



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

معهد العلوم الإسلامية

قسم أصول الدين



الاستخدامات والإشبعات المحققة من مشاهدة المسلسلات المدبلجة لدى المرأة السوفية (دراسة ميدانية بمدينة الوادي)

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر

في العلوم الإسلامية تخصص دعوة وإعلام

المشرف :

د. رشيد خضير

الطالبة:

مريم صحراوي

الصفة	الجامعة	الرتبة	اسم ولقب الأستاذ
مشرفا ومقررا	جامعة الشهيد حمّة لخضر - الوادي	أستاذ محاضر	د. رشيد خضير
مناقشا	جامعة الشهيد حمّة لخضر - الوادي	أستاذ التعليم العالي	أ. حمزة قدة
رئيسا	جامعة الشهيد حمّة لخضر - الوادي	أستاذ التعليم العالي	أ. الهاشمي قروف

السنة الجامعية 1436-1437هـ / 2015-2016م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿وَمَا أُوتِيتُمْ مِّنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا﴾

الإهداء

إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما، اللذين أدين لهما بكل الامتنان والشكر والعرفان.

إلى كل أفراد عائلتي والأصدقائي .

إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد لإتمام هذا العمل.

إلى كل هؤلاء، أهدي هذا العمل و أرجو من الله العلي القدير أن يوفقنا لما فيه خيرنا وصلاح أمرنا و استقامة

نهجنا إن شاء الله.

شكرو عرفان

الحمد لله نحمده و نستعينه...

اللهم صل وسل وبارك على أشرف خلقك وحبيبنا وشفيعنا محمد صلى الله عليه وسلم.

أحمد الله حمدا كثيرا على توفيقه لإتمام هاته الدراسة المتواضعة، وأسأله مزيدا من النجاحات على صعيد حياتي العلمية والعملية.

أتقدم بالشكر الجزيل إلى مشرفي الفاضل الأستاذ رشيد خضير الذي أسعدني وأكرمني بالإشراف على هذا العمل المتواضع وكان توجيهه الأثر الأكبر في إخراج هذه الرسالة.

كما أتقدم بالشكر إلى كل من الأستاذ رشيد خضير والأستاذ هشام ميسة.

أتقدم بالشكر كذلك إلى ابن عمي الذي لي ييخل في مساعدتي صحراوي محمد.

أتقدم بالشكر كذلك إلى صديقاتي اللاتي لم ييخلن في مساعدتي أحلام تركي و كريمة بن الحبيب.

فلهم مني جميعا الاحترام والتقدير

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة " الاستخدامات و الإشباعات المحققة من مشاهدة المسلسلات المدبلجة لدى المرأة السوفية" واعتمدت هذه الدراسة على مصادر البيانات بنوعيتها الأولية والثانوية. وقد تم الحصول على البيانات الثانوية من عدد من الكتب والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، أما عن البيانات الأولية فتم الحصول عليها عن طريق توزيع استبانة على عينة الدراسة.

ولأجل تحقيق غرض الدراسة فقد اعتمدت على المنهج الوصفي المسحي والاستبيان الذي وزع على عينة عشوائية المتكون من (200) امرأة من نساء الوادي.

وانتهت الدراسة إلى ارتفاع نسبة التعرض غير المنتظم لكل من القنوات الفضائية و المسلسلات المدبلجة، أما أهم دوافع التعرض لهذه المسلسلات فقد انتهت في كل من تحقيق التسلية والترفيه، كما أدت المرأة السوفية رغبتها في فهم أكثر من موضوعات.

الكلمات المفتاحية: الاستخدامات، الإشباعات، المسلسلات، المدبلجة.

Résumé :

Cette étude visait à enquêter sur les «usages et Gratifications réalisé de regarder des sitcoms surnommé les femmes Oued-souf " Cette étude reposait sur des sources de données, à la fois primaire et secondaire. Il a été d'obtenir des données secondaires à partir d'un certain nombre de livres et d'études liées à l'objet de l'étude précédente, alors que les données préliminaires VTM obtenu en distribuant un questionnaire à une étude de l'échantillon.

Afin d'atteindre l'objectif de l'étude, il a été basé sur une approche et un questionnaire d'enquête descriptive distribué à un échantillon aléatoire composé de 200 femmes des femmes de la vallée.

L'étude a conclu la proportion élevée d'exposition non régulier pour chacun des canaux et des feuilletons doublés, mais les motifs les plus importants de l'exposition à ces séries ont pris fin à la fois la réalisation des spectacles et des loisirs, en tant que femmes de Oued-souf conduit le désir de comprendre plusieurs des sujets.

Mots clés : usages , Gratifications, feuilletons , traduits.

Abstract

This study aimed to investigate the "uses and Gratifications realized from watching sitcoms dubbed the Oued-souf women" This study relied on data sources, both primary and secondary. It has been getting secondary data from a number of previous books and studies related to the subject of the study, while preliminary data Vtm obtained by distributing a questionnaire to a sample study.

In order to achieve the purpose of the study it was based on a descriptive approach and survey questionnaire distributed to a random sample consisting of 200 women from the women of the valley.

The study concluded the high proportion of non-regular exposure for each of the channels and serials dubbed, but the most important motives of exposure to these serials have ended in both achieving the entertainment and recreation, as women of Oued-souf led desire to understand more of the topics.

Key words: uses, Gratifications , serials, translated.

حق دقة

مقدمة

شهد العالم خلال العقد الأخير من القرن الماضي ثورة عارمة في وسائل الاتصال وشبكات المعلومات التي سهلت إمكانية التواصل الإنساني والحضاري وبخاصة بعد انتشار الفضائيات.

حيث تعد القنوات التلفزيونية الفضائية من الوسائل الفعالة للاتصال الجماهيري، بحيث أصبح لها حضور أساسي ومهم في حياة كل الناس، خاصة بعد أن أصبح العالم يعيش ثورة كبيرة في عالم الاتصال ومجالاته.

و اكتسحت الدراما التلفزيون و شغلت حصة كبيرة من البرامج التلفزيونية، حيث تعد من أهم الأشكال الدرامية في العصر الحديث لما تتمتع به من خصائص و إمكانيات تستفيد من الانتشار الجماهيري للتلفزيون. ومن هذه الدراما المتنوعة الأشكال والاساليب منها المسلسلات التي لا تخلو العديد من القنوات من عرض كم لا بأس به منها بلهجات عربية مختلفة، نظرا لقدرتها على جذب فئات كثيرة من الجمهور وخاصة فئة النساء.

وشغل حصة كبيرة من هذا البث المسلسلات المدبلجة و الوافد من كل أنحاء العالم وانتشارها وتنوعها بكافة أشكالها وأحجامها، حيث تلعب دوراً كبيراً في الدعاية أولاً وتعتبر أداة في تشكيل وتحديد ثقافتهم وسلوكهم ثانياً، فكثرة التعرض لهذه الوسيلة التي تعتبر نوعاً من أنواع الإتصال الجماهيري تساهم في ترسيخ المفاهيم والقيم لدى المتلقي حيث تستبدل هذه المفاهيم والقيم والأنماط المتعارف عليها بأخرى جديدة وهذا ما يسمى بالاختراق الثقافي.

بدأت الأعمال الدرامية تنتشر بقوة في السنوات الأخيرة مثل المسلسلات التركية و المكسيكية والهندية، وذلك في عدد من القنوات العربية .

و للتعلم في موضوع الدراسة فقد تم انتهاج خطة، حيث قسمت إلى ثلاثة فصول(تمهيدي، نظري، تطبيقي) وذلك وفق الخطة التالية:

الفصل التمهيدي:

- اشكالية الدراسة .
- تساؤلات الدراسة.
- أسباب اختيار الموضوع.
- أهمية الدراسة.

- أهداف الدراسة.

- تحديد مفاهيم الدراسة.

- الدراسات السابقة.

الفصل الأول: الجانب النظري

المبحث الأول: مدخل نظرية الاستخدامات الإشباعات .

المطلب الأول: نشأة وتطور نظرية الاستخدامات الإشباعات .

- أولاً: التعريف بالنظرية الاستخدامات الإشباعات .

- ثانياً: أصول ونشأة النظرية.

- ثالثاً: فروض النظرية.

- رابعاً: تصنيف الدوافع و الإشباعات.

المطلب الثاني: تقييم النظرية.

- أولاً: عناصر نظرية الاستخدامات الإشباعات .

- ثانياً: أهداف نظرية الاستخدامات الإشباعات .

- ثالثاً: نقد النظرية.

- رابعاً: الرد على الانتقادات الموجهة لنظرية.

المبحث الثاني: المسلسلات المدبلجة

الفصل الأول: ماهية المسلسلات لمدبلجة

- أولاً: تعريف المسلسلات المدبلجة .

- ثانياً: أهمية المسلسلات المدبلجة.

الفصل الثاني: وظائف المسلسلات المدبلجة وعوامل نجاحها.

- أولاً: وظائف التي تتسم بها المسلسلات المدبلجة.

- ثانياً: عوامل نجاح المسلسلات المدبلجة.

الفصل الثاني: الجانب العملي

المبحث الأول: منهجية الدراسة

المطلب الأول: منهج الدراسة.

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.

المطلب الثالث: مجال الدراسة وأدواتها.

المبحث الثاني: عرض النتائج ومناقشتها

المطلب الأول: عرض النتائج و تحليلها.

المطلب الثاني: استخلاص النتائج.

المطلب الثالث: توصيات الدراسة.

وفي الأخير تنتهي هذه الدراسة بخاتمة تشمل على أبرز النتائج التي توصلت لها
من خلال الدراسة.

الفصل التمهيدي

الفصل التمهيدي:

1. اشكالية الدراسة .
2. تساؤلات الدراسة.
3. أسباب اختيار الموضوع.
4. أهمية الدراسة.
5. أهداف الدراسة.

✓ إشكالية الدراسة :

في ضوء التزايد الكبير للمسلسلات المدبلجة، فإنها تشكل ظاهرة اجتماعية في عالمنا العربي أفرزت نتائج اجتماعية وانعكاسات معينة كان لابد من الوقوف عندها والتصدي لدراستها علمياً، فإن المرأة الجزائرية، والمرأة السوفية خصوصاً، وجدت نفسها منشدة إلى هذه الظاهرة بحكم أن التلفزيون مازال مصدراً رئيسياً للتسلية والترفيه. ومن هنا فإن مشكلة هذه الدراسة تتمحور حول السؤال الرئيسي وهو: ما هي الاستخدامات و الإشباعات المحققة من مشاهدة المسلسلات المدبلجة لدى المرأة السوفية؟

✓ تساؤلات الدراسة

وانطلاقاً من مشكلة الدراسة فقد تمت صياغة الاسئلة التالية:

1. ما مدى تعرض المرأة السوفية للمسلسلات المدبلجة؟
2. ما متوسط عدد ساعات التي تقضيها المرأة السوفية في مشاهدة المسلسلات المدبلجة؟
3. ما هي أبرز القنوات الفضائية التي تشاهد فيها المرأة السوفية هذه المسلسلات؟
4. ماهي أنماط تعرض المرأة للمسلسلات المدبلجة؟
5. ماهي أفضل فترة للمرأة لمشاهدة هاته المسلسلات؟
6. ما هي الدوافع مشاهدة المرأة السوفية للمسلسلات المدبلجة؟
7. ما الإشباعات والحاجات التي توفرها مشاهدة المسلسلات المدبلجة للمرأة السوفية ؟
8. ما اتجاهات المرأة السوفية إزاء المسلسلات المدبلجة؟
9. ما الآثار المترتبة على تعرض المرأة السوفية للمسلسلات المدبلجة؟

✓ أهمية الدراسة :

تتمثل أهمية هذه الدراسة في:

1. تكتسب هذه الدراسة أهميتها في كونها ستعالج ظاهرة حديثة مست مجتمعاتنا
2. تعد هذه الدراسة مجالاً خصباً للبحث نظر الاستقطاب الأعمال الدرامية المدبلجة.
3. المساهمة في إثراء المكتبة ببحوث تتعلق بالموضوع.

✓ أسباب اختيار الموضوع:

1. التعرف على مدى إقبال النساء على هذه المسلسلات .
2. الرغبة في التعرف على الاسباب المؤدية لهذا المشكل.
3. قلة الدراسات التي عالجت هذا الموضوع.

✓ أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي:

1. تعرف على مدى تعرض المرأة السوفية للمسلسلات المدبلجة.
2. معرفة متوسط عدد ساعات التي تقضيها المرأة السوفية في مشاهدة المسلسلات المدبلجة.
3. رصد أبرز القنوات الفضائية التي تشاهد فيها المرأة السوفية هذه المسلسلات.
4. الكشف عن أهم أسباب تعرض المرأة السوفية للمسلسلات المدبلجة.
5. معرفة اتجاهات المرأة السوفية إزاء المسلسلات المدبلجة.
6. معرفة الآثار الناجمة على تعرض المرأة السوفية للمسلسلات المدبلجة.
7. الكشف عن الإشباع المحققة من خلال مشاهدة المسلسلات المدبلجة لدى المرأة السوفية.
8. التعرف على دوافع المرأة السوفية في مشاهدة المسلسلات المدبلجة.
9. الوصول إلى نتائج يمكن من خلالها تقديم توصيات تحقق الغرض والهدف من هذه الدراسة.

✓ تحديد مفاهيم الدراسة:

الاستخدام: ويعني أن الأفراد يميلون إلى استخدام وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم.¹

الإشباع: هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدل الكلمة أيضا على الحال التي يتم فيها ذلك، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر فالتراكم والتنبيه يولد إحساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك للتنبيه كأنه لذة.²

1- المدني أسامة: استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباع المحققة منها – دراسة ميدانية - مجلة كلية الآداب بجامعة حلوان، القاهرة العدد 26، 2009م، ص 614.

2 - محمد منير: المعجم الإعلامي، (لا.ط، مصر، دار الفجر، 2004م)، ص 74.

المسلسل: ما هو إلا تمثليه طويلة تذايع على حلقات متتابعة بحيث تؤدي كل حلقة من هذه الحلقات إلى التي تليها في تسلسل ومنطقية.³

المدبلجة: "هي من " الدبلجة " بمعنى دمج الصوت العربي المترجم عن لغة أجنبية بالكلام الذي يقال على ألسنة الممثلين المتحدثين بلغات أجنبية، فيبدو الممثل وكأنه يتحدث العربية ".⁴

✓ الدراسات السابقة:

تحتل الدراسات السابقة مكانة في البحث العلمي لما لها من دور في مساعدة الباحث على التعرف والتقرب من الظاهرة أكثر ومن بين أه الدراسات التي لها علاقة بموضوع الدراسة نجد:

الدراسة الأولى: دراسة عيبر ارشيد الخالدي بعنوان: " اتجاهات المرأة نحو المسلسلات التركية - دراسة ميدانية -⁵ ".

هدفت الدراسة إلى معرفة اتجاهات المرأة نحو المسلسلات التركية، وذلك عن طريق توزيع استبانة على عينة الدراسة مكون من 250 امرأة من النساء الكويتيات.

وتوصلت الدراسة الميدانية إلى عدة نتائج منها:

1. نشر قيم غربية في مجتمعاتنا و إثراء الثقافة من المضامين الاجتماعية والانسانية المتناقضة التي تطرحها هذه المسلسلات المدبلجة.

2. بالمجمل المرأة الكويتية تقضي من ساعة إلى ساعتين لمشاهدة المسلسلات المدبلجة المعروضة بالقنوات العربية.

3. عدم وجود فروق دالة إحصائية لاتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية تعزى للمتغيرات الديموغرافية.

3- مساعيد بن عبد الله المحيّا: القيم في المسلسلات التلفازية، (ط1، الرياض، دار العاصمة، 1414هـ)، ص113.

4- عبد الله حسين الصفار: اتجاهات الطلبة الجامعيين الكويتيين نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة في القنوات العربية- دراسة ميدانية- (رسالة ماجستير في الإعلام)، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2011- 2012م، ص07.

5- عيبر أرشيد الخالدي: اتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية- دراسة ميدانية-، (رسالة الماجستير للإعلام)، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2012/2013.

وتتشابه هذه الدراسة مع دراستي الحالية من حيث اهتمامها بالأعمال الدرامية الأجنبية، إضافة إلى أنها تختلف مع دراستي في اعتمادها على تحديد هذه الدراسة نوع من المسلسلات المدبلجة وهي التركية .

الدراسة الثانية: دراسة عبد الله حسين الصفار بعنوان: " اتجاهات الطلبة الجامعيين الكويتيين نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة في القنوات العربية - دراسة ميدانية - " ⁶.

سعت هذه الدراسة إلى التعرف إلى اتجاهات الشاب الجامعي الكويتي نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة التي تعرض على القنوات التلفزيونية والفضائيات العربية التي تتم مشاهدتها في الكويت. وكذلك التعرف على الإشباعات التي تحققها لمشاهديها من الشباب. وقد اعتمد على المنهج الوصفي المسحي والاستبيان والذي وزع على عينة 600 فرد من جامعتي الكويت و جامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا.

وتوصلت الدراسة الميدانية إلى عدة نتائج منها:

1. أن الإناث لديهن مستويات مشاهدة للمسلسلات المدبلجة أكثر من الذكور في دولة الكويت.

2. بينت النتائج تقدماً للإناث على الذكور في أغلب متوسطات الإشباعات المتحققة

من مشاهدة المسلسلات الأجنبية المدبلجة مثل إشباع المعرفة، والمتعة وغيرها،

فيما ظهر ميل الشباب أكثر لتحقيق إشباع الهروب من الواقع إلى واقع آخر

3. أظهرت النتائج اتجاهات أكثر إيجابية للإناث أكثر من الذكور نحو المسلسلات

الأجنبية المدبلجة. وعدت الأغلبية أن المسلسلات الأجنبية بعضها سلبي

وبعضها إيجابي.

وتتشابه هذه الدراسة مع دراستي الحالية من حيث اهتمامها بالأعمال الدرامية

الأجنبية على أنواعها، ولم تحدد هذه الدراسة أي نوع من المسلسلات الأجنبية في الدراسة،

إضافة إلى أنها تختلف مع دراستي في اعتمادها على عينة من الطلبة الجامعيين بينما

دراستي تعتمد على عينة من النساء .

الدراسة الثالثة:

⁶ - عبد الله حسين الصفار: اتجاهات الطلبة الجامعيين الكويتيين نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة في القنوات العربية- دراسة ميدانية- (رسالة ماجستير في الإعلام)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2012/2011.

دراسة عبد الرحمن محمد سعيد الشامي بعنوان: " تعرض الشباب الجامعي اليمني للمسلسلات المدبلجة والآثار المحتملة لذلك - دراسة مسحية - ".

سعت هذه الدراسة إلى تعرّف مدى تعرض الشباب الجامعي اليمني للمسلسلات المدبلجة من عدمه، وآرائهم فيها واتجاهاتهم حولها، والآثار المترتبة على تعرضهم إلى هذه المسلسلات، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية طبقية قوامها 250 مبحوثاً و مبحوثة من طلبة أكبر الجامعات اليمنية وطالباتها⁷.

