



كلية الإعلام
المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

دوافع تعرض طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي وإدارة المزاج العام لديهم

د. نسرين محمد عبد العزيز

الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون
بالمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

الملخص:

تتبلور مشكلة الدراسة في التعرف على دوافع تعرض طلاب الجامعات للدراما التلفزيونية والسينمائية التي تتناول في أحداثها النوستالجيا والحنين إلى الماضي والإشباع المتحققة من هذه المشاهد، وتأثير ذلك على إدارة المزاج العام لديهم، وما إذا كان إيجابياً كالفرح والسعادة والفخر أو سلبياً كالحنين والغضب والخوف.

وباستخدام المنهج الوصفي تم إجراء دراسة ميدانية على 300 طالب وطالبة من الجامعات الحكومية والخاصة وممن يشاهدون الدراما التي تتناول في أحداثها النوستالجيا ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن المنصات الرقمية هي أكثر المنصات التي يشاهد عليها طلاب عينة الدراسة دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي ، وأن مقاطع الفيديو المنشورة عن دراما النوستالجيا على مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر سبل الدعاية لهذه النوعية من الدراما ، وأن مسلسل عمر أفندي من أكثر الأعمال الفنية التي تناولت النوستالجيا مشاهدة من جانب عينة الدراسة، وارتفاع دوافع مشاهدة طلاب عينة الدراسة الطقوسية لهذه النوعية من الدراما عن النفعية، وتغلب الحالة المزاجية الإيجابية لعينة الدراسة عن الحالة المزاجية السلبية وتصدرت مشاعر السعادة قائمة هذه الحالة. وهناك علاقة طردية دالة احصائياً بين كثافة مشاهدة الطلاب عينة الدراسة للدراما السينمائية والتلفزيونية التي تتناول في أحداثها النوستالجيا والحالة المزاجية الإيجابية لهؤلاء الطلاب.

الكلمات المفتاحية: النوستالجيا والحنين إلى الماضي- دراما النوستالجيا- إدارة المزاج

العام .

المقدمة:

تعد النوستالجيا والحنين إلى الماضي متلازمة تصيب البعض حيث يرون أن الماضي أفضل من الحاضر وأنه له جماله ورونقه بدءاً بالعادات والتقاليد مروراً بأيدولوجية المجتمع والاشتياق للمناظر الطبيعية والشوارع والملابس والمأكولات إلى أن يصل الحنين إلى ما كان يقدمه الإعلام والفن في عصور مضت ولكنها راسخة في نفوس وعقول الجمهور حتى الآن، فيعتقد البعض أن الماضي أسهل وأبسط من الحاضر، مما يستدعي معه بعض مشاعر الخوف والرهبة من كل ما هو جديد والحنين لكل ما هو قديم.

وقد انتقد البعض الحنين باعتباره تشويهاً للتاريخ أو وسيلة لتعطيل التقدم، بينما دافع آخرون عنه باعتباره أداة لفهم العلاقة بين الماضي والحاضر (Sprengler, 2009)، وظهر مصطلح «النوستالجيا» لأول مرة عام 1688 على يد الطبيب السويسري يوهانس هوفر، حيث جمع بين كلمتي nostos (العودة إلى الوطن) وalgia (الألم أو المعاناة). وكان المفهوم يستخدم لوصف حالات الحنين الشديد للوطن بين الجنود المرتزقة السويسريين، وفُسر طبيًا بأنها ناجمة عن اهتزاز مستمر في الألياف العصبية للدماغ (Dodman, 2023)، ولكن تغير المفهوم عبر الزمن، فالحنين لم يكن ثابتاً، بل تطور بتأثير التغيرات الاجتماعية والثقافية، كما مر الحنين بثلاث مراحل رئيسية وهي:

• **المرحلة الأولى:** كان يُنظر إليه كمرض جسدي مرتبط بفقدان الأماكن (الحنين المكاني).

• **المرحلة الثانية:** تحول إلى اضطراب نفسي مرتبط بالشوق إلى الماضي المثالي، أي أصبحت النوستالجيا مرتبطة بالبعد الزمني.

• **المرحلة الثالثة:** أصبح تجربة ذاتية ونفسية يشعر بها الأفراد بغض النظر عن مكانهم. (Sprengler, 2009):

أما في التعريف الحديث للنوستالجيا: فأصبحت استجابة عاطفية تمثل حنيناً إلى الماضي، وقد تكون مرتبطة بمشاعر فقدان أو شوق. ليس بالضرورة أن يكون ما نشعر به تجاه الماضي حقيقياً، بل يمكن أن يكون إحساساً بالفقدان أو النقص في الحاضر. (Dwyer, 2015).

وبالطبع تطور المفهوم في القرن العشرين: ليشهد تغيراً جذرياً حيث تحولت النوستالجيا من مرض إلى حالة شعورية ثقافية، مرتبطة بالشوق إلى الماضي والتغيرات الاجتماعية وأصبحت ظاهرة ثقافية واجتماعية، خصوصاً في الصحافة والنقد الأدبي والفي، وكوسيلة أيضاً لاسترجاع العصور السابقة، فمع ظهور السينما والتلفزيون تم توظيف العناصر البصرية والموسيقية لاستحضار الحنين دون الحاجة إلى السرد العاطفي المباشر، بالإضافة إلى استخدامه في السياسة (مثل حملات رونالد ريغان) لإحياء ذكريات الاستقرار. وبذلك أصبح الحنين أداة للاحتفاء بالماضي أو الهروب من الواقع. (Sprengler, 2009).

