Kristian (2005). *Camera Politique: Cinema et Stalinisme*. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.
19. Boym, Svetlana (2008). *The Future of Nostalgia*. NY: Basic Books.
20. Vesey, C., & Dimanche, F. (2003). From Storyville to Bourbon Street: Vice, Nostalgia and Tourism. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 1(1), 54-70.
21. Bartoletti, R. (2010). Memory Tourism and the Commodification of Nostalgia Tourism and Visual Culture. In Burns, Peter M., Palmer, Cathy, & Lester, Jo-Anne (Eds.), *Tourism and Visual Culture: Theories and Concepts* (pp.23-42). Oxfordshire: CABI.
22. Jones, K.L., & Aldermna, D.h. (2003). Antiques Tourism and the Selling of Heritage in Eastern North Carolina. *The North Carolina Geographical*, 11, 74-87.
23. McVeigh, Stephen, & Cooper, Nicola (2013). *Men After War*. London: Routledge.
24. Deciu Ritivoi, Andrea (2002). *Yesterday's Self: Nostalgia and the Immigrant Identity*. Maryland: Rowman & Littlefield.
25. Todorova, Maria, & Gille, Zsuzsa (2012). *Post- Communist Berghahn Series*. NY: Berghahn Books.
26. Lagerkvist, Amanda (2013). *Media and Memory in New Shanghai: Western Performances: Western Performances of Futures Past*. London: Palgrave Macmillan.
27. Bunkers, S.S. (2010). The Lived Experience of Feeling Sad. *Nursing Science Quarterly*, 23(3), 231-139.

28. Ginsberg, Robert (2004). *The Aesthetics of Ruins (Vol. 159)*. Amsterdam: Rodopi.
29. Greenberg, J., Koole, S.L., & Pyszczynski, T.A. (2004). *Handbook of Experimental Existential Psychology*. NY: Guilford Press.
30. Meyers, Oren (2009). The Engine's in the Front, but Its Heart's in the Same Place: Advertising, Nostalgia and the Construction of Commodities as Realms of Memory. *The Journal of Popular Culture*, 42(4), 733-755.
31. Miller, Janet (2010). Nostalgia for the Future: Imagining Histories of JCT and the Bergamo Conferences. *JCT*, 26(2). Retrieved from journal.jctonline.org/index.php/jct/article/viewArticle/181 on 13 January 2014.
32. Compton, William, & Hoffman, Edward (2012). *Positive Psychology: The Science of Happiness and Flourishing*. Connecticut: Cengage Learning.
33. Nyklicek, Ivan, Vingerhoets, A.J.J., & Zeelenberg, Marcel (2010). *Emotion Regulation and Well-Being*. Berlin: Springer.
34. Gergov, T., & Stoyanova, S. (2013). Sentimentality and Nostalgia in Elderly People: Psychometric Properties of a New Questionnaire. *Psychological Thought*, 6(2), 358-375.
35. Wagner, Tamars S. (2004). *Longing: Narratives of Nostalgia in the British Novel, 1740-1890*. PA: Bucknell University Press.
٣٦. عبد المنعم حافظ رجبى (٢٠١٢). *الغربة والحنين إلى الديار في الشعر الجاهلي*. دمشق: دار الرسالة العالمية.
٣٧. محمد أحمد دقالي (٢٠٠٨). *الحنين في الشعر الأندلسي: القرن السابع الهجري*. الأسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
٣٨. عيسى الناعوري (٢٠١١). *أدب المهجر*. عمان: وزارة الثقافة الأردنية.
٣٩. صابر عبد الدايم (٢٠١١). *أدب المهجر*. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
٤٠. ججا ميشال (٢٠١٠). *شعراء لبنانيون رحلوا*. بيروت: دار نلسن.
٤١. جورج شكيب سعادة (٢٠٠٢). *الموضوعات الأساسية في شعر الرابطة القلمية*. بيروت: دار الحدائق.
٤٢. صلاح الدين هواري (٢٠٠٩). *شعراء المهجر الجنوبي*. القاهرة: دار ومكتبة الهلال.
43. Cook, P. (2004). *Screening the Past: Memory and Nostalgia in Cinema*. London: Routledge.