وتوصلت الدراسة الميدانية إلى عدة نتائج منها:

1. ارتفاع نسبة التعرض غير المنتظم لكل من القنوات الفضائية والمسلسلات المدبلجة على حد سواء، وبخاصة بين الإناث عنها وبين الذكور.
2. تمثلت أهم دوافع التعرض للمسلسلات في كل من تحقيق التسلية و الترفيه، و لمشاهدة ممثلاتها الجميلات، وبسبب المشاهد العاطفية التي تشبع غريزة الشباب.
3. أفاد المبحوثون بأن التعرض للمسلسلات المدبلجة تحدث لهم في بعض الأحيان، إلا أن استجاباتهم حملت دلالة مهمة على وجود تأثيرات سلوكية ووجدانية على بعضهم جراء تعرضهم لهذه المسلسلات، فضلاً عن الإشباعات المتحققة لهم من ذلك.

وتتشابه هذه الدراسة مع دراستي الحالية من حيث اهتمامها بالأعمال الدرامية الأجنبية على أنواعها، ولم تحدد هذه الدراسة أي نوع من المسلسلات الأجنبية في الدراسة، إضافة إلى أنها تختلف مع دراستي في اعتمادها على عينة من الشباب بينما دراستي تعتمد على عينة من النساء .

الدراسة الرابعة:

دراسة وسام فاضل راضي و طالب عبد الحميد ذياب بعنوان: " التعرض للمسلسلات التركية المدبلجة ورأي الجمهور بالمحتوى القيمي فيها - دراسة ميدانية - ".

سعت هذه الدراسة إلى تعرّف مدى تعرض المراهقين من طلبة المدارس الإعدادية في مدينة بغداد للمسلسلات التركية المدبلجة، و رأي الجمهور بالمحتوى القيمي فيها، وذلك

⁷ - عبد الرحمن محمد سعيد الشامي: تعرض الشباب الجامعي اليمني للمسلسلات المدبلجة و الآثار المحتملة لذلك- دراسة مسحية - المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، الأردن، المجلد2، العدد 1، 2009، ص 108-136.

بال تطبيق العينة الحصصية تتمثل في 400 طالبة و طالب، من طلبة المدارس الإعدادية في مدينة بغداد⁸.

وتوصلت الدراسة الميدانية إلى عدة نتائج منها:

1. الرغبة العالية بين أوساط المراهقين للتعرض للمسلسلات الدرامية بشكل عام قياساً بالأنماط الأخرى من البرامج مع التأكيد على أن معدلات الاهتمام والرغبة ارتفعت كثيراً مع المسلسلات التركية مقابل اهتمام أدنى بالمسلسلات المصرية ومن ثم السورية.

2. التأكد على أن التعرض للمسلسلات التركية المدبلجة كان يتسم بالانتظام والشدة العالية بين أوساط المراهقين و الكفة في ذلك السياق تميل نحو الإناث على حساب الذكور بدوافع متعددة كان الأبرز فيها (لأنها تجسد قصصاً واقعية) وذلك يعني الارتباط العاطفي والتفاعل الاجتماعي والثقافي بين المراهقين وما تطرحه المسلسلات التركية من مضامين و أفكار فضلاً عن جاذبية اللهجة السورية التي ساهمت في الاستهواء وهي إستراتيجية ثقافية سورية جديدة لنشر لهجتها عربياً وبالتالي نموذجها الثقافي.

3. الانبهار العالي بين أوساط المراهقين بالنماذج والموديلات التي قدمتها المسلسلات التركية المدبلجة على مستوى وسامة وجاذبية الممثلين والممثلات عن جمالية المواقع والمشاهد السياحية التي تقف ورائها استراتيجية سياحية للدولة التركية. وتتشابه هذه الدراسة مع دراستي الحالية من حيث اهتمامها بالدوافع وراء مشاهدة الأعمال الدرامية الأجنبية، لكنها تختلف عنها في تحديد نوع محدد من الدراما المدبلجة وهي المسلسلات التركية.

⁸- ويسام فاضل راضي والطالب عبد المجيد ذياب: التعرض للمسلسلات التركية المدبلجة و رأي الجمهور بالمحتوى القيمي فيها، مجلة البحث العلمي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العدد8، آذار 2010 ص11-36 .

الدراسة الخامسة:

دراسة نعيم فيصل المصري بعنوان: " أثر المسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية على القيم لدى الشباب الجامعي الفلسطيني - دراسة ميدانية - " ⁹.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف أثر للمسلسلات المدبلجة المعروضة في القنوات الفضائية العربية على القيم لدى الشباب الجامعي الفلسطيني ومعرفة مدى وعيهم بخطورة المسلسلات المدبلجة المعروضة في القنوات الفضائية العربية على القيم وإدراك مدى قدرتهم على التمييز بين السلوكيات الإيجابية والسلبية التي تقدم وتعرض في القنوات الفضائية العربية. واستخدم المنهج المسح، والاستبيان الإلكتروني أداة لجمع البيانات على عينة من طلبة الجامعات والكليات الفلسطينية بلغت 123 مفردة.

وتوصلت الدراسة الميدانية إلى عدة نتائج منها:

1. أكدت الدراسة على أن مشاهدة المسلسلات المدبلجة لها تأثير سلبي على العديد

من القيم المختلفة وخاصة القيم الدينية والروحية فجاءت النتائج بالترتيب على التوالي: (الحياء، التقوى و الالتزام الديني....الخ).

2. كشف الدراسة أن المسلسلات المدبلجة المعروضة في القنوات الفضائية تقدم

سلوكيات سلبية تنعكس على المشاهدين إذ جاءت النتائج لتشير إلى هذه السلبيات

وفقاً لآراء المبحوثين وهي مرتبة على التوالي حسب أكثرها تأثيراً و أولها تضيع

الوقت، والإعجاب بالنجوم، وإهمال الفرائض الدينية.....

3. أشارت الدراسة إلى أن العلاقات العاطفية من أبرز الموضوعات التي تتناولها المسلسلات

المدبلجة وفقاً لآراء المبحوثين للمسلسلات المدبلجة، كما أن هناك أيضاً الحرص على

متابعة مشاهد العنف و الانتقام بما يؤثر سلباً على التعامل الآخرين والمجتمع بشكل عام.

وتتشابه هذه الدراسة مع دراستي الحالية من حيث اهتمامها بالمسلسلات المدبلجة، إلا

أنها اختلفت مع دراستي في تأثير هذه المسلسلات المدبلجة على القيم لدى الشباب

الجامعي الفلسطيني.

⁹- نعيم فيصل المصري: أثر المسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية على القيم لدى الشباب الجامعي الفلسطيني،- دراسة ميدانية - مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، غزة، المجلد 21، العدد 2، يونيو 2013، ص363-395.

الدراسة السادسة:

دراسة مريم عماري بعنوان: " المسلسلات التركية مجال لتشكيل هوية الشاب الجزائري - دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة ورقلة - " ¹⁰.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أهمية المسلسلات المدبلجة التي تعمل على تشكيل هوية الشاب الجزائري، ولقد اعتمدت على المنهج الوصفي في هذه الدراسة، واختارت عينة الدراسة المتكونة من 51 طالب و طالبة وقد تم اختيارها بطريقة طبقية ذات التوزيع المناسب.

وتوصلت الدراسة الميدانية إلى عدة نتائج منها:

1. ارتفاع نسبة المشاهد هذه المسلسلات التركية من قبل الطلبة حيث أنها نسبتها لا يستهان بها فقد شكلت لهم هوية مطابقة لهذه المسلسلات حيث أنها منحتم عدة نماذج مطابقة.

2. كما أن هذه المسلسلات لديها انبهار عالي بين أوساط الطلابة حيث أنها منحتم تصورين وهذا من خلال إكسابهم لنمط التفكير من حيث تزويدهم بسلوكيات و منحهم حلول لمشكلهم العاطفية وغيرها، في حين تمددهم أيضا باكتساب لنمط الملبس إلا أنها ليست بنسبة كبيرة.

وتتشابه هذه الدراسة مع دراستي الحالية من حيث اهتمامها بالأعمال الدرامية التركية، إلا أنها اختلفت مع دراستي على أنها خصصت مجال معين الآ وهو مجال تشكيل هوية الشاب الجزائري .

¹⁰ - مريم عماري: المسلسلات التركية مجال لتشكيل هوية الشاب الجزائري- دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة ورقلة - (رسالة ماستر)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2015/2014 .

الدراسة السابعة:

دراسة أشرف محمد مازن المناصير بعنوان: " اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC1 - دراسة ميدانية - " ¹¹.

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC1، شمل مجتمع الدراسة جميع الطلبة في جامعتي الأردنية و البترا، أما العينة فتكونت من 445 طالبا وطالبة، وقام الباحث باستخدام المنهج الوصفي وأداته الاستبيان.

وتوصلت الدراسة الميدانية إلى عدة نتائج منها:

1. وجود اختلاف اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طريقة عرض الدراما التلفزيونية التي تقدمها MBC1.

2. وجود اختلاف اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طبيعة المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية التي تقدمها MBC1.

3. وجود تأثير للموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية المعروضة في قناة MBC1 في تشكيل اتجاهات الطلبة الجامعيين.

وتتشابه هذه الدراسة مع دراستي الحالية من حيث اهتمامها بالأعمال الدرامية التلفزيونية، إلا أنها اختلفت مع دراستي على أنها لم تحدد نوع الدراما و كما أجريت على عينة من طلبة جامعات أردنية.

¹¹ - أشرف محمد مازن المناصير: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية لقناة MBC1 - دراسة ميدانية للجامعة الأردنية و جامعة البترة الخاصة - (رسالة ماجستير في الإعلام)، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011/2010 .

الجانِب النظري

المبحث الأول: مدخل نظرية الاستخدامات الإشباعات .

المطلب الأول: نشأة وتطور نظرية الاستخدامات الإشباعات .

- أولاً: التعريف بالنظرية الاستخدامات الإشباعات .

- ثانياً: أصول ونشأة النظرية.

- ثالثاً: فروض النظرية.

- رابعاً: تصنيف الدوافع و الإشباعات.

المطلب الثاني: تقييم النظرية.

- أولاً: عناصر نظرية الاستخدامات الإشباعات .

- ثانياً: أهداف نظرية الاستخدامات الإشباعات .

- ثالثاً: نقد النظرية.

- رابعاً: الرد على الانتقادات الموجهة لنظرية.

المبحث الأول: مدخل نظرية الاستخدامات الإشباعات .

تمهيد:

تستند هذه الدراسة إلى مدخل الاستخدامات الإشباعات كإطار نظري يمكن من خلاله التعرف على طبيعة استخدام عينة الدراسة لمشاهد المسلسلات المدبلجة. وهذا ما سنحاول التطرق إليه في هذا الفصل من خلال معرفة أهم ما جاءت به هاته النظرية وبدايات ظهورها، كذلك أهم فروضها وعناصرها، والأهداف التي تسعى نظرية الاستخدامات الإشباعات إلى تحقيقها، ومحاولة إسقاط هاته النظرية على البحث موضوع الدراسة.

المطلب الأول: نشأة وتطور نظرية الاستخدامات الإشباعات .

اولاً : التعريف بنظرية الاستخدامات الإشباعات .

التعريف اللغوي:

الاستخدام: من استخدم استخداماً، واستخدمه أي اتخذه خادماً، والرجل استوهمه خادماً.

الإشباع: هي مأخوذة من الشبع والشبع، وتدل على امتلاء في أكل وغيره، وامرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمتها، وثوب شبيع الغزل أي كثير، وشبيع العقل أي وافر، والتشبع من يرى أنه شبعان.

ويعني أيضاً: التوفية وبلوغ حد الكمال¹.

التعريف الاصطلاحي:

الاستخدام: ويعني أن الأفراد يميلون إلى استخدام وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم².

ونقصد بالاستخدام عملية المشاهدة التي تقوم بها المرأة للمسلسلات المدبلجة، وعادات وأنماط هذه المشاهدة.

1 - المنجد في اللغة والإعلام، ط29، منشورات دار المشرق، بيروت، 198م، ص 171-372.

2- المدني أسامة: استخدامات الشباب السعودي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية و الإشباعات المحققة منها، المرجع السابق، ص614.

الإشباع: هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدل الكلمة أيضا على الحال التي يتم فيها ذلك، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر فالتراكم والتنبيه يولد إحساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك للتنبيه كأنه لذة¹.

وتشير في الدراسة إلى الإشبعات المعرفية، والثقافية، والترفيهية، والتي تترتب جراء مشاهدة المرأة للمسلسلات المدبلجة.

نظرية الاستخدامات الإشبعات: تعرف نظرية الاستخدامات الإشبعات بأنها: "دراسة جمهور وسائل الإعلام الذي يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة"². و أورد " مساعيد المحيا " تعريفا اصطلاحيا لمفهوم النظرية على أنه " ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات حاجات و دوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة"³.

وبحكم هذا التعريف يتضح أن الجمهور يتعرضون لوسائل الإعلام ليسبحكم أنها متاحة فقط، وإنما لأنه هذا يهدف إلى إشباع حاجات معينة، ويشعر أنه في حاجة إليها و يمكن تحقيقها عن طريق التعرض لهذه الوسائل.

1- محمد منير: المعجم الإعلامي، المرجع السابق، ص 07.

2- مصعب عبد السلام المعاينة: دور التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي، دراسة في برنامج صحتك بالدينا، (رسالة ماجستير، في الصحافة والإعلام) كلية الآداب والعلوم، جامعة بترا، الاردن، 2013- 2014، ص 22.

3 - كريمة كافي: تأثير الفضائيات العربية المتخصصة على قيم وسلوك المراهق الجزائري – الفضائيات الغنائية نموذجا – دراسة ميدانية، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012م، ص 38.

ثانياً : أصول ونشأة النظرية.

إن البحث حول استعمال وسائل الاتصال " تحت عنوان (الاستعمالات والرضا أو الاستخدامات الإشباعية) Uses and gratification جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذين أرادوا التعرف على "ماذا يفعل الجمهور بالوسائل؟" بدلا من "ماذا تفعل الوسائل بالجمهور"¹.

تهتم نظرية الاستخدامات والإشاعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدّى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير و وسائل الإعلام، وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفصل من وسائل الإعلام².

تنقل هذه النظرية حقل الدراسات من المفهوم السلبي للجمهور الإعلامي إلى المفهوم الإيجابي القائم على إدراك أن أعضاء هذا الجمهور هم أناس فاعلون يصطفون من الإعلام المضامين والرسائل التي يفضلونها.

وكانت نظرية الرصاصة السحرية ترى في الجمهور كتلة خاملة تنتظر بسلبية أن تتلقّى المعلومات التي يعمّمها الإعلام من أجل أن تستوعبها وتتكبّرها وتتبنّى مضامينها متّبعة سلوكاً متشابهاً بالنسبة للجميع. وقد اتّضح فيما بعد أن ثمة أدواراً قوية جداً للمتغيّرات المعرفية وللثقافات التحتية في عملية التأثير³.

ويشير " ويرنر " و " تانكرد " إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ وقت مبكر في الثلاثينيات، حيث أجريت دراسات عديدة من هذا

1 - فضيل دليو: الإتصال مفاهيمه - نظرياته - وسائله،(ط1، القاهرة، دار الفجر، 2003م)، ص 30.

2- حسن عمادماوي، ليلي حسن السيد: الإتصال ونظرياته المعاصرة،(ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003م)، ص 239.

3- فريال مهنا: علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية،(ط1، دمشق، دار الفكر، 1422هـ - 2002م)، ص 154.

المنظور على قراءة الكتب، ومسلسلات الراديو، والصحف اليومية، والموسيقى الشعبية، وأفلام السينما، ذلك للتعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام، والنتائج التي تترتب على ذلك للرأي العام، وخلال الحرب العالمية الثانية، أصبح هناك كم وفير من المعلومات حول استخدامات وسائل الإعلام والإشباع التي تحققها.

واستمر الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينيات في أعمال " لازرسيفلد " و " ستاتون " و " بيرلسون " في الخمسينيات وفي أعمال " ريليز " و " فريديسون " و " ماك كوبي " وفي الستينيات في أعمال " شرام " و " ليل " و " باركر " ¹.

وتعد نظرية " الاستخدامات الإشباعية " إحدى النظريات المهمة المنبثقة عن النظرية الوظيفية إذ يشير " جيمس لويل " إلى أن مفهوم الوظيفية في بحوث الإتصال مر بثلاث مراحل رئيسة بدأت بحصر الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام ثم استخدام منظور التحليل الوظيفي وأخيراً نظرية " الاستخدامات الإشباعية " التي يطلق عليها " مكويل " مسمى " النظرية الوظيفية الفردية " ².

انفتحت السوسيولوجيا الوظيفية، أيضاً على الدراسات الإثنوغرافية للتلقي والمشاهدة من خلال التيار الذي يسمى " الاستخدامات الإشباعية " في السبعينيات من القرن الماضي وذلك بطرح السؤال المعارض التالي: ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟. وقد شرح " إيليهو كاتز " أحد الوجوه البارزة في هذا التيار السوسيولوجي، وكيف تم تطوير هذا المذهب ليصبح إشكالية.

فقد عمق تيار " الاستخدامات الإشباعية " في الثمانينيات من القرن الماضي، مفهومه الخاص للقراءة المتفاوض عليها: المعنى والتأثيرات تولد من تفاعل النصوص والأدوار التي يضطلع بها الجمهور. وإن فكّ الرموز يرتبط بمشاركة الجمهور في عملية الإتصال، وترتبط المشاركة ذاتها بالطريقة التي يُبنى بها مختلف الثقافات دور المتلقي.

1- حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد: الإتصال ونظرياته المعاصرة، المرجع السابق، ص 239.

2 - حمد بن ناصر الموسى: استخدام الإتصال التسويقي المتكامل في الشركات السعودية، (ط1، الرياض، ل.م، 1431هـ - 2010م)، ص 40.

استند " كاتز " إلى هذه الدراسات لتثمين نشاط متلقي البرامج التلفزيونية بالتأكيد على التوافق الحاصل بين النظرية النقدية وورثة السوسيولوجيا الوظيفية. ويمكن توضيح هذا التوافق.

أكده " مورلي " من خلال الاستفهام الذي بحث عنه في الحدس الناجم عن " الاستخدامات الإشباعية " ¹.

وتطورت الأبحاث الاستخدامات الإشباعية ففترة الثمانينيات في إطار المنهج التجريبي من خلال دراسة " ستانفورد " و " ريكوميني " و " زيلمار " و " براينت " حيث أفادت النتائج بارتفاع تفضيل المبحوثين للوسيلة والتعرض لها في حالة توافق الإشباعية المتوقعة مع الإشباعية التي تم الحصول عليها ².

ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب استخدام وسائل الإتصال الجماهيري تأليف " كاتز " و " بلوملر " 1974م، ودار هذا الكتاب حول فكرة مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد التعرض إليها من جانب آخر.

ومن وجهة نظر " كاتز " و " بلوملر " فإن مدخل الاستخدامات الإشباعية يعني ما

يلي:

- ✓ الأصول الاجتماعية والسيكولوجية.
- ✓ الاحتياجات التي يتولد عنها.
- ✓ توقعات من وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى تؤدي إلى:
- ❖ أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام ينتج عنها:
- إشباعات للاحتياجات.
- ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة ³.

1- أرمان و ميشال ماتلار: تاريخ نظريات الإتصال، ترجمة: نصر الدين لعياضي، الصادر رابع، (ط3، بيروت، المنظمة العربية للترجمة)، ص166-167-168.

2- رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، (لا.ط، لا.م، منتدى سور الأزبكية، 2007م)، ص69.

3 - محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير (ط1، مصر، الدار العالمية، 2003م)، ص252-253.

ثالثاً : فروض النظرية.

