

علاقة اتجاهات الأزواج نحو حياتهم الأسرية بسمات العلاقات الزوجية المقدمة في الأفلام المصرية

"دراسة ميدانية"

إعداد/ مروه بيومي عبد الحميد *

إشراف/ د. وسام نصر**

مقدمه الدراسة

تستقى الأسرة المصرية قيمها ومبادئها من الأديان السماوية، ومن التقاليد المصرية الأصلية، وتشمل هذه المبادئ كل جوانب حياة الفرد والأسرة والمجتمع من علاقات اجتماعية بين الزوج والزوجة وأفراد الأسرة الواحدة، وبينها وبين الأسر الأخرى في المجتمع والتي تشمل مبادئ الرحمة والتعاطف والتكافل الاجتماعي، ومن علاقات اقتصادية تشمل مبادئ الأمانة وحفظ العهود والالتزام بالموثيق، كما تشمل المبادئ السياسية داخل المجتمع المصري والتي من بينها الشورى والعدل والمساواة .

وتعد الدراما السينمائية من أهم وسائل الترفيه في القنوات التلفزيونية سواء الأرضية أم الفضائية، وتعد من أكثر المواد تفضيلاً ومشاهدةً بين مختلف فئات الجمهور بغض النظر عن النوع والسن والمستوى الاقتصادي الاجتماعي، وتخطى الأفلام السينمائية بقدرة هائلة على التأثير في الجمهور المتلقى لها، وينبع هذا التأثير من الطبيعة الخاصة بالسينما باعتبارها تجمع بين الوعاء المعرفي والثقافي والشكل الفني التعبيري، بالإضافة إلى تسخيرها لأحدث وسائل تكنولوجيا العصر في صياغة هذا المحتوى بأسلوب يحقق جذب انتباه المشاهد، والتوغل إلى وجدانه وعقله. ومن

* باحثة دكتوراه

** أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

ناحية أخرى فإن السينما نمط من أنماط الإبداع الثقافي، يمكن أن تعكس النظم والأوضاع والمعتقدات السائدة في تطورها وتغيرها، كما أنها مصدر من مصادر تشكيل الوعي على المستوى الفردي والجماعي، من خلال تأثيرها على عمليات الإدراك والشعور وتشكيلها للرؤى الخاصة بالحياة.

كما تؤثر الأفلام السينمائية الاجتماعية على مشاهديها فهي تكشف عن أحدث وخبرات مختلفة، ربما تساهم في تغيير حياة الإنسان إلى الأبد، إذ تساهم في تغيير نظرة الفرد للحياة المحيطة به، حيث تعرض لنا الحياة الإنسانية بما فيها من أزمات وعلاقات جافة بين الأفراد والعكس.

وانطلاقاً من هذا أفترض الباحثون أنه كلما قضى المشاهدون فترة طويلة أمام هذه المواد الدرامية كلما كان هناك تأثير أكبر على معتقداتهم، وقد تقوم الأشكال الدرامية التي يقدمها التلفزيون مثل التمثيليات والأفلام والمسرحيات بدور هام في تكوين السلوك الفردي والاجتماعي في المجتمع الذي أنتجت فيه، أي أنها تسعى لترسيخ أو إلغاء أو تعديل بعض القيم والمفاهيم الخاصة بالمجتمع.

وتسعى هذه الدراسة إلى التعرف على علاقة اتجاهات الأزواج نحو حياتهم الأسرية بسمات العلاقات الزوجية المقدمة في الأفلام المصرية.

مشكلة الدراسة

تعتبر الأشكال الدرامية من أكثر الأشكال الفنية وصولاً إلى المشاهد، نتيجة لأنها تحاكي قضايا ومشكلات المجتمع وتعبّر عنها بعمق كبير، وتكشف دائماً للمشاهد ما يحيط به من مشكلات وقضايا اجتماعية واقتصادية وسياسية، وهذا يعني أن هناك عدداً من الأفلام السينمائية حاولت أن تعالج بعض المشكلات الاجتماعية، وبذلك أصبحت هذه تمثل انعكاساً لما يحدث في الواقع، حيث تسيطر هذه القضايا على اهتمام كتاب السيناريو للأفلام السينمائية، كما تجوز قدراً كبيراً من اهتمام الجمهور، كما أن الشكل الاجتماعي قد يتضمن أنواعاً أخرى يتباين ملامحها في كل فيلم¹.

وقد شملت القضايا الاجتماعية التي طرحتها الأفلام السينمائية العديد من الموضوعات منها المشكلات الزوجية والعائلية والأسرية والفساد واستغلال النفوذ والفقير والحاجة إلى المال وتأثيره على سلوك الفرد، كما أشارت تلك القضايا إلى أهمية الترابط العائلي والعلاقات الأسرية المتوازنة والتمسك بالقيم الأصيلة، ولهذا تتزايد أهمية الأفلام السينمائية في التصدي للمشكلات الاجتماعية بوجه عام ومواجهة الظواهر السلبية في المجتمع والارتقاء بوعي الفئات الدنيا^٢.

وتعتبر الأسرة واحدة من أهم الجماعات التي حظيت بأكثر الدراسات تكثيفاً ضمن بحوث العلوم الإنسانية التي طالما أكدت على تزايد تأثير المستجدات التكنولوجية في الأسرة كنظام اجتماعي في المجتمع المعاصر، ولقد اهتمت الدراسات العلمية بمظاهر هذا التأثير على جوانب أسرية متنوعة مثل وظائف الأسرة، البناء والقيم والمعايير والأدوار والمكانة داخل الأسرة، كما تعتبر العلاقات الزوجية من أبرز العلاقات التي تؤثر فيها التكنولوجيا الحديثة نظراً لما تحدثه هذه التكنولوجيا من تأثير في سلوك الأزواج وعلاقاتهم الاجتماعية والأسرية.

وقد أجرى المركز مسحاً علي عينة من الزوجات والأزواج المصريين وتوصل فريق الدراسة إلي أن ٨٩% من الأزواج والزوجات أكدوا أن الدراما تحرض الزوجات علي التمرد علي الحياة الزوجية وأضافا الدراسة أن ٨٠% من الزوجات والأزواج أكدوا أن الدراما العصرية تشجع علي الخيانة الزوجية^٣.

وفي هذا الإطار تتضح أهمية الدراما والأفلام السينمائية الاجتماعية في تكوين الصورة الذهنية عن الأسرة والعلاقات الزوجية لدى المشاهد، وتؤيد دراسة صادرة عن مركز دراسات المرأة بالقاهرة أن الدراما المصرية عامل رئيسي في إفساد العلاقات الزوجية.

ومن خلال استعراض ما سابق، فإنه يكمن صياغة مشكلة الدراسة على النحو التالي:

"ما علاقة اتجاهات الأزواج نحو حياتهم الأسرية بسمات العلاقات الزوجية المقدمه في الأفلام المصرية".

أهمية الدراسة

يمكن توضيح أهمية الدراسة من خلال الجوانب الآتية :-

أولاً: أهمية نظرية

(١) تتناول الدراسة شريحة مهمة من المجتمع "الزوجة والزوج" فهما من أهم أعمدة المجتمع المسؤولة عن تنشئة الأجيال القادمة فبصلاح الأوضاع وبفسادها تفسد الأخلاق.

(٢) قلة الدراسات الإعلامية التي تناولت العلاقات الزوجية في السينما المصرية، هذا على الرغم مما تشير إليه دراسات العلمية من اعتماد الجمهور بشكل اساسى على التلفزيون باعتباره مصدراً للمعلومات حول القضايا والمشكلات والمتغيرات التي تحدث في المجتمع.

ثانياً: أهمية عملية

(١) اختبار فروض نظرية الغرس الثقافى، من خلال تطبيق فروض النظرية لدراسة تأثير مشاهدة الأفلام السينمائية على تشكيل اتجاهات الأزواج (المشاهدين) نحو الواقع الدرامى والواقع الفعلى نحو حياتهم الأسرية، وأيضاً اختبار الفرض الإدراكى لنظرية الشخص الثالث فى المجتمع المصرى فيما يتعلق بتقديم الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية للعلاقات الزوجية، وهو ما يعنى التعرف على رأى كل من الأزواج والزوجات فى درجة تأثير ما يقدم عن العلاقات الزوجية على حياتهم الأسرية، مع دراسة تأثير مجموعة من المتغيرات التي يمكن أن تؤثر على هذا الرأى أو الإدراك.