وقسمت الباحثة سفيتلانا بويوم النوستالجيا إلى نوعين رئيسيين: **النوستالجيا الاستعادية** (Nostalgia Restorative) والتي تعبر عن الرغبة في العودة إلى الماضي وإعادة إحيائه، والحنين إلى العصور الذهبية وتستخدم غالباً لأغراض سياسية، و**النوستالجيا**

التأملية (Nostalgia Reflective) التي تركز على تأمل الماضي وتقديره دون الرغبة في استعادته، وتظهر في الفنون والأدب والموسيقى (Dwyer, 2015).

وبدأ بعض الباحثين في إعادة النظر في الحنين، مشيرين إلى إمكانياته النقدية في تسليط الضوء على الفجوات التاريخية والهوية الجماعية. كما أصبح الحنين يُنظر إليه كأداة تحليلية تساعد في فهم العلاقة بين الماضي والحاضر، بدلاً من مجرد كونه عائقاً أمام التقدم (Sprengler, 2009).

وفي الأونة الأخيرة انتشرت ظاهرة النوستالجيا في مصر وأصبح يروج لهذه الظاهرة من خلال وسائل الإعلام سواء التقليدية مثل قناة ماسبيرو زمان والتي تهتم بعرض تراث ماسبيرو من أفلام ومسلسلات وبرامج وسهرات وتمثيلات تليفزيونية ومباريات رياضية، وما تقوم به القنوات الفضائية أيضاً من إعادة عرض الأعمال الدرامية القديمة على شاشتها، أو وسائل الإعلام الرقمية مثل صفحات التواصل الاجتماعي التي تقوم بالترويج للنوستالجيا من صور فوتوغرافية وفيديوهات ونماذج من الصحف الورقية والتعليق عليها.

ونظراً لأهمية الدراما التليفزيونية والسينمائية والإذاعية باعتبارها من أهم القوى الناعمة داخل المجتمع، وهي أيضاً لسان حال الشعوب وأحد أدوات التعبير عنها على مر العصور، بالإضافة إلى ارتباط قطاع عريض من الجمهور بالدراما، والذي قد يكون له دور يُعتد به في بناء نسق قيمي يبنى فكر وعقول المشاهدين بشكل جيد إذا كان المحتوى المقدم مدروساً وهادفاً ويراعي مسؤوليته نحو الجمهور وواجباته، مما قد يؤثر بشكل ما على المزاج العام والمشاعر التي يشعر بها الجمهور على كافة المستويات، وما قد ينعكس على توجهاتهم فيما بعد، وكذلك مشاهدتهم للدراما التي تقدم عبر أحداثها النوستالجيا والحنين إلى الماضي وانعكاس ذلك على رؤيتهم للمجتمع الحالي مقارنة بما مضى، والارتباط بأي من هذين المجتمعين، ولذلك هذه الدراسة تحاول فهم الدوافع وراء مشاهدة هذه النوعية من الدراما والاشباع المتحققة من ذلك.

مشكلة الدراسة:

تتبلور مشكلة الدراسة في التعرف على دوافع تعرض طلاب الجامعات للدراما التليفزيونية والسينمائية التي تتناول في أحداثها النوستالجيا والحنين إلى الماضي والإشباع المتحققة من هذه المشاهدة، وتأثير ذلك على إدارة المزاج العام لديهم، وما إذا كان إيجابياً كالفرح والسعادة والفخر أو سلبياً كالحنين والغضب والخوف.

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية:

1 - قلة الدراسات الأجنبية والدراسات العربية التي اهتمت بدراسة النوستالجيا في صناعة الدراما وارتباطها بإدارة المزاج العام.

2 - يستمد الموضوع أهميته من أهمية شريحة طلاب الجامعة والتي لا يستهان بها من المجتمع

المصري، وما لها من ملامح وسمات وصفات مختلفة، وجراً في التعامل مع وسائل الإعلام والدراما بشكل خاص، مع اختلاف طبيعة المنصات التي يشاهدون من خلالها المحتوى الدرامي، وتقييمه لهذا المحتوى.

3 - وجود اهتمام ملحوظ من جانب الجمهور بفئاته العمرية المختلفة في الآونة الأخيرة بمفهوم النوستالجيا والحنين إلى الماضي متمثلاً في إعادة نشر منشورات النوستالجيا على مواقع التواصل الاجتماعي، وإعادة مشاهدة الأعمال الدرامية القديمة على شاشات القنوات الفضائية والمنصات الرقمية.

4 - الاهتمام في الآونة الأخيرة بإنتاج محتوى درامي يتناول أحداث النوستالجيا والحنين إلى الماضي، بشكل يجذب انتباه الجمهور وخاصة الشباب، ويحقق صدى على صفحات التواصل الاجتماعي.

الأهمية التطبيقية

1 - الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في تطوير صناعة الدراما التي تتناول أحداث النوستالجيا والحنين إلى الماضي بما يخدم ترسيخ التراث القيمي والسلوكي واللغوي للجمهور، وربطه بمجتمعه ورموزه.

2 - تقديم التجارب التي قدمها الباحثين في إطار دراسة النوستالجيا وعلاقتها بمجال الإذاعة والتلفزيون، والتسويق والعلاقات العامة، والمجالات الطبية والصحية.

3 - تقييم التجارب البحثية التي اهتمت بإدارة المزاج العام وعلاقتها بوسائل الإعلام بشكل عام والدراما بشكل خاص.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف وهي:

1 - الوقوف على أسباب ودوافع مشاهدة طلاب الجامعات لدراما النوستالجيا والاشباع المتحققة لديهم.

