

مجلة

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



دورية علمية محكمة تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة - العدد الثاني - يناير / مارس ٢٠١٤

- العقل العربي بين الإعلام والإرهاب
أ.د/ علي السيد عوجة - جامعة القاهرة ... ص ٩
- اتجاهات الشباب الجامعي في مشاهدة الفضائيات وتأثيراتها المحتملة على القيم والسلوك (دراسة ميدانية)
أ.د/ ياس خضير البياتي - جامعة بغداد ... ص ١٩
- مقاربات جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة
أ.د/ علي قسايسية - جامعة الجزائر ... ص ٥٥
- عوامل تشكيل الصورة الذهنية النمطية للمرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي دراسة من منظور النخبة الأكاديمية العربية
أ.د/ عزة عبد العزيز عثمان - جامعة سوهاج ... ص ٧٩
- تأثير الفواصل الإعلانية في القنوات الفضائية التلفزيونية على الجمهور - فحص امبريقي لتقصي الدور المتعاضد لمعالجة المعلومات من خلال استخدام نماذج بنائية
أ.م.د/ أحمد محمد زايد - جامعة سوهاج ... ص ١٠٥
د/ فاطمة الزهراء صالح أحمد - جامعة سوهاج
- دور وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية الرئاسية في مصر ٢٠١٢ دراسة في ضوء نظرية التهجين Hybridization
د/ عادل صالح - جامعة سوهاج ... ص ١٥١
- صحافة المواطن وإعادة إنتاج الأدوار
د/ ثريا السنوسي - كلية الإمارات للتكنولوجيا بأبو ظبي ... ص ١٩١
- الدراما التلفزيونية العربية وجمهور النساء الماكثات في البيت
سميرة بلغيثية - جامعة الجزائر ... ص ٢٠٣

ملخصات الرسائل الجامعية:

- دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري
أسامة محمد حسنين ... ص ٢٢٣
- دور الدراما المصرية في الفضائيات العربية في نشر ثقافة السلام لدى طلاب الجامعات
نسرين محمد عبد العزيز ... ص ٢٣٣

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٤ @ EPRA

www.epra.org.eg

obeykandi.com

هيئة التحكيم العلمية للبحوث

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والمتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د/ منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون والمتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د/ انشراح الشال

أستاذ الإعلام والمتفرغ بكلية الإعلام جامعة القاهرة (دكتوراه الدولة فى الآداب والعلوم الإنسانية من فرنسا)

أ.د/ حسن عماد مكاوي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ عدلي سيد محمد رضا

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام والمتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالى للإعلام باكاديمية الشروق

أ.د/ سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية المتفرغ - العميد السابق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د/ محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة ووكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د/ سامي عبد الرؤوف محمد طابع

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ محمود حسن إسماعيل

أستاذ ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

أ.د/ حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

أ.د/ عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د/ عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د/ وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د/ علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط
(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد الثاني - يناير / مارس ٢٠١٤

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د / سامي طابع

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ.د/ رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

أ.م.د/ الصادق راجح

أستاذ الإعلام المشارك بالكلية الإماراتية الكندية

العميد الأسبق لكلية المعلومات والعلاقات العامة بجامعة عجمان

السيد عبد الرحمن علي

مدرس العلاقات العامة بكلية تكنولوجيا الإعلام

جامعة سيناء

صبري محمد سليمان

مدقق اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jpr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع والنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - chairman@epra.org.eg

موقع ويب: www.jpr.org.eg - www.epra.org.eg

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيماها من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.

- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراة.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنت (Simplified Arabic) والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.

- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ٤٥٠\$. .
- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ \$ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصري للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥\$. .
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠\$. .
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠\$. .
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠\$
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع.
- ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٣٥٠\$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠\$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة- جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإيميل المعتمد من الجمعية epra.org.eg ، jpr@epra.org.eg ، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة Chairman@epra.org.eg بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

الافتتاحية

استقبل الباحثون في مجال الدراسات الإعلامية العدد الأول من مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط بارتياح كبير.

لقد أتاحت المجلة نافذة جديدة للنشر العلمي لبحوث طلبة وطالبات مرحلة الدكتوراة - ولبحوث أعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي لدرجتي أستاذ مساعد وأستاذ. كذلك وجد الأساتذة الراغبون في تقديم انتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته الفرصة للنشر على نطاق العالم العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وأيضاً من خلال موقعها الإلكتروني.

وقد اعترفت اللجنة العلمية (تخصص الإعلام) لترقية أعضاء هيئة التدريس إلى أساتذة وأساتذة مساعدين بالمجلة بعد أن اطلعت على العدد الأول وتم تقييمها بنفس درجة المجلات العلمية لأقسام الإعلام في الجامعات المصرية.

والآن نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال العدد الثاني من المجلة وهو يتضمن بحثاً ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين وكذلك لطلبة مرحلة الدكتوراه.

ففي البداية نجد الرؤية العلمية التي قدمها رئيس التحرير للواقع العربي الحالي كما تنبأ به وقدمه للمؤتمر العلمي لكلية الإعلام جامعة القاهرة عام ٢٠٠٦. والذي أوضح فيه النمو المتصاعد للتطرف الديني الذي تحول إلى إرهاب مدمر مهددا استقرار المجتمعات العربية، وأشار إلى الأدوار الإيجابية والسلبية للإعلام في هذه المجتمعات. كذلك يتضمن العدد الثاني من المجلة عددا من الأوراق العلمية المقدمة من أساتذة كبار في مجال الإعلام من عدة دول مختلفة وهم: أ.د/ ياس خضير البياتي من (العراق) في موضوع: " اتجاهات الشباب الجامعي في مشاهدة الفضائيات وتأثيراتها المحتملة على القيم والسلوك (دراسة ميدانية)، أ.د/ علي قسايسية من (الجزائر) حول: " مقاربات جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة "، وقدمت أ.د/ عزة عبد العزيز عثمان ورقة علمية حول: " عوامل تشكيل الصورة الذهنية النمطية للمرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي دراسة من منظور النخبة الأكاديمية العربية ".

كما يتضمن العدد بحثاً مقدماً للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من شباب أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية ومنهم: أ.م.د/ أحمد محمد زايد، ود. فاطمة الزهراء صالح حيث قدما ورقة علمية مشتركة حول موضوع: " تأثير الفواصل الإعلانية في القنوات الفضائية التلفزيونية على الجمهور فحص امبريقي لتقصي الدور المتعاطف لمعالجة المعلومات من خلال استخدام نماذج بنائية"، ومن (تونس) تقدمت د. ثريا السنوسي بموضوع عن: " صحافة المواطن وإعادة إنتاج الأدوار"، وتقدم

د. عادل صالح يبحث عن: " دور وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية الرئاسية في مصر ٢٠١٢ دراسة في ضوء نظرية التهجين **Hybridization**."

وأخيرا تأتي البحوث المقدمة من الطلبة المسجلين لدرجة الدكتوراه لاستيفاء شرط النشر لباحثين من الرسالة قبل مناقشتها. والبحوث المقدمة للنشر في هذا العدد هي: " الدراما التلفزيونية العربية وجمهور النساء الماكثات في البيت"، للباحثة سميرة بلغيثية من دولة (الجزائر).