(٢) تحظى الدراما السينمائية بجماهيرية كبيرة وهي مفضلة لكل الأعمار وكل الشرائح المجتمعية حيث أنها تتمتع بحرية فى المعالجة، وتقدم مزيدا من وجهات النظر الاجتماعية، كما أنها تتعامل مع الموضوعات بطرق أكثر جرأة وهي قادرة على تقديم إجابات وحلول لكثير من المشاكل الاجتماعية.

أهداف الدراسة

- (١) التعرف على مدى تعرض المبحوثين للأفلام المصرية الاجتماعية وظروف التعرض لها.
- (٢) التعرف على دوافع مشاهدة المبحوثين للأفلام المصرية الاجتماعية، ومستوى المشاهدة النشطة لتلك الأفلام، ومدى إدراك واقعية المضمون المقدم فى تلك الأفلام.
- (٣) التعرف على مدى إدراك المبحوثين لواقعية المضمون المقدم لهم حول العلاقات الزوجية فى الأفلام المصرية الاجتماعية.
- (٤) التعرف على مدى تأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية بما تقدمه عن العلاقات الزوجية على اتجاهات الأزواج (المبحوثين) نحو حياتهم الأسرية.
- (٥) التعرف على مدى إدراك المبحوثين من الأزواج والزوجات لدرجة تأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية بما تقدمه عن العلاقات الزوجية على اتجاهاتهم نحو حياتهم الأسرية، ومدى إدراكهم لدرجة تأثر الحياة الأسرية للأزواج بمشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية.

الدراسات السابقة

تعرض الباحثة الدراسات السابقة من خلال:

- (١) دراسة بسنت مراد فهمى (٢٠١٠) حول علاقة الشباب الجامعى ببرامج

تلفزيون الواقع^٤

سعت الدراسة للتعرف على علاقة الشباب الجامعى ببرامج الواقع وذلك فى إطار تطبيق نظرية الشخص الثالث، وذلك من خلال التعرف على دوافع تعرض الشباب الجامعى لهذه البرامج وتقييمهم لاتجاه القيم المقدمة فى كل من برامج الواقع

العربية والأجنبية وتقييمهم لمدى واقعية هذه البرامج ودرجة مقبوليتها اجتماعياً، كما استهدفت اختيار الفرضين الإدراكي والسلوكي لنظرية الشخص الثالث، واستخدمت الدراسة منهج المسح (مسح الجمهور)، كما استخدمت الدراسة عينة عمدية على نمط العينة المتاحة تتكون من ٤٥٠ مفردة من طلبة وطالبات جامعتي القاهرة و ٦ أكتوبر المتابعين لبرامج تليفزيون الواقع، وأثبتت الدراسة الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث، حيث وجدت فروق دالة إحصائياً في مستوى إدراك الشباب الجامعي لحدوث تأثيرات سلبية لبرامج تليفزيون الواقع على الذات مقابل التأثيرات السلبية على الآخرين، كما تم قبول الفرض السلوكي جزئياً.

(٢) دراسة عزيز ضوحاي (٢٠١٠) Aziz Douai حول Third Person Effect Research : A Cross Cultural Perspective⁵

هدفت الدراسة إلى اختبار تأثير الشخص الثالث في أطر ثقافية مختلفة وعلى وجه الخصوص الأطر الثقافية العربية والإسلامية، وذلك ضمن مشروع بحثي أكبر تناول التأثيرات المحتملة لتليفزيون الحرة الذي ترعاه الولايات المتحدة الأمريكية على الجماهير العربية وعلى الرأي العام العربي. وتمثلت التساؤلات البحثية الرئيسية للدراسة فيما يلي: إلى أي مدى تختلف اعتقادات المبحوثين حول تأثير قناة الحرة على اتجاهاتهم عن اعتقاداتهم بشأن تأثيرها على اتجاهات المشاهدين الآخرين؟، كيف تؤثر الهوية القومية على اعتقادات المبحوثين بشأن تأثير قناة الحرة على الآخرين؟، واعتمد المشروع البحثي على عينة من ٦٧ مشاهد مغربي للمحطات الإخبارية الفضائية، واستخدمت الدراسة أداة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات، وتمثلت أهم نتائج الدراسة فيما يلي: لقي تأثير الشخص الثالث تدعياً ضعيفاً عبر الدراسة وذلك لاعتقاد المبحوثين بأن تليفزيون الحرة له تأثير ضئيل جداً - سواء كان تأثيراً إيجابياً أو سلبياً- على كل من دواتهم والمشاهدين المغربيين الآخرين، كما تلاشى الدعم الإحصائي لتأثير الشخص الثالث عند تضمين متغير المسافة النفسية، حيث لم

يشير المبحوثين المغاربة إلى أى اختلاف فى تأثير قناة الحرة على المشاهدين العرب من غير المغاربة.

(٣) دراسة حنان حامد حنفى (٢٠٠٨) حول تأثير الأغاني الفيديو كليب⁶

استهدفت الدراسة التعرف على السمات الشكلية والموضوعية للأغاني الفيديو كليب فى القنوات الحكومية والقنوات الخاصة، وقياس حجم تعرض الشباب المصرى واتجاهاته نحوها، وصولاً إلى اختبار العلاقة بين حجم التعرض لهذه الأغاني وطبيعة النسق القيمي السائد لدى الشباب المصرى، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامى بشقيه مسح المضمون ومسح الجمهور، وطبقت استمارة استقصاء على عينة عنقودية حجمها ٤١٦ مفردة فى محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية، وأثبتت الدراسة إلى عدم التحقق من صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نسب إدراك الأفراد لتأثير الأغاني المصورة على أنفسهم على الآخرين، وعدم التحقق من صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتقاد الأفراد فى تأثر الآخرين بالأغاني المصورة ودرجة موافقتهم على فرض مزيد من الرقابة عليها.

(٤) دراسة عبد الرحيم أحمد سليمان (٢٠٠٨) حول أنماط مشاهدة الجمهور

لأغاني الفيديو كليب وإدراك مدى تأثيرها على الآخرين⁷

سعت الدراسة إلى التعرف على أنماط تعرض الشباب لأغاني الفيديو كليب ودوافع تعرضه الآخرين مقابل تأثيرها على النفس فى ضوء اختلاف المتغيرات الديموجرافية، ودراسة مدى ارتباط هذا الإدراك بتأييد فرض الرقابة على تلك الأغاني. وعُدت تلك الدراسة من الدراسات الوصفية، وطبقت على عينة غير احتمالية متاحة من ٢٠٠ مفردة من سكان القاهرة الكبرى، واستخدم الاستقصاء كأداة جمع للبيانات، وأشارت نتائج الدراسة إلى اعتقاد نسبة ٥٥ % من العينة بأن أغاني الفيديو كليب السلبية أكثر تأثيراً على الآخرين، واعتقدت نسبة ٣٨,٥ % من العينة أن تأثير

أغاني الفيديو كليب السلبية أكثر تأثيراً أغاني الفيديو كليب على الآخرين يتساوى في تأثيرها عليهم أنفسهم، وثبتت صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائياً في إدراك الجمهور لتأثير أغاني الفيديو كليب السلبية على الذات مقارنة بتأثيرها على الآخرين، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة ٤١,٥ % من العينة ترى أن الأغاني الدينية والوطنية الجيدة أكثر تأثيراً عليهم، في حين رأت نسبة ٥ % فقط أن الأغاني الديني والوطنية أكثر تأثيراً على الآخرين، أما نسبة ٥٣,٥ % فرأت أن تأثير الأغاني الدينية و الوطنيه الجيده على الآخرين يتساوى مع تأثيرها عليهم أنفسهم، وثبتت صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائياً في إدراك الجمهور لتأثير أغاني الفيديو كليب الدينية والوطنية الجيدة على الذات مقارنة بتأثيرها على الآخرين.

(٥) دراسة ليونارد ريد وآخرون (٢٠٠٦) **Reid et.al** حول **Perceived**

Third – Person Effect and Consumer Attitudes on Preventing and Banning DTC Advertising ⁸

استهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين إدراك الأفراد لتأثير إعلانات التسويق المباشر للجمهور

(DTC) Direct to Consumer على المشاهدين، واتجاهات الأفراد نحو حظر هذه الإعلانات، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبيان لجمع البيانات من عينة بلغ عدد أفرادها ٤٧٢ فرد من البالغين، وأثبتت الدراسة الفرض الإدراكي للنظرية حيث اعتقد المبحوثون أن الآخرين أكثر تأثيراً بهذه الإعلانات بشكل أكبر من تأثيرهم الشخصي بها بغض النظر عن تأثيرات تلك الإعلانات سواء سلبية أو إيجابية، وأيد المشاركون في هذه الدراسة فحص هذه الإعلانات قبل عرضها وليس منعها، ولم يرتبط هذا التأييد بالاختلاف في إدراك الأفراد لتأثيرات هذه الإعلانات على أنفسهم مقارنة بالآخرين.