2 - رصد مشاعر طلاب عينة الدراسة من مشاهدة دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي، والحالة المزاجية التي يشعرون بها بعد المشاهدة.

3 - تحليل اتجاهات الطلاب عينة الدراسة نحو المجتمع في الماضي والحاضر كما تقدمه الدراما.

4 - رصد مقترحات طلاب عينة الدراسة بخصوص تطوير صناعة الدراما فيما يخص موضوعات النوستالجيا والحنين إلى الماضي.

الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة محورين أساسيين، الأول مرتبط بالدراسات ذات العلاقة بمفهوم النوستالجيا والحنين إلى الماضي، والثاني مرتبط بالدراسات ذات العلاقة بنظرية إدارة المزاج العام.

أولاً: الدراسات التي ارتبطت بمفهوم النوستالجيا والحنين إلى الماضي

تنوعت وتعددت الدراسات التي تناولت ذكريات الحنين إلى الماضي في مجال الإعلام سواء في مجال الإذاعة أو الصحافة أو العلاقات العامة بعد التركيز في المجالات الأدبية والنفسية، ومن هنا سعت دراسة ياسمين باتول قواوة وآخرون، (2024) بعنوان "هوى النوستالجيا واكتشاف الذات في الفيلم التسجيلي: دراسة تحليلية لفيلم «مصري» وفق سيمياء الأهواء" إلى التعرف على حالة اكتشاف الذات، والنوستالجيا والحنين الشديد إلى الماضي من خلال الفيلم التسجيلي «مصري» للمخرج أحمد تونسي، وإبراز صور ومشاهد تعكس حالات الفقد ومنازعة الذات لمكان نشأتها الأول والتي توصلت إلى عدة نتائج من أهمهما: استناد الفيلم على ذاكرة المخرج الشخصية وتحديدًا مرحلة الطفولة ورمزية الصور الفوتوغرافية، إذ شكلت التجربة الذاتية وهوى النوستالجيا والحنين الدافع الأساسي لإخراج الفيلم، إضافة إلى تجلي أيقونات الماضي من خلال صور الأبيض والأسود، والديكور القديم للأستوديو وأدوات الأنتيكة التي عززت مشهدية اكتشاف الذات وهوى النوستالجيا.

واهتمت دراسة (Mishref, F. 2023) بعنوان «استعادة ذكريات الحنين للتلفزيون المصري على صفحة ماسبيرو زمان على فيسبوك»، إلى تحليل ظاهرة النوستالجيا المرتبطة بالتلفزيون المصري في عصره الذهبي، وتحديد العناصر البصرية والصوتية والسردية التي أثارت مشاعر الحنين إلى الماضي لدى الجمهور مع الأخذ بقناة ماسبيرو زمان كنموذج، ومن خلال تحليل محتوى الصفحة على الفيس بوك، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن صفحة «ماسبيرو زمان» على فيسبوك تؤدي دورًا بارزًا في الحفاظ على التراث الفني والثقافي لثروات الصناعة الإعلامية المصرية، وأنها تسعى إلى تحقيق تكامل بين الإعلام التقليدي من خلال شاشات التلفزيون والإعلام الجديد من خلال منصة فيسبوك.

وقامت دراسة (Rasmussen, Katrine W. et.al, 2021) بعنوان «استخدام أفلام النوستالجيا والحنين إلى الماضي لتحفيز التذكر التلقائي الذاتي لمرض الزهايمر»، بدراسة مدى ظهور الذكريات بشكل غير إرادي لدى مرضى الزهايمر بمشاهدة أفلام النوستالجيا، حيث توصلت الدراسة التي شملت واحد وعشرين مريضًا بالزهايمر واثنين وعشرين شخصًا أصحاء، إلى أن الأفلام الحنينية تحفز ظهور الذكريات الحيوية اللاإرادية لدى مرضى الزهايمر، مما يشير إلى أن الاسترجاع اللاإرادي قد يكون طريقًا بديلاً للوصول إلى الماضي الشخصي لدى هؤلاء المرضى.

وكشفت دراسة (دينا فاروق أبو زيد، 2016) بعنوان: «نوستالجيا التلفزيون: الحنين إلى التلفزيون في الماضي بين المصريين في الأربعينيات من العمر»، والتي تم إجرائها على عينة قوامها 500 مفردة من المصريين في الأربعينيات من العمر ويشعرون بنوستالجيا التلفزيون، عن وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين شعور عينة الدراسة بالنوستالجيا تجاه التلفزيون في الماضي وبين الأنواع الأخرى من النوستالجيا، مثل النوستالجيا تجاه الوطن

والأفراد ووسائل الإعلام والاتصال الأخرى والفن ، كما أشارت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المصريين في الأربعينيات من العمر وفقاً للتعليم وارتباط شعورهم بالنوستالجيا تجاه التلفزيون في الماضي بشعورهم بأنواع أخرى من النوستالجيا.

أما في مجال الصحافة فقد ركزت دراسة (Mohamed, F. 2021) بعنوان «النوستالجيا في تغطية الصحف : دراسة حالة على الأمير هاري وميغان ماركل في إطار نظرية التناسل» ، على معرفة ما إذا كان الحنين إلى الماضي قد تسلسل إلى الخطاب الإخباري عن طريق الخطأ أم أنه تقنية يستخدمها الصحفيون لأسباب معينة. وذلك في إطار البحث في استخدام صحفيي (The Guardian) البريطانية و (The Globe and the Mail) الكندية لأسلوب النوستالجيا أو الحنين إلى الماضي في معالجتها لحالة الأمير هاري وزوجته في خلافهما وعلاقاتهما بالقصر الملكي البريطاني، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها : أن الإعلان والتلفزيون يستخدمان الحنين إلى الماضي (النوستالجيا) كاستراتيجية للتأثير على المشاعر العاطفية للجمهور واستثارة ردود فعل أكثر إيجابية مقارنة بالمحتوى الذي لا يستخدم (النوستالجيا) ، كما تكشف نتائج التحليل قوة الخطاب الإخباري في استحضار الذاكرة الجماعية لماضي جماعي في بلد ما ، حيث يمكن نقل الحنين إلى الماضي من خلال الخطابات.

