



جامعة القاهرة

كلية الإعلام

قسم الإذاعة والتلفزيون

## **التعرض للمسلسلات الكوميدية التلفزيونية (السيت كوم) وعلاقته بالحالة المزاجية للمشاهدين**

رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير

إعداد

**أمل حمدين عبد الجليل القصبي**

إشراف

**أ. د. شيماء ذو الفقار زغيب**

الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام

مايو 2015 م - رجب 1436 هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(وَمَلَئَكَ مَا لَمْ تَكُنْ تَعْلَمُ وَكَانَ فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ عَظِيمًا)

سورة : النساء

الآية : (113)

## شكر وتقدير

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله، اللهم إني أتوجه إليك بالحمد والشكر على أن منحتني من لدنك القوة والعون، ووهبتني الصبر والمثابرة حتى إتمام هذا العمل، وأسأل الله أن أكون قد وفقت فيما قدمت، فإن أصبت فذلك بتوفيق من الله تعالى، وما كان خلاف ذلك فمني، وأسأل الله أن يكون لي أجر الاجتهاد فيه.

وانطلاقاً من الحديث الشريف "لا يشكر الله من لا يشكر الناس"، ومن قيمة الاعتراف بالفضل لذويه، فمن الوفاء أن أُعبر عن خالص شكري وتقديري وامتناني لكل من شجعتني وساعدني ومد يد العون والتوجيه والإرشاد في كل خطوة من خطوات البحث لتكون على المستوى المطلوب، وأخص بذلك الأستاذة الدكتورة / شيماء ذو الفقار زغيب؛ التي شرفت بها مشرفة على هذه الرسالة، فلم تبخل علىّ بعلمها ومجهودها ووقتها الثمين.

كما أتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذة الدكتورة / هويدا مصطفى عميدة المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق، وأستاذة الإعلام بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة على تفضلها بقبول مناقشة هذه الرسالة، ومنحي شرف الاستفادة من علمها الوفير وخبرتها العلمية الواسعة.

لذلك أتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذة الدكتورة / سوزان القليني رئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة عين شمس على تفضلها بقبول مناقشة هذه الرسالة، ومنحي شرف الاستفادة من علمها الوفير وخبرتها العلمية الواسعة.

ولا يفوتني في هذا المقام أن أتقدم بالامتنان والعرفان إلى خالي الدكتور/ إسلام إبراهيم أمين لتشجيعي على خطوة التقدم لنيل درجة الماجستير من قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة؛ التي كانت ومازالت منارة للعلم والمعرفة.

وسوف تظل كلمات الشكر غير جديرة بالوفاء وعاجزة عن التعبير عن مدى التقدير والامتنان للقيمة التي يغرسها فينا السادة الأساتذة الكرام الذين يساهمون في أن نكون على الطريق الصحيح بتوجيهاتهم، وأدعوا الله العلي القدير أن يحفظهم جميعًا وجزاهم الله خير الجزاء.

## ب قائمة المحتويات

| الصفحة   | الموضوع                                                  |
|----------|----------------------------------------------------------|
| 2-1      | مقدمة البحث                                              |
| ((75-3)) | الإطار النظري والمنهجي للبحث                             |
| (36-5)   | أولاً: الدراسات السابقة                                  |
| 17-6     | دراسات تتناول السيت كوم                                  |
| 32-18    | دراسات تتناول الحالة المزاجية                            |
| 36-33    | خلاصة الدراسات السابقة، وأوجه الاستفادة منها             |
| (51-37)  | ثانياً: نظريات البحث                                     |
| 45-37    | نظرية إدارة الحالة المزاجية، ومدخل تعديل الحالة المزاجية |
| 49-46    | نظرية الحالة المزاجية                                    |
| 51-50    | خلاصة نظريات البحث، وأوجه الاستفادة منها                 |
| (75-52)  | ثالثاً: الإطار والإجراءات المنهجية للبحث                 |
| 53       | مشكلة البحث، وأهدافه                                     |
| 54       | أهمية البحث                                              |
| 56-55    | تساؤلات البحث، وفروضه، ومتغيراته                         |
| 57       | نوع البحث، ومنهجه، ومجتمعه                               |
| 59-58    | عينة البحث، وخصائصها                                     |
| 60       | أدوات البحث                                              |
| 61       | الاختبار القبلي للبحث                                    |
| 62       | المعالجة الإحصائية لبيانات البحث                         |