وللاستفادة من الرسائل العلمية تقدم عدد من الباحثين الحاصلين على درجات الماجستير والدكتوراه بنشر ملخصات دراساتهم وهم: أسامة محمد حساين وتقدم بنشر ملخص لرسالة دكتوراه بعنوان: " دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري"، الباحثة نسرین محمد عبد العزيز لرسالة ماجستير بعنوان: " دور الدراما المصرية في الفضائيات العربية في نشر ثقافة السلام لدى طلاب الجامعات".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول جيل الأساتذة وبحثهم لا تخضع للتحكيم طبقا للقواعد المتبعة للنشر العلمي في المجالات العلمية. أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقية للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراه فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

رئيس تحرير المجلة

أ.د/ علي عجوة

الدراما التلفزيونية العربية وجمهور النساء الماكثات في البيت

إعداد

سميرة بلغيثية (*)

(*) أستاذة مساعدة قسم ب - جامعة الجزائر.

obeykandi.com

الدراما التلفزيونية العربية وجمهور النساء الماكثات في البيت

سميرة بلغيثية

belghitia_samira@yahoo.fr

أستاذة مساعدة قسم ب - جامعة الجزائر

مقدمة:

يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الاتصال سواء بالنسبة للكبار أو الصغار حيث تعكف على الجلوس أمامه ومشاهدة برامجه كل فئات المجتمع، من فقير وغني ومتعلم وأمّي، وذلك لجمعه بين الصوت والصورة بنوعيهما المتحركة منها والملونة، وقدرته على جذب جميع أفراد الأسرة حوله، كما أنه يعد وسيلة مهمة للتوجيه وتزويد الأفراد بالخبرات والمهارات والقيم الإنسانية والروحية، ونقل مختلف الثقافات والعلوم إلى المجتمع ككل.

وتعد الدراما التلفزيونية العربية إحدى البرامج الأكثر متابعة على الفضائيات، فهي تشكل إحدى الصور والرسائل الإعلامية الثقافية القادرة على إحداث الكثير من التغيرات في أي مجتمع، بحيث أصبحت رسائل الدراما التلفزيونية في ظل التطور التكنولوجي الهائل الذي عرفته وسائل الاتصال بالغة وبأشكال متعددة من الأفكار والثقافات من مجتمع إلى آخر، مما قد يؤدي إلى خلق أشكال مختلفة من التغيرات في الحياة الفكرية ومظاهر العادات والقيم الاجتماعية المختلفة.

كما يتم بث الدراما التلفزيونية العربية عبر مختلف الفضائيات؛ فلا تكاد تخلو أي قناة تلفزيونية عربية من عرض هذه الدراما، حيث لاحظنا في السنوات الأخيرة ظهور عدة فضائيات متخصصة في عرض الدراما العربية بمختلف أنواعها، كقناة أبو ظبي دراما ونيل دراما وسوريا دراما وغيرها من القنوات التي تعمل على اختيار البرامج الدرامية مادة لها، والتي تحظى بمتابعة مستمرة من قبل المشاهدين العرب في مختلف الدول وينسب متفاوتة.

ويعد المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات التي تتابع الدراما التلفزيونية العربية بمختلف أنواعها على شاشات التلفزيون؛ باعتباره وسيلة من وسائل الترفيه المتوفرة لدى العائلات الجزائرية في غياب ثقافة السينما والمسرح، وبخاصة عند جمهور النساء اللواتي تنال الدراما التلفزيونية العربية اهتمامهن أكثر من الرجال لاسيما النسوة الماكثات بالبيت.

انطلاقاً من هذا الاعتقاد، فإن هذه الدراسة تلقي الضوء على جمهور الدراما التلفزيونية العربية من النساء الجزائريات الماكثات بالبيت، من خلال مقترَب الاستعمالات والاشباعات للاهتمام بمدى استعمالهن لهذه الدراما ومختلف الاشباعات التي تحصلن عليها من خلال التعرض للدراما العربية المفضلة لديهن، انطلاقاً من قياس حجم أنماط التعرض وعلاقة ذلك بالسمات الديموغرافية.

(١) الإشكالية:

تحتل الأعمال الدرامية في التلفزيون مساحة كبيرة على خريطة البرامج وال فقرات المختلفة التي يعرضها التلفزيون، الذي لا يزال يشكل قوة خاصة رغم وجود وسائل اتصال جديدة، Sepulghre,2009, Sarah P.94) ذلك من حيث قدرتها (الدراما) على تكوين وبناء الصورة الذهنية لدى المشاهد، إذ تجمع بين عناصر التشويق والإثارة والمؤثرات التي تتعاون جميعها لصنع هذه الصورة وصياغتها بين الأفراد والجماعات والشعوب. (أديب خضور، ١٩٩٩، ص٢١).

وتعد الدراما التلفزيونية العربية من بين الدراما التي تحرص المرأة الجزائرية على مشاهدتها وبخاصة المرأة الماكثة في البيت، وذلك لأن الدراما العربية تحاول تقديم قصصا مشوقة وأحداثا جذابة، كما تبرز شخصيات قد تتعاطف معها أو تكرهها أو تحبها أو تتوحد معها أو تنفر منها، ولكن في جميع الأحوال تحرص على متابعتها ومعرفة ما يجري فيها، فقد تتفرغ تماما عند المشاهدة أو تصاب بالضيق عندما يعوقها عائق عن متابعة الأعمال الدرامية التي تفضلها.

ونظرا للتطور الذي عرفته مختلف وسائل إنتاج الدراما من استخدام أحدث التقنيات للحصول على إخراج ذو مستوى عال، فإن التعرض للدراما العربية سواء عبر القنوات التلفزيونية الوطنية أو الفضائيات العربية قد يؤدي إلى إحداث تغييرات في أنماط وعادات المشاهدة، وهذا ما دفع عددا من الباحثين إلى الاهتمام باستعمالات الأفراد للوسائل الإعلامية وكيفية التفاعل مع محتوياتها، فبعدها كان اهتمام الباحثين منصب على تأثير وسائل الإعلام على الجمهور وشيوع نظريات التأثير المطلق التي تفترض وجود منبه واستجابة، أصبح الاهتمام بما يفعله الجمهور بوسائل الإعلام،

(Armand et Michèle Mattelart,2004,P.84) وهذا الانتقال في التفكير لم يأت من فراغ بل كانت هناك دراسات مهدت له من بينها دراسة Paul Lazarsfeld المعنونة باختيار الشعب People Choice المتعلقة بالتأثير غير المباشر والمحدود لوسائل الإعلام، والتي مثلت الانطلاقة لوجود دراسات تهتم بالعوامل الوسيطة بين المنبه والاستجابة ومنه يكون الحديث عن الجمهور الفعال في العملية الاتصالية. (Rémy Rieffel,2005,P.376).

كما تعد دراسة Blumler وزملائه ذات أهمية كبيرة في صياغة نظرية الاستعمالات والاشباع، التي تقوم على أن الأفراد يتعرضون لوسائل الإعلام وفق اختياراتهم الشخصية ويستعملونها من أجل إشباع رغباتهم السيكولوجية والاجتماعية، وفي هذا الإطار تدرج دراستنا من حيث أنها تتبعت خطوات Blumler في دراسته التي أسقطها على المجتمع الأمريكي، في محاولة منا لإسقاطها على عينة البحث وتحديدنا على جمهور النساء الماكثات في البيت بمستغانم، بحيث ينصب الاهتمام في هذه الدراسة على تحديد نوعية سلوكهن نحو الدراما التلفزيونية العربية.

وبناء على ما سبق ذكره، يمكن أن نلخص جوهر إشكالية موضوعنا في السؤال التالي:

كيف يتفاعل جمهور النساء الماكثات في البيت مع الدراما التلفزيونية العربية؟

وانطلاقاً منه، قمنا بطرح التساؤلات التالية:

- ١- ماهي عادات وأنماط مشاهدة الدراما التلفزيونية العربية من طرف النساء الماكثات في البيت؟
- ٢- ماهي دوافع النساء الماكثات في البيت لمشاهدة الدراما التلفزيونية العربية؟
- ٣- ماهي الرغبات المشبعة من مشاهدة النساء الماكثات في البيت للدراما التلفزيونية العربية؟
- ٤- هل لمتغيرات: الفئة العمرية والمستوى التعليمي والحالة العائلية علاقة بالتعرض للدراما التلفزيونية العربية لدى المبحوثات؟

(٣) أسباب اختيار الموضوع وأهداف الدراسة:

لكل باحث أسباب ودوافع وراء اختيار موضوع بحثه، ونحن بدورنا لنا أسبابنا في اختيار موضوع البحث تتمثل فيما يلي:

(أ) الأسباب:

الأسباب الموضوعية:

- بينت الملاحظة مدى إقبال النساء الجزائريات الماكثات في البيت على مشاهدة الدراما التلفزيونية بمختلف أنواعها من بينها الدراما العربية، الأمر الذي دفعني إلى الوقوف على الظاهرة بالتحليل والتفسير والدراسة.