أما في مجال العلاقات العامة والإعلان، فقد ارتبط الحنين بمجال التسويق والإعلان وتصميم حملات الإعلانات التلفزيونية، فقد وثقت دراسة (Kim, Jong-Hyeong et.al, 2024) بعنوان «هل يمكن للمحفزات المستوحاة من الحنين إلى الماضي التنبؤ باستمرار ولاء ودعم العملاء؟» أهمية المحفزات المستوحاة من الحنين إلى الماضي في تعزيز سلوك المستهلك، وقد تم إجراء الدراسة على 544 عميلاً تايوانياً في مطاعم مستوحاة من الحنين إلى الماضي ، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك عدة عناصر في المطاعم تساهم في إثارة الحنين إلى الماضي لدى العملاء مثل (موظفو الخدمة، وتصميم المطعم الداخلي والخارجي، الأثاث وأدوات المائدة، الطعام المحلي، والجو العام)، فهذه العناصر أظهرت أنها تؤثر بشكل كبير على ولاء العملاء بشكل غير مباشر، وذلك من خلال زيادة قيمة استهلاك العملاء وألفتهم مع المطعم.

وأثارت دراسة (ميادة عبد السلام السيد، 2024) بعنوان «تأثير إعلانات الحنين إلى الماضي على اتجاهات المستهلكين: دراسة ميدانية» مجموعة تساؤلات عن مدى تأثير إعلانات الحنين إلى الماضي على اتجاهات المستهلكين، والمكون المعرفي والسلوكي والعاطفي لهم، من وجهة نظر عينة من طلاب جامعة عين شمس والتي يبلغ قوامها 384 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية لإعلانات الحنين إلى الماضي على مكونات اتجاهات المستهلكين (المكون المعرفي والسلوكي والعاطفي) بالكليات محل الدراسة.

واهتمت دراسة (عطيات بيومي وآخرون، 2024م) بعنوان «النوستالجيا في التحالف الإعلاني وأثرها على متلقي الإعلان» في التعرف على كيفية قيام التحالف الإعلاني باستخدام النوستالجيا أن يعزز من استجابة المتلقي للإعلان ، فقد توصلت النتائج إلى أن استخدام النوستالجيا في التحالف الإعلاني يساعد المتلقي على تكوين مواقف إيجابية تجاه الماركات المعلن عنها.

وهدفت دراسة (لينا عاطف عبد العزيز، 2024م) بعنوان «توظيف النوستالجيا (الحنين إلى الماضي) في تصميم نوافذ عرض البراند»، إلى التعرف على كيفية توظيف النوستالجيا في تصميم نوافذ عرض البراند، ومدى مساهمتها في التأكيد على هوية وتراث البراند، وتحليل مجموعة من نوافذ عرض الماركات التي وظفت النوستالجيا في تصميمها بشكل أساسي ومؤثر، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن النوستالجيا أسلوب تصميمي يساعد على خلق التفرد والتميز للبراند، في البيئة التنافسية المعاصرة، وأن النوستالجيا تخلق روابط عاطفية قوية مع المتلقين لنوافذ عرض البراند، وأن النوستالجيا تؤكد على هوية وتراث البراند، وتزيد من ولاء المتلقين له.

وقامت دراسة (ريم سامي الشريف، 2022) بعنوان «توظيف النوستالجيا في الإعلانات التليفزيونية المصرية وتقييم الخبراء لمدى فاعليتها»، بتحليل عينة من الإعلانات التليفزيونية التي أذيعت خلال شهر رمضان للسنوات الثلاث الأخيرة 2019-2020-2021، مع إجراء دراسة أخرى على عينة من أساتذة وخبراء الإعلان يبلغ قوامها عشرون مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن النوستالجيا الشخصية هي الأكثر قدرة على التأثير في الرسالة الإعلانية، وأن عامل السن يأتي في مقدمة العوامل الديموجرافية تأثيراً؛ حيث يكون كبار السن أكثر ارتباطاً وتقديراً لأحداث الماضي وذكرياته مقارنة بصغار السن، كما أن النوع يعد متغيراً مهماً في مدى تأثير الجمهور بتلك الإعلانات، وأشار الخبراء إلى أن السيدات الأكبر سناً هن الأكثر شعوراً بالنوستالجيا وأكثر ارتباطاً بأحداث الماضي، كما أكدت عينة الخبراء أن مكان الإقامة عامل مهم حيث يكون أبناء الريف والمناطق الشعبية أكثر ارتباطاً بذكرات الماضي من أبناء المدن الكبرى.

واهتمت دراسة (محمد حسنين السيد وآخرون، 2022) بعنوان «مصادقية العلامة التجارية كمتغير وسيط في العلاقة بين التسويق بالحنين إلى الماضي والاحتفاظ بالعملاء: دراسة تطبيقية» بتحديد نوع وقوة العلاقة بين التسويق بالحنين إلى الماضي، ومصادقية العلامة التجارية وبين الاحتفاظ بالعملاء، وذلك ومن خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها 445 مفردة من عملاء مراكز الخدمة الذاتية بالقاهرة الكبرى (كارفور هايبروان، سبينيس)، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: قيام الشركات المنتجة باستخدام التسويق بالحنين إلى الماضي بصورة متوسطة، بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباط بين أبعاد التسويق بالحنين إلى الماضي ومستوى الاحتفاظ بالعملاء، ومستوى مصادقية العلامة التجارية.