44. Kramer, Lawrence (2008). *Why Classical Music Still Matters*. California: University of California Press.
45. Martha West, Nancy (2000). *Kodak and the Lens of Nostalgia*. VA: University of Virginia Press.
46. Bohn, Andreas (2007). Nostalgia of the Media / in the Media. In Winfried Nöth & Nina Bishara (Eds.), *Self-Reference in the Media* (PP.143-154) . Berlin: Walter de Gruyter.
47. Attrep, Kara Ann (2008). *The Sonic Inscription of Identity: Music, Race, and Nostalgia in Advertising*. MI: ProQuest.
48. Cunningham, S., & Sinclair, J. (2001). *Floating Lives: The Media and Asian Diasporas*. Maryland: Rowman and Littlefield.
49. Ogan, Christine L. (2001). *Communication and Identity in the Diaspora: Turkish Migrants in Amsterdam and their Use of Media*. Maryland: Lexington Books.
50. Schiwy, Freya, Fornazzari, Alessandro, & Antebi, Susan (2013). *Digital Media, Cultural Production and Speculative Capitalism*. London: Routledge.
51. Howard, Scott Alexander (2012). Nostalgia. Retrieved from analysis.oxfordjournals.org /content/early/2012/08/18/analys.ans105.full on 13 January 2014.
52. Higson, A. (2014). Nostalgia Is Not What It Used to Be: Heritage Films, Nostalgia Websites and Contemporary Consumers. *Consumption Markets and Culture*, 17(2), 1-23.
53. Adebessin, B.S. (2013). *Media, Migration and Integration: An Analysis of the Media Practices of Nigerians in Stockholm Sweden* (Master's thesis). Stockholm University, Faculty of Humanities, Department of Media Studies.
54. Holak, Suzan L. (2013). From Brighton Beach to Blogs: Exploring Food- Related Nostalgia in the Russian Diaspora. *Consumption Markets and Culture*, 17(2), 185-207.
55. Hunt, L., & Johns, N. (2013). Image, Place and Nostalgia in Hospital Branding and Marketing. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 5(1), 14-26.

56. Williams, Kathleen (2013). Recut Film Trailers, Nostalgia and the Teen Film. In Barton, Kristin, & Lampley, Jonathan Malcolm (Ed.), *Fan Culture: Essays on Participatory Fandom in the 21st Century*, (pp. 47-60). NC: Mc Farland.
57. Muehling, D.D., & Pascal, V.J. (2012). An Involvement Explanation for Nostalgia Advertising Effects. *Journal of Promotion Management*, 18(1), 100-118.
58. Perryman, Emmy (2012). The Artist and Hugo: Contrasting Perspectives on Cinematic Nostalgia. Retrieved from www.inter-disciplinary.net/at-the-interface/wp-content/uploads/2012/12/perrymanholpaper.pdf on 14 December 2013.
59. Pieterse, D. (2012). *Oldschool: The Relevance of Nostalgia in Advertising* (Master's thesis). University of Pretoria. Gordon Institute of Business Science, Gauteng, South Africa.
60. Sumner, Fiona (2012). Between Nostalgia and Activism: Iranian Australian Poetry and Cinema. *Journal of the Association for the Study of Australian Literature*, 12(2). Retrieved from www.nla.gov.au/openpublish/index.php/jasal/article/viewarticle/2306 on 11 December 2013.
61. Van der Hoeven, Arno (2012). Remembering the Popular Music of the 1990s: Dance Music and the Cultural Meanings of Decade-Based Nostalgia. *International Journal of Heritage*. Retrieved from www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13527258.20127383-34#.urF6QsepiJA on 5 December 2013.
62. Kim, Jeanna P. (2011). Hong Kong Nostalgia Cinema: Loss, Memory, and Identity Crisis. Retrieved from <http://scholarship.claremont.edu/cmcthesis/> on 20 December 2013.
63. Evans Jr, R.D., Hart, P.M., Cicala, J.E., & Sherrell, D.L. (2010). Elvis: Dead and Loving It-the Influence of Attraction, Nostalgia, and Risk in Dead Celebrity Attitude Formation. *Journal of Management and Marketing Research*, 3, 1-13.
64. Kusumi, T., Matsuda, K., & Sugimori, E. (2010). The Effects of Aging on Nostalgia in Consumers' Advertising Processing. *Japanese Psychological Research*, 52(3), 150-162.