- نقص الدراسات التي اهتمت بتعامل الجمهور مع محتويات الدراما العربية.
- قلة الاهتمام بجمهور النساء كعينة بحث في الدراسات، الأمر الذي أدى إلى وجود نقص كبير في المكتبة الإعلامية العربية والجزائرية في مجال رصد هذه الظاهرة الإعلامية التي نحن بصدد دراستها، كما أكدت الدراسات الإحصائية أن البحوث التي اهتمت بجمهور النساء كعينة بحث لم تأخذ إلا نسبة ١١ %.

الأسباب الذاتية:

- اهتمامي الشخصي بدراسات الجمهور وبالتحديد جمهور التلفزيون.
- التعرف على كيفية تفاعل النساء الماكثات في البيت مع الدراما التلفزيونية العربية.
- أغلب الدراسات الموجودة أخذت الجمهور العاصمي كعينة، ورغبتني في التعرف على الجمهور المستعاني.

(ب) أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- الكشف عن مدى إقبال النساء الماكثات في البيت على مشاهدة الدراما التلفزيونية العربية.
- معرفة أسباب إقبال جمهور النساء الماكثات في البيت على مشاهدة الدراما التلفزيونية العربية.
- التعرف على دوافع جمهور النساء الماكثات في البيت للتعرض للدراما التلفزيونية العربية.

- معرفة نوع الإشباع المتحصل عليها من خلال تعرض جمهور النساء الماكثات في البيت للدراما التلفزيونية العربية.
- الكشف عن علاقة السمات الشخصية والعامة لجمهور النساء الماكثات في البيت بسلوكهن الاتصالي.

(٣) أهمية الدراسة:

تكمن أهمية موضوع الدراسة في التعريف بخصائص جمهور النساء الماكثات في البيت بمستغانم (الجزائر)، سواء من جهة دوافعهن للتعرض للدراما التلفزيونية العربية التي تحدد بدورها نوعية الميول والاهتمامات وأنواع ما تفضلن، وكذلك معرفة أنماط الرغبات المشبعة.

(٤) منهج الدراسة وأدواتها:

(أ) منهج الدراسة:

تندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية، باعتبارها الملائمة لمعالجة موضوع دراستنا حول تفاعل النساء الماكثات بالبيت مع الدراما التلفزيونية العربية والرغبات المشبعة من وراء هذا التعرض، " ذلك لأن البحوث الوصفية هي بحوث تهدف إلى وصف ظواهر أو وقائع وأشياء معينة، من خلال جمع الحقائق والمعلومات والملاحظات الخاصة بها". (صلاح الفوال، ١٩٨٢، ص٣٦).

لقد ارتأينا في هذا الصدد أن نختار المسح كأحد المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية وأقدرها لتحقيق أهداف الدراسة؛ باعتبار منهج المسح " جهدا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من المفردات المكونة لمجتمع البحث"، (سمير حسن، ١٩٨٣، ص١٣٢). ويعرفه أحمد بن مرسل: " إنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك". (أحمد بن مرسل، ٢٠٠٥، ص٢٨٦).

كما يهدف منهج المسح في الدراسات الإعلامية إلى وصف الخصائص الأساسية للجمهور، وأنماط سلوكه الاتصالي نحو وسائل الإعلام، ومنه تهدف دراستنا إلى رصد كيفية تعرض جمهور النساء الماكثات بالبيت بمستغانم للدراما التلفزيونية العربية والرغبات المشبعة من وراء هذا التعرض، ولتحقيق أهداف البحث أشارت Madeleine Gravitez إلى أهمية اختيار أدوات القياس المناسبة، (Madeleine Gravitez, 1996, 678) لهذا استخدمنا الأدوات البحثية التي تمكننا من الوصول إلى أكبر قدر ممكن من البيانات والمعلومات التي تحقق الوصول إلى أهداف الدراسة، وتتمثل في الاستبيان الذي يعد من أهم أدوات الدراسة في البحوث الميدانية والمقابلة، فمن خلال هذه الأدوات سنحاول الإجابة عن سؤال الدراسة المتعلق بجمهور النساء الجزائريات الماكثات في البيت وكيفية تفاعلهن مع ما تنتقيه من الدراما العربية.

(ب) أدوات الدراسة:

الاستمارة هي " تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، تقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة"، (أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص ٢٢٠). كما يكون جمع المعلومات بواسطة الاستمارة بصورة مباشرة عن طريق اللقاء وجها لوجه مع المبحوث أما محمد عبد الحميد فيرى أن الاستبيان " أسلوب لجمع البيانات التي تستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها". (محمد عبد الحميد، ١٩٩٣، ص ١٩١).

فالاستمارة بالنسبة ل Francis Balle تسمح بجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات في وقت قصير والحصول على عدة نتائج، (Francis Balle, 2009, P.669) كما أكد على الباحث عند استعمال الاستمارة أن يكون ذو معرفة جيدة عما يبحث بالضبط وأن يتم إعداد الأسئلة الواضحة والمنظمة ولا بأس أن يشرك الباحث معها أداة المقابلة، وهذا ما حاولنا تطبيقه في بحثنا بحيث إلى جانب الاستمارة اعتمدنا أيضا على المقابلة التي من خلالها تمت عملية تعبئة الاستمارات، فقد تسمح المقابلة بشرح السؤال وتفسير مضمونه إذا اقتضى الأمر ذلك، وبخاصة مع مفردات العينة من النساء ذي المستوى التعليمي المحدود أو الأميات اللاتي يتعذر عليهن فهم الأسئلة وقد يجدن بعض الصعوبات في فهمها حتى يتمكن من الإجابة عليها.

وقد استغرقت عملية توزيع الاستمارات أسبوعين من ٢ إلى ١٥ مايو ٢٠١٠، كما احتوت الاستمارة على البيانات الشخصية للمبحوثات وثلاثة وعشرين سؤالاً، مقسمين على ثلاثة محاور الدراسة الخاصة بأنماط وعادات المشاهدة، الأنماط السلوكية لاستعمالات النساء الماكثات بالبيت للدراما التلفزيونية العربية وأنماط الرغبات المشبعة من خلال هذا التعرض، كما كانت أغلب الأسئلة مغلقة بحيث تم تحديد الأجوبة مسبقا لتختار المبحوثة إجابة أو أكثر على أنها المناسبة من وجهة نظرها، وتركنا في بعض الأسئلة المجال مفتوح للمبحوثات من أجل الإدلاء بإجاباتهن بكل حرية.

(٥) مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث في المجتمع الذي يكون محل دراسة من طرف الباحث ويعرف على أنه: " مجموعة منتهية أو غير منتهية من عناصر محددة مسبقا لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي"، (موريس أنجرس، ٢٠٠٦، ص ٩٨). وعليه فإن مجتمع بحثنا يتمثل في جمهور النساء الجزائريات الماكثات في البيت بولاية مستغانم، وبما أنه من الصعب على الباحث إجراء دراسة شاملة لكل المفردات سنكتفي بعينة تمثل هذا المجتمع، بحيث سنختار عينة كبيرة الحجم للتقليل من خطأ الصدفة ويعرفها عبد الحميد على أنها: " عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات

المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع"، (محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص ١٣٣) أما Francis Balle فيرى أن العينة تعني مجموع الأشخاص المبحوثين الذين يتم استجوابهم لتمثيل مجتمع البحث. (Francis Balle, OP.cit, P.670).