|       |                                 |
|-------|---------------------------------|
| 72-63 | مقاييس البحث                    |
| 75-73 | المفاهيم الأساسية الخاصة بالبحث |

ج

|                    |                                            |
|--------------------|--------------------------------------------|
| <b>((132-76))</b>  | <b>الترفيه والدراما والسيت كوم</b>         |
| (87-77)            | الفصل الأول: الإعلام الترفيهي              |
| (113-88)           | الفصل الثاني: الدراما الكوميديّة           |
| (132-114)          | الفصل الثالث: السيت كوم                    |
| <b>((205-133))</b> | <b>نتائج البحث (نتائج الدراسة المسحية)</b> |
| 172-135            | النتائج المتعلقة بتساؤلات البحث            |
| 200-173            | نتائج اختبارات فروض البحث                  |
| <b>(205-201)</b>   | <b>النتائج العامة للبحث</b>                |
| <b>(208-206)</b>   | <b>ملخص البحث، ومقترحاته</b>               |
| <b>(228-209)</b>   | <b>مراجع البحث</b>                         |
| <b>(241-229)</b>   | <b>ملاحق البحث</b>                         |

## قائمة جداول البحث<sup>د</sup>

| رقم<br>الصفحة | عنوان الجدول                                                                  | رقم الجدول    |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 56            | متغيرات البحث                                                                 | جدول رقم (1)  |
| 58            | الامتداد الجغرافي لعينة البحث                                                 | جدول رقم (2)  |
| 59            | خصائص عينة البحث                                                              | جدول رقم (3)  |
| 63            | مقياس كثافة التعرض للسيت كوم                                                  | جدول رقم (4)  |
| 64            | مقياس دوافع التعرض للسيت كوم                                                  | جدول رقم (5)  |
| 65            | مقياس أبعاد المشاهدة النشطة لدى مشاهدي السيت كوم                              | جدول رقم (6)  |
| 66            | مقياس تقييم الحالة المزاجية لدى مشاهدي السيت كوم                              | جدول رقم (7)  |
| 67            | مقياس تنظيم الحالة المزاجية لدى مشاهدي السيت كوم                              | جدول رقم (8)  |
| 68            | مقياس حالة ما وراء المزاج لدى مشاهدي السيت كوم                                | جدول رقم (9)  |
| 69            | مقياس المستوى الاقتصادي الاجتماعي لدى مشاهدي السيت كوم                        | جدول رقم (10) |
| 72            | جُمَل تقييم الحالة المزاجية بمقياس حالة ما وراء المزاج                        | جدول رقم (11) |
| 72            | جُمَل تنظيم الحالة المزاجية بمقياس حالة ما وراء المزاج                        | جدول رقم (12) |
| 135           | الأنشطة التي يقوم بها المبحوثون في حالة الشعور بسوء المزاج                    | جدول رقم (13) |
| 139           | خيارات مشاهدي التلفزيون للمواد الإعلامية المفضلة لديهم عند الشعور بسوء المزاج | جدول رقم (14) |
| 143           | مدى تعرض مشاهدي التلفزيون لمسلسلات السيت كوم                                  | جدول رقم (15) |
| 145           | كثافة التعرض لمسلسلات السيت كوم لدى مشاهديها من المبحوثين                     | جدول رقم (16) |
| 147           | ترتيب مشاهدي السيت كوم لأكثر المسلسلات مشاهدة لديهم                           | جدول رقم (17) |
| 150           | ترتيب مشاهدي السيت كوم لأسباب تفضيل مسلسل عن الآخر                            | جدول رقم (18) |
| 153           | دوافع التعرض لمسلسلات السيت كوم                                               | جدول رقم (19) |
| 156           | أبعاد المشاهدة النشطة لدى مشاهدي السيت كوم                                    | جدول رقم (20) |