65. Marchegiani, C., & Phau, I (2010). Nostalgia in Advertising. A Content Analysis. Retrieved from espace.library.curtin.edu.au/cgi-bin/espace.pdf?file=/2010/08/18/file-1/144453 on 20 November 2013.
66. Aghvami, Maryam (2009). Persian Bloggers: Exile, Nostalgia and Diasporic Nationalism. Retrieved from <http://digitalcommons.ryerson.ca/dissertations/sos> on 17 November 2013.
67. Bull, Michael (2009). The Auditory Nostalgia of iPod Culture. In Bijsterveld, Karin, & Dijck, Jose Van (Ed.). *Sound Souvenirs: Audio Technologies, Memory and Cultural Practices* (pp.83-93). Amsterdam: Amsterdam University Press.
68. Estevez, S.M. (2009). Is Nostalgia Becoming Digital? Ecuadorian Diaspora in the Age of Global Capitalism. *Social Identities*, 15(3), 393-410.
69. Poulsen, S.K. (2009). History, Memory and Nostalgia in Childhood Films. *Independent Film Journal*, 13. Retrieved from www.cinemascope.it/issue13/pdf/STINNEKRO6-HPOULSEN.pdf.
70. Rancier. M. (2009). Resurrecting the Nomads: Historical Nostalgia and Modern Nationalism in Contemporary Kazakh Popular Music Videos. *Popular Music and Society*, 32(3), 387-405.
71. Shiau, H.C. (2009). Migration, Nostalgia and Identity Negotiation: Teresa Teng in the Chinese Diaspora. *International Journal of Chinese Culture and Management*, 2(3), 263-275.
٧٢. هانى إبراهيم أحمد البطل (٢٠٠٩). تفضيلات المغتربين المصريين الإخراجية للصحف الإلكترونية (دراسة تطبيقية على مملكة البحرين). *مجلة البحوث الإعلامية جامعة الأزهر*، العدد الثلاثون، المجلد الثاني، أكتوبر ٢٠٠٨، ص ص ٧٥٩-٨٠٣.
73. Kessous, A., & Roux, E. (2008). A Semiotic Analysis of Nostalgia as A Connection to the Past. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 11(2), 192-212.
74. Ma, E. K. W. (2008). Re-advertising Hong Kong: Nostalgia Industry and Popular History. In Nguyet Erni, John, & Chua, Siew Keng (Ed.), *Asian Media Studies: Politics of Subjectivities* (pp. 136-158). NJ: John Wiley and Sons.

75. Bandyopadhyay, Ranjan (2008). Nostalgia, Identity and Tourism: Bollywood in the Indian Diaspora. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 6(2), 79-100.
76. Kitch, Carolyn (2008). Placing Journalism Inside Memory -and Memory Studies. *Memory Studies*, 1(3), 311-320.
77. Suominen, Jaakko (2008). The Past as the Future? Nostalgia and Retrogaming in Digital Culture. Fibre Culture. Digital Arts and Culture Conference. Retrieved from www.journal.fibreculture.org/issue11/issue11_Suominen_Print.htm

٧٨. نيرمين إبراهيم أحمد (٢٠١١). دور إذاعة وادى النيل فى تلبية الاحتياجات الاتصالية للسودانيين المقيمين فى مصر (رسالة ماجستير). قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

79. Enns, A. (2007). The Politics of Ostalgie: Post-Socialist Nostalgia in Recent German Film. *Screen*, 48(4), 475-491.
80. Holak, Susan L., Matveev, Alexei V., & Havlena, William J. (2007). Nostalgia in Post-Socialist Russia: Exploring Applications to Advertising Strategy. *Journal of Business Research*, 60(6), 649-655.
81. Nadkarni, M. (2007). The Master's Voice: Authenticity, Nostalgia, and the Refusal of Irony in Postsocialist Hungary. *Social Identities*, 13(5), 611-626.
82. Shaoyi, S. (2007). Non-Geographical Space and the Politics of Nostalgia: Imagining Shanghai in Hong Kong's Post-97 Films. *Literature and Art Studies*, 11(5). Retrieved from http://en.cnki.com.cn/Article_en/cJFDTOTAL_WYYJ200711005.htm on 10 December 2013.
83. Partin, J.D. (2007). The Commodification of Nostalgia: Star Wars, Advertising, and the Collectors (Master's thesis). NC State University. Retrieved from repository.lib.ncsu.edu/ir/handle/1840.16/568 on 3 December 2013.
84. Sierra, Jeremy J., & Mc Quitty, Shaun (2007). Attitudes and Emotions as Determinants of Nostalgia Purchases: An Application of Social Identity Theory. *The Journal of Marketing Theory and Practice*. 15(2), 99-112.