وتتمثل العينة المختارة في هذه الدراسة ١٦٠ مبحوثة بولاية مستغانم (الجزائر) بهدف التعرف والاحتكاك بجمهور الماكثات بالبيت المشاهدات للدراما التلفزيونية العربية، كما أن اختيار المبحوثات كان بشكل قصدي وبالتالي فعينة الدراسة هي عينة قصدية وتعرف بأنها: " اختيار مفردات العينة بطريقة عمدية طبقاً لما يراه الباحث مناسباً من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث"، (محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص ١٤١)، وبالتالي فالعينة القصدية هي نوع من العينات غير الاحتمالية التي يعتمد الباحث أن تتكون من وحدات معينة لأنه يعتقد أنه تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً صحيحاً كما أن هذه الطريقة توفر على الباحث كثيراً من الوقت والجهد في اختيار العينة. ووفقاً لما سبق، فقد قمنا بتوزيع ١٦٠ استمارة على جمهور النساء الماكثات بالبيت وتم تقسيمها بالتساوي في بعض مناطق ولاية مستغانم (الجزائر)، كحي ٥ جويلية: ٣٢ مفردة، المطمر: ٣٢ مفردة، تيجديت: ٣٢ مفردة، بوقيراط: ٣٢ مفردة، وسط المدينة: ٣٢ مفردة، ولقد تم اختيار هذه المناطق من أجل تمثيل جيد لمجتمع البحث.

وقد تم البدء في العمل الميداني ابتداءً من يوم ٢٠١٠/٠٥/٢ إلى غاية ٢٠١٠/٠٥/١٥ وهي الفترة التي تخللتها عملية توزيع الاستمارة على المشاهدات واسترجاعها، وبعد الانتهاء من هذه المرحلة بدأنا في عملية تفريغ الاستمارات يدوياً والتي دامت شهراً، وبعد عملية الفرز تم استبعاد عشر استمارات لعدم صلاحيتها من الناحية العلمية لتكون بذلك عينة دراستنا ١٥٠ مبحوثة.

٦) تحديد مفاهيم الدراسة:

أ) الدراما:

إن الكلمة الإنجليزية Drama مشتقة من الكلمة اللاتينية Dran والتي تعني باللغة العربية أن يفعل، (عبد الرحيم درويش، ٢٠٠٥، ص ٢٠). وبعد أرسطو أول من تناول هذا المصطلح في كتابه "فن الشعر" وأوضح أنها عبارة عن محاكاة لفعل بشري، كما عرف قاموس "أكسفورد" للمسرح الدراما فأعطاهما تعريفين: (Phyllis Hartnoll, 1991, P.227).

الأول: اصطلاح يطلق على كل ما يكتب للمسرح.

الثاني: يطلق على أي موقف ينطوي على صراع ويتضمن حلاً لهذا الصراع.

وعندما انتقلت كلمة الدراما إلى اللغة العربية انتقلت كلفظ وليس كمعنى، وارتبطت كثيراً بالمسرح حيث نشأت الأعمال الدرامية في المسرح لذا يطلق عليه "أبو الفنون"، وتنقسم إلى التراجيديا والكوميديا

والميلودراما، أما الدراما التلفزيونية فتعرفها الباحثة زغلولة سالم: " أنها تجسيد حي لحادثة أو لمجموعة من الأحداث ذات دلالة معينة"، (زغلولة سالم، ١٩٩٧، ص ٢١). وتتم كتابتها طبقا لأصول وقواعد خاصة ومن ثم الاستجابة الجماعية التي هي من صميم طبيعة الدراما.

فالمقصود إذا بالدراما التلفزيونية في دراستنا، كل قصة تؤدي أو تعمل وتقدم للجمهور، ويقوم بعرض هذه القصة مجموعة من الممثلين، تعاونهم بعض الوسائل الفنية من ديكور وإضاءة و صوت أو مؤثرات صوتية، ويمكن تقديم هذه القصة في التلفزيون، وكل قصة تشمل: الشخصيات والحبكة والفكرة والمكان والزمان، أما البناء الدرامي فيجب أن يشتمل على مقدمة ثم تتطور إلى أن تصل إلى الصراع ويتطور هذا الصراع إلى أن يصل إلى ذروة ثم يجب حل هذا الصراع أو هذه العقدة أو ما يمكن أن نطلق عليه خاتمة.

(ب) الجمهور:

يعرفه Milon Boom: " أنه مجموعة من الأشخاص الذين شاهدوا أو استمعوا إلى حصة معينة سواء في الإذاعة أو التلفزيون"، (Milon Boom et Autres, 1990, P11) ويتم قياسه بصفة مستمرة من طرف مختلف المراكز لسبر الآراء، أما الجمهور حسب المفهوم العددي فهو مجموع الأشخاص الذين يفترض أن تصلهم وحدة إعلامية لمحطة إذاعية أو لقناة تلفزيونية أو الصحيفة أو لموقع إلكتروني أو مجموع جمهور هذه الوسائل مجتمعة وهو بالتحديد مجموع الأشخاص الذين تتوفر فيهم خصائص معينة تهم مرسل الرسالة الإعلامية من مثقفين وشباب وريبات بيوت وأجراء ومستهلكين، كما يضيف Francis Balle بأن: " الجمهور هو مجموع قراء جرائد، مشاهدي تلفزيون، مستمعي حصة إذاعية، جمهور مسرح، زوار مواقع الكترونية، مهتمين بالإشهار"، (Francis Balle, OP.cit, P.665) وهذا هو المعنى الذي يخدم موضوع دراستنا ذلك لأن الجمهور المقصود في هذا البحث هو جمهور النساء الجزائريات الماكثات بالبيت اللاتي يتعرضن للدراما التلفزيونية العربية لإشباع حاجات فردية.

(ج) الإستعمال:

إن كلمة استعمال يقابلها بالفرنسية Usage والتي عرفها قاموس علم الاجتماع بنمط سلوكي يقبله المجتمع، (محمد عاطف غيث، ١٩٧٩، ص ٣٦). أما السلوكيون فيرون أن الاستعمال هو الممارسة والتكرار حيث ينص قانون الاستعمال لديهم على أنه إذا تكوّن رباط بين مثير واستجابة فإن التكرار والممارسة تزيد وتعكس هذا الارتباط وتدعمه. (فرج عبد القادر طه وآخرون، ص ٣٦٠).

أما مفهوم الاستعمال في الإعلام فلقد جاء تحت عنوان: الاستعمال والإشباع وهو مجال بحث جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذي أرادوا التعرف عما يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟، هذا الجمهور الفعال والنشيط الذي يستعمل وسائل الإعلام ومحتوياتها وفق شروط معينة وفي ظل ظروف محددة لإشباع رغبات معينة، فاستعمال وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون من طرف الجمهور ليس عرضيا وإنما مخطط

له لتحقيق هدف، كما أن أنماط الدوافع وإشباع الرغبات تختلف باختلاف التجربة والأفراد والسياق التي يتم فيه التعرض والمعلومات والصور التي يتحصل عليها الأفراد، يستعملونها في تفاعلاتهم الاجتماعية وسلوكياتهم المختلفة، كما يحاول الأفراد أثناء استعمال وسائل الإعلام أن يتعرضوا إلى المحتويات التي تتوافق مع ميولهم ومواقفهم وقيمهم.

وبناء على ما سبق، فالمقصود بالاستعمال في دراستنا هو استعمال الدراما التلفزيونية كنوع معين من البرامج التلفزيونية من طرف جمهور النساء الجزائريات الماكثات بالبيت لإشباع رغباتهن وتحقيق أهدافهن.

(د) الإشباع:

يعرّف الإشباع على أنه " إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع وتدل الكلمة على الحال التي يتم فيها ذلك"، (رشيد حجاب، ٢٠٠٣، ص ٤٠٣). ويعني في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر، فتراكم التنبيه يحدث إحساساً بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض التنبيه كأنه لذة بحيث هناك إشباع طبيعي يكون عن طريق الوسائل الطبيعية كالتفاعل الاجتماعي والإشباع التعويضي عن طريق وسائل الإعلام وكلما قل الإشباع الطبيعي زاد الارتباط بالإشباع التعويضي، أما Wenner فلقد قسم إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام والاتصال إلى نوعين: (حفيظة بوزيدي، ٢٠٠٩، ص ٢١-٢٢).

١- إشباعات المضمون تنتج من التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وتنقسم إلى:

أ- اشباعات توجيهية: مثل الحصول على معلومات وتأكيد الذات.

ب- اشباعات اجتماعية: تعني الربط بين معلومات الفرد وعلاقاته الاجتماعية.