ويبنى مدخل الاستخدامات والإشباعات على فكرة مؤداها أن حاجات الفرد المرتبطة بوسائل الإتصال، التي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة تخلق لدى الفرد دوافع التعرض لوسائل الإتصال فضلاً عن مصادر أخرى غير وسائل الإتصال، حيث يتوقع الفرد أن تحقق له هذه المصادر إشباعاً لهذه الحاجات، وقد تتجح وسائل الإتصال في تحقيق هذه الإشباعات، وقد لا تتجح في ذلك.

ويقوم هذا المدخل على عدد من الفروض التي تمت مراجعتها لتلائم ما تم التوصل إليه من نتائج حول جمهور وسائل الإعلام، ويمكن تلخيصها فيما يلي¹:

1. جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معين.

2. يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

3. تنافس وسائل الإعلام أخرى لإشباع الحاجات، مثل الاتصال الشخصي، أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة، تجعل الفرد يتجه إلى مصدر ما لإشباع حاجاته دون الآخر، وهذا ما عبر عنه "كلاير" بتأثيرات العوامل الوسيطة.

4. الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن تكون له نتائج مختلفة².

5. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الإتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط³.

1- رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص69.

2- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (ط3، القاهرة، عالم الكتب، 2004م)، ص222-223.

3- حسن عماد مكاي، عاطف عدلى العبد: نظريات الإعلام، (لا.ط، مصر، دار العربية، 1428هـ - 2007م)، ص364.

6. يعبر استخدام وسائل الإتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات بتنوع الأفراد¹.

7. يتأثر السلوك الاتصالي لجمهور وسائل الإعلام بمجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تعمل بمثابة المتغير الوسيط بين الوسيلة وجمهورها، فهذه العوامل تعمل بمثابة المرشح أو الفلتر لاستجابات الفرد السلوكية تجاه وسائل الإعلام².

8. التأكد على الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإتصال، وليست وسائل الإتصال هي التي تستخدم الأفراد³.

9. يتخذ الجمهور مبادرة انتقاء واستخدام وسائل الإتصال لإشباع حاجاتهم ورغباتهم الشخصية، فقد يكون استخدام الجمهور لوسائل الإعلام هو استجابة لاحتياجاتهم الأساسية، ولكنه من ناحية أخرى يشبع حاجاتهم ويلبي رغباتهم، كالبحت عن المعلومات لحل مشكلة ما⁴.

1- حسن عماد مكاري، عاطف عدلى العبد: نظريات الإعلام، المرجع السابق، ص364.
 2- رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص70.
 3- حسن عماد مكاري، عاطف عدلى العبد: نظريات الإعلام، المرجع السابق، ص364.
 4- رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص70.

رابعاً : تصنيف الدوافع و الإشباعات.

تصنيف الدوافع:

لقد صنف كثير من الباحثين دوافع المشاهدة إلى دوافع متعددة، فقد حدد "جربز" هذه الدوافع في: العادة، الاسترخاء، قضاء وقت الفراغ، التعلم، الهروب، البحث عن رفيق، وصنفها "بالمجرين Palmgreen" إلى: تعلم الأشياء، الاسترخاء، تحقيق المنفعة الإتصالية، النسيان، المتعة أو الاستمتاع وحددها "روبن" في: ملء وقت الفراغ، البحث عن المعلومات والمعرفة، الرغبة في تحقيق المتعة، البحث عن رفيق.

ثم عاد "روبن" وصنفها إلى: دوافع نفعية: ودوافع طقوسية، فالمشاهدة النفعية التي تتم بهدف معين، أما المشاهدة الطقوسية فتتم كعادة أو لأسباب تحويلية هروبية¹.

وبوجه عام، فإن معظم دراسات الإتصال تقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما:

(أ) دوافع منفعية Instrumental Motives:

وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات، والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الاخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

(ب) دوافع طقوسية MotivesRitualized:

وتستهدف تمضية الوقت، والاسترخاء، والصداقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات والأفلام والمنوعات وبرامج الترفيه المختلفة.²

تصنيف الإشباعات:

كما صنف الكثيرون أيضاً الإشباعات التي تتحقق من المشاهدة على النحو التالي:
قدم "لورانس" و "وينر" (1985) نموذجاً للإشباعات يضم إشباعات ناتجة عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وإشباعات ناتجة عن عملية الإتصال نفسها واختيار وسيلة معينة كما قام "ماكويل" و زملاؤه بتقسيم الإشباعات إلى:

1-محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، المرجع السابق، ص255-256.

2- حسن عماد مكاي، عاطف عدلى العبد: نظريات الإعلام، المرجع السابق، ص371-372.

معلومات - تحديد الهوية الشخصية والتي تشمل التعرف على نماذج مختلفة للسلوك وتعزيز لقيم الشخص واكتساب الشخص لحسن البصيرة، ثم التكامل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين، وأخيراً التسلية والترفيه¹.

1-محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، المرجع السابق، ص256.

المطلب الثاني: تقييم النظرية.

أولاً: عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع .

ويرتكز مدخل الاستخدامات و الإشباع على مجموعة من العناصر تمثل محور هذا المدخل وتتمثل في :

1. افتراض الجمهور النشط.
2. الاصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام.
3. دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام.
4. توقعات الجمهور من استخدام وسائل الإعلام.
5. التعرض لوسائل الإعلام، والإشباع الناتجة عنه.¹
6. إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام.

وقبل عرض عناصر النموذج تجدر الإشارة إلى أن العناصر السابقة تتسم بالتداخل الشديد في الواقع العملي، ويرتبط كل منها بالآخر ارتباطاً وثيقاً، والهدف من هذا الشرح هو إظهار دور كل منها في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع.²

_ افتراض الجمهور النشط:

فالجمهور وفقاً لهذا المدخل يستخدم وسائل الإعلام بشكل يرتبط باحتياجاته وأهدافه، كما أن لديه الوعي الذي يمكنه أن يحدد بوضوح الأسباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل، ومن هنا يصبح مفهوم الجمهور النشط هو جوهر هذا المدخل.³

حيث يؤكد باحثون الاستخدامات والإشباع أن أفراد الجمهور إيجابيين ونشطين، وليسوا مستقبلين سلبيين أو ضحايا لوسائل الإعلام.

وهذا على عكس ما كانت تفترض النظريات السابقة - التي تنتمي لمدخل التأثيرات- أن الجمهور سلبي في التعامل مع وسائل الإعلام، ولا يستطيع تحديد ما يريد من الإعلام وفق احتياجاته ودوافعه.⁴

1- رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص72.

2- حسن عماد مكاي، عاطف عدلى العبد: نظريات الإعلام، المرجع السابق، ص366.

3- رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص72.

4 - مديحة جيطاني، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، (رسالة ماجستير في دعوة والإعلام)، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009- 2010م، ص38.

يزعم "هوييت" أن النظريات القديمة كانت تنظر إلى الجمهور باعتباره متلقياً سلبياً أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفعال حتى ظهر مفهوم الجمهور "العنيد" الذي يبحث عما يريد أن يتعرض إليه ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى.

وربما يرجع الفضل إلى "كانتز" في تحويل أبحاث الاتصال إلى تقليل الاهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالناس، وزيادة الاهتمام بما يفعله الناس بتلك الوسائل، فمنذ ذلك الحين تم إدراك جماهير تلبي حاجاتهم، والمضمون الذي يتفق مع توقعاتهم.¹ ويقسم الباحثون نشاط وإيجابية الجمهور في التعامل مع وسائل الاتصال الحديثة إلى ثلاث مستويات:

- أ- الانتقائية Selectivity: وهي سابقة على التعرض لوسائل الإعلام.
 - ب- الاستغراق والاندماج Involvement: أثناء التعرض لوسائل الإعلام.
 - ت- الإيجابية Positivity: بعد التعرض لوسائل الإعلام وتشمل إحساس الفرد بزيادة المعلومات بعد التعرض والاشتراك في مناقشات حول موضوع الرسالة الإعلامية.
- ـ الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام:

ويعني هذا أن الجمهور وسائل الإعلام يتميز بوجوده وتفاعله مع بيئته الاجتماعية، ومن خلال هذا التفاعل تتولد لدى الفرد العديد من الحاجات التي تسهم وسائل الإعلام في إشباع جزء منها، بينما تسهم المصادر الأخرى في إشباع الجزء الباقي، والملاحظ أن هذه الطبيعة الاجتماعية التي يتميز بها جمهور وسائل الإعلام لا تؤثر فقط على سلوكه الاتصالي في استخدامه لهذه الوسائل، بل تؤثر أيضاً على تفسيره لمعاني الرسائل الاتصالية التي يتعرض لها.²

انتهى "جون جونستون" في دراسته حول استخدام المراهقين لوسائل الإعلام والدمج الاجتماعي، إلى أن أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة، وشركاء في بيئة ثقافية واحدة.

وتتفق هذه الرؤية مع العديد من باحثي الاستخدامات والإشباع الذين يعارضون دوماً مصطلح "الحشد" لتمييز جمهور وسائل الإعلام، وطبقاً لهذه الرؤية فإن العديد من

1- حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، المرجع السابق، ص 243.

2- رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص 74- 75.

الاحتياجات المرتبطة باستخدام وسائل الإتصال ترتبط بوجود الفرد في بيئة اجتماعية، وتفاعله مع هذه البيئة.

وقدمت العديد من الدراسات دور العوامل الديموغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع، والعمر، والمهنة، والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي.¹

ـ دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام:

يفترض مدخل الاستخدامات و الإشباع أن دوافع التعرض لوسائل الإتصال تنتج أساساً عن الحاجات النفسية والاجتماعية، وتؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال وسائل الإتصال.²

وبالاستناد إلى جملة من الأدبيات الإعلامية المتعلقة بالوظائف السيكولوجية والاجتماعية للإعلام الجماهيري، صنف بعض الباحثين الإعلاميين خمس طبقات من الحاجات يمكن للإعلام أن يشبعها وهي :

- حاجات معرفية(اكتساب وتقوية المعارف وفهماها).
 - حاجات مشاعرية - مظهرية- (تقوية التجربة المظهرية والانفعالية).
 - حاجات تكميلية على مستوى الشخصية(اطمئنان، استقرار عاطفي، نمو المصداقية والوضع الاجتماعي).
 - حاجات تكميلية على الصعيد الاجتماعي (تقوية العلاقات الشخصية، ومع العائلة ومع الأصدقاء ومع الزملاء).
 - حاجات ترويحوية(تراخي التوترات والتخفيف من الصراعات).
- يمكن اعتبار كل طبقة من هذه الحاجات متغيراً مستقلاً لدراسة تأثيرات الإعلام الجماهيري.³

وتوجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ويمكن تلخيص هذه الآراء على النحو التالي:

1-حسن عماد مكاوي، عاطف عدلى العبد: نظريات الإعلام، المرجع السابق، ص367.
2- رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص 75.
3- فريال مهنا: علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، المرجع السابق، ص154.

أ- ينظر بعض الناس إلى دوافع باعتبارها حالات داخلية يمكن إدراكها وفهمها مباشرة من جانب أفراد الجمهور، وترتبط هذه الرؤية بنظرية القيمة المتوقعة وتفترض هذه النظرية أن دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام يعكس سلوكاً إيجابياً ذا قيمة أو اتجاهات إيجابية نحو وسائل الإعلام، وأن المتلقي لديه الوعي والقدرة على التعبير عن اتجاهاته بشكل مباشر، ويسعى إلى إشباع دوافعه من خلال التعرض لوسائل الإعلام، وتقدم هذه النظرة الأساس للبحوث التي تقيس التماس الإشباع من خلال دوافع الجمهور وهي تقارن بين دوافع الفرد واستخدام هذه الدوافع للتنبؤ بسلوك التعرض لوسائل الإعلام.

ب- ترى وجهة النظر الثانية أن دوافع الجمهور لا يمكن إدراكها وفهمها بشكل مباشر، ولكن يمكن إدراكها بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك والتفكير.

ت- ترى وجهة النظر الثالثة أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام لا يمكن الوصول إليها عن طريق ما يقرره الجمهور بشكل ذي معنى، فالحاجات الأساسية مثلاً قد تؤثر على تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بشكل مباشر، ولكن الجمهور قد لا يدرك هذه الحاجات باعتبارها دوافع للتعرض، فالدافع قد يكون نتاج اللاوعي للصراعات غير المحسوسة، وهذا ما يؤكد عليه "ماكجواير" عند مناقشته لمفهوم الدفاع عن الذات باعتباره أحد دوافع التعرض لوسائل الإعلام.

ث- يتبنى وجهة النظر الرابعة "أوستين بابلو" ويرى أن سلوك تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ليس له أي دافع، وتتفق هذه النظرة مع الفكرة العامة التي ترى أن السلوك الإنساني يرتبط غالباً بالتعود أو اللامعقول، وفي هذه الحالة عندما يحدد أفراد الجمهور دافع التعرض، فإنه يعبر عن تفسيره للتعرض بدلاً من كونه ناتجاً عن حاجات داخلية تدفع لسلوك التعرض¹.

¹ حسن عمادمكاوي، ليلي حسن السيد: الإتصال ونظرياته المعاصرة، المرجع السابق، ص 245-246.

ـ توقعات الجمهور من استخدام وسائل الإعلام.

تعد توقعات الجمهور من وسائل الإتصال ناتجة عن دوافعه التي تختلف حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد، كما تعد التوقعات سبباً في عملية التعرض لوسائل الاتصال.

ولعل أحد الاتجاهات لتطور فهم تأثير دوافع جمهور وسائل الإتصال للتعرض لتلك الوسائل يمكن أن نجده في نظرية القيمة المتوقعة مع ربطها بنموذج الاستخدامات والإشباع، وتفترض نظرية القيمة المتوقعة أن سلوك الإنسان يحكمه إدراك الشخص للاحتمالات المختلفة والقيمة التي قد تتحقق نتيجة السلوك.

ويمكن أن تساعد نظرية القيمة المتوقعة في فهم دوافع الجمهور والمؤثرات الأخرى التي تؤدي إلى التعرض لوسائل الإتصال، وذلك من خلال ربط العلاقة بين دوافع الجمهور أو حاجاته وسلوك التعرض لوسائل الإتصال ضمن متغيرات أخرى قد تحقق القيمة المتوقعة للأفراد¹.

وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقاً للفروق الفردية، وكذلك وفقاً لاختلاف الثقافات².

ـ التعرض لوسائل الإعلام، والإشباع الناتجة عنه.

يفترض مدخل الاستخدامات والإشباع أن دوافع الأفراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الإتصال حتي يتحقق الإشباع، بالإضافة إلى سلوك التعرض لوسائل الإتصال، وفي إطار هذا المدخل يمكن النظر لوسائل الإتصال باعتبارها أحد الحوافز أو التفسيرات التي تحقق الإشباع³.

أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الإشباع، والتعرض لوسائل الإعلام، ويعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور، وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبي احتياجاته⁴.

1- رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص79.

2- حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الإتصال ونظرياته المعاصرة، المرجع السابق، ص247.

3- رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص80.

4- حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الإتصال ونظرياته المعاصرة، المرجع السابق، ص248.

وتتمثل أهم الإشباعات التي تتحقق لدى الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام فيما يلي:

1. استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي.
2. البحث عن المعلومات.
3. الاستمتاع والتسلية.
4. الإتصال بالآخرين.
5. تحقيق الوجود الافتراضي¹.

ـ إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام.

وفق نظرية الاستخدامات والإشباعات، يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها "الإشباعات".

وقد اهتمت دراسات الاستخدامات والإشباعات منذ السبعينيات بضرورة التمييز بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الإعلام، والإشباعات التي تتحقق بالفعل².

ويفرق "لورانس" و "وينر" بين نوعين من الإشباعات هما:

(أ) إشباعات المحتوى Content Gratifications:

وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وتنقسم إلى نوعين: النوع الأول: إشباعات توجيهية Orientational وتتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، النوع الثاني: إشباعات اجتماعية Social، ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

(ب) إشباعات العملية Process Gratifications:

وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل، وتنقسم إلى نوعين: النوع الأول: إشباعات شبه توجيهية Para – Orientational وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتعكس في برامج التسلية

1- رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص 80-81.

2 حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الإتصال ونظرياته المعاصرة، المرجع السابق، ص 248-249.

والترفيه والإثارة، والنوع الثاني: إشباعات شبه اجتماعية Para – Social وتتحقق من خلال التوحد مع

شخصيات وسائل الإعلام، و تزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة.¹
ثانياً : أهداف نظرية الاستخدامات الإشباعات .

- وتسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية وهي:
- ❖ التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.
- ❖ توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.
- ❖ التركيز على أن فهم عملية الإتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الإتصال الجماهيري.²
- ❖ الكشف عن الإشباعات المختلفة من وراء هذا الاستخدام.
- ❖ الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض لوسائل الاتصال والإشباعات الناتجة عن ذلك.
- ❖ معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل استخدامات الوسائل و إشباعاتها.³

1- حسن عماد مكاوي، عاطف عدلى العيد: نظريات الإعلام، المرجع سابق، ص370.
2- محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، المرجع السابق، ص255
3- منال هلال المزاهرة: نظريات الإتصال، (لا.ط، عمان، دار الميسر، 2012م)، ص186-187.

ثالثاً : نقد النظرية.

تعرض مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى العديد من الانتقادات أهمها:

1. إدعاء المدخل أن الجمهور يختار الوسيلة بما يحققه له من المضمون بحرية تامة وبناء على الاحتياج فقط، وهو أمر ربما يكون مبالغ فيه، حيث أن هناك عوامل اجتماعية واقتصادية قد تبطل ذلك تحول دون تحقيقه، فهذه العوامل تحد من استفادة الفرد من التكنولوجيا الإعلامية المتقدمة.
2. كما أن عدم توفر بدائل عديدة من الوسائل الإعلامية يلغي مفهوم الجمهور الإيجابي أو النشط، الذي يسعى لتحقيق أهداف محددة واشباع حاجات بعينها كما أنه يلغي مبدأ حرية الاختيار، فليس كل سلوك إتصالي يوجهه حافز، فالكثير من السلوك الإتصالي للجمهور هو سلوك عادي، يحدده وجود وسيلة إتصالية واحدة، ولا يوجد أمامها أي مجال للرفض أو الاختيار للمضمون الإتصالي المعروض.
3. إن هناك جدلاً وتساؤلاً حول قياس استخدام المتلقي للوسيلة الإتصالية والكيفية، التي يتم فيها القياس، وزمن الاستخدام من حيث القياس خلال وقت التعرض أم بعده وكثافة وحدودية المشاركة.
4. إن المدخل لم يفرق بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور، والإشباعات التي تحققت عند المشاهدة، علماً أن هذا الفرق يوضح مبدأ إنتقائية الجمهور للمضامين الإعلامية التي يتعرض لها.
5. لم يشرح المدخل درجة الإيجابية في السلوك الإتصالي لأفراد الجمهور أو مفهوم الجمهور النشط بوضوح، حيث أنه يمكن أن يقصد به الإنتقائية قبل المشاهدة أو أثناءها أو بعدها وهذا لم يحدد في المدخل ولم يتم التطرق إليه بدقة.
6. عدم الإتفاق على مصطلحات النظرية، ومن ثم توظيفها وربطها بالنماذج المختلفة للإشباع.
7. دخول وسائل جديدة إلى الواقع مثل الأنترنت، وهذه تتطلب مفاهيم جديدة حتى يمكن فهم العلاقة بين الوسيلة وجمهورها¹.