85. Vignolles, Alexandra, & Bonnefont, Annie (2007). Expression D'Experiences Nostalgiques chez Les Jeunes Adultes Par La Technique Projective Du Collage: Etude Empirique Exploratoire. *Journees Normandes: Societe et Consommations*, 6.
86. Volcic, Zala (2007). You-Nostalgia-Cultural Memory and Media in the Former Yugoslavia. *Critical Studies in Media Communication*, 24(1), 21-28.
87. Chaiworaporn, A. (2006). Home, Nostalgia, and Memory: The Remedy of Identity Crisis in New Thai Cinema. *Asian Cinema*, 17(1), 108-122.
88. Jing, Wu (2006). Nostalgia as Content Creativity Cultural Industries and Popular Sentiment. *International Journal of Cultural Studies*, 9(3), 359-368.
89. Kessous, A., & Roux, E. (2006). La Nostalgie comme Antecedent de L'attachement a La Marque Du Marketing en Europe. Retrieved from www.escp.eap/conferences/marketing/2006_cp/Materiali/Paper/Fr/Kessous_Roux.pdf on 30 March 2014.
90. Lindstrom, N. (2006). Yugonostalgia: Restorative and Reflective Nostalgia in Former Yugoslavia. *East Central Europe/ L'Europe Du Centre Est/Eine Wissenscha Ftliche Zeitschrift*, 32(1-2), 231-241.
91. Williams, S. (2006). Irish Music and the Experience of Nostalgia in Japan. *Asian Music*, 37(1), 101-119.
92. Reisenwitz, Timothy H., Iyer, Rajesh, & Cutler, Bob (2004). Nostalgia Advertising and the Influence of Nostalgia Proneness. *Marketing Management Journal*, 14(2), 55-66.
93. Nilsson, Magnus, Johansson, Sara, & Hakansson, Maria (2003). *Nostalgia: an Evocative Tangible Interface for Elderly Users*. Proceeding CHI EA'03 CHI'03 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems. Pages 964-965. New York, NY, USA. Retrieved from <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=766096> on 2 January 2014.
94. Pascal, Vincent J. Sprott, David E., & Muehling, Darrel D. (2002). The Influence of Evoked Nostalgia on Consumers' Responses to Advertising: An Exploratory Study. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 24(1), 39-47.

95. Grainge, Paul (2000). *Monochrome Memories: Nostalgia and Style in 1990s America* (PhD thesis). University of Nottingham. Retrieved from <http://etheses.nottingham.ac.uk/2833> on 3 January 2014.
96. Bergin, Tiffany (2013). Identity and Nostalgia in a Globalised World: Investigating the International Popularity of Midsomer Murders. *Crime Media Culture*, 9(1), 83-99.
97. Guo, D. (2012). *Beyond Totalitarian Nostalgia: A Critical Urban Reception Study of Historical Drama on Contemporary Chinese Television* (PhD thesis). School of Media, Arts and Design, University of Westminster.
98. Tinker, Chris (2012). Age Tendre et Tetes De Bois: Nostalgia, Television and Popular Music in Contemporary France. *French Cultural Studies*, 23(3), 239-255.
٩٩. عبید الربيعی (٢٠١١). *عادات التلقى لدى المهاجرين العرب للقنوات الفضائية العربية* (رسالة دكتوراه). كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك. Retrieved from www.ao-academy.org/doctor_dissertation on 20 October 2014.
100. Peters, Erin (2009). *The Heritage Minutes and Canadian Collective Memory: An Analysis of the Use of Nostalgia and Nationalism to Build a Unifying Cultural Memory* (Master's thesis). Institute of Germanic and Romance Studies.
101. Smith, Paul Julian (2009). Media Migration and Cultural Proximity: Television Fiction in Spain. *Studies in Spanish and Latin-American Cinemas*, 5(1-2), 73-84.
102. Woods, Faye (2008). Nostalgia, Music and the Television Past Revisited in American Dreams. *Music, Sound and the Moving Image*, 2(1), 27-50.
103. Weispfenning, J. (2003). Cultural Functions of Reruns: Time, Memory, and Television. *Journal of Communication*, 53(1), 165-176.
104. Wimmer, Roger, and Dominick, Joseph (2013). *Mass Media Research* (10th ed.). Connecticut: Cengage Learning.
105. Clarke, Liam,, Sachs, Bruce, and Summer, Sue (2000). *Health and Social Care for Advanced GNVQ*. Cheltenham: Nelson Thornes.