٢- الإشباعات العملية: هي الإشباعات الناتجة عن التعرض لوسيلة الإعلام ذاتها وتنقسم:

أ- اشباعات شبه توجيهية: مثل تخفيف الشعور بالتوتر والإثارة أو التسلية والترفيه.

ب- إشباعات شبه اجتماعية مثل التقمص الوجداني.

كما أن إشباع الرغبات تختلف باختلاف التجربة والأفراد والسياق الذي يتم فيه التعرض والمعلومات والصور التي يتحصل عليها الأفراد يستعملونها في تفاعلاتهم الاجتماعية وسلوكياتهم المختلفة. إن المقصود بالإشباع في دراستنا، أن المرأة الجزائرية الماكثة في البيت لما تنتقي التلفزيون كوسيلة إعلامية وتتعرض للدراما التلفزيونية العربية المفضلة لديها، فانطلاقاً من دوافعها تحاول إشباع رغباتها المختلفة.

(هـ) الدوافع:

تعرف موسوعة علم النفس (رولان درون، فرانسواز بارو، ص ٧١٢) الدوافع على أنها تبدأ من دراسة متغيرات الواقع داخل شبكة من العلاقات، لأن تعقيد الحاجات يقاس بتعقيد العمل، فهو الذي يوظف الحاجات الكامنة و بالتالي فتطور الدوافع يمر عبر أربع مراحل:

أ- تأطير الحاجات، ب- التكوين المعرفي (أهداف ومشاريع)، ج- الحافز الأدواتي (وسائل وغايات)، د- الشخصية (استقلال وظيفي).

كما يعرف الدافع بأنه حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما، (جلال عبد الوهاب، ١٩٨٤، ص٧٣) أما فرغلي فيرى أن الدافع حالة توتر أو استعداد داخلي يثير السلوك ذهنياً أو حركياً ويوصله ويساهم في توجيهه إلى غاية أو هدف. (ميلفين ديفلير، ١٩٩٢، ص٣٠٦).

ومما سبق، يمكن اعتبار الدوافع من العوامل المحركة للاتصال وتتحدد بعوامل بيولوجية ونفسية واجتماعية التي يشبعها الأفراد تبعاً لظروفهم، عن طريق الوسائل الطبيعية كالدافع إلى التفاعل الاجتماعي، وإذا تعذرت الوسائل الطبيعية يلجأ الأفراد إلى إشباعها عن طريق التعرض لمحتويات وسائل الإعلام، وهو ما يطلق عليه الوسائل البديلة، ومنه فإن دور الفرد من الجمهور والظروف التي يعيشها تخلق لديه دوافع محددة، فيشبع رغباته بوسائل طبيعية أو بديلة.

وسنحاول في دراستنا، البحث عن كل ما يدفع النساء الجزائريات الماكثات بالبيت إلى التعرض للدراما التلفزيونية العربية، محاولين الكشف عن نوع هذه الدوافع سواء كانت ترفيهية أو نفسية أو اجتماعية.

و) الحاجة:

الحاجة هي: " افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما"، (E. Deutch, 1951, P.7) ويرى آخرون أن الحاجة النفسية هي: " رغبة طبيعية يهدف الكائن الحي إلى تحقيقها مما يؤدي إلى التوازن النفسي والانتظام في الحياة"، (حمدي فرغلي وآخرون، ١٩٧٧، ص١١٦). كما يؤكد علماء النفس أن محرك الحاجة هو الدافع.

فالحاجات تقوم بدور رئيسي في عملية استقبالن للرسائل وقراراتنا بشأنها، فهي تعمل على توجيه سلوكنا بطرق مختلفة، حيث يقصد بالحاجة كل ما يحتاجه الكائن الحي للمحافظة على حياته واستمرار بقائه، فالإ جانب الحاجات الفيزيولوجية (كالأكل والنوم) هناك حاجات أخرى مثل الاتصال الاجتماعي والترفيه وهي حاجات نفسية اجتماعية، بحيث تؤدي الحاجات الشخصية والاجتماعية دوراً هاماً في اختبار المعلومات وتفسيرها، وقد استطاع بعض الباحثين في السنوات الأخيرة أن يبرزوا هذا الدور فيما يتعلق باستعمال وسائل الإعلام.

على العموم، فالحاجات التي نحاول الكشف عنها في دراستنا فهي ذات قيمة اجتماعية و نفسية وذهنية لدى مفردات العينة التي تسعى هذه الأخيرة إلى إحداثها من خلال تعرضها للدراما التلفزيونية العربية.

(٧) الدراسات السابقة:**١- دراسة (السعيد بومعيزة ٢٠٠٥)**

تناولت الدراسة إشكالية أثر وسائل الإعلام على نشر القيم أو تعزيزها وتغيير السلوكيات لدى الشباب الجزائري عامة من خلال طرح الباحث للسؤال التالي:
ما هو أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري؟
وللإجابة على هذه الإشكالية، وضع الباحث سبع فرضيات تم تقسيمها إلى أربعة محاور:
أ- محور عادات الاستعمال:

- الفرضية الأولى: أن استعمال وسائل الإعلام من حيث العادات وطرائق التعرض والمدة الزمنية من طرف الشباب يختلف باختلاف المتغيرات الديموغرافية.
- الفرضية الثانية: أن الشباب يستعملون التلفزيون أكثر من وسائل الإعلام الأخرى سواء المحلية أو الأجنبية.
- الفرضية الثالثة: أن الشباب يستعملون القنوات الفضائية الأجنبية أكثر مما يستعملون التلفزيون الجزائري.
- أن الشباب يتعرضون إلى مضامين الخيال في التلفزيون أكثر مما يتعرضون إلى محتويات الواقع.

ب- محور أثر وسائل الإعلام على القيم:

- الفرضية الخامسة: أن وسائل الإعلام لا تساعد على ارتباط الشباب بالقيم، نظرا لكون مضامين هذه الوسائل الإعلامية تميل أكثر إلى الترفيه والاستهلاك والخطاب السياسي باستثناء بعض المضامين المحدودة مثل الوثائقيات والبرامج الدينية والتعليمية.

ج- محور أثر وسائل الإعلام على السلوكيات:

- الفرضية السادسة: أن وسائل الإعلام تساعد الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية.

د- محور ارتباط الشباب بالقيم أو الابتعاد عنها ومدى تجاوزهم لبعض السلوكيات:

- الفرضية السابعة: أن ارتباط الشباب بالقيم أو الابتعاد عنها ومدى تجاوزهم لبعض السلوكيات يتوقفان على خصائصهم الديموغرافية والسوسيوثقافية والاقتصادية.

كما توصل الباحث إلى أن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر استعمالا من طرف المبحوثين الشباب في هذه الدراسة ويشاهدونه بنسبة ٩٤.٩ %.

- أن الإناث من الشباب يشاهدن التلفزيون أكثر من الذكور بنسبة ٧٤,٦ % سواء كن عاطلات أو عاملات أو متمدسات.

- أن أغلبية أفراد العينة اختاروا محتويات الخيال المتمثلة في الأفلام والمسلسلات والرياضة في المقام الأول كبرامج يتعرضون لها وتنال اهتمامهم.

- أن أغلبية المبحوثين الشباب يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم.

٢- دراسة (راضية حميدة ، ٢٠٠٦)

تمحورت إشكالية الدراسة حول مدى وكيفية تفاعل الجمهور الجزائري مع القيم التي تتضمنها المسلسلات المدبلجة.

وقامت الباحثة بطرح التساؤلات التالية:

- هل يشاهد الجمهور الجزائري المسلسلات المدبلجة؟
- كيف يرى الفرد المشاهد هذه المسلسلات وما هي ظروف تلقيه لهذه المضامين؟
- ما هي الدوافع التي تجعل الجمهور الجزائري يتعرض ويواظب عليها؟
- ما هي أهم القيم التي تحملها المسلسلات المدبلجة؟
- هل تؤثر القيم والصور المتضمنة في المسلسلات المدبلجة على سلوك الجمهور وآرائه ونمط حياته؟

توصلت إلى أن: المسلسلات المدبلجة تقدم أشكالاً من الصور المادية قد تتحول إلى نماذج اقتداء من خلال الصورة الجذابة المزينة و المصطنعة بأسلوب مشوق، وهذه النماذج يمكن إدراكها على مستوى الاتجاهات والدوافع والرغبات المكونة للقناعات التي تحدد أنماط السلوك عند كثيفي المشاهدة.