(٦) دراسة تى روبينسون ودى يمفرى (٢٠٠٦) حول **Robinson & Umphery**
First and Third – Person Perception of Images of Older People
in Advertising : An intergenerational evaluation⁹

هدفت الدراسة إلى التعرف على رأى كل من الشباب وكبار السن فى درجة تأثير الصورة المقدمة لكبار السن المقدمة فى الإعلانات على كل من الشباب وكبار السن، وتكونت عينة البحث من ٩٤ من كبار السن و ١٢١ من الشباب، وأثبتت الدراسة الفرض الإدراكى لنظرية الشخص الثالث، واعتمد ذلك على ما إذا كانت الصورة المقدمة عن كبار السن مقارنة بتأثيرها على الشباب، فى حين اعتقد الشباب أنهم الأكثر تأثراً فى حالة تقديم صورة سلبية مقارنة بكبار السن وهو ما أكده كبار السن .

(٧) دراسة رون ليون و كمبيرلى إلبيسيل (٢٠٠٥) حول **Leone & Bessell**
Movie Ratings and Third Person Perception¹⁰

هدفت الدراسة إلى التعرف على رأى المبحوثين فى درجة تأثير الأفلام الإباحية على كل من معارف واتجاهات وسلوكيات الآخرين، واستخدمت استمارة الاستبيان فى جمع البيانات من عينة كونت من ٥٠٠ طالب جامعى، وأكدت الدراسة الفرض الإدراكى النظرية الشخص الثالث، حيث أدرك الطلبة أن الآخرين أكثر تأثراً بوسائل الإعلام من النواحي المعرفية والوجدانية والسلوكية بشكل أكبر من تأثير هذه الوسائل على أنفسهم، وقد أدرك المشاركون أن المسافة النفسية والاجتماعية بينهم وبين غيرهم من طلبة الجامعة أقل اتساعاً من المسافة النفسية والاجتماعية بينهم وبين الطلاب فى سن الدراسة الثانوية والطلاب فى سن الدراسة القبل ثانوى.

التعليق على الدراسات السابقة

١- أكدت الدراسات السابقة على ثلاثة نتائج رئيسية، وتتمثل هذه النتائج فيما يلى:

٢- ارتفاع نسبة مشاهدة أفراد الجمهور المصرى الأعمال الدرامية.

- ٣ - يحمل مضمون تلك الأعمال الدرامية فى بعض الأحيان قيماً سلبية .
- ٤ - تأكيد المبحوثين على إمكانية تأثير هذه الأعمال الدرامية على واقع الأسرة وحياتها.
- ٥- لم تتعمق الدراسات السابقة فى دراسة العلاقات الزوجية وطبيعة تلك العلاقات وسماتها الإيجابية والسلبية من أجل التعرف على ما تقدمه الأفلام السينمائية عن تلك العلاقات وهو ما ستتعمق فيه الدراسة الحالية.
- ٦- وجدت الباحثة عدداً - إلى حد ما - من الدراسات العربية التى قامت بإختبار فروض نظرية الشخص الثالث، وتمثل الدراسة الحالية، إضافة إلى الرصيد العلمى الخاص بإختبار فروض تلك النظرية فى المجتمع المصرى بالتطبيق على مضامين ورسائل إعلامية مختلفة عن تلك التى قامت الدراسات السابقة بإختبارها.

الإطار النظرى للدراسة

تعتمد هذا الدراسة فى إطارها النظرى على نظرية الغرس الثقافى ونظرية الشخص الثالث، فنظرية الغرس الثقافى يتمثل الفرض الرئيسى لها فى أن مشاهدة التلفزيون بشكل منتظم تقود لتبنى معتقدات معينة حول طبيعة العالم الاجتماعى، هذا العالم الذى يعتقد الأفراد فى نهاية المطاف أنه مماثلاً للزاوية النمطية والمشوهة والمختارة التى يقدمها التلفزيون عن العالم فى مواد الخيالية وفى الأخبار بشكل منتظم^{٢٠} حيث افترضت النظرية أن هؤلاء الذين يشاهدون التلفزيون بشكل أكبر سيكونون مختلفين عن هؤلاء الذين يشاهدون التلفزيون بدرجة أقل فى نواحى متعددة، فعلى الرغم من أن كل الجماعات المختلفة من النواحى الديمجرافية بها أشخاص يشاهدون التلفزيون بدرجة عالية أو منخفضة^{٢١} .

وهناك فرضين أساسيين فى هذه النظرية، وهما: الأولى يقدم التلفزيون عالم مكون من قصص مترابطة تُقدم عن طريق الدراما والأخبار، وهذه القصص تُنتج فى إطار مجموعة محددة من المعايير الخاصة بسوق وسائل الإعلام، والثانية يختلف جمهور التلفزيون عن جماهير وسائل الإعلام الأخرى، حيث أن هذا الجمهور يشاهد التلفزيون بدون انتقاء أو اختيار لمواد معينة بنسبة كبيرة، كما أن مشاهدة التلفزيون هى مسألة طقوسية تماماً ويتوقع ازديادها بشكل أكثر انتظاماً^{٢٢}.

أما نظرية الشخص الثالث فيتمثل مفهوم الفرضية لها فى أن الأفراد يعتقد بشكل متكرر أن "معظم الناس يصدقون أى شئ يقرءونه فى الصحافة"، ولكن كثيراً من هؤلاء الأفراد لا يُضمنون أنفسهم فى ملاحظتهم حول "معظم الناس"، فالمتأثرين بوسائل الإعلام صفة ينسبها الأشخاص إلى الآخرين، ولكن نادراً ما ينسبونها إلى أنفسهم، هذا الاختلاف بين التأثير المُدرك لوسائل الإعلام على النفس وعلى الآخرين سُمى بتأثير الشخص الثالث¹¹. وقد سميت هذه الظاهرة بظاهرة تأثير الشخص الثالث لأن الشخص الثالث مُتضمن من ناحيتين يمكن ملاحظتهما، فمن وجهة نظر هؤلاء الذين يحاولون تقسم تأثير الاتصال، فإن التأثير الأعظم لن يكون على أنفسهم "Me" ولا أنتم "You" ولكنه سيكون عليهم "Them" أو الشخص الثالث¹²، ومن وجهة نظر علماء الدعاية أو علماء الإقناع فإن الشخص الثالث هو ذلك الشخص المهتم بسلوكيات واتجاهات الجمهور المزعوم، وقد يحاول علماء الدعاية تغيير سلوك هؤلاء عن طريق محاولة التأثير بشكل ظاهرى على أشخاص آخرين¹³.

فروض الدراسة الميدانية

قامت الباحثة بتحديد الفروض الخاص بالدراسة الميدانية والتي تقيس اتجاهات الأزواج نحو حياتهم الأسرية فى المجتمع المصرى .

تسعى الدراسة إلى اختبار الفروض التالية:

(١) فروض مرتبطة بنظرية الغرس الثقافى

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دلالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأزواج للأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية ومستوى تأثير مشاهدة هذه الأفلام على العلاقات الزوجية بينهم وبين أسرهم.

الفرض الثانى: توجد فروق دلالة إحصائياً بين الأزواج والزوجات من حيث تأثير اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (الذكور - الإناث) من حيث تأثير مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية نحو واقع حياتهم الأسرية.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين المنتمين لمستويات اجتماعية اقتصادية مختلفة من حيث تأثير مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته

الفرض الخامس: توجد ارتباط دلال إحصائياً بين متغير دوافع المشاهدة ومتغير تأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية

الفرض السادس: توجد ارتباط دال إحصائياً بين متغير المشاهدة النشطة للأفلام وتأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية

الفرض السابع: يوجد ارتباط دال إحصائياً بين متغير إدراك واقعية مضمون الأفلام المصرية الاجتماعية وتأثير مشاهدة تلك الأفلام على العلاقات الزوجية

الفرض الثامن : يوجد ارتباط دال إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية ومستوى إدراك الواقع الاجتماعى للعلاقات الزوجية والأسرية بشكل مشابه للواقع السينمائى

٢) فروض مرتبطة بنظرية الشخص الثالث

الفرض التاسع: إن اعتقاد الأزواج حول درجة تأثر العلاقات الزوجية لأفراد أسرتهم بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية يزيد بفروق جوهرية عن اعتقاد هؤلاء الأزواج حول درجة تأثر العلاقات الزوجية بمشاهدة هذه الأفلام.