|     |                                                |               |
|-----|------------------------------------------------|---------------|
| 158 | الأيام المفضلة لدى المبحوثين لمشاهدة السيت كوم | جدول رقم (21) |
|-----|------------------------------------------------|---------------|

|     |                                                                                                   |               |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 158 | الفترات المفضلة لدى المبحوثين لمشاهدة السيت كوم                                                   | جدول رقم (22) |
| 158 | أنماط المشاهدة لدى المبحوثين المشاهدين للسيت كوم                                                  | جدول رقم (23) |
| 161 | مدى حرص مشاهدي السيت كوم على تحميل حلقاتها عن طريق الإنترنت                                       | جدول رقم (24) |
| 163 | مدى شعور مشاهدي السيت كوم بتحسن المزاج بعد التعرض                                                 | جدول رقم (25) |
| 165 | مدى تقييم مشاهدي السيت كوم لحالاتهم المزاجية                                                      | جدول رقم (26) |
| 167 | مقياس تقييم الحالة المزاجية لدى مشاهدي السيت كوم                                                  | جدول رقم (27) |
| 169 | مدى تنظيم مشاهدي السيت كوم لحالاتهم المزاجية                                                      | جدول رقم (28) |
| 170 | مقياس تنظيم الحالة المزاجية لدى مشاهدي السيت كوم                                                  | جدول رقم (29) |
| 172 | مقياس حالة ما وراء المزاج لدى مشاهدي السيت كوم                                                    | جدول رقم (30) |
| 173 | العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض للسيت كوم، ودرجة تحسن الحالة المزاجية                         | جدول رقم (31) |
| 175 | العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض للسيت كوم، ومدى القدرة على تقييم الحالة المزاجية              | جدول رقم (32) |
| 178 | العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض للسيت كوم، ومدى القدرة على تنظيم الحالة المزاجية              | جدول رقم (33) |
| 180 | العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض للسيت كوم، وحالة ما وراء المزاج                               | جدول رقم (34) |
| 182 | العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض للسيت كوم، وحالة ما وراء المزاج، ودرجة تحسن الحالة المزاجية   | جدول رقم (35) |
| 184 | العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض للسيت كوم، ودوافع التعرض، ودرجة تحسن الحالة المزاجية          | جدول رقم (36) |
| 186 | العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض للسيت كوم، وأبعاد المشاهدة النشطة، ودرجة تحسن الحالة المزاجية | جدول رقم (37) |
| 188 | العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض للسيت كوم، والنوع، ودرجة تحسن الحالة المزاجية                 | جدول رقم (38) |
| 191 | العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض للسيت كوم، والسن، ودرجة تحسن الحالة                           | جدول رقم (39) |

|  |          |  |
|--|----------|--|
|  | المزاجية |  |
|--|----------|--|

و

|     |                                                                                                         |               |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 193 | العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض للسيت كوم، والبعد الجغرافي، ودرجة تحسن الحالة المزاجية              | جدول رقم (40) |
| 194 | العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض للسيت كوم، والحالة الاجتماعية، ودرجة تحسن الحالة المزاجية           | جدول رقم (41) |
| 195 | العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض للسيت كوم، ونمط التعليم، ودرجة تحسن الحالة المزاجية                 | جدول رقم (42) |
| 197 | العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض للسيت كوم، ونمط العمل، ودرجة تحسن الحالة المزاجية                   | جدول رقم (43) |
| 199 | العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض للسيت كوم، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي، ودرجة تحسن الحالة المزاجية | جدول رقم (44) |