- أن إناث عينة الدراسة يواظبن على مشاهدة المسلسلات كبرامج مفضلة لديهن.

٣- دراسة (ناجية مزيان ٢٠٠٦)

تمحورت إشكالية الدراسة حول تعامل المرأة غير العاملة في الجزائر مع برامج الفضائيات العربية وماهي أنماط الرغبات المشبعة من خلال المشاهدة؟

كما تضمنت الدراسة مجموعة من التساؤلات أهمها:

- ما هي عادات وأنماط مشاهدة المرأة غير العاملة في الجزائر لبرامج القنوات الفضائية العربية؟

- ما هي الرغبات المشبعة من خلال تعرض المرأة لبرامج القنوات الفضائية العربية؟

- هل لمتغيرات الفئة العمرية المستوى التعليمي والحالة العائلية علاقة بانتقاء القنوات والبرامج

التلفزيونية المفضلة لدى المبحوثات؟

وتوصلت إلى أن:

- جميع النساء المبحوثات يشاهدن القنوات الفضائية العربية وأنهن يتعرضن لها بصورة دائمة بلغت أعلى نسبة ب ٤٩.٦%، كما أنه تم التوصل في هذه الدراسة إلى أن البرامج الدينية والدراما احتلت المرتبة الأولى في المشاهدة عن باقي البرامج الأخرى.

٤- دراسة (وردة دايم الله، ٢٠٠٣).

حاولت الباحثة معالجة موضوع أنماط مشاهدة الجمهور الجزائري للمسلسلات الأمريكية وهي عبارة عن دراسة مسحية لأنماط مشاهدة المسلسل الأمريكي (سان سات بيتش) عند عينة من المشاهدات في الجزائر العاصمة، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن:

- وعي غالبية المبحوثات بالمنطق الذي يحكم سير أحداث المسلسل، لكن هذا لا يمنعهن من الانزلاق في عالمه.
- إن عملية تأويل وتفسير المبحوثات لأحداث المسلسل تكون انطلاقا من تجربتهن الخاصة.
- تتحكم في صيرورة بناء المعنى عند المبحوثات عوامل سيكولوجية وسوسيو ثقافية لا تتفصل عن تجربتهن في الحياة.

٥- دراسة (نصيرة عقبي، ٢٠٠٣)

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول تعامل الجمهور مع برامج التلفزيون لمعرفة سلوك المشاهدة أثناء عملية المشاهدة من منظور وظيفي في الأسرة، انطلاقا من أن الجمهور يختار البرامج التي تشبع حاجاته ورغباته الشخصية وعلى أساس أنه ينتقي البرامج التي تنال اهتمامه ويرفض تلك التي لا تخدم تطلعاته.

كما تضمنت إشكالية الدراسة على مجموعة من الأسئلة أهمها:

- كيف ينظر باحثو نظرية الاستعمالات والإشباع إلى علاقة الجمهور بالتلفزيون؟ وكيف يتعرض المشاهد الجزائري العاصمي للبرامج التلفزيونية؟
- هل ينتقي الجمهور الجزائري العاصمي برامج التلفزيون في تعرضه لها؟
- كيف تؤثر الفئة العمرية وامتياز المستوى التعليمي في انتقاء البرامج؟ وتوصلت الدراسة إلى أن:
- التلفزيون هو الوسيلة الأكثر متابعة من طرف المبحوثين مقارنة مع الوسائل الأخرى.
- مشاهدة التلفزيون في المحيط الأسري هي سلوك يرتبط بعدة عوامل أهمها عدد أجهزة التلفزيون و القنوات المستقبلية و عدد أفراد الأسرة.

٦- دراسة (عزيز لعبان ١٩٩٧)

تقوم إشكالية هذه الدراسة على محاولة فهم كيف يتفاعل أفراد الأسرة مع الوضعيات الاجتماعية الخيالية التي من خلالها تصل المعلومات والمعاني التي يتوصل إليها الأفراد الفاعلون في إطار هذه الوضعيات الاجتماعية الحقيقية التي تواجهها في إطار الأسرة، بمعنى كيف يؤثر العالم الذي توجده الصور الخيالية على الطرق التي يفسر بها الأفراد عواملهم الشخصية والاجتماعية.

وتوصل الباحث إلى أن الغموض الذي يسود المجتمع في مرجعيته وقيمه يدفع بالأولياء إلى التوجه أكثر نحو مراجع أخرى والتي هي أساسا التلفزيون والفيلم التي تتحول إلى المرجع الوحيد الذي يمد الفرد

بالمعلومات التي تساعده على الوصول إلى معاني الأشياء، ولكن هذا لا يعني أن الفرد بهذه العملية ينسلخ من قيمه المرجعية ولكنها ستأخذ مكانا ثانويا في منظومته القيمية.

٨ صعوبات البحث:

أثناء إعداد هذه الدراسة واجهتنا عدة صعوبات نذكر منها:

- ١- نقص الدراسات التي تتناول الكيفية التي تتفاعل بها المرأة الجزائرية مع محتويات وسائل الإعلام بشكل عام والدراما التلفزيونية بشكل خاص.
- ٢- نقص الدراسات التي تركز على جمهور النساء كعينة بحث.
- ٣- تخوف بعض المبحوثات من الإجابة على أسئلة الاستمارة خاصة اللائي يقطن بالمناطق الريفية. لا يكاد يخلو بحث علمي من الصعوبات لكن هذه الصعوبات أحيانا تزيد الباحث رغبة أكثر في التمسك بموضوع بحثه لتحقيق أهدافه العلمية.

٩. النتائج العامة:

- نستعرض فيما يلي أهم النتائج التي تحصلنا عليها في الميدان من خلال البحث في استعمالات واشباكات النساء الماكثات في البيت من خلال التعرض للدراما التلفزيونية العربية، بحيث توصلنا إلى:
- غالبية النساء الماكثات في البيت يشاهدن الدراما التلفزيونية العربية بنسبة ٩٤.٦٦ % بحيث يخصصن لها حجم زمني يتراوح ما بين ساعة إلى ساعتين بمعدل ٧٦.٠٥ %، فالتعرض إذا للدراما التلفزيونية العربية يكون بطريقة انتقائية من طرف المبحوثات وهذا أهم مبدأ يقوم عليه مقرب الاستعمالات والاشباكات.
 - ٤٢.٩٥ % من المبحوثات ذو الفئة العمرية ١٦-٢٥ يتعرضن للدراما التلفزيونية العربية في الفترة المسائية وأغلبهن عازبات بنسبة ٤٢.٦٦ % و ٥٨.٤٥ % من مفردات العينة يشاهدن الدراما التلفزيونية العربية مع بعض أفراد الأسرة خاصة على القناة التلفزيونية العربية "MBC" بنسبة ٣٤.٢٤ %.
 - تفضل ٨٢.٣٩ % من النساء الماكثات في البيت التعرض للمسلسلات العربية التلفزيونية التي تنال اهتمام معظم المبحوثات بمعدل ٧٨.٨٧ %، وذلك لاهتمامهن بالجوانب الاجتماعية والعاطفية في الدراما التلفزيونية العربية كما تناقشن مواضيعها مع أخريات.
 - كلما ارتفعت النسبة العمرية عند النساء الماكثات في البيت قل التركيز أثناء المشاهدة والعكس صحيح، بحيث ٥٤.٢٨ % من المبحوثات اللواتي يركزن بالهن أثناء التعرض للدراما التلفزيونية العربية تتراوح أعمارهن ما بين ١٦-٢٥، وتقل تدريجيا عند باقي الفئات العمرية لتصل إلى ١٧.٦٤ % عند المبحوثات ذوات الفئة العمرية ٣٦-٤٥ اللائي يمارسن بعض الهوايات أثناء المشاهدة.
 - تتعرض أغلب المبحوثات باختلاف مستواهن التعليمي إلى الدراما التلفزيونية العربية من أجل الحصول على فوائد معينة كالتعرف على أنماط معيشية أكثر تطورا بالنسبة لذوات المستوى الجامعي وتغيير بعض السلوكيات السلبية عند المبحوثات الأميات (لا يقرآن ولا يكتبن).