الفرض العاشر: إن اعتقاد الزوجات حول درجة تأثر العلاقات الزوجية لأفراد أسرتهم بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية يزيد بفروق جوهرية عن اعتقاد هؤلاء الزوجات حول درجة تأثر العلاقات الزوجية بمشاهدة هذه الأفلام.

الفرض الحادي عشر: يوجد ارتباط عكسي دال إحصائياً بين إدراك اتجاه المضمون الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية (سلبى - إيجابى) والمتغيرين التاليين :-

أ - اعتقاد الأزواج أن العلاقات الزوجية لزوجات يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية .

ب - اعتقاد الزوجات أن العلاقات الزوجية للأزواج يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية.

الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو مجموعة من الأحداث، وذلك بهدف الحصول على معلومات دقيقة وكافية عنها، دون الدخول فى أسبابها أو التحكم فيها^{٣٥}.

منهج الدراسة

تطبق الباحثة فى هذه الدراسة منهج المسح، وهو أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم واتجاهاتهم وهو الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات من قطاع عريض من المجتمع المصرى بحيث تمثل العينة مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية، ويتم استخدام منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني وذلك من خلال مسح عينة من الجمهور مُمثلة فى الأزواج والزوجات وذلك للتعرف على العلاقة بين مشاهدتهم هذه الأفلام وإدراكهم للواقع الاجتماعى لتلك العلاقات، وكذلك تأثير مشاهدتهم هذه الأفلام على اتجاهاتهم نحو حياتهم الأسرية، بالإضافة إلى التعرف على توقعاتهم لتأثير تلك الأفلام على أنفسهم وعلى الآخرين من أفراد الأسرة المصرية، وذلك يعتبر هذا المنهج الأكثر ملائمة لدراسة مشكلة البحث الحالية.

عينة الدراسة

تطبق الدراسة على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من الأزواج والزوجات من الجمهور المصرى، ممن يشاهدون الأفلام المصرية الاجتماعية، وتم توزيع مفردات العينة وفقاً لأسلوب التوزيع المتساوى بين الأزواج والزوجات فى كل محافظاتى القاهرة والجيزة، مع مراعاة التوزيع المتناسب للعينة على المستويات الديموغرافية والاجتماعية من حيث (السن، المستوى الاقتصادى الاجتماعى، المستوى التعليمى) .

أدوات جمع البيانات

استخدمت الباحثة استمارة استبيان لإجراء الدراسة الميدانية على عينة من الأزواج من المتابعين للأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية، وتشتمل على المتغيرات والأسئلة التى تختبر فروض الدراسة وتجيب عن التساؤلات المطروحة ويراعى فى إعدادها جميع الخطوات المنهجية السليمة .

اختيار الصدق لاستمارة الاستبانة

- اختبار الصدق

قامت الباحثة بعرض استمارة الاستبانة على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين فى علوم الإعلام والاجتماع¹⁴، وذلك للتحقيق من صدق الأداة ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة الميدانية واختبار فروضها، وقد قام السادة المحكمون بإجراء بعض التعديلات المتعلقة بصياغة بعض الأسئلة وترتيبها ونمطها وكذلك إضافة بدائل جديدة ومتنوعة، وتم تعديل استمارة الاستبانة وفقاً لأهم التعديلات والمقترحات التى اتفق عليها معظم السادة المحكمين.

نتائج الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دلالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأزواج للأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية ومستوى تأثير مشاهدة هذه الأفلام على العلاقات الزوجية بينهم وبين أسرهم.

جدول رقم (١)

العلاقة بين كثافة مشاهدة الأزواج للأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية ومستوى تأثير مشاهدة هذه الأفلام على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته

مستوى تأثير مشاهدة هذه الأفلام على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته		كثافة مشاهدة الأزواج للأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية
مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	
٠,٠٦٨	٠,١٧٦	الزوج
٠,٦٦٩	٠,٠٤٢	الزوجة
٠,٠١٠	٠,١٢٤	إجمالى العينة
٤٠٠		ن

تشير نتائج الجدول السابق إلى أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون ظهر وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأزواج للأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية ومستوى تأثير مشاهدة هذه الأفلام على العلاقات الزوجية بينهم وبين أسرهم حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠١٠ وبلغت قيمة معامل الارتباط ٠,١٢٤.

ويتضح مما سبق ثبوت صحة الفرض الأول القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأزواج الأفلام المصرية الاجتماعية ومستوى تأثير مشاهدة هذه الأفلام على العلاقات الزوجية بينهم وبين أسرهم، وتتفق نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة ياسمين أحمد على (٢٠١١) حول العلاقات العائلية كما تقدمها المسلسلات المصرية وتأثيرها على التفاعل الأسرى، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة أفراد الأسرة المصرية للمسلسلات المصرية الاجتماعية ومستوى تأثير مشاهدة هذه المسلسلات على التفاعل الأسرى بينهم وبين أسرهم¹⁵، دراسة حنان حامد حنفى (٢٠٠٨) حول تأثير أغاني التلفزيون المصورة على النسق القيمي لدى الشباب المصرى، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض للأغاني التلفزيون المصورة على النسق القيمي لدى الشباب المصرى¹⁶.

الفرض الثانى: توجد فروق دلالة إحصائياً بين الأزواج والزوجات من حيث تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية

جدول رقم (٢)

الفروق بين الأزواج والزوجات من حيث تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية

تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية						الفرق بين الأزواج والزوجات
مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	
٠,٣٤١	٤٣٢	٠,٩٥٢	٥,٧٨٧٤٠	٣٨,١٨٩٨	٢٠٠	الزوج
	٤٣٢,٩٧١		٥,٨٨٨٨٣	٣٧,٦٥٦٠	٢٠٠	الزوجة

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه باستخدام اختبار T. Test اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الأزواج والزوجات من حيث تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية حيث بلغت ت ٠,٩٥٢ ومستوى المعنوية ٠,٣٤١.

ويتضح مما سبق عدم ثبوت صحة الفرض الثانى القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأزواج والزوجات من حيث تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية.

وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التى توصلت إليها دراسة ياسمين أحمد (٢٠١١) حول العلاقات العائلية كما تقدمها المسلسلات المصرية وتأثيرها على التفاعل الأسرى، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائياً بين جيلى الآباء والأبناء من حيث تأثر تفاعلهم الأسرى بمشاهدة المسلسلات المصرية الاجتماعية¹⁷، كما تتفق هذه النتيجة مع النتيجة التى توصلت إليها دراسة عزة محمود زكى عبدالصمد (٢٠٠٩) حول صورة الأم فى الأفلام والمسلسلات وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعى لها، حيث

توصلت إلى عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين جيلى الأبناء والوالدين فى إدراك الواقع الاجتماعى للأم كما تعكسه الدراما التلفزيونية¹⁸.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (الذكور - الإناث) من حيث تأثير مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية نحو واقع حياتهم الأسرية

جدول رقم (٣)

الفروق بين الجنسين (الذكور - الإناث) من حيث تأثير مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية نحو واقع حياتهم الأسرية

تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية						الفرق بين (الذكور-الإناث)
مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	العدد	
٠,٢٠٦	٤٣٢	-	٥,٣٤٠	٣٧,٥٦٦	٢٠٠	الذكور
	٤٢٠,٩٦٨	١,٢٦٧	٦,٢٨٨	٣٨,٢٧٦	٢٠٠	الإناث

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه باستخدام اختبار ت T. Test اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (الذكور - الإناث) من إجمالى عينة الدراسة من حيث تأثير مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية نحو واقع حياتهم الأسرية حيث بلغت قيمة ت -١,٢٦٧ ومستوى المعنوية ٠,٢٠٦.

وينضح مما سبق عدم ثبوت صحة الفرض الثالث القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (الذكور - الإناث) من حيث تأثير مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية نحو واقع حياتهم الأسرية.

وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التى توصلت إليها دراسة عزة محمود زكى عبدالصمد (٢٠٠٩) حول صورة الأم فى الأفلام والمسلسلات وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعى لها، حيث توصلت إلى عدم وجود فروق دالة إحصائياً

بين الذكور والإناث فى إدراك الواقع الاجتماعى للأمر كما تعكسه الدراما التلفزيونية¹⁸.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين المنتمين لمستويات اجتماعية اقتصادية مختلفة من حيث تأثير مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته

جدول رقم (٤)

تحليل التباين لدراسة الفروق بين المبحوثين المنتمين لمستويات اجتماعية اقتصادية مختلفة من حيث تأثير مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية

على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته

تأثير مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته					المستويات الاقتصادية الاجتماعية للمبحوثين	
العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجة الحرية		
٢١٠	٣٦,٩٣٧	٥,١٥٨	٣,٤٢٦	٢	٠,٠٣٣	
١٦٤	٣٢,١٥١	٦,٢٠٩		٤٣١		مستوى اجتماعى اقتصادى منخفض
٢٦	٢٩,٦٨٠	٢,٩٩٦		مستوى اجتماعى اقتصادى متوسط		
٤٠٠					مستوى اجتماعى اقتصادى مرتفع	
					ن	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه باستخدام تحليل التباين فى اتجاه واحد ثبت صحة الفرض الرابع القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين المنتمين لمستويات اجتماعية اقتصادية مختلفة من حيث تأثير مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته، حيث بلغت قيمة معامل التباين (ف) ٣,٤٢٦ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٣٣، وقد جاءت مجموعة المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض فى المرتبة الأولى حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابى لهذه المجموعة ٣٦,٩٣٧، وجاء المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط فى المرتبة الثانية حيث بلغت قيمة المتوسط

علاقة اتجاهات الأزواج نحو حياتهم الأسرية بسمات العلاقات الزوجية المقدمه في الأفلام المصرية

الحسابي لهذه المجموعة ٣٢,١٥١، وجاءت مجموعة المستوى الاقتصادي المرتفع فى المرتبة الثالثة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذه المجموعة ٢٩,٦٨٠. ولمعرفة مصدر التباين تم إجراء الاختبارات البعدية وذلك كالتالى:

جدول رقم (٥)

تحليل التباين لدراسة الفروق بين المبحوثين المنتمين لمستويات اجتماعية اقتصادية مختلفة من حيث تأثير مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرتهم

مستوى المعنوية	الفرق بين المتوسطين	المجموعة المقارنة	المجموعة الأولى	تأثير مشاهدة الأفلام على العلاقات الزوجية
٠,٢٠٦ ٠,٠٤٠	٤,٧٨٦ ٧,٢٥٧	متوسط مرتفع	منخفض	
٠,٧٤١	٢,٤٧١	مرتفع	متوسط	

ويتضح من خلال بيانات الجدول السابق وجود فروق بين مجموعتي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض والمستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٤٠، وهذا الفرق لصالح مجموعة المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض حيث بلغت قيمة متوسطها الحسابي ٣٦,٩٣٧، بينما بلغت قيمة المتوسط الحسابي لمجموعة المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع ٢٩,٦٨٠، فى حين أظهرت الاختبارات الإحصائية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين باقى المجموعات، وهذا يعنى أن المبحوثين المنتمين لمستوى اجتماعي اقتصادي منخفض تتأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية بصورة أكبر من المبحوثين المنتمين لمستوى اجتماعي اقتصادي مرتفع.

ويتضح ما سبق ثبوت صحة الفرض الرابع القائل بوجود فروق ذات إحصائية بين المبحوثين المنتمين لمستويات اقتصادية اجتماعية مختلفة من حيث تأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرتهم.

الفرض الخامس: توجد ارتباط دلال إحصائياً بين متغير دوافع المشاهدة ومتغير تأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية

جدول رقم (٦)

العلاقة بين متغير دوافع المشاهدة وتأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية

تأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته		دوافع المشاهدة
مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	
٠,٠٠٠	٠,١٨٤-	الدوافع الطقوسية
٠,٠٠٠	٠,٢٥٤-	الدوافع النفعية
٠,٠٠٠	٠,٢٦٣-	دوافع المشاهدة إجمالاً
٤٠٠		ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه باستخدام معامل ارتباط معامل بيرسون ظهر وجود ارتباط عكسي دال إحصائياً بين دوافع مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية وتأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٠٠ وبلغت قيمة معامل الارتباط -٠,٢٦٣ وذلك كما يلي: على مستوى الدوافع الطقوسية/ أظهر استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود ارتباط عكسي دال إحصائياً بين دوافع المشاهدة الطقوسية وتأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٠٠ وبلغت قيمة معامل الارتباط -٠,١٨٤ ، أي أنه كلما ارتفع معدل الدوافع الطقوسية لمشاهدة الأفلام المصرية قل تأثير مشاهدة الأفلام على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته. على مستوى الدوافع النفعية/ أظهر استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود ارتباط عكسي دال إحصائياً بين دوافع المشاهدة النفعية وتأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية

٠,٠٠٠ وبلغت قيمة معامل الارتباط -٠,٢٥٤، أى أنه كلما ارتفع معدل الدوافع النفعية لمشاهدة الأفلام المصرية قل تأثير مشاهدة الأفلام على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته. على مستوى دوافع المشاهدة إجمالاً/ أظهر استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود ارتباط عكسى دال إحصائياً بين دوافع المشاهدة الأفلام المصرية وتأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٠٠ وبلغت قيمة معامل الارتباط -٠,٢٦٣، أى أنه كلما ارتفع معدل الدوافع مشاهدة الأفلام المصرية قل تأثير مشاهدة الأفلام على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته.

يمكن تفسير وجود ارتباط عكسى بين كل من دوافع المشاهدة إجمالاً ودوافع المشاهدة النفعية ودوافع المشاهدة الطقوسية وبين تأثير مشاهدة الأفلام على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته بأن إدراك الأفراد للأسباب التى تدفعهم لمشاهدة ومتابعة للأفلام يجعلهم واعيين ومتنبهين لعدم حدوث تأثير ناتج عن مشاهدة تلك الأفلام يخرج عما حدوده لأنفسهم من أسباب ودوافع للتعرض ونتائج للمشاهدة.

ويتضح مما سبق ثبوت صحة الفرض الخامس القائل بوجود ارتباط دال إحصائياً بين متغير دوافع المشاهدة ومتغير تأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته.

وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التى توصلت إليها عزة عبدالعظيم (٢٠٠٠) فى دراستها حول تأثير الدراما التلفزيونية على إدراك الواقع الاجتماعى للأسرة المصرية، حيث توصلت إلى وجود علاقة بين كل من الدوافع النفعية وإدراك الاجتماعى بما يشابه ما يعرضه التلفزيون، لكنها تختلف معها من حيث اتجاه العلاقة حيث وجدت الدراسة ارتباط الدوافع النفعية بإدراك الواقع الاجتماعى للأسرة المصرية ارتباطاً إيجابياً، كما تختلف معها من حيث علاقة الدوافع الطقوسية

بالمتغير التابع حيث توصلت نفس الدراسة إلى عدم وجود ارتباط بين إدراك الواقع الاجتماعي للأسرة المصرية بما يشابه ما يعرض في التلفزيون والدوافع الطقوسية¹⁹.
الفرض السادس: توجد ارتباط دال إحصائياً بين متغير المشاهدة النشطة للأفلام وتأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية

جدول رقم (٧)

العلاقة بين متغير المشاهدة النشطة وتأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية

تأثير مشاهدة الأفلام على العلاقات الزوجية		المشاهدة النشطة
مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	
٠,٠٤٦	٠,٠٩٦-	النشاط قبل المشاهدة
٠,٠٠٣	٠,١٤٠	النشاط أثناء المشاهدة
٠,٠٠٧	٠,١٢٩-	النشاط بعد المشاهدة
٠,٠٠٢	٠,١٤٨-	المشاهدة النشطة إجمالاً
٤٠٠		ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون ظهر وجود ارتباط عكسي دال إحصائياً بين متغير المشاهدة النشطة للأفلام وتأثير مشاهدة الأفلام على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرتة حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٠٠ وبلغت قيمة معامل الارتباط -٠,١٤٨ وذلك كما يلي: على مستوى بُعد النشاط قبل المشاهدة/ أظهر استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود ارتباط عكسي دال إحصائياً بين بُعد النشاط قبل المشاهدة وتأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرتة حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٤٦ وبلغت قيمة معامل الارتباط -٠,٠٩٦، على مستوى بُعد النشاط أثناء المشاهدة/ أظهر استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود ارتباط عكسي دال إحصائياً بين بُعد النشاط أثناء المشاهدة وتأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية

على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٠٣، وبلغت قيمة معامل الارتباط -٠,١٤٠، على مستوى بُعد النشاط بُعد المشاهدة/ أظهر استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود ارتباط عكسي دال إحصائياً بين بُعد النشاط بُعد المشاهدة وتأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٠٧، وبلغت قيمة معامل الارتباط -٠,١٢٩، على مستوى متغير المشاهدة النشطة إجمالاً/ أظهر استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود ارتباط عكسي دال إحصائياً بين متغير المشاهدة النشطة للأفلام المصرية وتأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٠٢، وبلغت قيمة معامل الارتباط -٠,١٤٨، أى أنه كلما زادت المشاهدة النشطة للأفلام المصرية قل تأثير مشاهدة الأفلام على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته.