1- منال هلال المزاهرة: نظريات الإتصال، المرجع السابق، ص205-206.

8. أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة، مثل: الدافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة، وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات.
9. أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية، وتختلف أهميتها من فرد لآخر، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى.
10. تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعمد ومقصود وهادف، والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضاً استخدامات غير هادفة.
11. تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى وظائف وسائل الإتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الإتصالية، في حين أن الرسالة الإتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالاً وظيفياً للبعض الآخر.¹
12. يرى عدد من الباحثين بأن نظرية الاستخدامات والإشباع لا تزيد عن كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد أثناء تعامله مع الاستقصاءات، فهي تعتمد بإفراط على دفاثر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين.
13. تنظر هذه النظرية لتعرض الجمهور لوسائل الإتصال عل أنها عملية واعية وعقلانية يسعى من خلالها لإشباع حاجات محددة، إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستخدام هي الموجهة له.²
14. وحسب بلومر فإن تطبيق مدخل الاستخدامات والإشباع يطرح العديد من التساؤلات حول كيفية الاستخدام إذ يتدخل عامل الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض لوسائل الإعلام أو لمحتواها مع كثافة التعرض والاستخدام.³

1- محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، المرجع السابق، ص257.

2- فضيل دليو: الإتصال مفاهيمه - مفاهيمه - نظرياته - وسائله، المرجع السابق، ص31-32.

3- ملفين ديفلير، ساندرا ربول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، (لا.ط، مصر، الدار الدولية، 1993م)، ص268.

15. بالإضافة إلى ذلك فإن بلומר يرى بأن بحوث الاستخدامات والإشباعات ركزت على الاختيار الكلي لوسائل الإعلام ومحتوياتها، وأغلقت البحث عن ماذا يفعل الجمهور بتلك المحتويات¹.

رابعاً : الرد على الانتقادات الموجهة لنظرية.

تصدى الباحثون للرد على الانتقادات التي وجهت إلى هذا المدخل كإطار نظري لدراسات سلوك الجمهور نحو وسائل الإعلام، منها:

1. أن مفهوم الجمهور النشط يمكن التغلب على غموض هذا المفهوم من خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاث مراحل، تتمثل في الانتقاء قبل التعرض، والاهتمام أثناء التعرض، وزيادة المعرفة والنقاش بعد التعرض.

2. استطاع الباحثون وضع قائمة من الحاجات والإشباعات يختار الجمهور تحديدها عندما تقدم له، و بذلك تم تجاوز الشكوك حول قدرة الأفراد على تحديد حاجاتهم و إشباعاتهم².

3. كذلك يدافع باحثو الاستخدامات والإشباعات عن النظرية بأنها ليست وظيفية بطبيعتها، وأن مصادر التغيير قائمة سواء في سلوك الجمهور تجاه وسائل الإعلام، أو في تنظيم ومحتوى هذه الوسائل، فالتناقض بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور، وبين ما يحصل عليه بالفعل يمكن أن يؤدي إلى تغيير في محتوى وتنظيم وسائل الإعلام في أي نظام إعلامي حريص على الاستجابة للواقع الذي يعمل فيه.

4. من الطبيعي أن تختلف نتائج الدراسات في بحوث الاستخدامات والإشباعات باختلاف المجتمعات، نظراً لخصوصية كل مجتمع واختلاف ظروفه النفسية والاجتماعية و الإتصالية، لذلك فالتعميم ممكن في إطار المجتمع الواحد، الذي مهما اختلفت ظروفه من منطقة لأخرى فإنه يجمعها طابع عام واحد.

1- عبد المجيد محمد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، المرجع السابق، ص292.

2- رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص86.

5. مفهوم الاستخدامات والإشباع لا يتناول عناصر منفصلة، وإنما هو مفهوم متكامل يختلف باختلاف العوامل الديمغرافية للفرد، والتي يدخل الإطار الاجتماعي والاقتصادي، كما يختلف باختلاف علاقة الفرد مع وسائل الاتصال¹.

1- مديحة جيطاني، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، المرجع السابق، ص 47-48.

خلاصة:

يمكن القول أن مدخل الاستخدامات والإشباعات من أنسب المداخل للتعرف على طبيعة استخدام عينة الدراسة للمشاهدة المسلسلات المدبلجة لدى المرأة السوفية، أنماطه والدوافع هذا الاستخدام والإشباعات المحققة منها، وتقوم هاته النظرية في الأساس على مفهوم الجمهور النشط، حيث أنها نقلت حقل الدراسات من مفهوم السلبي للجمهور الإعلامي إلى المفهوم الإيجابي.

المبحث الثاني: المسلسلات المدبلجة.

المطلب الأول: ماهية المسلسلات لمدبلجة.

- أولاً : تعريف المسلسلات المدبلجة .

- ثانياً : أهمية المسلسلات المدبلجة.

المطلب الثاني: وظائف المسلسلات المدبلجة وعوامل نجاحها.

- أولاً: وظائف التي تتسم بها المسلسلات المدبلجة.

- ثانياً : عوامل نجاح المسلسلات المدبلجة

المبحث الثاني: المسلسلات المدبلجة

تمهيد:

تشكل المسلسلات المدبلجة إلى اللغة العربية ظاهرة اجتماعية في عالمنا العربي كان لابد من الوقوف عندها والتصدي لدراستها علمياً.

وهذا ما سنحاول التطرق إليه في هذا الفصل من خلال معرفة أهمية هذه المسلسلات المدبلجة، وكذلك وظائف التي تتسم بها المسلسلات المدبلجة، وعوامل نجاحها.

المطلب الأول: ماهية المسلسلات لمدبلجة

أولاً : تعريف المسلسلات المدبلجة .

التعريف اللغوي:

المسلسل: تَسْلُسُلِيّ ؛ تَمَثِيلِيَّة ؛ مُتَسَلِّل ؛ مُسَلْسِل، قِصَّةٌ مُتَسَلِّسِلَةٌ؛ مُسَلْسَل¹.

المدبلجة: دبلجة (من الفرنسية: *doublage*) مصطلح تلفزيوني يستخدم عند القيام بتركيب أداء صوتي بديل للنص الأصلي بلغة أخرى لإنتاجات تلفزيونية كالمسلسلات والأفلام والأفلام الوثائقية والأنمي. والكلمة أصلها فرنسي من كلمة "دوبلاج". والكلمة التي بدأ استخدامها بتسارع الآن وعندما نقول كلمة الفيلم المدبلج ذلك عوضاً عن قول الفيلم المعرّب، ولكن هذه الكلمة لا تصلح إن كانت عملية الدبلجة تستخدم لإضافة لغات أخرى، ولذلك بقيت كلمة دبلجة هي الكلمة العملية الأفضل².

1- بحث منشور على شبكة الإنترنت: <http://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/seria>، تاريخ التصفح: 2016/03/14.

2 -بحث منشور على شبكة الإنترنت: <https://ar.wikipedia.org/wiki/>، تاريخ التصفح: 2016/03/14 .

التعريف الاصطلاحي:

المسلسلات: جاء تعريف المسلسل في قاموس علوم الإعلام والاتصال: " أنه عبارة عن برنامج درامي شعبي تجري أحداث القصة فيه على حلقات يتميز عن السلسلة التي تعرض شخصيات ثابتة تواجه في كل جزء مغامرات مختلفة " ¹.

وتعرف المسلسلات أيضا: " على أنه دراما متتابعة الأحداث تشد انتباه المشاهد، وتقدم له قيمة فنية وثقافية وهي عبارة عن قصة مطولة بأحداث مسلسلة فيها عقدة أو مجموعة عقد، تسير حول نهاية مراد توصيلها " ².

المدبلجة: " هي من " الدبلجة " بمعنى دمج الصوت العربي المترجم عن لغة أجنبية بالكلام الذي يقال على ألسنة الممثلين المتحدثين بلغات أجنبية، فيبدو الممثل وكأنه يتحدث العربية " ³.

وتعرف أيضا: " وهي تحويل اللغة العربية (تركية- مكسيكية- هندية... الخ) إلى اللغة العربية أو إلى اللهجات العربية المحلية ضمن اللغة العربية " ⁴.

في حين يُعرّف **المسلسل المدبلج:** " على أنه كل مسلسل يقوم بتمثيله مجموعة من الممثلين غير العرب وبغير اللغة العربية، ويأتي من يُترجم كلامهم صوتيًا حتى يُخيل للمشاهد أن الممثل الأصلي هو من يتحدث، وقد تكون الترجمة حرفية فقط بإدراج العبارة المناسبة للحديث مكتوبة في شريط أسفل الشاشة " ⁵.

والرّائج في المجتمعات العربية حاليًا هو وجود مسلسلات مدبلجة من تركيا والمكسيك والهند وكوريا وأمريكا، وأمّا السّائد في الدبلجة فهو استخدام اللّهجة السّورية خصوصًا.

1 - إسماعيل عبد الحافظ العبسي: استراتيجية الإتصال الثقافي في دراما المسلسلات العربية - دراسة تحليلية مقارنة- (رسالة ماجستير فيالإعلام و الإتصال)، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2012-2013م، ص14.

2 -مريم عماري: المسلسلات التركية مجال لتشكيل هوية الشباب الجزائري - دراسة ميدانية - (رسالة ماستر في علم الاجتماع)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014-2015م، ص6.

3- عبد الله حسين الصفار: اتجاهات الطلبة الجامعيينالكويتيين نحو المسلسلات الدرامية المدبلجةفي القنوات العربية، المرجع السابق، ص07.

4 - عبير ارشيد الخالدي: اتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية- دراسة ميدانية- (رسالة ماجستير فيالإعلام)، كليةالإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2012-2013م، ص07.

5شميسة خلوي:تأثير المسلسلات المدبلجة على الأسرة العربية، بحث منشور على شبكة الإنترنت (http://ar.islamway.net/article/39661/-1) تاريخ التصفح: 2016/04/04.

ثانياً : أهمية المسلسلات المدبلجة.

إن المسلسلات المدبلجة أهمية تتلاقى مع أهمية الإتصال، وتتبع من أنه:

- ✓ يفتح المجال للتواصل البشري، ويتيح الفرصة للتفكير والاطلاع والحوار وتبادل المعلومات في شتى المجالات و الميادين على عزلة الأفراد والجماعات.
- ✓ يتيح الإتصال الفرصة للتعرف على آراء الآخرين وأفكارهم عن طريق المبادرة والمشاركة في المناقشة، ويساعد إذ ذاك على تكوين شخصية متميزة للأفراد والجماعات.
- ✓ يساعد الإتصال على التفاعل مع الحضارات والعادات والثقافات، وترفيه المجتمعات، وترويج السلع بواسطة الإعلانات.
- ✓ الإتصال يعلمنا كما أنه يبلغنا ويرفهننا، ويقربنا إلى النظام والمفاهيم والإنماء الذي هو حركة تغيير وتطوير دائمة¹.

1- عبير ارشيد الخالدي: اتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية، المرجع السابق، ص44-45.

المطلب الثاني: وظائف المسلسلات المدبلجة وعوامل نجاحها.

أولاً : وظائف التي تتسم بها المسلسلات المدبلجة.

إن ما تبثه هذه الوسائل يقترن بما تؤديه تلك الوسائل من وظائف وأهداف مما يترك الأثر البالغ في سلوك واتجاهات المتلقين، فإن الدراما المدبلجة بكل أشكالها وأنواعها من مسلسلات وتمثيلات وأفلام أو مسرحيات لها الوظائف والأهداف التي تقوم بها من خلال الإعلام المرئي، وتتعدد هذه الوظائف بتعدد الميادين التي تتأثر به، والغايات المرجو من توظيفها لأجله ومن هذه الوظائف التي تتسم بها المسلسلات المدبلجة وهي ما يلي:

1. التوجه وتكوين المواقف والاتجاهات.
2. زيادة الثقافة والمعلومات والقيم.
3. تنمية العلاقات وزيادة التعارف الاجتماعي وبناء علاقات بين الأمم والمجتمعات والشعوب
4. الإعلان، والدعاية، والترفيه، وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ.
5. فهم وتنمية روح العلاقات العام¹.

1- عبد الله حسين الصفار: اتجاهات الطلبة الجامعيين الكويتيين نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة في القنوات العربية، المرجع السابق، ص 31- 32.

ثانياً : عوامل نجاح المسلسلات المدبلجة.

وأن نجاح الدراما المدبلجة في إيصال رسائلها لتبلغ الإثر المرجو منها يعتمد على عدة عوامل أو ركائز أساسية ومهمة وهي:

1. أسلوب التأكيد: يرى بعضهم أن التأكيد المجرد الخالي من كل حجة عقلية وبرهان قد ينجح في أن يشكل وسيلة ناجحة لإدخال فكرة ما إلى روح الجماهير، وكلما كان التأكيد قاطعاً رغم أنه خالٍ من كل برهان، فإنه قد ينجح بتحقيق أهدافه أو بعضها. فالكتب السماوية استعملت أسلوب التكرار المجرد عن كل شيء إلا الإيمان أو القناعة المسبقة. ورجال الدولة الذين يدافعون عن قصة سياسية معينة يعرفون قيمة هذا الأسلوب، وكذلك رجال الدعاية والإعلان يدركون أن الإعلان لا يكتسب تأثير فعالاً إلا من خلال تكراره باستمرار، بالكلمات نفسها، والطريقة ما أمكن ذلك. فالشيء المؤكد يؤدي عن طريق التكرار إلى الإنغراس في النفوس كحقيقة برهانية لا تقبل الجدل والمناقشة.

2. أسلوب التكرار: إن للتكرار تأثيراً كبيراً على الجماهير، فعندما نكرر الشيء مراراً وتكراراً ينتهي به الأمر إلى الإنغراس في تلك الزوايا العميقة من اللاوعي حيث تصنع كل دوافع أعمالنا. وقد وجد الباحثون أن التكرار الذي يعييه البلاغيون أمر ضروري وحيوي لنجاح الرسالة الإعلامية، وقد كان هذا الأسلوب رئيسياً في نجاح المسلسل المدبلج، ولا نقصد التكرار الممل، بل المتنوع الذي يقدم المعنى الواحد في قوالب كثيرة.

3. أسلوب العدوى: كما ينتشر المرض في الجسم ينتشر تأثير الوسائل الإعلامية بين الناس عن طريق العدوى، خصوصاً حين تتوجه الرسائل الإعلامية إلى جمهور يحمل مييزات متشابهة. فالنظرية الاجتماعية تقر أن الأشخاص الذين يملكون قواعد توجيهية مشتركة ويشتركون في صفات مشتركة من مثل: الثقافة، العمر، الوضع الاجتماعي، والدخل الفردي يتأثرون بنفس المستوى ويتوجهون في اختياراتهم للوسيلة الإعلامية بنفس الاتجاه. وهذا ما يلعب دوراً رئيساً في انتشار ظاهرة المسلسلات المدبلجة ورواجها¹.

1 - عبير ارشيد الخالدي: اتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية، المرجع السابق، ص 36-37.

خلاصة:

ولكن، على رغم خفوت نجم المسلسلات الأجنبية المدبلجة الى العربية، إلا أنه لا يمكن إنكار التشويق الذي ساد أعمالاً كثيرة، والغوص في حكايات كثيرة أضافت إلى المتلقي العربي، وعرفته الى بلد المنشأ وتبادل الخبرات بين شركات الإنتاج، والأهم خلقت هذه الحالة نوعاً من التواصل بين الثقافات.

الجانِب العملي

المبحث الأول: منهجية الدراسة

المطلب الأول: منهج الدراسة.

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.

المطلب الثالث: مجال الدراسة وأدواتها.

المبحث الثاني: عرض النتائج ومناقشتها

المطلب الأول: عرض النتائج و تحليلها.

المطلب الثاني: استخلاص النتائج.

المطلب الثالث: توصيات الدراسة .

المبحث الأول: منهجية الدراسة

تمهيد:

بعد أن تعرضت للجانب النظري في هذه الدراسة سوف نتطرق إلى المرحلة الميدانية والذي يعتبر أهم مرحلة في البحث والذي سنتناول فيه المجالات البشرية و الزمنية، إضافة إلى تحليل النتائج ومناقشتها، وكذلك استخلاص بعض النتائج وتقديم بعض الاقتراحات.

المطلب الأول: منهج الدراسة.

المنهج هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن حقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة¹.

وقد عرف أيضا بأنه: عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة والهادفة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة أو تلك².

وتعتمد الدراسة على النهج الوصفي المسحي (مسح الجمهور)، فالمنهج الوصفي: أو الدراسة الوصفية هي التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة والمتعلقة بطبيعة الظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع³ أو هو عملية تقدم بها المادة العلمية كما هو في الواقع⁴.

أما المنهج المسحي أو الدراسة المسحية التي تعد نوع من أنواع البحث الوصفي هو دراسة استطلاعية نقوم بها بقصد الكشف عن مشاكل المجتمع⁵.

وقد اعتمد تفي هذه الدراسة على المنهج الوصفي التي يتم بطريقتين المسح الشامل وطريقة المسح بالعينة.

1- عبد الرحمن بدوي: مناهج البحث العلمي، (ط3، الكويت، وكالة المطبوعات، 1977م)، ص05.

2- محمد عبيدات و محمد أبو نصار و عقلة مبيضين: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، (ط2، عمان، داروائل، 1999م)، ص35.

3- مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، (ط1، عمان، مؤسسة الوراق، 2000م)، ص125.

4- فريد الأنصاري: ابجديات البحث في العلوم الشرعية، (ط1، لا.م، الدار البيضاء، 1417هـ - 1997م)، ص66.

5- مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، المرجع السابق، ص129.

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.

1. مجتمع الدراسة:

ويقصد به: كامل أفراد أو أحداث أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة¹.
ويقصد به أيضاً: مجموعة من الوحدات الإحصائية المعرفة بصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على بيانات.² ويقصد به أيضاً: المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن تعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة.³
ويتكون مجتمع الدراسة هذه من مجموع نساء مدينة الوادي باختلاف الأعمار والمستويات الدراسية، وذلك لأن المسلسلات المدبلجة ليس لها جمهور محدد.

2. عينة الدراسة:

وهي: عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.⁴
وعرف أيضاً بأنها: هي جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة، ويختارها الباحث لإجراء دراسته عليه على وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً.⁵
ونظراً لصعوبة الوصول إلى مجتمع الدراسة بأسره، فقد قمت بأخذ عينة عشوائية مكونة من (200 فرد) من نساء مدينة الوادي.

1- محمد عبيدات و محمد أبو نصار و عقلة مبيضين: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، المرجع السابق، ص84

2 -رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، (ط1، عمان، دار دجلة، 1426هـ - 2008م)، ص161.

3- مصطفى فؤاد عبيد: مهارات البحث العلمي (لا.ط، فلسطين، أكاديمية الدراسات العلمية، د.ت)، ص28.

4- محمد عبيدات و محمد أبو نصار و عقلة مبيضين: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، المرجع السابق، ص84

5- رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، المرجع السابق ص161.

المطلب الثالث: مجال الدراسة وأدواتها.

1. مجال الدراسة:

المجال الجغرافي: تم إجراء الدراسة في ولاية الوادي.

المجال الزمني: تم إجراء الدراسة الميدانية خلال شهر أبريل.