- تشاهد أغلب المبحوثات مختلف البرامج الدرامية التلفزيونية من مسلسلات وأفلام ومسرحيات عربية، كما تميل ٣١.٦٩% من النساء الماكثات في البيت إلى شخصية المرأة الناجحة في الدراما العربية وتفضلن قيم الحب والتسامح والاحترام التي يتحلى بها أبطال الدراما العربية المفضلة لديهن، كل حسب دوره ويحاولن التحلي بها.

- تتعرض معظم المبحوثات للدراما التلفزيونية العربية لوجود تشابه في المشاكل التي تعالجها والمشاكل التي تواجهها النساء الماكثات في البيت في الحياة اليومية بنسبة ٥٤.٩٢%، خاصة التي تتعلق بخيانة الزوج وعلاقات الخداع والحسد والمشاكل الاجتماعية والعاطفية بحيث تستفيد أفراد العينة من الكيفية التي تتعامل بها أبطال الدراما مع هذه المشاكل في حياتهن اليومية، فالمرأة الماكثة إذا تشاهد المضامين الإعلامية بطريقة انتقائية لإشباع رغباتها انطلاقاً من دوافعها التي تختلف من مرحلة عمرية لأخرى.

- عبرت معظم المبحوثات عن شعورهن بالراحة والرضا بعد مشاهدة الدراما التلفزيونية العربية خاصة بالنسبة للنساء اللاتي يتفاعلن مع شخصيات الدراما بالبكاء، فالبكاء مع الأبطال كما أكدته علماء النفس هو البكاء على المشاكل والهموم في الواقع ما يسمح بالترويح عن النفس، فنستنتج أن أغلب مفردات العينة يسعين من خلال التعرض للدراما التلفزيونية العربية إلى إشباع حاجة من حاجاتهن النفسية أو الاجتماعية لتشعرن في الأخير باللذة والارتياح.

- تتعرض ٧٢.٥٣% من المبحوثات إلى الدراما التلفزيونية العربية لإشباع بعض الرغبات التي يطمحن إليها بحيث توصلت ٢٩.١٢% من مفردات العينة ذوات الفئة العمرية ٤٦-٥٥ إلى إشباع رغبة "الاستراحة والاسترخاء بعد يوم متعب"، في حين تمكنت النساء من ذوات الفئة العمرية ٣٦-٤٥ من إشباع رغبة "الهروب من المشاكل ونسيانها" بنسبة ٢٥.٢٤% نظراً لوجود نفس الروتين في حياتهن ورفضهن للواقع المعيش، فعلى مدى زمن عرض الدراما يتم استبدال الواقع بالخيال لبعض اللحظات التي تبقى كافية لتنتسى المشاهدات همومهن ومعاناة الحياة، كما تحاول أخريات اكتساب سلوكيات جديدة من وراء التعرض للدراما التلفزيونية العربية.

- تجلب الدراما التلفزيونية العربية التي تعالج المشاكل العاطفية اهتمام ١٥.٣٣% من المراهقات ذوات الفئة العمرية ١٦-٢٥ اللاتي يسرحن في الأحلام من أجل الإشباع التعويضي أو البديل لنقص الإشباع الطبيعي.

- تتعرض ١٠.٦٧% من مفردات العينة إلى الدراما التلفزيونية العربية لإشباع رغبة الحديث مع الغير، بحيث تصبح مواضيع الدراما محل نقاش مع الغير ما يسمح لهن بالتواصل الاجتماعي، نستخلص أن جل المبحوثات يتوصلن إلى إشباع رغباتهن المختلفة من خلال التعرض للدراما التلفزيونية العربية خاصة الدراما السورية التي تعد في نظرهن أكثر واقعية من الدراما المصرية.

وبناء على ما تقدم، فإن معظم النساء الماكثات في البيت يقبلن على مشاهدة الدراما التلفزيونية العربية خاصة الدراما التلفزيونية السورية بطريقة انتقائية، وفقاً لاختياراتهن المحددة مسبقاً، من خلال تخصيص

حجم زمني معين حسب ظروفهن، وذلك على أساس أن فعل المشاهدة يعتبر نشاط ثانوي بالنسبة لهن، وعادة ما يتفاعلن مع الجوانب الاجتماعية والعاطفية في الدراما المفضلة لديهن، كما تفضلن مناقشة مواضيع هذه الدراما مع أخريات، وما لمسناه أيضا من خلال هذه الدراسة أن النساء الماكثات في البيت يشبعن رغباتهن باختلاف دوافعهن حسب حاجاتهن التي تختلف من سن معين إلى آخر باختلاف مستواهن التعليمي.

قائمة المصادر والمراجع:

- باللغة العربية:

أ. الكتب:

١. الفوال صلاح مصطفى ، منهج البحث في البحوث الاجتماعية، مكتبة غريب، القاهرة، ١٩٨٢.
٢. أنجريس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، تر: بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، ط٢، درا القصة للنشر، الجزائر، ٢٠٠٦.
٣. بن مرسلني أحمد ، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط٢، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ٢٠٠٥.
٤. درويش عبد الرحيم ، الدراما في الراديو والتلفزيون: المدخل الاجتماعي للدراما، مكتبة نانسي دمياط، مصر، ٢٠٠٥.
٥. ديفليير ميلفين، وساندرا بول روكيش، نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٢.
٦. حسن سمير محمد ، بحوث في الإعلام: الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٨٣.
٧. عبد الوهاب جلال ، العلاقات الإنسانية والإعلام، منشورات ذات السلاسل، الكويت، ١٩٨٤.
٨. عبد الحميد محمد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط١، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٣.
٩. فرغلي حمدي فراح وآخرون، السلوك الإنساني، نظرة علمية، دار الكتب الجامعية، القاهرة، ١٩٧٧.
١٠. خضور أديب، صورة المرأة في الإعلام العربي، ط١، دار الأيام للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ١٩٩٩.

ب. القواميس والمعاجم:

١١. دورون رولان، فرانسواز بارو، موسوعة علم النفس، المجلد ٢، ط١، عويدات للنشر والطباعة، لبنان، دت.
١٢. حجاب رشيد، الموسوعة الإعلامية، المجلد السابع، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٣.
١٣. عبد القادر فرج طه وآخرون، معجم علم النفس والتحليل النفسي، ط١، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، دت.
١٤. عاطف محمد غيث، قاموس علم الاجتماع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٧٩.

ج. أطروحات ورسائل جامعية:

١٥. بومعيزة السعيد، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب (أطروحة دكتوراة دولة)، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، ٢٠٠٥.
١٦. بوزيدي حفيظة، التلاميذ المراهقون وجهاز MP3 (رسالة ماجستير)، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ٢٠٠٩.
١٧. دايم الله وردة، أنماط مشاهدة الجمهور للمسلسلات الأمريكية (رسالة ماجستير)، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ٢٠٠٣.
١٨. إلبان عزيز، تفاعل أفراد الأسرة الجزائرية مع الصور الفيلمية الدرامية (رسالة ماجستير)، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ١٩٩٧.
١٩. مزيان ناجية، جمهور الفضائيات العربية (رسالة ماجستير)، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، ٢٠٠٦.
٢٠. سالم زغولة، صورة المرأة العربية في الدراما المتلفزة (رسالة ماجستير)، قسم الإتصال، جامعة الأردن، ١٩٩٧.
٢١. راضية حميدة، المسلسلات المدبلجة وتأثيرها على قيم وسلوك الجمهور (رسالة ماجستير)، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، ٢٠٠٦.
٢٢. عقبي نصيرة، جمهور التلفزيون ونظرية الاستعمالات والاشباعيات (رسالة ماجستير)، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، ٢٠٠٢.