ويتضح مما سبق ثبوت صحة الفرض السادس القائل بوجود ارتباط دال إحصائياً بين متغير المشاهدة النشطة وتأثير مشاهدة الأفلام على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته.

وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة عزة محمود زكى عبدالصمد (٢٠٠٩) حول صورة الأم فى الأفلام والمسلسلات وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعى لها، حيث توصلت إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين المشاهدة النشطة وإدراك الواقع الاجتماعى للأم كما تعكسه الدراما التليفزيونية، لكنها تختلف معها من حيث اتجاه العلاقة حيث وجدت تلك الدراسة علاقة ارتباطية إيجابية بين المشاهدة والمتغير التابع²⁰، كما تتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها لبنى محمد الكنانى (٢٠٠٨) فى دراستها حول صورة الأسرة العربية فى الدراما التليفزيونية وأثرها على إدراك الجمهور العربى للواقع الاجتماعى لها، حيث توصلت إلى وجود علاقة ارتباط إحصائى بين كثافة مشاهدة المسلسلات الاجتماعية

العربية وإدراك الواقع الاجتماعي للأسرة العربية بما يشابه ما تقدمه هذه المسلسلات في وجود متغير المشاهدة النشطة، لكنها تختلف معها في أن الدراسة المشار إليها أثبتت تلك العلاقة في وجود مستوى مرتفع من المشاهدة النشطة لهذه المسلسلات²¹.

الفرض السابع: يوجد ارتباط دال إحصائياً بين متغير إدراك واقعية مضمون الأفلام المصرية الاجتماعية وتأثير مشاهدة تلك الأفلام على العلاقات الزوجية

جدول رقم (٨)

العلاقة بين متغير إدراك واقعية مضمون الأفلام المصرية الاجتماعية وتأثير مشاهدة تلك الأفلام على العلاقات الزوجية

تأثير مشاهدة الأفلام على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته		إدراك واقعية مضمون الأفلام
مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	
٠,٠٠٠	-٠,١٦٧	بُعد النافذة السحرية
٠,٠٠٠	-٠,٢٣٣	بُعد التعلم
٠,٠٠٢	-٠,١٥٠	بُعد التوحد
٠,٠٠٠	-٠,٢١٦	إدراك واقعية المضمون إجمالاً
٤٠٠		ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه باستخدام معامل ارتباط معامل بيرسون ظهر وجود ارتباط عكسي دال إحصائياً بين إدراك واقعية مضمون الأفلام المصرية الاجتماعية وتأثير مشاهدة تلك الأفلام على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٠٠ وبلغت قيمة معامل الارتباط -٠,٢١٦ وذلك كما يلي: على مستوى بُعد النافذة السحرية/ أظهر استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود ارتباط عكسي دال إحصائياً بين بُعد النافذة السحرية وتأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٠٠ وبلغت قيمة معامل الارتباط -٠,١٦٧، على مستوى بُعد التعلم / أظهر استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود ارتباط عكسي دال إحصائياً بين بُعد التعلم وتأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٠٠ وبلغت قيمة

معامل الارتباط -0.233، على مستوى بُعد التوحد/ أظهر استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود ارتباط عكسي دال إحصائياً بين بُعد التوحد وتأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية 0.002، وبلغت قيمة معامل الارتباط -0.150، على مستوى متغير إدراك واقعية مضمون الأفلام إجمالاً/ أظهر استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود ارتباط عكسي دال إحصائياً بين متغير إدراك واقعية مضمون الأفلام المصرية الاجتماعية وتأثير مشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية 0.000، وبلغت قيمة معامل الارتباط -0.216، أى أنه كلما زادت إدراك الأزواج لواقعية المضمون المقدم الأفلام المصرية الاجتماعية قل تأثير مشاهدة الأفلام على العلاقات الزوجية بينهم وأسرته.

ويتضح مما سبق ثبوت صحة الفرض السابع القائل بوجود ارتباط دال إحصائياً بين متغير إدراك واقعية مضمون الأفلام وتأثير مشاهدة الأفلام على العلاقات الزوجية بين المبحوث وأسرته.

وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة عزة محمود زكى عبدالصمد (2009) حول صورة الأم فى الأفلام والمسلسلات وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعى لها، حيث توصلت إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين إدراك الجمهور لواقعية المضمون وإدراكهم للواقع الاجتماعى للأم كما تعكسه الدراما التلفزيونية، لكنها تختلف معها من حيث اتجاه العلاقة حيث توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية²¹.

الفرض الثامن: يوجد ارتباط دال إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية ومستوى إدراك الواقع الاجتماعى للعلاقات الزوجية والأسرية بشكل مشابه للواقع السينمائى

جدول رقم (٩)

العلاقة بين كثافة مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية ومستوى إدراك الواقع الاجتماعي للعلاقات الزوجية والأسرية بشكل مشابه للواقع السينمائي

مستوى إدراك الواقع الاجتماعي للعلاقات الزوجية والأسرية بشكل مشابه للواقع السينمائي		كثافة مشاهدة الأزواج للأفلام
مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	
٠,٧٢٧	-٠,٠٣٤	الأزواج
٠,٨٩٠	-٠,٠١٣	الزوجات
٠,٠٠٠	-٠,٠٢٦	إجمالي العينة
٤٠٠		ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه باستخدام معامل ارتباط معامل بيرسون ظهر عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية ومستوى إدراك الواقع الاجتماعي للعلاقات الزوجية والأسرية بشكل مشابه للواقع السينمائي حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٥٩١ وبلغت قيمة الارتباط ٠,٠٢٦، يتضح مما سبق عدم ثبوت صحة الفرض الثامن القائل بوجود ارتباط دال إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية ومستوى إدراك الواقع الاجتماعي للعلاقات الزوجية والأسرية بشكل مشابه للواقع السينمائي، وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها عزة عبدالعظيم (٢٠٠٠) في دراستها حول تأثير الدراما التلفزيونية على إدراك الواقع الاجتماعي للأسرة المصرية، حيث توصلت إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض للتلفزيون وإدراك الواقع الاجتماعي للأسرة المصرية بما يشابه ما يعرضه التلفزيون²³.

الفرض التاسع: إن اعتقاد الأزواج حول درجة تأثر العلاقات الزوجية لأفراد أسرهم بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية يزيد بفروق جوهرية عن اعتقاد هؤلاء الأزواج حول درجة تأثر العلاقات الزوجية بمشاهدة هذه الأفلام

جدول رقم (١٠)

الفروق بين اعتقاد الأزواج من حيث درجة تأثر العلاقات الزوجية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية واعتقادهم بدرجة تأثر العلاقات الزوجية بمشاهدة هذه الأفلام

درجة تأثر العلاقات الزوجية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية										
مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	الانحراف المعياري للطرف الآخر من الأسرة	الانحراف المعياري للأزواج	الفرق بين المتوسطات	المتوسط الحسابي للطرف الآخر من الأسرة	المتوسط الحسابي للأزواج	العدد	الفروق بين اعتقاد الأزواج
٠,٠٠٦	٢٠٠	-٢,٧٦٨	١,١٧٩	١,٠١٣	٠,٩٢٢	٠,٢٢٢	٢,٠٢٥	٢,٠٣٢	٢٠٠	الأزواج وزوجاتهم
٠,٠١٥	٢٠٠	-٢,٤٥٩	١,١٨٩	٠,٩٢٦	٠,٩٢٢	-٠,١٩٩	٢,٢٣١	٢,٠٣٢	٢٠٠	الأزواج وأبنائهم الذكور
٠,٠٠٠	٢٠٠	-٦,٤٠٨	١,١٥٧	٠,٩٩٢	٠,٩٢٢	-٠,٥٠٤	٢,٥٣٦	٢,٠٣٢	٢٠٠	الأزواج وأبنائهم الإناث
٢٠٠										
ن										

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه باستخدام اختبار T.Test إلى ثبوت صحة الفرض التاسع القائل بأن اعتقاد الأزواج حول درجة تأثر العلاقات الزوجية لأفراد أسرهم بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية يزيد بفروق جوهرية عن اعتقاد هؤلاء الأزواج حول درجة تأثر العلاقات الزوجية بمشاهدة هذه الأفلام.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة بسنت مراد فهمي (٢٠١٠) حول علاقة الشباب الجامعي ببرامج الواقع وذلك في إطار تطبيق نظرية الشخص الثالث، وأثبتت الدراسة الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث، حيث وُجدت فروق دالة إحصائياً