المجال البشري: استهدفت هذه الدراسة عينة من النساء الواد يبلغ عددهن (200) امرأة يمثلن المجتمع الدراسة.

2. أداة البحث:

تهدف الدراسة الحالية إلى معرفة الاستخدامات و الإشباعات المحققة من مشاهدة المسلسلات المدبلجة لدى المرأة السوفية، ولتحقيق ذلك قمت بإعداد استبيان لرصد وجهة نظر المرأة السوفية.

ونعني بالاستبيان: "هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين".¹

ويعني أيضا: "قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقة ترسل إلى عدد كبير من أفراد المجتمع الذين يكونون العينة الخاصة بالبحث".²

ويعن أيضا: "هو مجموعة من الأسئلة التي يطرحها الباحث على المبحوثين وفق توقعاته للموضوع".³

وتتكون استمارة الاستبيان هذه الدراسة على مجموعة من الأسئلة وهي:

- أسئلة متعلقة بالبيانات الشخصية (1-2-3-4).
- أسئلة متعلقة بأنماط و عادات المشاهدة (1-2-3-4-5-6-7).
- أسئلة متعلقة بالدوافع المشاهدة (1-2).
- أسئلة متعلقة بالإشاعات المحققة من المشاهدة (1-2-3-4-5).

1- محمد عبيدات و محمد أبو نصار و عقلة مبيضين: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، المرجع السابق، ص63.

2- مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، المرجع السابق، ص165.

3- عقيل حسين عقيل: فلسفة مناهج البحث العلمي، (لابط، لاجم، الدار الحكمة، 1999م)، ص149.

3. صدوق وثبات الأداة:

ونعني بالثبات من خلال ما يؤكد التعريف الشائع له وهو أنه يشير إلى إمكانية الاعتماد على أداة القياس على الاختيار وهذا يعني أن الثبات: "هو أن يعطي نفس النتائج باستمرار إذ ما استخدم الاختيار أكثر من مرة تحت ظروف مماثلة".

أما الصدق: "هو أن يقيس الاختيار أو الأداة ما وضعت لقياسه، وتحقيق صدق الأداة أكثر أهمية، ولا شك من تحقيق الثبات لأنه قد تكون أداة القياس أو الاختيار ثابتة ولكنها غير صادقة"¹.

وقد تم تقييم الاستمارة من طرف الأستاذ الفاضل رشيد خضير، والذي أعطى ملاحظات هامة وتم تصحيح الاستمارة وفق ملاحظاته، وكذلك نفس الشيء بالنسبة للأستاذ الفاضل ميسة هشام، وعند استرجاع الاستمارة من عند المحكمين أخذت بآرائهم بغين الاعتبار وإجراء بعض التعديلات عليها.

1- فاطمة عوض صابر، ميرفت على خفاجة: اسس ومبادئ البحث العلمي (ط1)، الاسكندرية، مكتبة الاشعاع الفنية، 2002م)، ص 167-168.

الفصل الثاني: عرض النتائج ومناقشتها

تمهيد:

كما نعلم أن هذه الدراسة تتناول موضوع الاستخدامات و الإشباعات المحققة من مشاهدة المسلسلات المدبلجة لدى المرأة السوفية مع التطبيق على عينة بلغ حجمها (200 مفردة) وبناء على الأسئلة التي تحاول الدراسة الإجابة عنها، والبيانات التي تم جمعها وتحليلها، سيتم عرض أهم النتائج وتفسيرها ومناقشتها في ضوء الإطار النظري للبحث.

المطلب الأول: عرض النتائج و تحليلها.

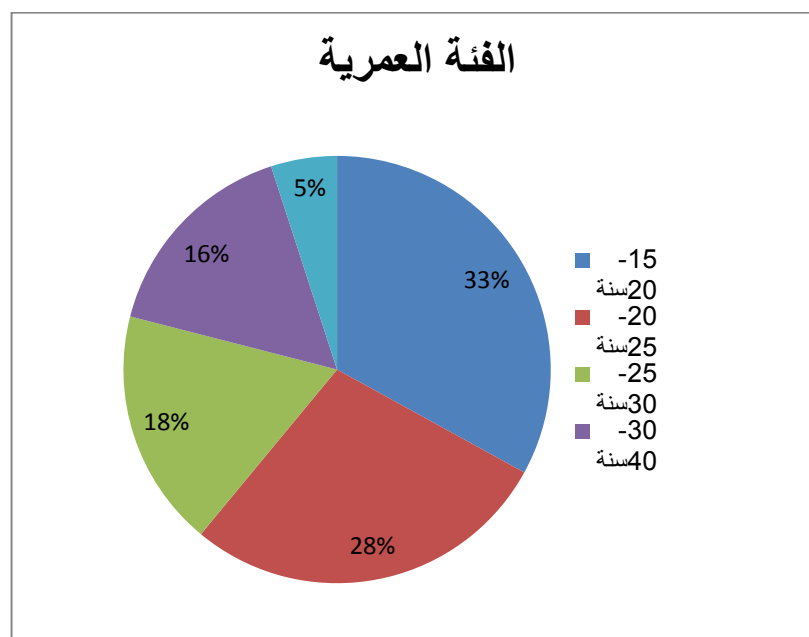
1. المعلومات الشخصية:

جدول رقم (01): يوضح توزيع العينة حسب الفئات العمرية.

فئات العمر	التكرار	النسبة المئوية
15 إلى 20 سنة	66	33%
20 إلى 25 سنة	56	28%
25 إلى 30 سنة	36	18%
30 إلى 40 سنة	32	16%
40 فما فوق	10	5%
المجموع	200	100%

يتضح من بيانات الجدول رقم (01) أن النسبة الأكبر هي 33% هي الفئة العمرية من 15 - 20 سنة تليها فئة من 20 - 25 سنة بنسبة 28%، ثم الفئة العمرية من 25-30 سنة بنسبة 18 %، تليها الفئة العمرية 30-40 سنة بنسبة 16 %، أما أدى نسبة فهي الفئة 40 فما فوق بنسبة 5%.

رسم بياني رقم (01): يمثل توزيع العينة حسب الفئات العمرية.

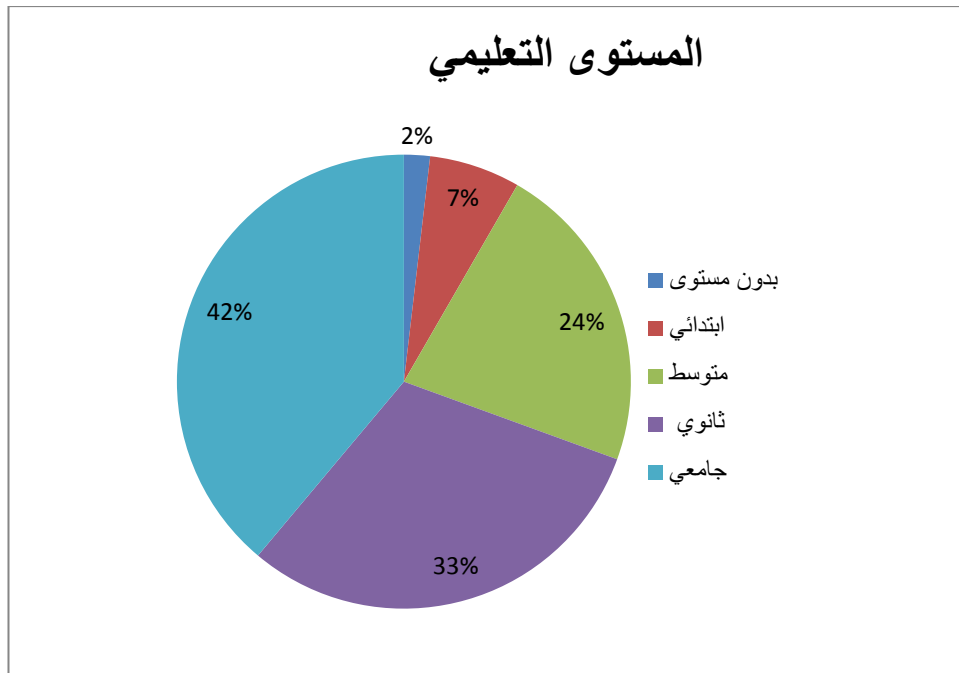


جدول رقم (02): يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
2%	8	بدون مستوى
7%	14	ابتدائي
24%	48	متوسط
33%	46	ثانوي
42%	84	جامعي
100%	200	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (02) أن نسبة النساء الحاصلات على الشهادة الجامعية هي الأعلى إذ بلغت نسبتهن 42% من عينة الدراسة، كما أن نسبة الثانوي فبلغت 33% ثم نسبة المتوسط بلغت 24%، ثم نسبة الابتدائي بلغت 7%، ثم نسبة بدون مستوى بلغت 2%.

رسم بياني رقم (02): يمثل توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

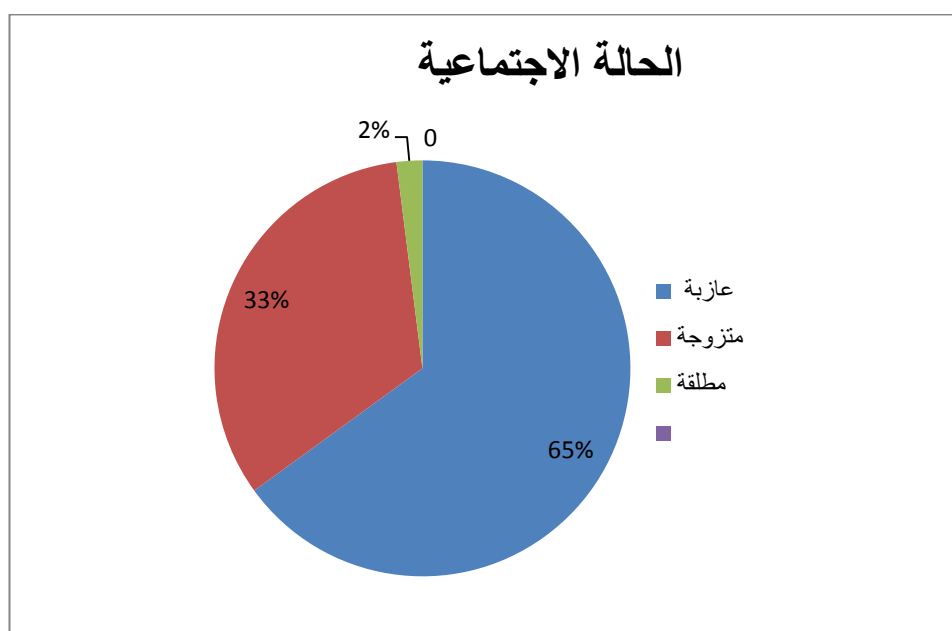


جدول رقم (03): يوضح توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية.

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية
65%	130	عازبة
33%	66	متزوجة
2%	4	مطلقة
100%	200	المجموع

تلاحظ من خلال الجدول (03) أن مجتمع الدراسة يتكون من 65% من نساء عازبات و 33% من متزوجين و 2% مطلقين.

رسم بياني رقم (03): يمثل توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية.

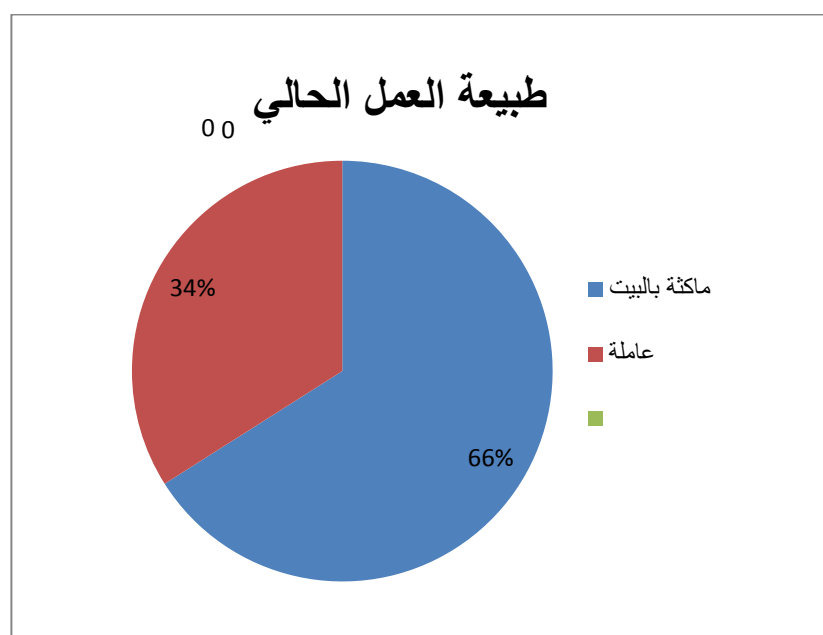


جدول رقم (04): يوضح توزيع العينة حسب طبيعة العمل الحالي.

طبيعة العمل الحالي	التكرار	النسبة المئوية
ماكثة بالبيت	132	66%
عاملة	68	34%
المجموع	200	100%

تلاحظ من خلال الجدول رقم (04) أن نسبة المرأة الماكثة بالبيت أكبر نسبة وهي 66%، ثم تليها نسبة المرأة العاملة بنسبة 34%.

رسم بياني رقم (04): يمثل توزيع العينة حسب طبيعة العمل الحالي.



2. أنماط وعادات مشاهدة المسلسلات المدبلجة:

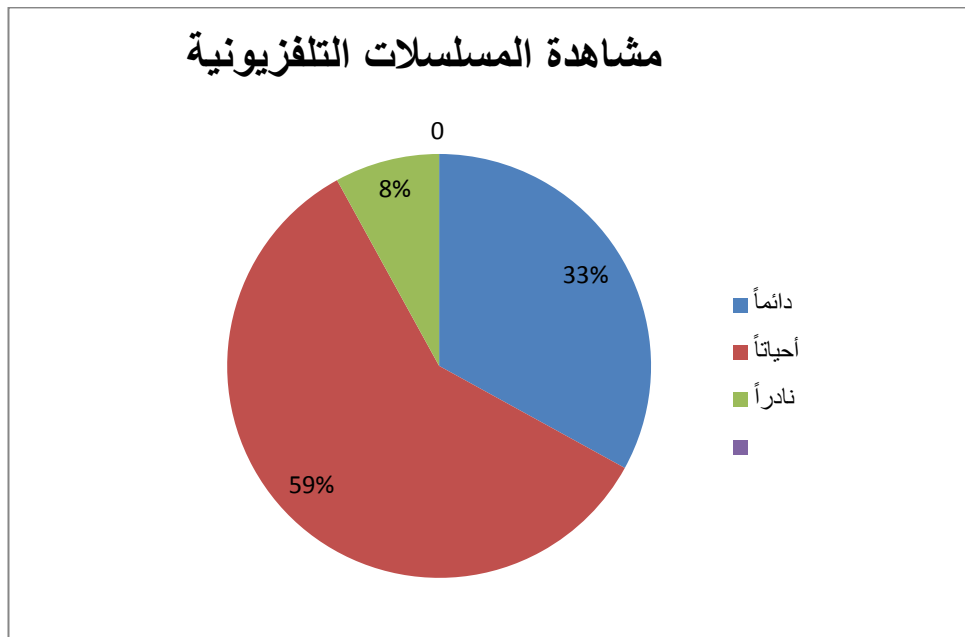
جدول رقم (05): يوضح توزيع العينة حسب مشاهدة المسلسلات التلفزيونية.

النسبة المئوية	التكرار	مدى المشاهدة
33%	66	دائماً
59%	118	أحياناً
8%	16	نادراً
0%	0	أبداً
100%	200	المجموع

يتضح من بيانات الجدول رقم (05) أن أكبر نسبة مشاهدة المسلسلات التلفزيونية هي

نسبة أحياناً بنسبة 59%، ثم تليها نسبة دائماً بنسبة 33%، ثم بنسبة نادراً بنسبة 8%.

رسم بياني رقم (05): يمثل توزيع العينة حسب مشاهدة المسلسلات التلفزيونية.



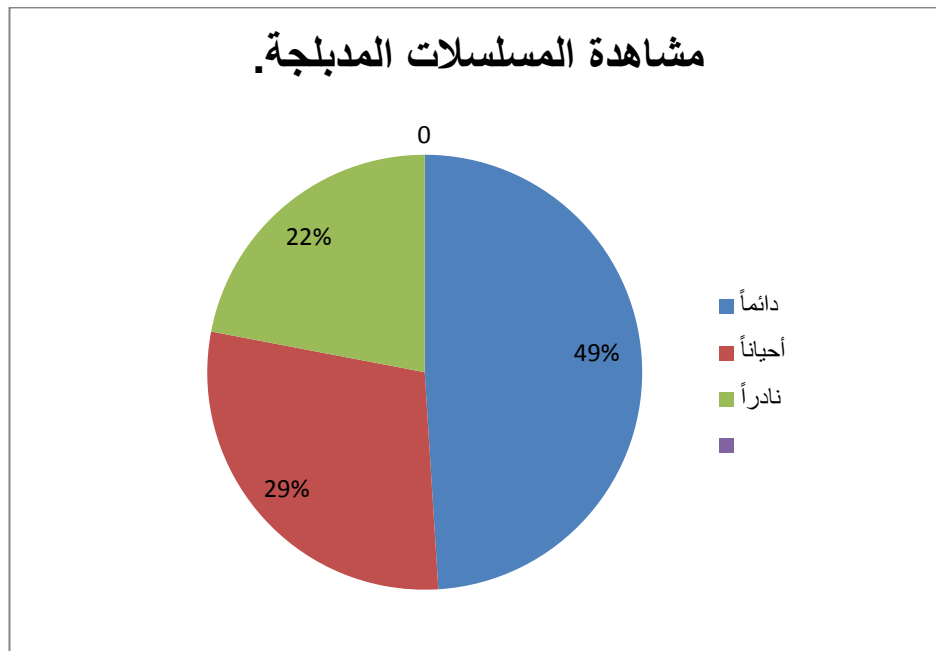
جدول رقم (06): يوضح توزيع العينة حسب مشاهدة المسلسلات المدبلجة.

مدى المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	98	49%
أحياناً	58	29%
نادرًا	44	22%
أبداً	0	0%
المجموع	200	100%

يتضح من بيانات الجدول رقم (06) أن أكبر نسبة مشاهدة المسلسلات المدبلجة هي نسبة دائماً بنسبة 49%، ثم تليها نسبة أحياناً بنسبة 29%، ثم بنسبة نادرًا بنسبة 22%.

مما يدل على أن نسبة عالية من المبحوثين يشاهدون المسلسلات المدبلجة بما يوحي إلى الشغف المرأة وحرصها على متابعتها بما تحمله من فكر وثقافة قد تغير من عادات وتقاليد المجتمع السعودي.

رسم بياني رقم (06): يمثل توزيع العينة حسب مشاهدة المسلسلات المدبلجة.