واستهدفت دراسة (سلوى زغلول برعي، 2021) بعنوان «الاستفادة من التسويق العصبي في مخاطبة حواس المستهلك لدعم قرارات شراء منتجات الحنين إلى الماضي: دراسة استطلاعية» تحديد مرتكزات التسويق العصبي الأكثر تأثيراً عند مخاطبة حواس المستهلك، وتأثير الشعور بالحنين إلى الماضي على قرار شراء المنتجات، وبإجراء دراسة ميدانية على عينة من المستهلكين يبلغ قوامها 303 مفردة، توصلت الباحثة إلى عدد من مرتكزات التسويق العصبي في مخاطبة حواس المستهلك ومنها (الوعي الحسي - ونتاج التفكير - والمرونة السلوكية - والألفة) والتي تؤثر

وتدعم قرارات شراء منتجات الحنين إلى الماضي، بالإضافة إلى وجود تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لمتغيرات (الحنين إلى الأماكن التاريخية - وذكريات الطفولة - والرموز التاريخية) على قرارات شراء المنتجات الخاصة بالحنين إلى الماضي.

وتركز مشكلة دراسة (Ouf, G. 2021) والتي بعنوان «استخدام الحنين إلى الماضي كأداة تسويقية في الحملات الإعلانية»، على التعرف على الأساليب الإبداعية التي تُوظف في إعلانات الحنين لتعزيز العلاقة والترابط بين المستهلك والمنتج، ومدى مساهمتها في تحفيز دوافع الشراء لدى المستهلكين، وتوصلت الدراسة من خلال تحليل الحملات الإعلانية التي تستخدم استراتيجية الحنين إلى الماضي وتم إذاعتها خلال الفترة من 2013 إلى 2019 إلى عدة نتائج من أهمها: أن المنتجات والسلع التي تُروّج باستخدام استراتيجية الحنين إلى الماضي تستحضر تجارب حياتية سابقة إيجابية، مما يؤدي إلى شعور بالرضا الذاتي، وأن التسويق الحيني يستهدف بشكل أساسي المستهلكين المستعدين للاستجابة للحنين، ويؤثر على عواطفهم، وتصوراتهم، وسلوكهم الاستهلاكي من خلال استحضار الذكريات الإيجابية المصاحبة لتلك التجربة الاستهلاكية.

وهدف دراسة (شيماء عز الدين زكي، 2020) بعنوان «فاعلية نوستالجيا الإعلان التلفزيوني: دراسة تطبيقية» إلى التعرف على فاعلية النوستالجيا في الإعلانات التلفزيونية بالنسبة للجمهور، وتم إجراء الدراسة على عينة عمدية من الجمهور المصري من سن (18) سنة، فأكثر يبلغ قوامها (410) مبحوث، وتوصلت إلى عدة نتائج من أهمها وجود فاعلية لنوستالجيا الإعلان التلفزيوني، والاعتماد على توظيف عناصر ورموز من الماضي لخدمة هدف الحملة، في ظل توجهها للجمهور بقيم ورسائل هادفة معينة تستهدف الجميع، خصوصا في شهر رمضان، وبالتالي فإن أهدافها لم تقتصر على البيع فقط، وإنما أهداف أخرى تتناسب وطبيعة الشهر المبارك.

أيضا اهتمت دراسة (لمياء عبد الكريم قاسم وآخرون، 2018) والتي بعنوان «توظيف النوستالجيا في بناء الرسالة الإعلانية: دراسة على الإعلان التلفزيوني بمصر»، إلى دراسة أنماط توظيف النوستالجيا في الإعلان التلفزيوني، ودراسة تأثير ذلك على فهم ووضوح الرسالة الإعلانية، وتوصل البحث إلى أن توظيف النوستالجيا في بناء الرسالة الإعلانية يساعد على تحقيق الأهداف الاتصالية، وجذب الانتباه أكثر مما يساعد على وصول الرسالة بشكل أبسط وأسرع، وإتاحتها لجميع طبقات المجتمع وتحقيق التفاعل مع الإعلان مما يعمل على تحقيق الاستجابة المطلوبة، بالإضافة إلى أن الاستشهاد بشخصيات مشهورة في الإعلان يؤدي دوراً كبيراً في إقناع المتلقي بالسلعة أو الخدمة.

وهدف دراسة (Ayada, M. 2018) بعنوان «توظيف الحنين كاستراتيجية تواصل في تصميم حملات الإعلانات التلفزيونية للتأثير على سلوك مستهلكي العلامات التجارية: دراسة تحليلية لحملات الإعلانات التلفزيونية في مصر» إلى التحقق من مدى فعالية توظيف (استراتيجية الحنين) كاستراتيجية تواصل يمكن أن تساعد مصممي الإعلانات التلفزيونية على تحقيق أهداف إعلانات العلامات التجارية المختلفة، واعتمد البحث على تحليل حملات إعلانية

تلفزيونية مختلفة لعلامات تجارية وخدمات مختلفة موجهة للسوق المصري ، ، وأظهرت نتائج الدراسة أن استخدام استراتيجية الحنين إلى الماضي في الإعلانات التلفزيونية تساهم بشكل فعال في تعزيز الارتباط العاطفي بين المستهلك والعلامة التجارية، مما يؤثر إيجاباً على قرارات الشراء، وأن هذه الاستراتيجية قابلة للتطبيق على مختلف العلامات التجارية، بغض النظر عن الشريحة المستهدفة.