بين مستوى إدراك الشباب الجامعي لحدوث تأثيرات سلبية لبرامج تليفزيون الواقع على الذات مقابل التأثيرات السلبية على الآخرين^{٢٤}، ودراسة ليونارد ريد وآخرون Reid et.al (2006) حول العلاقة بين إدراك الأفراد لتأثير إعلانات التسويق المباشر للجمهور (Direct to Consumer) DTC على المشاهدين واتجاهات الأفراد نحو حظر هذه الإعلانات، وأثبتت الدراسة الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث حيث اعتقد المبحوثون أن الآخرين أكثر تأثراً بهذه الإعلانات بشكل أكبر من تأثرهم الشخصي، بغض النظر عن تأثيرات تلك الإعلانات سواء سلبية أو إيجابية^{٢٥}، دراسة تي روبينسون ودي يمفري (٢٠٠٦) Robinson & Umphery حول رأى كل من الشباب وكبار السن فى درجة تأثير الصورة مقدمة لكبار السن فى الإعلانات على كل من الشباب وكبار السن، وأثبتت الدراسة الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث، واعتمدت تلك على ما إذا كانت الصورة المقدمة عن كبار السن من الإعلانات سلبية أو إيجابية، حيث اعتقد الشباب أن الصور الإيجابية أكثر تأثيراً على كبار السن مقارنة بتأثيرها على الشباب، فى حين اعتقد الشباب أنهم أكثر تأثراً فى حالة تقديم صورة سلبية مقارنة بكبار السن وهو ما أكدته كبار السن^{٢٦}، دراسة رون ليون وكمبيرلى إلبيسيل (٢٠٠٥) Leone & Bessell حول رأى المبحوثين فى درجة تأثير الأفلام الإباحية على كل من معارف واتجاهات وسلوكيات الآخرين ، وأكدت الدراسة الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث، حيث أدرك الطلبة أن الآخرين أكثر تأثراً بوسائل الإعلام من النواحي المعرفية والوجدانية والسلوكية بشكل أكبر من تأثير هذه الوسائل على أنفسهم^{٢٧}.

الفرض العاشر: إن اعتقاد الزوجات حول درجة تأثر العلاقات الزوجية لأفراد أسرتهن بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية يزيد بفروق جوهرية عن اعتقاد هؤلاء الزوجات حول درجة تأثر العلاقات الزوجية بمشاهدة هذه الأفلام

جدول رقم (١١)

الفروق بين اعتقاد الزوجات من حيث درجة تأثر العلاقات الزوجية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية واعتقادهم بدرجة تأثر العلاقات الزوجية بمشاهدة هذه الأفلام

درجة تأثر العلاقات الزوجية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية										
مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	الانحراف المعياري للطرف الآخر من الأسرة	الانحراف المعياري للزوجات	الفرق بين المتوسطات	المتوسط الحسابي للطرف الآخر من الأسرة	المتوسط الحسابي للزوجات	العدد	الفروق بين اعتقاد الزوجات
٠,٠٠٠	٩٩	-٧,١٨٥	١,٢٧٢	٠,٩٩٧	٠,٩٤٤	-٠,٦١٩	٢,٧٢٠	٢,١٠٠	٢٠٠	الزوجات وأزواجهن
٠,٢٣٦	٩٩	١,١٨٨	١,١٩٧	٠,٩٣٣	٠,٩٤٤	٠,٠٩٦	٢,٠٠٤	٢,١٠٠	٢٠٠	الزوجات وأبنائهن الذكور
٠,٠٠٠	٩٩	-٦,٦١٣	١,١٨٨	٠,٩١٧	٠,٩٤٤	-٠,٥٣٢	٢,٦٦٣	٢,١٠٠	٢٠٠	الزوجات وأبنائهن الإناث
٢٠٠										ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه باستخدام اختبار T.Test إلى ثبوت صحة الفرض العاشر جزئياً وهو الفرض القائل بأن اعتقاد الزوجات حول درجة تأثر العلاقات الزوجية لأفراد أسرتهن بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية يزيد بفروق جوهرية عن اعتقاد هؤلاء الأزواج حول درجة تأثر العلاقات الزوجية بمشاهدة هذه الأفلام، حيث ثبت الفرض في حالة المقارنة بين الزوجات والأبناء الإناث بينما لم يثبت في حالة المقارنة بين الزوجات والأبناء الذكور.

الفرض الحادي عشر: يوجد ارتباط عكسي دال إحصائياً بين إدراك اتجاه المضمون الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية (سلبى- إيجابى) والمتغيرين التاليين :-

أ - اعتقاد الأزواج أن العلاقات الزوجية لزوجات يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية .

ب - اعتقاد الزوجات أن العلاقات الزوجية للأزواج يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية.

وتم اختبار الارتباط العكسى مع كل من المتغيرين السابق ذكرهما وذلك كما يلى:

أ- يوجد ارتباط عكسي دال إحصائياً بين إدراك اتجاه المضمون الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية (سلبى- إيجابى) واعتقاد الأزواج أن العلاقات الزوجية لزوجات يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية

جدول رقم (١٢)

العلاقة بين متغير إدراك اتجاه المضمون الأفلام واعتقاد الأزواج أن العلاقات

الزوجية لزوجات يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام

اعتقاد الأزواج أن العلاقات الزوجية لزوجات يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام		إدراك اتجاه مضمون الأفلام
مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	
٠,٠٠٨	-٠,١٧٩	الأزواج
٢٠٠		ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه باستخدام معامل ارتباط معامل بيرسون ظهر وجود ارتباط عكسي دال إحصائياً بين متغير إدراك اتجاه مضمون الأفلام واعتقاد الأزواج أن العلاقات الزوجية لزوجات يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٠٨ وبلغت قيمة معامل الارتباط -٠,١٧٩ ، أى أنه كلما زاد إدراك

الأزواج لاتجاه مضمون الأفلام نحو الإيجابية قل اعتقاد الأزواج بأن زوجاتهم يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام، والعكس صحيح فكلما زاد إدراك الأزواج لاتجاه مضمون الأفلام نحو السلبية زاد اعتقاد الأزواج بأن العلاقات الزوجية لزوجاتهم يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام.

ب- يوجد ارتباط عكسي دال إحصائياً بين إدراك اتجاه مضمون الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية (سلبى- إيجابى) واعتقاد الزوجات أن العلاقات الزوجية لأزواج يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية

جدول رقم (١٣)

العلاقة بين متغير إدراك اتجاه مضمون الأفلام واعتقاد الزوجات أن العلاقات الزوجية لأزواج يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام المصرية الاجتماعية

اعتقاد الزوجات أن العلاقات الزوجية لأزواج يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام		إدراك اتجاه مضمون الأفلام
مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	
٠,٠٨٠	-٠,١١٩	الزوجات
٢٠٠		ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه باستخدام معامل ارتباط معامل بيرسون ظهر وجود ارتباط عكسي دال إحصائياً بين متغير إدراك اتجاه مضمون الأفلام واعتقاد الزوجات أن العلاقات الزوجية لأزواج يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٨٠ وبلغت قيمة معامل الارتباط -٠,١١٩ .

ويتضح مما سبق ثبوت صحة الفرض الحادى عشر جزئياً، وهو الفرض القائل بوجود ارتباط عكسى دال إحصائياً بين إدراك اتجاه مضمون الأفلام المصرية الاجتماعية (سلبى- إيجابى) والمتغيرين التاليين:

أ- اعتقاد الأزواج أن العلاقات الزوجية لزوجات يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية ، ب- اعتقاد الزوجات أن العلاقات الزوجية للأزواج يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية.

حيث ثبت وجود ارتباط عكسى دال إحصائياً بين إدراك اتجاه مضمون الأفلام واعتقاد الأزواج أن العلاقات الزوجية لزوجاتهم يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية، بينما لم يثبت وجود ارتباط عكسى دال إحصائياً بين إدراك اتجاه مضمون الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية واعتقاد الزوجات أن العلاقات الزوجية لأزواج يتأثر بشكل أكبر من تأثر اتجاهاتهم الأسرية بمشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الاجتماعية.