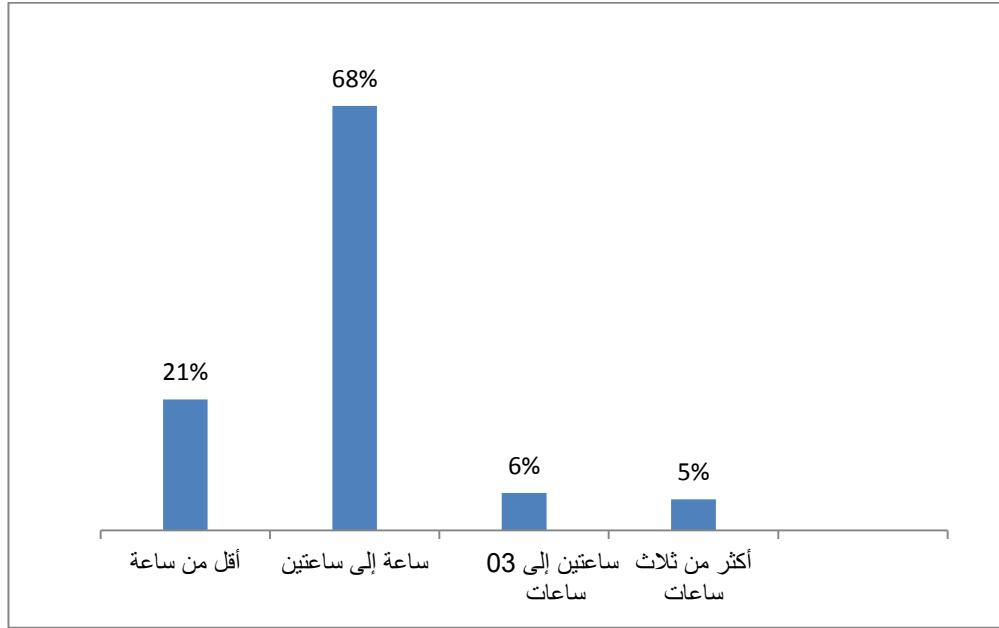
جدول رقم (07): يوضح عدد ساعات التي تقضيها المرأة في مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	42	21%
من ساعة إلى ساعتين	136	68%
من ساعتين إلى 03 ساعات	12	6%
أكثر من ثلاث ساعات	10	5%
المجموع	200	100%

تشير بيانات الجدول رقم (07) إلى أن نسبة عدد ساعات مشاهدة المسلسلات المدبلجة في اليوم الواحد بلغت 68% للذين يشاهدون من ساعة إلى ساعتين، 21% للذين يشاهدون أقل من ساعة، و6% للذين يشاهدون من ساعتين إلى ثلاث ساعات، و5% للذين يشاهدون أكثر من ثلاث ساعات.

وننتج الجدول السابق تدل على أن المرأة تشاهد المسلسلات بنسب متفاوتة يغلب عليها متوسط المشاهدة للقنوات الفضائية وهذا و قد يكون نظرا للتوازن ما بين المشاهدة وانشغالاتها المنزلية.

رسم بياني رقم (07): يمثل عدد ساعات التي تقضيها المرأة في مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.



جدول رقم (08): يوضح الفترة المفضلة لمشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.

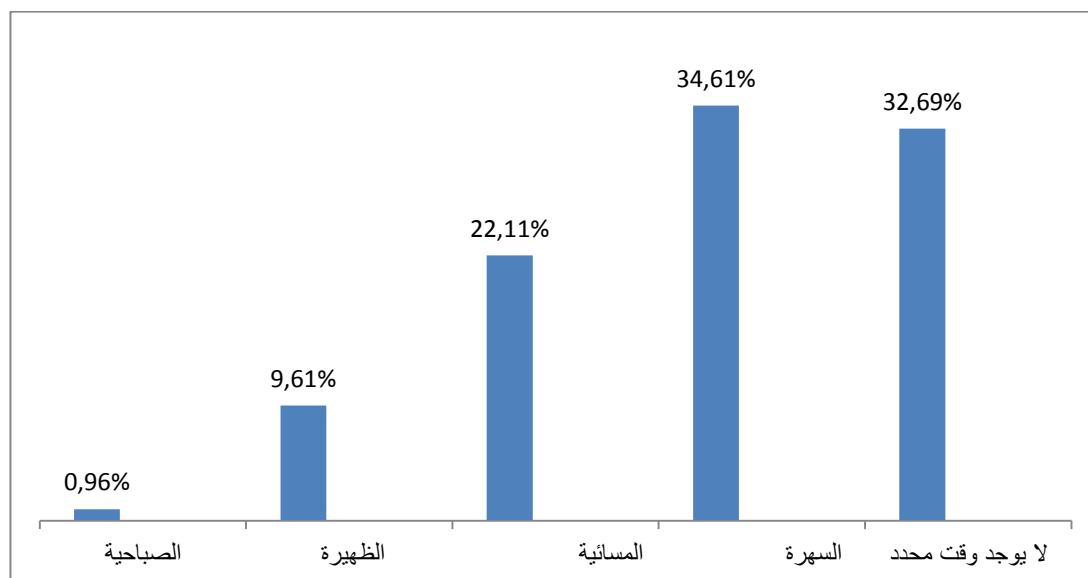
الفترة الزمنية	التكرار	النسبة المئوية
الفترة الصباحية	2	0.96%
الفترة الظهرية	20	9.61%
الفترة المسائية	46	22.11%
فترة السهرة	72	34.61%
لا يوجد وقت محدد	68	32.69%
المجموع	208*	100%

*يسمح بالإجابة على هذا السؤال بأكثر من اقتراح

تشير بيانات الجدول رقم(08) إلى أن المبحوثين يفضلون مشاهدة المسلسلات المدبلجة في فترة السهرة بنسبة 34.61% ثم لا يوجد وقت محدد بنسبة 32.69%، تليها فترة المساء بنسبة 22.11%، ثم تليها فترة الظهيرة بنسبة 9.61% يليها الفترة الصباحية بنسبة 0.96%.

عموما فإن فترة مشاهدة المرأة للمسلسلات هي فترة السهرة بالنسبة لعدد كبير من المبحوثات وبالتالي فإن فترة التعرض للمسلسلات المدبلجة مرتبطة بالوقت المناسب والمتاح بالدرجة الأولى واهتمامهن بالإنشغالات المنزلية تجعلهن تحددن فترة المشاهدة، وهذا ما يدل على أن عملية المشاهدة لديهن ليست عشوائية وإنما يوظفها عامل التوقيت، وهذا ما تؤكد عليه نتائج الدراسة بأن أفضل توقيت لمشاهدة هذه المسلسلات هي فترة السهرة.

رسم بياني رقم (08): يمثل الفترة المفضلة لمشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.



جدول رقم (09): يوضح مدى تفضيل المسلسلات المدبلجة حسب منشئها.

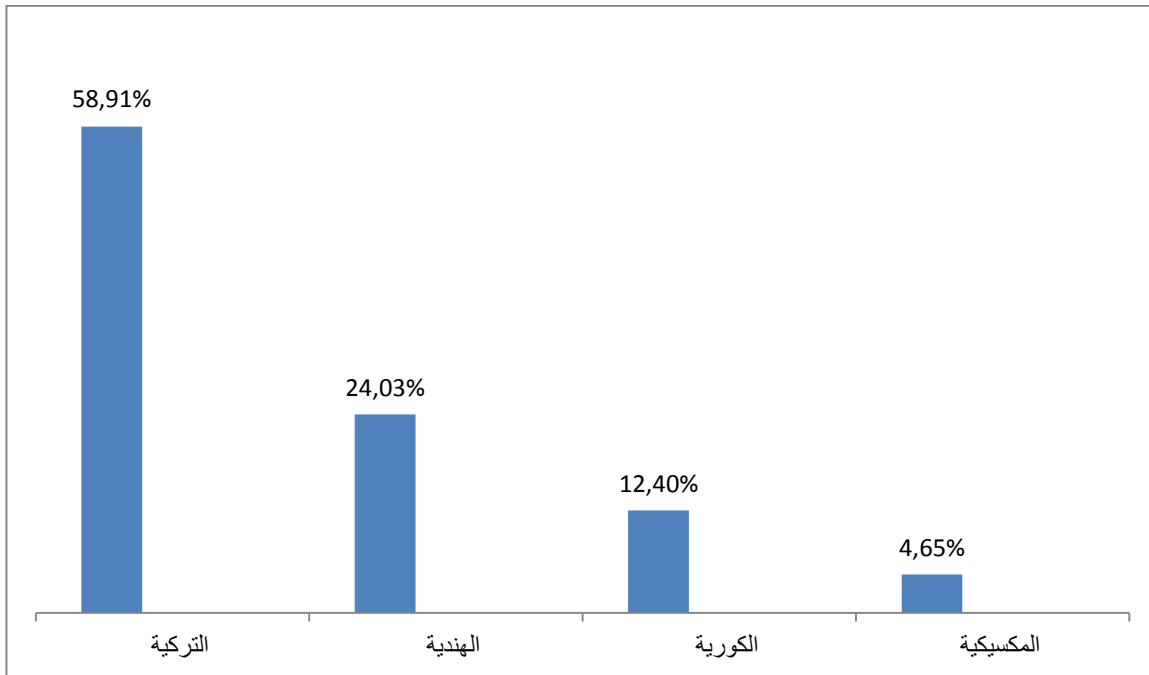
النسبة المئوية	التكرار	حسب المنشئ
58.91%	152	المسلسلات التركية
24.03%	62	المسلسلات الهندية
12.40%	32	المسلسلات الكورية
4.65%	12	المسلسلات المكسيكية
/	/	مسلسلات اخرى
100%	258*	المجموع

* يسمح بالإجابة على هذا السؤال بأكثر من اقتراح

تشير بيانات الجدول رقم (09) إلى أن المسلسلات التركية احتلت المرتبة الأولى بين مستويات التفضيل للمرأة بنسبة بلغت 58.91%، فيما احتلت المسلسلات الهندية المرتبة الثانية بنسبة بلغت 24.03%، فيما احتلت المسلسلات الكورية المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 12.40%، ، فيما احتلت المسلسلات المكسيكية المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 4.65%.

ونتائج الجدول السابق تدل على أن المسلسلات التركية الأكثر تفضيلا لتلك المسلسلات .

رسم بياني رقم (09): يمثل مدى تفضيل المسلسلات المدبلجة حسب منشئها.

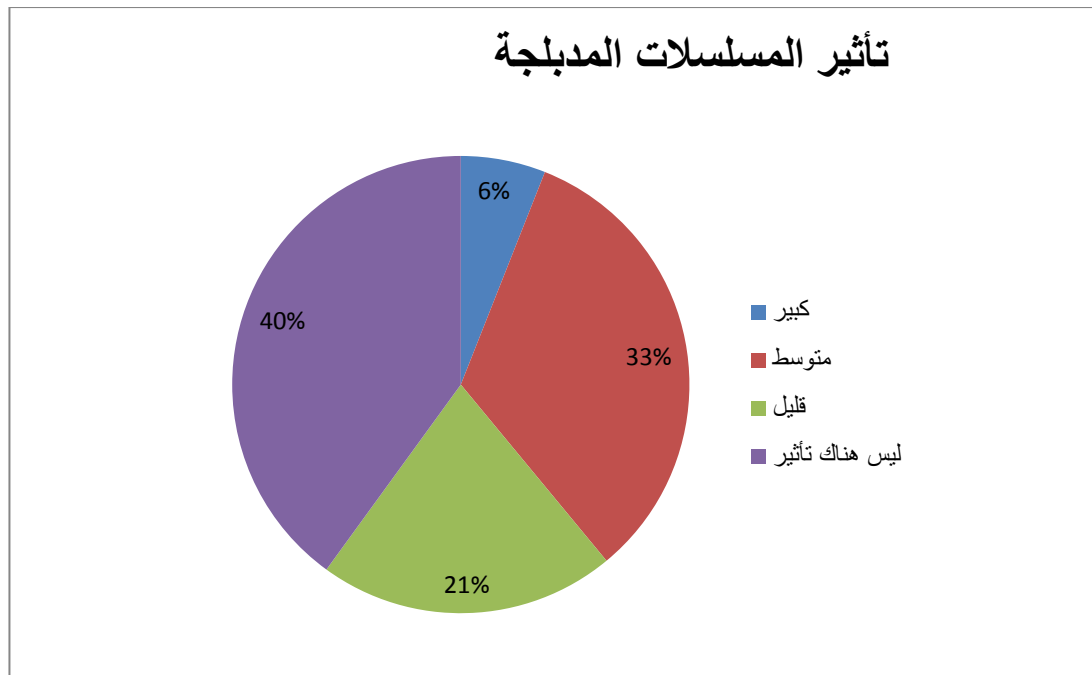


جدول رقم (10): يوضح تأثير المسلسلات المدبلجة في زيادة حجم المشاهد للقنوات الفضائية.

النسبة المئوية	التكرار	تأثير المسلسلات المدبلجة في زيادة حجم المشاهد للقنوات الفضائية
6%	12	كبير
33%	66	متوسط
21%	42	قليل
40%	80	ليس هناك تأثير
100%	200	المجموع

يبين الجدول رقم (10) أن المسلسلات المدبلجة لا تؤثر في زيادة حجم المشاهد للقنوات الفضائية وذلك بنسبة 40% ثم تليها نسبة متوسط في زيادة حجم المشاهد تقدر 33%، ثم نسبة قليل تقدر 21% أما أدنى نسبة فهي نسبة كبير فقدر بـ 6%.

رسم بياني رقم (10): يمثل تأثير المسلسلات المدبلجة في زيادة حجم المشاهد للفتنات الفضائية.

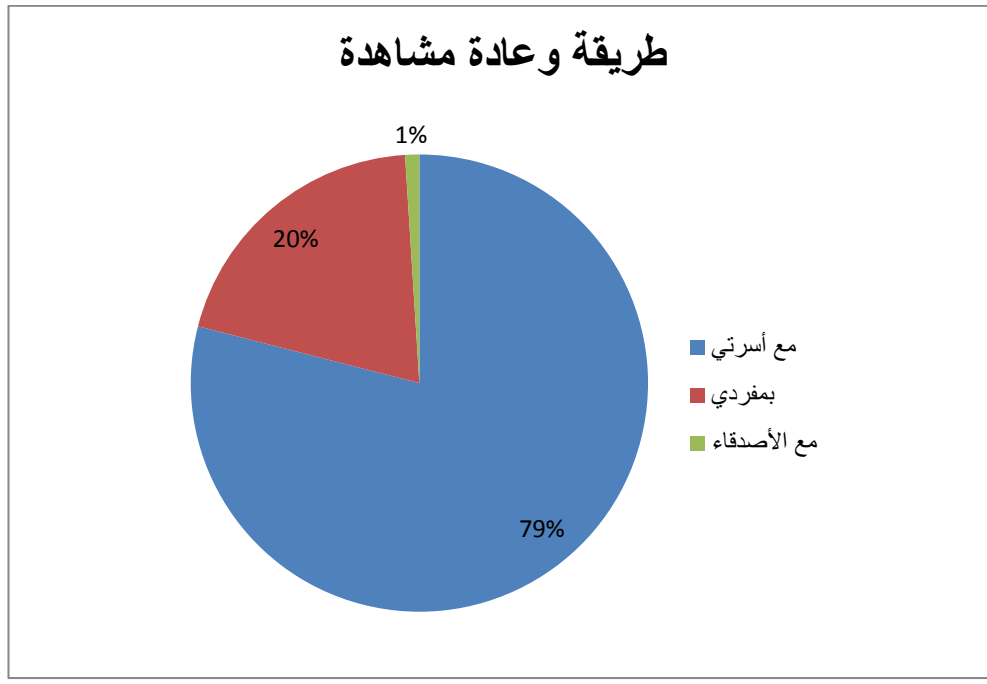


جدول رقم (11): يوضح طريقة وعادة مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.

طريقة وعادة مشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
مع أسرتي	158	79%
بمفردي	40	20%
مع الاصدقاء	2	1%
المجموع	200	100%

تشير بيانات الجدول رقم (11) إلى أن المبحوثين يشاهدون في العادة المسلسلات المدبلجة مع أفراد الأسرة، ثم بمفردهم ثم مع أصدقائهم و يرجع ذلك إلى طبيعة المجتمع السوفي الذي تتميز فيه العادات والتقاليد بتجمع الأسرة الواحدة مع بعضها البعض للمشاهدة وتبادل الحديث والنقاش وخاصة فترة السهرة كما أشارت النتائج السابقة.

رسم بياني رقم (11): يمثل طريقة وعادة مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.



3. دوافع مشاهدة المرأة للمسلسلات المدبلجة:

جدول رقم (12): يوضح دوافع مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.

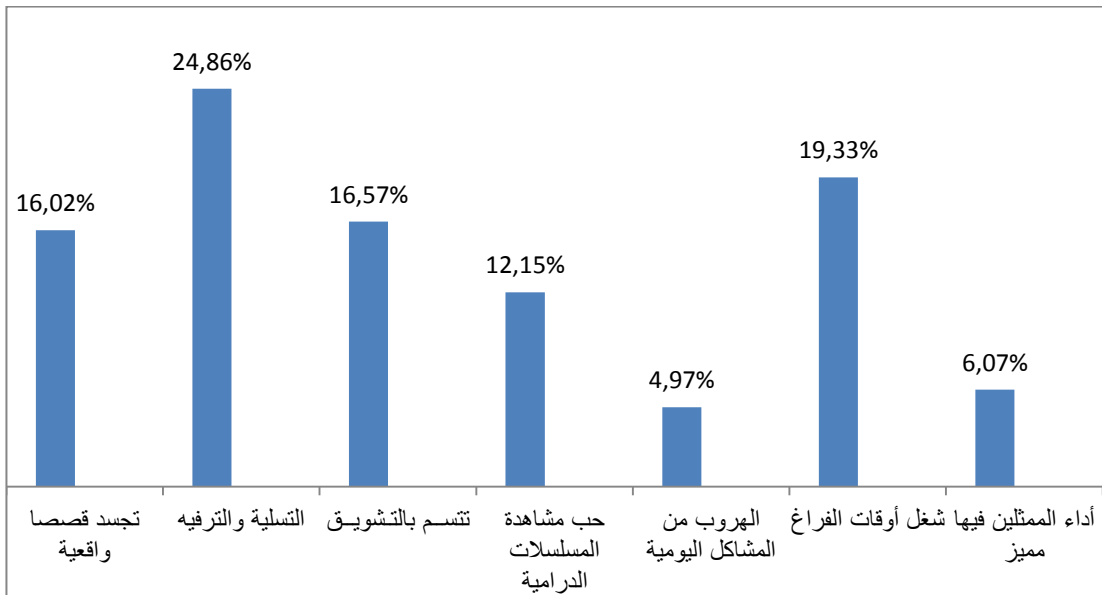
دوافع المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
لأنها تجسد قصصا واقعية	58	16.02%
من أجل التسلية والترفية	90	24.86%
لأنها تتسم بالتشويق	60	16.57%
لأنني أحب مشاهدة المسلسلات الدرامية	44	12.15%
الهروب من المشاكل اليومية	18	4.97%
شغل أوقات الفراغ	70	19.33%
لأن أداء الممثلين فيها مميز	22	6.07%
أخرى	/	/
المجموع	*362	100%

* يسمح بالإجابة على هذا السؤال بأكثر من اقتراح

تشير بيانات الجدول (12) إلى أن الدافع التسلية والترفيه حصل على نسبة 24.86%، فيما حصل الدافع شغل أوقات الفراغ على نسبة 19.33%، ثم الدافع التشويق بنسبة 16.57%، ثم الدافع تجسد قصصا واقعية بنسبة 16.02%، يليه الدافع حب مشاهدة المسلسلات الدرامية بنسبة 12.15%، يليه الدافع أداء الممثلين فيها مميز بنسبة 6.07%، يليه الدافع الهروب من المشاكل اليومية بنسبة 4.97%.