وفي إطار ربط النوستالجيا أو الحنين إلى الماضي بالتكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي، نجد أن دراسة (Jungselius, B, et.al. 2023) بعنوان «الحفاظ على الذكريات الحية : دراسة على مدار عقد من الزمن عن التذكر عبر وسائل التواصل الاجتماعي والحنين إلى الماضي»، وبالاعتماد على بيانات تم جمعها على مدار 10 سنوات، قامت الدراسة بتحليل تأملات المستخدمين في كيفية تطور تفاعلهم مع منصات التواصل الاجتماعي بمرور الوقت. حيث تم إجراء 36 مقابلة مع مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي خلال أعوام 2012 و 2017 و 2022 ، وتوصلت إلى أن المستخدمون يتفاعلون مع ذكرياتهم على وسائل التواصل الاجتماعي بطرق تعزز من شعورهم بالحنين إلى الماضي معبرا عن التحولات الاجتماعية المستمرة في الحياة اليومية.

وهدفت دراسة (شيرين سلامة السعيد ، 2022) بعنوان «تأثير التعرض لصفحات ومجموعات النوستالجيا «الحنين إلى الماضي» بموقع فيس بوك في إدارة الحالة المزاجية لدى المستخدمين المصريين: دراسة ميدانية» ، إلى رصد وتحليل وتفسير تأثير تعرض المستخدمين المصريين لمجموعات وصفحات النوستالجيا (الحنين للماضي) في موقع فيس بوك في إدارة الحالة المزاجية لديهم، وتم إجراء الدراسة على عينة عمدية للمستخدمين المصريين لصفحات ومجموعات الحنين للماضي في موقع الفيس بوك، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها، وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع التعرض لمجموعات وصفحات الحنين إلى الماضي في موقع فيس بوك والاحساس بالسعادة، والأمل، والفخر، والأمن، وهو ما يعكس الحالة المزاجية الإيجابية نتاج هذا التعرض.

وجمعت الدراسة السابقة بين النوستالجيا وإدارة المزاج العام للجمهور مما يشير إلى أهمية استعراض الدراسات التي ارتبطت بنظرية إدارة المزاج العام أيضاً، حتى يكون هناك رؤية واضحة للدراسات السابقة التي تناولت مفهوم النوستالجيا والحنين إلى الماضي والتي ارتبطت أيضاً بنظرية إدارة المزاج العام، وفيما يفيد الدراسة الحالية.

ثانياً: الدراسات المرتبطة بنظرية إدارة المزاج العام

اهتمت دراسة (مها مدحت محمد ، 2024) بعنوان «تعرض الجمهور المصري للأخبار المنشورة عن أزمة الكهرباء عبر المواقع الإلكترونية وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحو أداء الحكومة والمزاج العام لهم: دراسة تحليلية وميدانية» إلى رصد تأثير تعرض المواطن المصري للأخبار المنشورة عن أزمة الكهرباء بالمواقع الإلكترونية المتعلقة بالقرارات التي اتخذتها الحكومة المصرية ، وتحليل تأثيرات ذلك على حالة المزاج العام السائدة لديهم، وذلك من تحليل (892) من الأخبار

والتقارير الإخبارية المنشورة في ثمانية عشر موقعا وصحيفة إلكترونية تمثل مختلف التوجهات المختلفة: القومية - الحزبية - الخاصة، إضافة لدراسة ميدانية على عينة متاحة قوامها (400) مفردة من الجمهور المصري، توصلت الدراسة إلى ارتفاع التعرض للأخبار المنشورة عن أزمة الكهرباء في المواقع الإلكترونية، وارتفاع الحالة المزاجية السلبية لدى المبحوثين مقارنة بالحالة المزاجية الإيجابية.

وتوصلت دراسة (Sharkawy, E. 2024) بعنوان «سياسة مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المنشورات المتعلقة بحرب غزة 2023 «طوفان الأقصى» وأثره على المزاج العام لمستخدميه: دراسة في ضوء نظرية المزاج العام» إلى رصد تأثير إدارة منصات التواصل الاجتماعي للأحداث المتعلقة بـ«طوفان الأقصى» على المزاج العام لمستخدميها. ولذلك تم إجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها 426 مستخدماً للوسائط الاجتماعية. وتوصلت الدراسة إلى: سيادة المزاج السلبي بين عينة الدراسة بعد التعرض لمحتوى «طوفان الأقصى» على منصات التواصل الاجتماعي، وسيطرة مشاعر الحزن والغضب والتوتر والإحباط بينهم، كما أظهرت الدراسة وجود علاقة بين رضا المستخدمين عن إدارة محتوى «طوفان الأقصى» على منصات التواصل الاجتماعي وبين اعتقادهم بموضوعية هذه المنصات ومزاجهم العام.