### قائمة الأشكال التوضيحية بالبحث

|     |                                                                                      |              |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 136 | التعرض الانتقائي للتلفزيون في مقابل القيام بنشاط ما عند الشعور بسوء المزاج           | شكل رقم (1)  |
| 140 | التعرض الانتقائي للسيت كوم في مقابل المضامين الإعلامية الأخرى عند الشعور بسوء المزاج | شكل رقم (2)  |
| 144 | مدى تعرض مشاهدي التلفزيون للسيت كوم                                                  | شكل رقم (3)  |
| 145 | كثافة التعرض للسيت كوم لدى مشاهديها                                                  | شكل رقم (4)  |
| 148 | ترتيب مشاهدي السيت كوم لأكثر المسلسلات مشاهدة وتفضيلاً لديهم                         | شكل رقم (5)  |
| 151 | ترتيب مشاهدي السيت كوم لأسباب تفضيلهم لمسلسل عن الآخر                                | شكل رقم (6)  |
| 154 | دوافع التعرض للسيت كوم                                                               | شكل رقم (7)  |
| 157 | أبعاد المشاهدة النشطة لدى مشاهدي السيت كوم                                           | شكل رقم (8)  |
| 159 | عادات وأنماط مشاهدة السيت كوم                                                        | شكل رقم (9)  |
| 161 | مدى حرص مشاهدي السيت كوم على تحميل حلقاتها عن طريق الإنترنت                          | شكل رقم (10) |

|     |                                                             |              |
|-----|-------------------------------------------------------------|--------------|
| 163 | مدى شعور مشاهدي السيت كوم بتحسن حالاتهم المزاجية بعد التعرض | شكل رقم (11) |
| 167 | مدى تقييم مشاهدي السيت كوم لحالاتهم المزاجية                | شكل رقم (12) |
| 170 | مدى تنظيم مشاهدي السيت كوم لحالاتهم المزاجية                | شكل رقم (13) |
| 172 | حالة ما وراء المزاج لدى مشاهدي السيت كوم                    | شكل رقم (14) |

ز

# مقدمة البحث

## مقدمة البحث

تعد الدراما المقدمة على شاشة التلفزيون أحد أشكال الفنون التليفزيونية التي يحرص الجمهور على مشاهدتها بشغفٍ كبيرٍ لقدرتها على الترفيه والتسلية، ويعتبر الترفيه في حد ذاته نشاطاً يلجأ إليه الفرد من أجل تغيير الإحساس بعدم الرضا أو الحزن، وتخفيف الضغوط المفروضة عليه، وإدخال السرور على حياته، ومن ثم ظهر مصطلح "الإعلام الترفيهي" الذي يلعب دوراً مهماً في هذا الصدد؛ حيث يجعل الأفراد ينتقون أنواعاً معينة من المواد الترفيهية رغبةً في الترفيه، وبهدف تحسين حالاتهم المزاجية؛ كالكوميديا التي تعتبر أحد أبرز ألوان الدراما، والتي تلعب دوراً مهماً في عملية الترفيه، وتمثل الكوميديا سلاح الفرد الاجتماعي ضد الخيبة والإخفاق والفوضى التي قد يمر بها الفرد في مجتمعه، ومن ثم تصبح الكوميديا مرآة تعكس ما عليه الفرد في مجتمعه، بل وتعكس المجتمع ذاته، حيث تستقي مادتها من حياة الشعب، كما أن شخصياتها من أفراد.

وقد تبلور نوعاً جديداً من الدراما الكوميدية عُرف بـ"دراما السيت كوم" أو كوميديا الموقف وهي نوع من المسلسلات التليفزيونية الكوميدية تقوم على مناقشة موضوعات اجتماعية في إطار كوميدي، وتتميز بسرعة الإيقاع وقصر المشاهد، إلى جانب ضحكات الجمهور التي إما أن تكون حية أو مسجلة. وقد تباينت الآراء حول هذا النوع من الدراما "دراما السيت كوم"؛ ففي حين يراها البعض ظاهرة لن تتوقف بل ستزيد من عام إلى آخر، يصفها البعض الآخر بأنها موضة لن تستمر، ولكل فريق أسبابه ومدلولاته.