- المراجع باللغة الأجنبية:**1. Ouvrage:**

23. Balle Francis, Médias et Société, 14^{ème} Ed, Montchrestien l'extenso Edition, Paris, 2009.
24. Gravitez Madeleine, Méthodes des Sciences Sociales, Edition Dalloz, Paris, 1996.
25. Mattelart Armand et Michèle, Histoire des Théorie de la Communication, 3^{ème} Ed, Edition la Découvert, Paris, 2004.
26. Rieffel Rémy, Que Sont les Médias ?, Édition Gallimard, Paris, 2005.
27. Deutch E, Les Techniques Psychosociologiques au Service de l'étude de Marché, Cahier de l'institut de Services Economiques Appliquée n° 71, Paris, 1951.

2. Article:

28. Sepulghre Sarah, La Fabuleuse Histoire de la Télévision et d'internet, Recherche en Communication, Université Catholique de Louvain, Département de Communication, n°31, 2009.

3. Dictionnaires et Encyclopédies:

29. Boom Milon et Autres, Lexique de l'audiovisuel, Sous la Direction de Pierre Miquel, Dalloz, 1990.
30. Hatnoll Phyllis, The Oxford Companion to The Theatre, University Press, Oxford, 1991.

- 42.95% of respondents aged 16-25 is subject to Arab television drama in the evening and most of them are single rate of 42.66% and 58.45% of the sample watching a TV drama with some Arab members of the family, especially on the Arab television channel "MBC" rate of 34.24%.

-Prefer to 82.39% of the women sitting in the House of exposure to Arab television serials, which affect most interest at the rate of 78.87% respondents, for his interest in the social and emotional aspects of television drama in Arabic will also discuss topics with others.

- Prefer to 82.39% of the women sitting in the House of exposure to Arab television serials, which affect most interest at the rate of 78.87% respondents, for their interest in the social and emotional aspects of television drama in Arabic also discuss topics with others.

-Crossed most of the respondents about their feelings of comfort and satisfaction after watching a TV drama Arabic especially for women who interacted with the characters drama crying, Crying with heroes as confirmed by psychologists is crying on the problems and concerns in fact what allows the recreation of self, and we find that most of the sample seeking from during exposure to Arab television drama to satisfy the need of their needs psychological or social feel in the last pleasure and satisfaction.

- Being 10.67% of the sample to the TV drama Arabic to satisfy the desire to talk with others, so that they become topics drama under discussion with others, allowing them to communicate the social, conclude that all respondents satisfy their desires through different exposure to TV drama especially Arab Syrian drama, which is in their opinion was more realistic than the Egyptian drama.

Based on the above, most of the women sitting in the house when fellow to watch TV drama Arab private TV drama Syrian selective manner, according to their choices pre-determined, through the allocation of the size of a certain time depending on their circumstances, and on the basis that the act of viewing is considered a secondary activity for them, and usually interact with the social and emotional aspects in the drama have preferred.

Arab TV drama and The audience women sitting at home

Samira Belghitia

Assistant Lecture Département of b – Algeria University

belghitia_samira@yahoo.fr

Abstract

The dramas on television a large area on the map of programs and different passages offered by television, which still poses a special power despite the presence of new means of communication, in terms of their ability (drama) on the formation and build a mental picture to the viewer, as it combines elements of thrill and excitement and the influences that all cooperate to make this picture and formulation between individuals, groups and peoples.

This study aims to:

- Detection rate View women sitting at home For Arab television drama.
- Show The audience to know the reasons women sitting in the TV drama House Arabic.
- Identify the motives of women sitting in The audience house of exposure to Arab television drama.
- Know what type of desires obtained through a The audience offering women sitting at home For Arab television drama.
- Disclosure of the relationship features personal and public conduct communication to an audience of women sitting at home.

The importance of the subject of study in the definition of the characteristics of The audience of women sitting at home in Mostganem (Algeria), both from the point of the motives of exposure to Arab television drama, which in turn determines the quality of the inclinations, interests and types of preferences, as well as knowledge patterns desires saturated.

The study falls within the descriptive studies using survey methodology, and the questionnaire as a tool for the study. For a sample of (160) Researched The audience of Algerian women sitting in the home state of Mostaganem (Algeria). And indicated the most important results of the study that the majority of women sitting at home watching a TV drama Arabic by 94.66% so allocated size timeline ranges from one to two hours at a rate of 76.05%, Exposure If the drama Arab television be selective manner by the respondents and the most important principle underlying the approach uses and gratification.

Copyright © EPRA 2014

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: chairman@epra.org.eg - jpr@epra.org.eg

Web: www.epra.org.eg - www.jpr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Egyptian Public Relations Association,
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Saray, 2 Ahmed El-zayat Street.
 And also to the Association email: jpr@epra.org.eg, or info@epra.org.eg, chairman@epra.org.eg,
 after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.



**Journal of Public Relations Research Middle East
(JPRR.ME)**

Scientific Refereed Journal

Second issue – January / March 2014

Founder & Chairman

Dr. Hatem Saad

Chair of EPRA

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Chairman of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Samy Taya

Professor and Head of Public Relations Department
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Sadek Rabeah (Algeria)

Associate Professor of mass communication - Emirati
Canadian faculty - United Arab Emirates - the former dean
of Faculty of information and Public Relations - Ajman
University

El-Sayed Abdel-Rahman

Assistant Professor of Public Relations
Mass Communication Faculty – Sinai University

English Reviewer

Ahmed Badr

Address

Egyptian Public Relations Association
Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street
Mobile: +201141514157
Tel : +2237620818
www.epra.org.eg
jpr@epra.org.eg

Scientific Board

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Enshirah el SHAL (Egypt)

Professor of Media at the Faculty of Mass Communication, Cairo University (State Doctorate in Arts and Humanities from France)

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television - Dean of the Faculty of Information, Cairo University

Prof. Dr. Nesma Younes (Egy.)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Adly Reda (Egy.)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University and dean of the Institute of High Aljazeera Media Sheroq Academy

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations Vice Dean Faculty of Mass Communication for Community Service and Environmental Development - Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Basyouni Hamada (Egypt)

Professor of media and public opinion, political Faculty of Mass Communication, Cairo University – Dean Of the Division of Information International Academy of Engineering and Media Sciences – 6 October

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egy.)

Professor of printing press at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael (Egy.)

Media professor & Head of Department of Culture Media and Children at Ain Shams University

Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Alsun and Mass Communication, Vice President of the International University of Egypt

Prof. Dr. Yasen Lasheen (Egypt)

Professor of public relations and public opinion at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egy.)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

obeykandi.com

Journal



of
PR **research**

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association - Second issue – January / March 2014

- **Prof. Dr. Aly Agwa** - *Cairo University*
Arab Mind between the Media and Terrorism 7
- **Prof. Dr. Yas Elbayati** - *University of Baghdad & Ajman University of Science*
Trends in university youth watch satellite TV and their potential impact on values and behavior (field study) 8
- **Prof. Dr. Ali Kessaissia** - *University of Algeria*
Approaches to the audience of Mass media And users of new media 9
- **Prof. Dr. Azza Abdul-Aziz Abdullah Osman** - *Sohag University*
The Factors behind the Stereotyped Image of Arab Muslim Woman in Western Media: An Arab Academic Elite Perspective 10
- **Associate Prof. Dr. Ahmed Mohammed Ahmed Zaied** - *Sohag University*
- **Dr. Fatma Elzhraa Saleh Ahmed** - *Sohag University*
The Effect of the Commercial Breaks in T.V Satellite Channels on the Audience 19
An empirical examination for investigating the increasing role of data processing using structural models
- **Dr. Adel Saleh** - *Sohag University & The British University in Cairo*
Synopsis Role of the Media in the Presidential Election Campaign in Egypt in 2012 Study in the Light of Hybridization Theory 21
- **Dr. Thouraya SNOUSSI** - *Emirates College of Technology - Abu Dhabi*
Citizen journalism and reproduce roles 23
- **Samira Bulgithih** - *University of Algeria*
Arab TV drama and audience women sitting at home 24

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical
Information Network
(ENSTINET)

Copyright ©2014 EPRA

www.epra.org.eg