كما هدفت دراسة (منار على عويس، 2024) بعنوان «التأثيرات المحتملة لتطبيقات الواقع الممتد على الحالة المزاجية لمستخدميها: دراسة استشرافية» إلى الكشف عن مدى إدراك مستخدمي تطبيقات الواقع الممتد لفهم هذا الواقع والاهتمام به، والتأثيرات المتوقعة على الحالة المزاجية لمستخدمي هذه التطبيقات، في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي. وباستخدام أداة مجموعة النقاش المركزة Focus group discussion بالتطبيق على عينة عمدية من الشباب الجامعي بواقع 14 طالباً، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها وجود تأثيرات سلبية متوقعة لتطبيقات الواقع الممتد تمثلت في: الانعزال والاكتئاب والميل إلى الوحدة، بالإضافة إلى استخدامها كوسيلة للهروب من المشكلات الشخصية، وأن الاستخدام المفرط لها سوف يؤثر بالسلب على السلامة الصحية والجسمية لدى مستخدمي هذه التطبيقات، وزيادة نسبة البطالة، والافتقار للإبداع.

وسعت دراسة (Minich M & Moreno M, 2024) بعنوان «ارتباط استخدام الهواتف الذكية في الحياة اليومية بتحسين المزاج لدى المراهقين: دراسة تقييم اللحظة البيئية» إلى استكشاف طبيعة العلاقة بين الهاتف الذكي والحالة المزاجية للمراهقين، وقد يكون سبباً لتغيرات في المزاج، وإجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها 253 مراهقاً تتراوح أعمارهم بين 12 و17 عاماً من مختلف أنحاء الولايات المتحدة، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج وهي وجود علاقة إيجابية بين استخدام الهاتف الذكي والمزاج لدى المراهقين. فكلما زاد استخدام الهاتف الذكي، ارتفع مستوى المزاج الإيجابي. كما أشارت النتائج إلى أن مدة جلسات استخدام الهاتف تؤثر بشكل مباشر على تغير المزاج، حيث لوحظ ارتفاع في المزاج بعد فترة قصيرة من بدء الاستخدام. وتشير النتائج إلى أن المراهقين قد يستخدمون الهواتف الذكية كأداة للتعامل مع المشاعر السلبية وتحسين مزاجهم.

كما أشارت دراسة (Helvich, J. et al, 2024) بعنوان "العزلة العاطفية في العصر الرقمي: دراسة حول الصلة بين صعوبة التعبير عن المشاعر واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الحالة المزاجية" إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي شهدت زيادة كبيرة في عدد المستخدمين خلال السنوات الأخيرة والتي أدت بالتبعية إلى الاستخدام المفرط لها، وبإجراء دراسة ميدانية على عينة من البالغين يبلغ قوامها 3560 توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها صعوبة تحديد ووصف المشاعر السلبية المرتبطة بشكل كبير بالاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي، علاوة على ذلك، وجود ارتباطات قوية بين تجربة المشاعر الإيجابية والسلبية، والاستخدام المفرط ومستويات الالكسيثيميا (الكبت الانفعالي) وضرورة إيلاء اهتمام خاص للأفراد الذين يعانون من الالكسيثيميا لتحديد أولئك الذين هم أكثر عرضة لتجربة المشاعر السلبية أكثر من غيرهم.

وهدف دراسة (Barry, C. et al. 2024) بعنوان "سيكولوجية تيك توك: تحليل العلاقة بين استخدام منصة تيك توك والحالة المزاجية، وإدراك الذات لدى عينة من طلاب الجامعات"، إلى استكشاف العلاقة بين استخدام تطبيق تيك توك والتغيرات التي تطرأ على المزاج، وأجريت الدراسة الميدانية على عينة يبلغ قوامها 252 طالباً جامعياً ممن تراوحت أعمارهم بين 18 و30 عاماً، تم توزيعهم عشوائياً إلى ثلاث مجموعات: مجموعة استخدمت تطبيق تيك توك لمدة 20 دقيقة، ومجموعة استخدمت أجهزتهم الإلكترونية دون الدخول إلى تيك توك، ومجموعة لم تستخدم أي جهاز إلكتروني لمدة 20 دقيقة، وأظهرت النتائج أن المجموعة التي استخدمت تيك توك أبلغت عن انخفاض في مستوى التوتر وانخفاض في الشعور بالانتماء الاجتماعي بعد انتهاء الفترة التجريبية. بينما أبلغت المجموعة التي استخدمت أجهزتها الإلكترونية دون الدخول إلى تيك توك عن زيادة في الشعور بالملل مقارنة بالمجموعة التي استخدمت تيك توك، وزيادة في مستوى التوتر مقارنة بالمجموعة التي لم تستخدم أي جهاز إلكتروني. علاوة على ذلك، أظهرت النتائج أن الاستخدام اليومي لتطبيق تيك توك ارتبط بزيادة الشعور بالخوف الذاتي من تفويت الفرص وفقدان الأشياء أو ما يسمى باضطراب «الفومو» (FOMO) بالإضافة إلى وجود آثار إيجابية وسلبية لاستخدام تطبيق تيك توك، خاصة على المدى القصير.

وركزت دراسة (Kosa, M. & Johnson-Glenberg, M. 2024) بعنوان "أثر التفاعل والانغماس والسعادة على تقليل التوتر وإدارة المزاج: دراسة تجريبية عشوائية على الألعاب والواقع الافتراضي" على التحقق من فعالية ألعاب الواقع الافتراضي (VR)، وألعاب الكمبيوتر، ومقاطع الفيديو على خفض التوتر، وتوصلت الدراسة التي أجريت على 202 مشارك جامعي إلى أن ألعاب VR كانت فعالة في تحسين المزاج وتوفير تجارب تعافي مقارنةً بمجموعة التحكم التي شاهدت مقاطع الفيديو. ومع ذلك، كانت ألعاب VR التي تحقق السعادة الأفضل في تقليل التوتر وتخفيف التأثير السلبي.