106. Berger, Arthur Asa (2011). *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. London: SAGE.
107. M. du Plooy, G. (2003). *Communication Research: Technique, Methods and Applications*. Cape Town: Juta and Company.
108. Sapsford, Roger (2006). *Survey Research* (2nd ed.). London: SAGE.
١٠٩. عاطف عدلى العبد عبید (٢٠٠٠). *الرأى العام وطرق قياسه الأسس النظرية والجوانب المنهجية والنماذج التطبيقية والتدريبات العملية*. القاهرة: دار الفكر العربى.
110. Platte, N. (2012). Nostalgia, the Silent Cinema, and the Art of Quotation in Herbert Stothart's Score for *The Wizard of Oz* (1939). *Journal of Film Music*, 4(1), 45-64.
111. Brown, Steven, and Volgsten, Ulrik (2005). *Music and Manipulation: on the Social Use and Social Control of Music*. NY: Berghahn Books.
112. Calvert, Sandra L. (2008). Children as Consumers: Advertising and Marketing. *The Future of Children*, 18(1), 205-234.
113. Wohl, Michael (2002). *Editing Techniques with Final Cut Pro*. CA: Peachpit Press.
114. Bociurkiw, Marusya (2011). *Feeling Canadian: Television, Nationalism, and Affect*. Ontario: Wilfrid Laurier Univ. Press.
115. Behlmer, George K., & Leventhal, F.M. (2000). *Singular Continuities: Tradition, Nostalgia, and Identity in Modern British Culture*. Stanford: Stanford University Press.
116. Greenberg, Jeff, L. Koole, Sander, & Pyszczynski, Tom (2013). *Handbook of Experimental Existential Psychology*. NY: Guilford Publications.
117. Cusack, Bob (2005). *Nostalgia Is What It Was*. Indiana: iUniverse.
118. Brittan Jr., Gordon G. (2010). Technology and Nostalgia. In Higgs, Eric, Light, Andrew, and Strong, David. *Technology and the Good Life?* (PP.70-88). Chicago: University of Chicago Press.
119. Schlipphacke, Heidi M. (2010). *Nostalgia After Nazism: History, Home, and Affect in German and Austrian Literature and Film*. PA: Bucknell University Press.

120. Cerretti, Lauren (2008). Connecting to Cuban National Identity through Literature: An Examination of Memory, Nostalgia, Trauma and Exile in Oscar Hijuelos's "Our House in the Last World" and "A Simple Hababa Melody". MI: ProQuest.
121. Watson, Richard (2010). Future Files: A Brief History of the Next 50 Years. Boston: Nicholas Brealey Publishing.
122. Goulding, Christina (2001). Romancing the Past: Heritage Visiting and the Nostalgic Consumer. *Psychology and Marketing*, 18(6), 565-592.
123. Bunkers, Sandra Schmidt (2010). The Lived Experience of Feeling Sad. *Nursing Science Quarterly*, 23(3), 231-239.
124. Strongman, Kenneth T. (2007). Applying Psychology to Everyday Life: A Beginner's Guide. NJ: John Wiley and Sons.
125. Worell, Judith (2001). *Encyclopedia of Women and Gender: Sex Similarities and Differences and the Impact of Society on Gender*, volume 1. Massachusetts: Academic Press.