مقترحات الدراسة

تنقسم المقترحات إلى:

- 1) فيما يتعلق بإنتاج المواد الدرامية السينمائية الاجتماعية - إذا كان من الضروري أن يهتم كتاب الدراما السينمائية بتعميق تناولهم لمشكلات العلاقات الزوجية والأسرية التى تعانىها الأسرة المصرية، فمن المطلوب وبالقدر نفسه عدم التوقف عند مجرد طرح المشكلة وأسبابها والنتائج المترتبة عليها لكنه من الممكن طرح حلول درامية فريدة وجديدة تتناسب مع القيم المجتمعية السائدة والتقاليد الدينية للمجتمع، الأمر الذى يفتح للمشاهدين والمتأثرين بتلك الأفلام آفاقاً جديدةً يرون من خلالها أساليب

جديدة لم ينتبهوا إليها في واقعهم وحياتهم الأسرية، ونقترح في هذا الصدد ما يلي:

- التأكيد على الحلول النفسية والاجتماعية التي يمكن أن يقدمها المختصون في مجالى علم النفس والاجتماع والقائمون على عيادات التأهيل الأسرى لأفراد الأسرة حينما تواجه علاقاتهم الأسرية والزوجية مشكلات وأزمات تؤثر على كيان الأسر والحياة الزوجية وتهدد بانهارها.
- تعريف الزوج والزوجة بحقوقهم وواجباتهم الدينية والقانونية والاجتماعية والأخلاقية تجاه الكيان الأسرى الذى ينتمون إليه وتجاه باقى أعضاء الأسرة الآخرين من خلال السياق الدرامى بدون خطاب مباشر ولكن من خلال ما يعرضه النص من مواقف وأزمات.
- ينبغى زيادة التركيز من كتاب الدراما السينمائية الاجتماعية على دور الأزواج والأسرة المصرية وأهميته وإحياء العلاقات بين الأزواج والأسرة الدرامية وجعلها أكثر جذباً وتنوعاً، فإذا كان التمسك الأسرى هام ومفيد للمجتمع فإن للتمسك الأزواج والأسرة نفس الأهمية والإفادة لصالح المجتمع واتحاد بناؤه العضوى.

(٢) فيما يتعلق بالبحث العلمى فى موضوع الدراسة

- من المهم إجراء المزيد من الدراسات حول دور الدراما السينمائية فى تشكيل معتقدات الجمهور واتجاهاتهم وسلوكياتهم فيما يتعلق بعلاقاتهم الزوجية والأسرية، وإلى أى مدى يمكن أن يصل هذا التأثير، وذلك باستخدام أساليب بحثية وأطر نظرية جديدة تساعد فى التعرف على محددات تلك التأثير لدى فئات المجتمع المختلفة ودور العوامل الاجتماعية والثقافية المتعددة والتي من الصعب حصرها فى توجيه هذا التأثير بالسلب أو بالإيجاب وفى تفعيل هذا التأثير أو تجميده.

- هناك حاجة ماسة لمزيد من الدراسات حول اتجاهات الأزواج لحياتهم الأسرية والعائلية التي تنتمي إليها فى الوقت الحالى، على أن تكون هذه الدراسات والأبحاث دورية ومستمرة، ولابد من المتابعة المستمرة لمنحنى التفاعل من الجهات المعنية، باعتبار أن ذلك يقدم مؤشر شديد الأهمية فيما يتعلق بصحة وسلامة البناء الاجتماعى للذين يتشكلان من خلال الصحة الأسرية والزوجية داخل المجتمع.

المراجع

- (١) نجوى الفوال.(١٩٩٥) موقف الجمهور المصرى من السينما. ط ٢. القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، ص ١١٤.
- (٢) لورينز وفيلشس. ترجمة وجيه سمعان. (٢٠٠٠). التلفزيون فى الحياة اليومية. القاهرة: الهيئة العامة للمطابع الأميرية. ص ١٣٥.
- (٣) دراسة صادرة عن مركز دراسات المرأة بالقاهرة متاحة عبر موقع <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=444368&eid=11>
- (٤) بسنت مراد فهمى. (٢٠١٠). علاقة الشباب الجامعى ببرامج تلفزيون الواقع فى إطار نظرية الشخص الثالث. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- 5) Aziz Douai." Third Person Effect Research : A Cross Cultural Perspective .", **Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association** , Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, Suntec City Singapore,Jun21,2010,At http://www.allacademic.com.lmeta\p402213_index.html.,2011-04-24.
- (٦) حنان حامد. (٢٠٠٨). تأثير أغاني كليب المصورة على النسق القيمي لدى الشباب المصرى. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام .
- (٧) عبد الرحيم أحمد سليمان. (٢٠٠٨). أنماط مشاهدة الجمهور للأغاني الفيديو كليب وإدراك مدى تأثيرها على الآخرين. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. العدد ٣٢. ص. ١٣١ - ٢٢٢.
- 8) Leonard Reid . " Perceived Third – Person Effect and Consumer Attitudes on Preventing and Banning DTC Advertising . " , **Journal of Consumer Affairs** , Vol .40,Issue 1,2006,p.p.90–116 At : <http://search.ebsohost.com/login.aspx?>
- 9) T. Robinson & D . Umphery . " First and Third – Person Perception of Images of Older People in Advertising : An intergenerational evaluation . " , **International Journal of Aging and Human Development**.Vol.82,No2,2006,p.p.159–232.At <http://search.ebsohost.com/login.aspx?>
- 10) Ron Leone & Kemberly L . Bissel . " Movie Ratings and Third Person Perception . " **Atlantic Journal of Communication**,Vol.13,Issue 4,p.p.272–291.at <http://search.ebsohost.com/login.aspx?>
- 11) James Shanahan. (2009) "Communication Theory ". Encyclopedia of Communication Theory. Sage Publications, At: http://www.sage-reference.com\Communication theory\Article_n94.html.
- 12) Denis Mcquail & Sven Windehl. (1993) . **Communication Models: For The Study of Mass Communication**. 2 nd edition, London and New York: Longman.p.100.
- 13) Nancy Signorielli.(2009)." Cultivation and Media Exposure" . 21st Century Communication : A Reference Handbook .Sage Publication ,

At: http://www.sage-reference.com/Communication_theory/Article_n94.html . ,19Apr.2010.

١٤) فرج الكامل (٢٠٠١). بحوث الإعلام والرأى العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها. القاهرة: دار النشر للجامعات. ص. ٦٦.

15) Stanley J. Baran & Dennis K. Davis: **Op. cit.**, p.334.

16) Albert C. Gunther & Paul Mundy . " Biased Optimism and The Third – Person Effect " ., **Journalism Quarterly** , Vol.70,No.1, Spring 1993.p.58.

17) W. Phillips Davison: **Op.cit.**, p.3.

18) John R. Chapin. "Third Person Perception and Optimistic Bias Among Urban Minority At– Risk Youth.", **Communication Research**,Vol.27,No.1,February 2008.p.51.

١٩) سمير محمد حسين. (١٩٩٩). بحوث الإعلام: دراسات فى مناهج البحث العلمى. الطبعة الثالثة. القاهرة: عالم الكتب. ص ١٣١.

٢٠) أسماء الأساتذة المحكمين (تبعاً للترتيب الأبجدي):

- أ.د/ أحمد عبدالله زايد، أستاذ علم الاجتماع بكلية الآداب- جامعة القاهرة.

- أ.د/ سلوى إمام، الأستاذ بقسم الإذاعة كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

- أ.د/ شيماء ذو الفقار، الأستاذ بقسم الإذاعة كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

- أ.د/ صالح سليمان عبد العظيم، أستاذ علم الاجتماع بكلية الآداب- جامعة عين شمس.

- أ.د/ منى الحديدى، الأستاذ بقسم الإذاعة كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

- أ.د/ هبة شاهين، أستاذ بقسم الإعلام وعلوم الاتصال بكلية الآداب- جامعة عين شمس.

- أ.د/ عادل عبدالغفار فرج الأستاذ بقسم الإذاعة كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

- د/ الأميرة سماح فرج، مدرس الإعلام بقسم الإذاعة كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

- أ.د/ نسرين البغدادى، أستاذ علم الاجتماع بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية.

٢١) ياسمين أحمد على. مرجع سابق. ص ٣٣٢.

٢٢) حنان حامد حنفى. مرجع سابق. ص ١٦٤.

٢٣) ياسمين أحمد على. مرجع سابق. ص ٣٣٢.

٢٤) بسنت مراد فهمى، مرجع سابق، ص ٢٤٣

25) Leonard Reid.: **OP.cit.** p.p. 90–116

26) T. Robinson & D . Umphery.: **OP.cit.** p.p. 159–232

27) Ron Leone & Kemberly L . Bissel: **OP.cit.** p.p. 272–291