من خلال ماتقدم يتبين أن التسلية والترفيه هو الدافع الأساسي للتعرض للمسلسلات المدبلجة وعليه نلاحظ إرتباطا بين هذا الدافع وإهتمام المرأة بمشاهدة هذه المسلسلات وبالتالي نستنتج أن الدوافع الكامنة وراء التعرض هي التي تحدد نوع المحتوى الذي تتعرض له المرأة، و مع إختلاف دوافع المشاهدة فإننا نتوقع مظاهر وعادات المشاهدة، حيث تكتسب المرأة عادات التعرض لأنها تمثل أحد معاملي التفضيل عندها بإعتبار أن التعرض ليس إستجابة بمجرد وجود وسيلة أو بداية مسلسل لكنه يتم بطريقة تلقائية.

رسم بياني رقم (12): يمثل دوافع مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.



جدول رقم (13): يوضح أهم القنوات الفضائية التي تفضل المرأة مشاهدة المسلسلات المدبلجة فيها.

أهم القنوات الفضائية	التكرار	النسبة المئوية
MBC1	84	%26.58
MBC4	82	%25.94
MBC دراما	56	%17.72
CBC	4	%1.26
CBC دراما	14	%4.43
CBC+2	10	%3.16
زي ألوان	54	%17.08
دبي	4	%1.26
أبوظبي	2	%0.63
أبوظبي دراما	6	%1.89
أخرى	/	/
المجموع	*316	%100

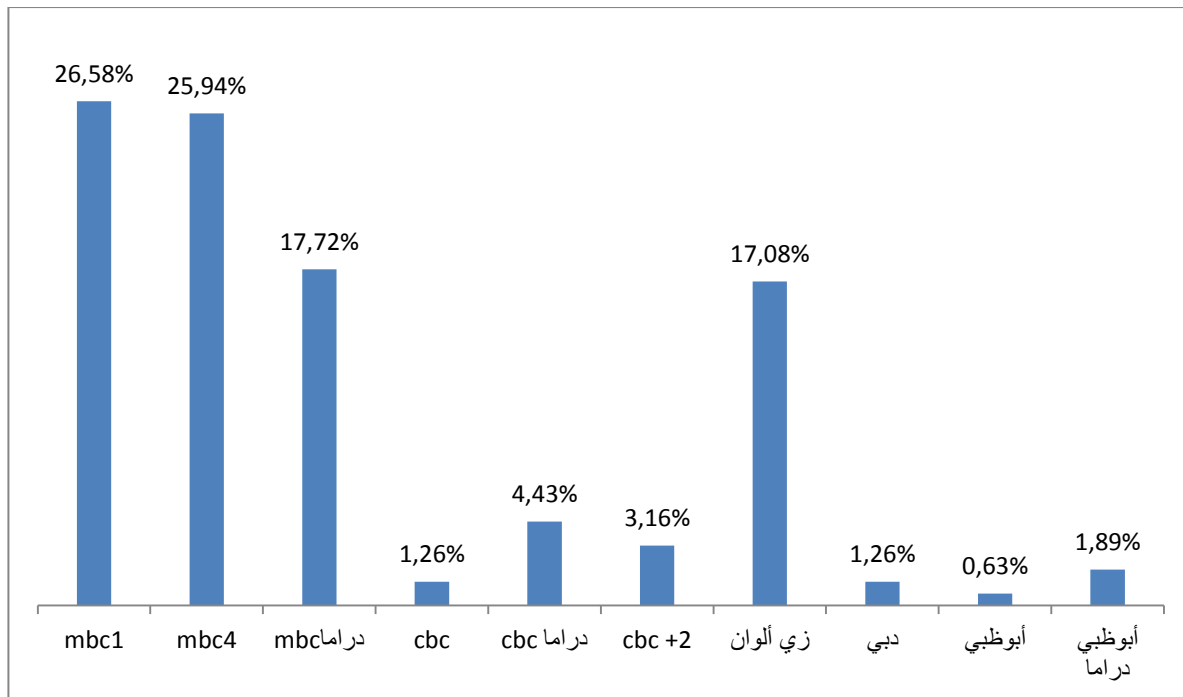
* يسمح بالإجابة على هذا السؤال بأكثر من افتراح

يلاحظ من الجدول رقم (13) أن أكثر القنوات الفضائية التي تقدم المسلسلات المدبلجة وتشاهدها المرأة جاءت على التوالي: احتلت المرتبة الأولى في المشاهدة mbc1، يليها mbc4 ، ثم mbc دراما، يتبعها zee زي ألوان، يليها CBC دراما، ثم CBC+2 ثم أبوظبي دراما يتبعها كلا من CBC و دبي وأخيرا أبوظبي.

ونلاحظ أن القنوات الفضائية التي تتبع القطاع الخاص من أكثر القنوات التي تعرض المسلسلات المدبلجة بأنواعها المختلفة وتشاهدها وتتابعها المرأة.

وهذا ما يتضح من خلال المواد الترفيهية التي تحمل مضامين لا تتفق وأحيانا تتعارض مع قيم وسلوكيات المجتمع السوفي، كما هو الحال مجموعة شبكة MBC التي تعد أكثر الشبكات التي تقدم المسلسلات المدبلجة وتشاهدها المرأة.

رسم بياني رقم (13): يمثل أهم القنوات الفضائية التي تفضل المرأة مشاهدة المسلسلات المدبلجة فيها.



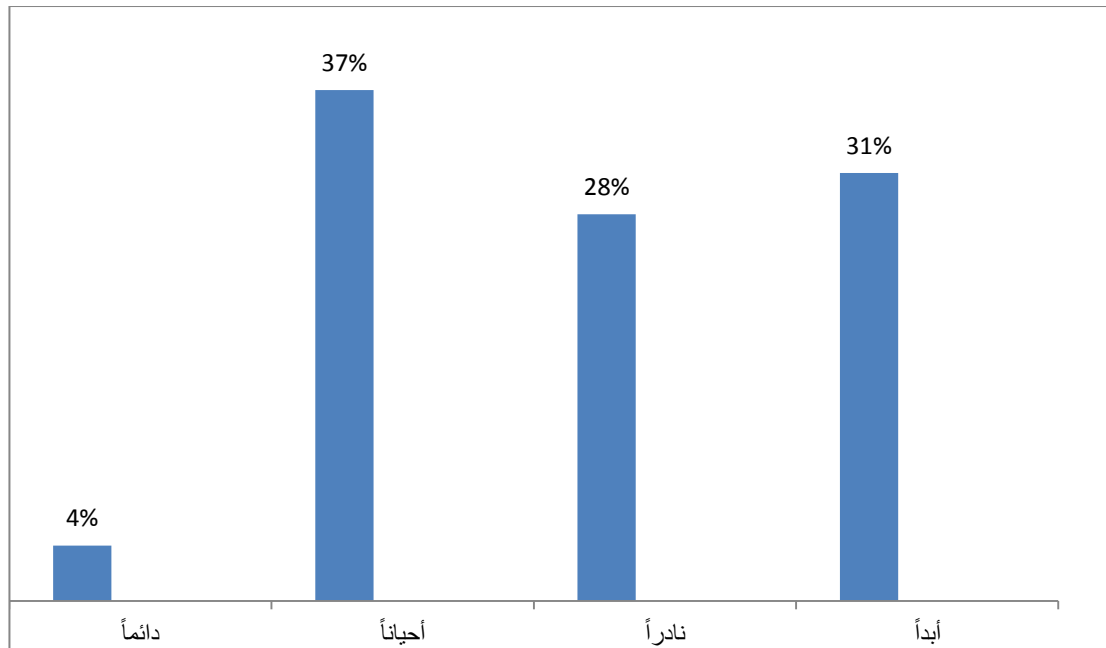
4. الإشباع المحققة من للمسلسلات المدبلجة:

جدول رقم (14): يوضح مدى تلبية المسلسلات المدبلجة جميع اهتمامات المرأة.

النسبة المئوية	التكرار	مدى تلبية المسلسلات المدبلجة اهتمامات المرأة
4%	8	دائماً
37%	74	أحياناً
28%	56	نادراً
31%	62	أبداً
100%	200	المجموع

يتضح من بيانات الجدول رقم (14) أن تلبية المسلسلات المدبلجة جميع اهتمامات المرأة أحياناً بنسبة 37% كما بلغت نسبة أبداً 31%، و نادراً بنسبة 28% و دائماً بنسبة 4%. وهذا ما يدل على مدى تلبية المسلسلات المدبلجة جميع اهتمامات المرأة.

رسم بياني رقم (14): يمثل مدى تلبية المسلسلات المدبلجة جميع اهتمامات المرأة.



جدول رقم (15): يوضح الإشباع المحققة من مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.

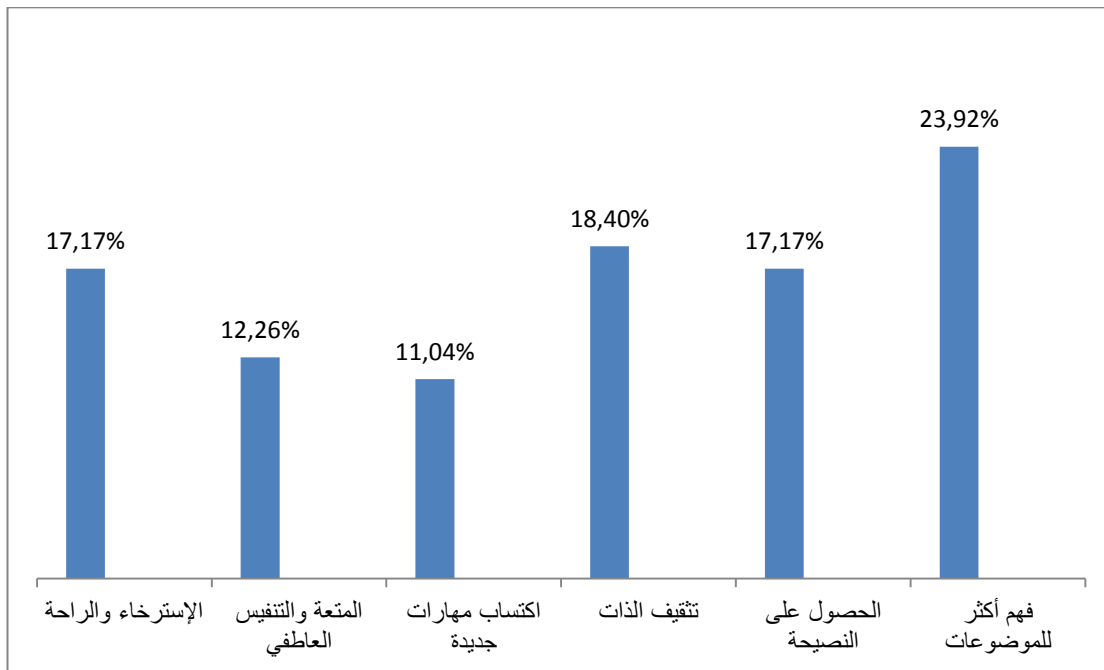
النسبة المئوية	التكرار	الإشباع المحققة
17.17%	56	الإسترخاء والراحة
12.26%	40	المتعة والتنفيس العاطفي
11.04%	36	اكتساب مهارات جديدة
18.40%	60	تقوية الذات
17.17%	56	الحصول على النصيحة
23.92%	78	فهم أكثر للموضوعات
/	/	أخرى
100%	326*	المجموع

*يسمح بالإجابة على هذا السؤال بأكثر من اقتراح

يتضح من بيانات الجدول رقم (15) أن نسبة فهم أكثر للموضوعات جاءت بـ 23.92% تليها نسبة تثقيف الذات بـ 18.40%، تليها نسبة كلا من الإسترخاء والراحة و الحصول على النصيحة بـ 17.17%، ثم تليها نسبة المتعة والتنفيس العاطفي بـ 12.26% ثم نسبة اكتساب مهارات جديدة بـ 11.04%.

تشير الإحصائيات الواردة في الجدول إلى تنوع في الإشباعات المتحققة للمرأة المتعرضة للسلسلات المدبلجة وتأتي في مقدمتها فهم أكثر للموضوعات، تثقيف الذات، الإسترخاء والراحة، ويرى سواسون إمكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباعات المتحققة، فبرنامج الترفيه والدراما يمكن أن تحقق إشباع "التنفيس" الذي يتمثل في خبرات الاستشارة، والتخلص من التوتر والقلق والهروب من المشاكل اليومية¹.

رسم بياني رقم (15): يمثل الإشباعات المحققة من مشاهدة هذه السلسلات المدبلجة.



¹ - حسن عماد مكاوي، وليلى حنين السيد، المرجع السابق، ص 249.

جدول رقم (16): يوضح اتجاه المرأة إزاء مشاهدة هذه المسلسلات.

الاتجاه العبارات		موافقة		معارضة		محايدة		المجموع	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
تعمل المسلسلات المدبلجة على نشر ثقافات اجنبية غربية على مجتمعاتنا.		78%	156	11%	22	11%	22	100%	200
في متابعة المسلسلات المدبلجة ضياح للوقت.		50%	100	27%	54	23%	46	100%	200
المسلسلات المدبلجة تهتم بعرض الأزياء.		60%	120	13%	26	27%	54	100%	200
في بعض الأحيان أشعر بالملل والضيق من طول عدد حلقات هذه المسلسلات.		79%	158	11%	22	10%	20	100%	200

حملت استجابات المبحوثين الواردة في الجدول رقم (16) اتجاهات إزاء المسلسلات المدبلجة فقد جاءت في ما يخص عمل هذه المسلسلات المدبلجة على نشر ثقافات اجنبية غربية على مجتمعاتنا، وذلك بنسبة موافقة بلغت 78%، أما في متابعة المسلسلات المدبلجة ضياح للوقت وذلك بنسبة موافقة بلغت 50%، أما في ما يتعلق بالمسلسلات المدبلجة تهتم بعرض الأزياء فقد بلغت نسبة موافقة 60%، وأما شعور المبحوثين في بعض الأحيان أشعر بالملل والضيق من طول عدد حلقات هذه المسلسلات فقد بلغت نسبة موافقة 79%.

جدول رقم (17): يوضح آثار تعرض المرأة لمشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.

المجموع		أبداً		نادراً		أحياناً		دائماً		آثار التعرض العبارات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100	200	%54	180	%20	40	%21	42	%5	10	تقليد شخصية ظهرت في هذه المسلسلات في اختيار لون الملابس.
%100	200	%53	106	%17	34	%24	48	%6	12	تقليد شخصية ظهرت في هذه المسلسلات في اختيار موضة العصر.
%100	200	%57	114	%14	28	%23	46	%6	12	تقليد شخصية ظهرت في هذه المسلسلات في اختيار الملابس.
%100	200	%50	100	%26	52	%20	40	%4	8	ألغي موعد مهماً من أجل متابعة هذه المسلسلات.
%100	200	%13	26	%9	18	%29	58	%49	98	أتضايق في فترة الإعلانات خلال بث هذه المسلسلات.
%100	200	%17	34	%20	40	%43	56	20%	40	بعد مشاهد هذه المسلسلات أشعر بمتعة.

أفاد المبحوثين بمحدودية الآثار المترتبة على تعرضهم للسلسلات المدبلجة، وفقاً لإستجاباتهم الواردة في الجدول رقم (17) والتي تحمل دلالة مهمة على وجود تأثيرات سلوكية وأخرى وجدانية تحدث لهم جراء تعرضهم لهذه السلسلات. ومن أبرز الآثار الوجدانية شعور 49% من نسبة المبحوثين بالضيق "دائماً" فترة الإعلانات خلال بث هذه السلسلات، وشعور 43% "أحياناً" بالمتعة بعد مشاهد هذه السلسلات، أما الآثار السلوكية فقد تمثلت في عدم تقليد شخصية ظهرت في هذه السلسلات في اختيار لون الملابس بنسبة 54% و اختيار موضة العصر بنسبة 57% و اختيار الملابس بنسبة 53%، أما عدم ألغي موعد مهماً من أجل متابعة هذه السلسلات بنسبة 50%.

جدول رقم (18): يوضح تقييم السلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية.

النسبة المئوية	التكرار	التقييم
0%	0	أرى السلسلات المدبلجة إيجابية جداً
0%	0	أرى السلسلات المدبلجة إيجابية نوعاً ما
63%	126	أرى السلسلات المدبلجة بعضها إيجابي وبعضها سلبي
21%	42	لا أعرف (محايدة)
16%	32	أراها كلها سلبية
100%	200	المجموع

يبين الجدول رقم (18) تقييم السلسلات المدبلجة وجاء تقييم بعضها إيجابي وبعضها سلبي بنسبة كبيرة جداً بلغت 63%، فيما جاء تقييم لا أعرف (محايدة) بنسبة 21%، أما نسبة تقييم كلها سلبية فبلغت 16%.

المطلب الثاني: استخلاص النتائج.

في ضوء التحليل الذي تم في المبحث الأول لإجابات عينة الدراسة، فإن هذه المبحث يتناول عرضاً لمجمل النتائج التي توصلت لها، يمكن تلخيص أهم نتائج الدراسة بما يلي:

1. أوضحت الدراسة أن عدد ساعات مشاهدة المسلسلات المدبلجة في اليوم الواحد بلغت بلغت 68% للذين يشاهدون من ساعة إلى ساعتين، 21% للذين يشاهدون أقل من ساعة، و 6% للذين يشاهدون من ساعتين إلى ثلاث ساعات، و 5% للذين يشاهدون أكثر من ثلاث ساعات
2. تصدر قناة mbc1 القنوات الفضائية التي تعرضت إليها المرأة، يليها mbc4 ، ثم mbc دراما.
3. بينت الدراسة أن المبحوثين يشاهدون في العادة المسلسلات المدبلجة مع أفراد الأسرة ثم بمفرهم.
4. بينت الدراسة أن المبحوثين يفضلون مشاهدة للمسلسلات المدبلجة في فترة السهرة 34.61% ثم لا يوجد وقت محدد بنسبة 32.69%، تليها فترة المساء بنسبة 22.11%، ثم تليها فترة الظهيرة بنسبة 22.11% يليها الفترة الصباحية بنسبة 0.96%.
5. تمثلت أهم دوافع التعرض للمسلسلات المدبلجة في كل من: تحقيق التسلية و الترفيه حصل على نسبة 24.86%، فيما حصل الدافع شغل أوقات الفراغ على نسبة 19.33%، ثم الدافع التشويق بنسبة 16.57%، ثم الدافع تجسد قصصا واقعية بنسبة 16.02%
6. عبر أغلب المبحوثين عن الحاجة إلى أن فهم أكثر للموضوعات جاءت بـ 23.92% تليها نسبة تثقيف الذات بـ 18.40%، تليها نسبة كلاً من الإسترخاء والراحة و الحصول على النصيحة بـ 17.17%، ثم تليها نسبة المتعة والتنفيس العاطفي بـ 12.26% ثم نسبة اكتساب مهارات جديدة بـ 11.04%.

7. بينت الدراسة أن أنالسلسلات المدبلجة لا تؤثر في زيادة حجم المشاهد للقنوات الفضائية وذلك بنسبة 40% ثم تليها نسبة متوسط في زيادة حجم المشاهد تقدر 33%، ثم نسبة قليل تقدر 21% أما ادنى نسبة فهي نسبة كبير فقدر ب 6%.
8. أفاد المبحوثات بأن آثار التعرض للسلسلات المدبلجة تحدث لهم في بعض الأحيان إلا أن استجاباتهم حملت دلالة على وجود تأثيرات سلوكية و وجدانية جراء تعرضهم لهذه السلسلات.
9. أظهرت النتائج أن تقييم السلسلات المدبلجة بعضها إيجابي وبعضها سلبي.