ولما كان هذا النوع حديث نسبياً على المجتمع العربي والمصري، جاء هذا البحث لدراسة تعرض الجمهور من الشباب المصري لهذا النوع من الدراما، برصد كثافة تعرضهم له، وطبيعة ونمط ودوافع هذا التعرض، وعلاقته بالحالة المزاجية لديهم في ضوء نظرية إدارة الحالة المزاجية Mood Management Theory، ونظرية الحالة المزاجية Disposition Theory؛ حيث تشير إلى أن الحالة المزاجية لدى الجمهور المتلقي يمكن أن تتأثر بقوة عند التعرض لمحتوى إعلامي معين، وأن التعرض الانتقائي لهذا المحتوى يساعد في تحسين الحالة المزاجية للمتلقي، وتقوم هاتان النظريتان على أساس أن الأفراد يكون لديهم الدافع لتنظيم البيئة المحيطة بهم بطريقة تزيد من شعورهم بالسعادة والراحة وتقلل من إحساسهم بالحزن والألم، وفي أغلب الأحيان يتم ذلك دون وعي أو عن غير قصد، مما يستلزم معرفة مدى وعيهم بحالاتهم المزاجية؛ من خلال قدرتهم على تقييمها ومن ثم تنظيمها؛ في إطار مقياس حالة ما وراء المزاج State Meta Mood Scale، والأنشطة والبدائل التي يلجأون إليها لضبطها؛ في ضوء مدخل تعديل الحالة المزاجية Mood Adjustment Approach.

# الإطار النظري والمنهجي للبحث

## تستعرض الباحثة الإطار النظري والمنهجي للبحث، من خلال الآتي:

### أولاً: الدراسات السابقة

يتناول البحث الدراسات السابقة من خلال محورين؛ يتم ترتيب الدراسات فيهما ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم، وهما: دراسات تتناول مسلسلات السيت كوم Sitcom ، ودراسات تتناول الحالة المزاجية؛ كالتالي: نظرية إدارة الحالة المزاجية Mood Management Theory ، ومدخل تعديل الحالة المزاجية Mood Adjustment Approach ، ونظرية الحالة المزاجية Disposition Theory ، وحالة ما وراء المزاج State Meta Mood .

### ثانياً: النظريات المستخدمة في البحث

تتمثل نظريات الحالة المزاجية المستخدمة في البحث في: نظرية إدارة الحالة المزاجية Mood Management Theory ، ومدخل تعديل الحالة المزاجية Mood Adjustment Approach ، ونظرية الحالة المزاجية Disposition Theory .

### ثالثاً: الإطار والإجراءات المنهجية للبحث

يتم عرض الإطار المنهجي للبحث من خلال: مشكلة وأهداف وأهمية البحث، إلى جانب تساؤلاته، وفروضه، ومتغيراته، أما الإجراءات المنهجية؛ فتتناول نوع البحث، ومنهجه، ومجتمعه، وعينة البحث وخصائصها، وأدوات البحث، ومقاييسه، والمعالجة الإحصائية لبياناته، ومفاهيمه الأساسية؛ وذلك لرصد تعرض المشاهدين لهذا النوع من الدراما، بدراسة مسحية على عينة متعددة المراحل من الشباب المصري من ( 18-35 سنة)، من خلال الإجابة على تساؤلات البحث، واختبار فروضه، في ضوء نظريات الحالة المزاجية المستخدمة في البحث، وكذلك قياس مدى وعي هؤلاء الشباب بحالاتهم المزاجية من خلال قدرتهم على تقييمها وتنظيمها؛ في إطار مقياس حالة ما وراء المزاج State Meta Mood Scale .

# الدراسات السابقة