المطلب الثالث: توصيات الدراسة.

من خلال النتائج السابقة تستطيع الباحثة وضع مجموعة من التوصيات تتمثل في الآتي:

1. القيام بتحليل مضامين المسلسلات المدبلجة لتعرّف على الموضوعات والقضايا التي تتناولها.
2. إجراء دراسات مقارنة حول رأي المشاهدين في المسلسلات العربية مقابل المسلسلات المدبلجة لتبيان الأكثر تفضيلاً منها وأسباب ذلك من وجهة نظر المشاهدين.
3. زيادة الاهتمام بالمسلسلات العربية لما له من أهمية في تعزيز الثقافة العربية.
4. نشر الوعي بأهمية التماسك الأسري والحرص على الجلوس والحوار مع الأهل وترشيد استخدام المسلسلات المدبلجة حتي لا تؤثر على التواصل الاجتماعي مع الأسرة.
5. التعامل مع المسلسلات المدبلجة المختلفة كحقيقة واقعة على الأسرة، وانتقاء ما يتفق مع معايير المجتمع السوفي.
6. حث الأسرة السوفية على أن تلعب دوراً أكبر في توجيه أبنائها توجيهاً سليماً.

خاتمة

خاتمة

في ضوء الإقبال الملاحظ لعدد من الفضائيات العربية على عرض المسلسلات المدبلجة، إلا أنه لا يمكن إنكار التشويق الذي ساد أعمالاً كثيرة، والغوص في حكايات كثيرة أضافت إلى المتلقي العربي، وعرفته إلى بلد المنشأ وتبادل الخبرات بين شركات الإنتاج، والأهم خلقت هذه الحالة نوعاً من التواصل بين الثقافات.

ويمكن الاعتراف أن تجربة المسلسلات المدبلجة قد أثبتت جدارتها من خلال ما امتازت به من نكهة خاصة نجحت في فتح شهية المتلقي العربي للإقبال عليها شاعراً أنه بإزاء عمل ينتمي إلى لغته بفضل براعة عملية الدبلجة وإتقانها وهو ما يستحق التقدير والإعجاب.

بما أن نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى التأكيد على أن وسائل الإعلام ليست هي تحدد للجمهور الرسائل الإعلامية التي يحب أن يتلقاها، بل إن الجمهور نفسه يقرر ويحدد الوسائل التي يتعرض لها، والمضمون المناسب له.

وانطلاقاً من هاته الدراسة فقد حاولت معرفة استخدامات المرأة السوفية من مشاهدة المسلسلات المدبلجة و الإشباعات المحققة منها. وتوصلت إلى جملة من النتائج أهمها:

- تمثلت أهم دوافع التعرض للمسلسلات المدبلجة في تحقيق التسلية و الترفيه.
- تفضيل المرأة فترة السهرة لمشاهدة المسلسلات المدبلجة و التي تكون فيها وقت الفراغ بعد انشغالات المنزلية.
- أن القنوات الفضائية التي تتبع القطاع الخاص من أكثر القنوات التي تعرض المسلسلات المدبلجة بأنواعها المختلفة وتشاهدها وتتابعها المرأة.
- تفضيل المرأة المسلسلات التركية على حساب الهندية والكورية والمكسيكية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب

1. أرمان و ميشال ماتلار: تاريخ نظريات الإتصال، ترجمة: نصر الدين لعياضي، الصادر رابح، (ط3، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، د.ت.).
2. حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد: الإتصال ونظرياته المعاصرة، (ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003م).
3. حسن عماد مكاي، عاطف عدلى العبد، نظريات الإعلام، (لا.ط، مصر، دارالعربية، 1428هـ - 2007م).
4. رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، (ط1، عمان، دار دجلة، 1426هـ - 2008م).
5. رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، (لا.ط، لا.م، منتدى سور الأزبكية، 2007م).
6. عبد المجيد محمد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (ط3، مصر، عالم الكتب، 2004م).
7. عبد الرحمن بدوي: مناهج البحث العلمي، (ط3، الكويت، وكالة المطبوعات، 1977م).
8. عقيل حسين عقيل: فلسفة مناهج البحث العلمي، (لا.ط، لا.م، الدار الحكمة، 1999م).
9. فاطمة عوض صابر، ميرفت على خفاجة: اسس ومبادئ البحث العلمي (ط1، الاسكندرية، مكتبة الاشعاع الفنية، 2002م).
10. فريال مهنا: علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، (ط1، دمشق، دار الفكر، 1422هـ - 2002م).
11. فريد الأنصاري: ابجديات البحث في العلوم الشرعية، (ط1، لا.م، الدار البيضاء، 1417هـ - 1997م).
12. فضيل دليو، الإتصال مفاهيمه - نظرياته - وسائله، (لاط، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003م).
13. محمد منير: المعجم الإعلامي، (لا.ط، مصر، دار الفجر، 2004م).
14. محمد عبيدات و محمد أبو نصار و عقلة مبيضين: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، (ط2، عمان، داروائل، 1999م).

15. محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير (ط1، مصر، الدار العالمية، 2003م).
16. مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، (ط1، لا.م، لا.ن، 2000م).
17. مساعيد بن عبد الله المحيّا: القيم في المسلسلات التلفازية، (ط1، الرياض، دار العاصمة، 1414هـ).
18. مصطفى فؤاد عبيد: مهارات البحث العلمي (لا.ط، فلسطين، أكاديمية الدراسات العلمية، د.ت).
19. ملفين ديفلير، ساندرا ربول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، (لا.ط، مصر، الدار الدولية، 1993م).
20. منال هلال المزاهرة: نظريات الإتصال، (لا.ط، عمان، دار الميسر، 2012م).
- ثانيا: القواميس

21. المنجد في اللغة والإعلام، ط29، منشورات دار المشرق، بيروت، 198م.

ثالثا: الرسائل الجامعية

22. إسماعيل عبد الحافظ العبسي: استراتيجية الإتصال الثقافي في دراما المسلسلات العربية - دراسة تحليلية مقارنة- (رسالة ماجستير في الإعلام و الإتصال)، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2012- 2013م.
23. عبد الله حسين الصفار: اتجاهات الطلبة الجامعيين الكويتيين نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة في القنوات العربية- دراسة ميدانية-، (رسالة ماجستير في الإعلام)، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2011- 2012م.
24. عبير ارشيد الخالدي: اتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية- دراسة ميدانية- (رسالة ماجستير في الإعلام)، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2012- 2013م.

25. كريمة كافي: تأثير الفضائيات العربية المتخصصة على قيم وسلوك المراهق الجزائري - الفضائيات الغنائية نموذجا - دراسة ميدانية، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012.

26. مديحة جيطاني، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، (رسالة ماجستير في دعوة والإعلام)، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009-2010م.

27. مصعب عبد السلام المعايطه: دور التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي، دراسة في برنامج صحتك بالدنيا، (رسالة ماجستير، في الصحافة والإعلام) كلية الآداب والعلوم، جامعة بترا، الاردن، 2013-2014.

28. مريم عماري: المسلسلات التركية مجال لتشكيل هوية الشباب الجزائري - دراسة ميدانية - (رسالة ماستر في علم الاجتماع)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014-2015م.

رابعاً: المجالات

29. المدني أسامة: استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للدونات الإلكترونية والإشباع المحققة منها - دراسة ميدانية - مجلة كلية الآداب بجامعة حلوان، القاهرة العدد 26، 2009م.

خامساً: مواقع الأنترنت

30. شميصة خلوي: تأثير المسلسلات المدبلجة على الأسرة العربية، بحث منشور على شبكة الأنترنت (1-39661/article/http://ar.islamway.net/ تاريخ التصفح: 2016/04/04.

31. بحث منشور على: <https://ar.wikipedia.org/wiki/>، تاريخ التصفح: 2016/03/14.

32. بحث منشور على: <http://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/seria>، تاريخ التصفح: 2016/03/14.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة حمه لخضر الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

معهد العلوم الإسلامية

قسم أصول الدين

استبيان حول موضوع:

الاستخدامات و الإشباكات المحققة من مشاهدة المسلسلات المدبلجة لدى المرأة السوفية

– دراسة ميدانية بمدينة الوادي –

بعد التحية والتقدير :

يسرني أن أتقدم لكم هذا الاستبيان الخاص بمذكرة تخرج ماستر علوم اسلامية تخصص
دعوة وإعلام واتصال حول موضوع " الاستخدامات و الإشباكات المحققة من مشاهدة
المسلسلات المدبلجة لدى المرأة السوفية " فالرجاء منكم الإجابة على الأسئلة المتضمنة في
هذه الاستمارة بدقة وللعلم فإن بيانات هذه الاستمارة سرية ولن تستخدم إلا لغرض البحث
العلمي.

وفي الأخير تقبلوا مني فائق الشكر والإحترام على حسن تعاونكم في إنجاز هذا البحث.

ملاحظة: ضع العلامة (X) أمام الخانة المناسبة.

الموسم الجامعي: 2015م – 2016م

المعلومات الشخصية.

1. السن:

☐ 20 - 15 ☐ 25 - 20 ☐ 30 - 25 فوق ☐ 40 - 30 ☐ 40

2. المستوى التعليمي:

☐ بدون مستوى ☐ ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي

3. الحالة الاجتماعية:

☐ عازبة ☐ متزوجة ☐ مطلقة

4. طبيعة العمل الحالي:

☐ مأكثة بالبيت ☐ عاملة

المحور الاول: أنماط وعادات مشاهدة المسلسلات المدبلجة.

5. هل تشاهد المسلسلات التلفزيونية؟

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ أبداً

6. هل تشاهد المسلسلات المدبلجة؟

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ أبداً

7. كم عدد الساعات التي تقضيها في مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة؟

☐ أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى ساعتين ☐ من ساعتين إلى 03 ساعات ☐ أكثر من ثلاث ساعات

8. اهي الفترة التي تفضلين فيها مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة؟

☐ الفترة الصباحية ☐ الفترة الظهرية ☐ الفترة المسائية ☐ لا يوجد وقت محدد

9. ما مدى تفضيل المسلسلات المدبلجة حسب منشئها؟

☐ المسلسلات التركية ☐ المسلسلات الهندية

المسلسلات الكورية ☐ المسلسلات مكسيكية ☐

مسلسلات أخرى اذكرها

10. ما مدى تأثير تعدد المسلسلات المدبلجة في زيادة حجم مشاهدتك للقنوات الفضائية؟

كبير ☐ متوسط ☐ قليل ☐ ليس هناك تأثير ☐

11. ماهي طريقة وعادة مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة؟

مع أسرتي ☐ بمفردي ☐ مع الاصدقاء ☐

المحور الثاني: دوافع مشاهدة المرأة للمسلسلات المدبلجة.

12. ما هي دوافع مشاهدتك للمسلسلات المدبلجة؟ (يمكن الاجابة على اكثر من اقتراح)

لأنها تجسد قصصا واقعية ☐ من أجل التسلية والترفية ☐
لأنها تتسم بالتشويق ☐ لأنني أحب مشاهدة المسلسلات الدرامية ☐
الهروب من المشاكل اليومية ☐ شغل أوقات الفراغ ☐
لأن أداء الممثلين فيها مميز ☐

أخرى اذكرها

13. ماهي اهم القنوات الفضائية التي تفضلين مشاهدة المسلسلات فيها؟

MBC1 ☐ MBC4 ☐ دبي ☐
CBC ☐ CBC+2 ☐
MBC دراما ☐ زي ألوان ☐ أبوظبي ☐
أبوظبي دراما ☐

أخرى اذكرها

المحور الثالث: الإشباعات المحققة من للمسلسلات المدبلجة.

14. هل تلبي المسلسلات المدبلجة جميع اهتماماتك؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ أبداً ☐

15. ماذا يتحقق لك عند مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة؟ (يمكن الاجابة على اكثر

من اقتراح)

الإسترخاء والراحة ☐ المتعة والتنفيس العاطفي ☐ اكتساب مهارات جديدة ☐

تتقيف الذات ☐ الحصول على النصيحة ☐ فهم أكثر للموضوعات ☐ أخرى اذكرها.....

16. ما هي اتجاهاتك إزاء مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة؟ أجب على ذلك من خلال وضع إشارة (×) في المربع المناسب مقابل كل عبارة من العبارات التالية:

الاتجاه	موافقة	معارضة	محايدة
تعمل المسلسلات المدبلجة على نشر ثقافات اجنبية غريبة على مجتمعاتنا.			
في متابعة المسلسلات المدبلجة ضياع للوقت.			
المسلسلات المدبلجة تهتم بعرض الأزياء.			
في بعض الأحيان أشعر بالملل والضيق من طول عدد حلقات هذه المسلسلات.			

17. ماهي آثار تعرضك لمشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة؟ أجب على ذلك من خلال وضع إشارة (×) في المربع المناسب مقابل كل عبارة من العبارات التالية:

آثار التعرض	دائما	احيانا	نادرا	أبدا
تقليد شخصية ظهرت في هذه المسلسلات في اختيار لون الملابس.				
تقليد شخصية ظهرت في هذه المسلسلات في اختيار موضة العصر.				
تقليد شخصية ظهرت في هذه المسلسلات في اختيار الملبس.				
ألغي موعد مهماً من أجل متابعة هذه المسلسلات.				
أتضايق في فترة الإعلانات خلال بث هذه المسلسلات.				
بعد مشاهد هذه المسلسلات أشعر بمتعة.				

18. ما هو تقييمك للمسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية ؟

- أرى المسلسلات المدبلجة إيجابية جدا ☐
- أرى المسلسلات المدبلجة إيجابية نوعا ما ☐
- أرى المسلسلات المدبلجة بعضها إيجابي وبعضها سلبي ☐
- لا أعرف (محايدة) ☐
- أراها كلها سلبية ☐

فهرس الجداول

الصفحة	الجداول
51	جدول رقم (01) يمثل توزيع العينة حسب الفئات العمرية.
52	جدول رقم (02) يمثل توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.
53	جدول رقم (03) يمثل توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية.
54	جدول رقم (04) يمثل توزيع العينة حسب طبيعة العمل الحالي.
55	جدول رقم (05) يمثل توزيع العينة حسب مشاهدة المسلسلات التلفزيونية.
56	جدول رقم (06) يمثل توزيع العينة حسب مشاهدة المسلسلات المدبلجة.
57	جدول رقم (07) يمثل عدد ساعات التي تقضيها المرأة في مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.
58	جدول رقم (08) يمثل الفترة المفضلة لمشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.
60	جدول رقم (09) يمثل مدى تفضيل المسلسلات المدبلجة حسب منشئها.
61	جدول رقم (10) يمثل تأثير المسلسلات المدبلجة في زيادة حجم المشاهد للقنوات الفضائية.
62	جدول رقم (11) يمثل طريقة وعادة مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.
63	جدول رقم (12) يمثل دوافع مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.
65	جدول رقم (13) يمثل أهم القنوات الفضائية التي تفضل المرأة مشاهدة المسلسلات المدبلجة فيها.
66	جدول رقم (14) يمثل مدى تلبية المسلسلات المدبلجة جميع اهتمامات المرأة.
67	جدول رقم (15) يمثل الإشباعات المحققة من مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.
69	جدول رقم (16) يمثل اتجاه المرأة إزاء مشاهدة هذه المسلسلات.
70	جدول رقم (17) يمثل آثار تعرض المرأة لمشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.
71	جدول رقم (18) يمثل تقييم المسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية.

فهرس الأشكال

الصفحة	الشكل
52	رسم بياني رقم (01) يمثل توزيع العينة حسب الفئات العمرية.
53	رسم بياني رقم (02) يمثل توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.
54	رسم بياني رقم (03) يمثل توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية.
55	رسم بياني رقم (04) يمثل توزيع العينة حسب طبيعة العمل الحالي.
56	رسم بياني رقم (05) يمثل توزيع العينة حسب مشاهدة المسلسلات التلفزيونية.
57	رسم بياني رقم (06) يمثل توزيع العينة حسب مشاهدة المسلسلات المدبلجة.
58	رسم بياني رقم (07) يمثل عدد ساعات التي تقضيها المرأة في مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.
59	رسم بياني رقم (08) يمثل الفترة المفضلة لمشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.
61	رسم بياني رقم (09) يمثل مدى تفضيل المسلسلات المدبلجة حسب منشئها.
62	رسم بياني رقم (10) يمثل تأثير المسلسلات المدبلجة في زيادة حجم المشاهد للقنوات الفضائية.
63	رسم بياني رقم (11) يمثل طريقة وعادة مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.
65	رسم بياني رقم (12) يمثل دوافع مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.
66	رسم بياني رقم (13) يمثل أهم القنوات الفضائية التي تفضل المرأة مشاهدة المسلسلات المدبلجة فيها.
67	رسم بياني رقم (14) يمثل مدى تلبية المسلسلات المدبلجة جميع اهتمامات المرأة.
68	رسم بياني رقم (15) يمثل لإشباعات المحققة من مشاهدة هذه المسلسلات المدبلجة.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
.....	الإهداء.....
.....	شكر وعرفان.....
.....	ملخص بالعربية.....
.....	ملخص بالفرنسية.....
.....	ملخص بالانجليزية.....
أ- ت	مقدمة.....
الفصل التمهيدي	
6	اشكالية الدراسة.....
6	تساؤلات الدراسة.....
6	أهمية الدراسة.....
7	أسباب اختيار الموضوع.....
7	أهداف الدراسة.....
8	تحديد مفاهيم الدراسة.....
9	الدراسات السابقة.....
الفصل الأول: الجانب النظري	
16	المبحث الأول: مدخل نظرية الاستخدامات الإشباعات.....
17	المطلب الأول: نشأة وتطور نظرية الاستخدامات الإشباعات.....
17	أولاً: التعريف بالنظرية الاستخدامات الإشباعات.....
19	ثانياً: أصول ونشأة النظرية.....
22	ثالثاً: فروض النظرية.....
24	رابعاً: تصنيف الدوافع و الإشباعات.....
26	المطلب الثاني: تقييم النظرية.....

26	 أولاً: عناصر نظرية الاستخدامات الإشباعات
32	 ثانياً: أهداف نظرية الاستخدامات الإشباعات
33	 ثالثاً: نقد النظرية
36	 رابعاً: الرد على الانتقادات الموجهة لنظرية
39	 المبحث الثاني: المسلسلات المدبجة
39	 المطلب الأول: ماهية المسلسلات المدبجة
39	 أولاً: تعريف المسلسلات المدبجة
41	 ثانياً: أهمية المسلسلات المدبجة
42	 المطلب الثاني: وظائف المسلسلات المدبجة وعوامل نجاحها
42	 أولاً: وظائف التي تتسم بها المسلسلات المدبجة
43	 ثانياً: عوامل نجاح المسلسلات المدبجة

الفصل الثاني: الجانب العملي

47	 المبحث الأول: منهجية الدراسة
47	 المطلب الأول: منهج الدراسة
48	 المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة
49	 المطلب الثالث: مجال الدراسة وأدواتها
51	 المبحث الثاني: عرض النتائج ومناقشتها
51	 المطلب الأول: عرض النتائج و تحليلها
72	 المطلب الثاني: استخلاص النتائج
74	 المطلب الثالث: توصيات الدراسة
75	 خاتمة
77	 قائمة المصادر والمراجع
	 الملاحق
	 فهرس الجداول
	 فهرس الأشكال
	 فهرس المحتويات