وهدف دراسة (محمد محمد عبده، 2023) بعنوان "المشاهدة الشرهة للسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية وعلاقتها بتشكيل الحالة المزاجية للأسر العربية: دراسة مسحية في إطار نظريتي التعرض الانتقائي وإدارة المزاج العام" إلى رصد وتفسير انعكاسات المشاهدة الشرهة

للمسلسلات الدرامية عبر التعرض الانتقائي للمنصات الرقمية على المزاج العام للأسر العربية. وأسفرت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية بين تعرض الأسر العربية الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، ودرجة الفائدة المدركة منها، وخرجت بوجود علاقة بين المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، ودرجة الرضا عن مضامينها، وتشكيل المزاج العام للأسر العربية، وبيّنت حجم التأثير الكبير في المشاهدة الشرهة لدراما المنصات الرقمية على متابعة الدراما التليفزيونية.

وركزت دراسة (مها مصطفى بخيت، 2022) بعنوان "تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر" إلى التعرف على دور تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر، ومن خلال تطبيق أداة الاستبيان على عينة من الجمهور المصري قوامها (408) مفردة، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة الباحثين لمبادرة حياة كريمة والحالة الإيجابية والسلبية للتغطية الصحفية للمبادرة في المواقع الإخبارية الإلكترونية، والمشاعر الإيجابية والسلبية نحو موضوعاتها.

وهدف دراسة (ماهيّتاب محمد أحمد، 2022) بعنوان «دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الحالة المزاجية لمرضى السرطان: الفيس بوك نموذجا: دراسة ميدانية» إلى التعرف على مدى متابعة مرضى السرطان لمواقع التواصل الاجتماعي؛ وتأثير ذلك على الحالة المزاجية المسيطرة عليهم، وتم سحب عينة عمدية قوامها (400) مفردة من مرضى السرطان وخلصت الدراسة إلى نتائج، أهمها: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) والحالة المزاجية المسيطرة عليهم، كما يتضح أن الحالة المزاجية لدى الباحثين إيجابية بنسبة كبيرة.

واهتمت دراسة (رشا محمد عاطف، 2022) بعنوان «تعرض الجمهور للمحتوى الدرامي في المنصات التليفزيونية الرقمية وعلاقته بالحالة المزاجية في إطار مفهوم سمة ما وراء المزاج» برصد وكشف العلاقة بين تعرض الجمهور للمحتوى الدرامي في المنصات التليفزيونية الرقمية وحالاتهم المزاجية وتوصلت الدراسة التي أجريت على عينة من الجمهور المصري يبلغ قوامها 324 مفردة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب للمحتوى الدرامي في المنصات التليفزيونية الرقمية ومستوى سمة ما وراء المزاج. وأن أهم الأنشطة التي تقوم بها عينة البحث عندما يشعرون بالضيق وسوء المزاج تمثلت في تصفح الانترنت في الترتيب الأول، ثم مشاهدة المحتوى الدرامي على المنصات الرقمية التليفزيونية في الترتيب الثاني، بينما جاءت مشاهدة التلفزيون التقليدي في الترتيب الأخير، وأن درجة الشعور بتحسّن المزاج بعد مشاهدة عينة البحث للمنصات التليفزيونية الرقمية (درجة متوسطة) في الترتيب الأول ثم (درجة مرتفعة) في الترتيب الثاني، بينما جاءت (درجة منخفضة) في الترتيب الأخير.

واستهدفت دراسة (سماح محمد محمدي، 2022) بعنوان «تأثير التعرض للأخبار الاقتصادية المنشورة بالمواقع الإلكترونية أثناء الأزمات على اتجاهات المواطنين نحو الحكومة والمزاج

العام لهم: دراسة تحليلية وميدانية خلال الأزمة الروسية الأوكرانية» رصد وتحليل تأثير متابعة الجمهور المصري للمعالجات الصحفية للقرارات الاقتصادية الأخيرة التي أصدرتها الحكومة في إطار الأزمة العالمية الأوكرانية الروسية على حالة المزاج العام لدى المصريين، وطبيعة اتجاهاتهم نحو الحكومة، وذلك من خلال دراسة تحليله لعينة من الأخبار والتقارير الإخبارية بلغت (763) والمنشورة بعشرة مواقع إلكترونية مصرية تمثل التوجهات المختلفة للصحافة، بالإضافة لدراسة ميدانية على عينة عمدة من متابعي الأخبار الاقتصادية قوامها (400) مفردة من الإناث والذكور تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 55 سنة. وكشفت النتائج عن سيادة الحالة المزاجية الإيجابية بين المواطنين حيث عبروا عن ثقتهم في الحكومة، وتأييدهم مع القرارات الاقتصادية، وتفاؤلهم مع قدرة الدولة على تخطي الوضع الاقتصادي الحالي. وثبت وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين معدل التعرض للأخبار الاقتصادية وحالة المزاج العام، ونوع الاتجاه نحو الحكومة. وهدفت دراسة (Watang, KCC & Miswanto, M. 2022) بعنوان "إدارة الحالة المزاجية كوسيط في تحفيز المستهلك وعلاقة الشراء الاندفاعية" إلى اختبار العلاقة بين دوافع المستهلك والشراء الاندفاعي، ودور إدارة المزاج كوسيط في هذه العلاقة، وإجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها 200 امرأة يبلغن من العمر 17 عامًا فأكثر، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن الدافع الذي له علاقة بالمتعة واللذة، ودوافع التأثير الاجتماعي لها تأثير كبير على إدارة المزاج، في حين أن الدوافع العقلانية ليس لها تأثير كبير. وأن إدارة المزاج تؤثر بشكل كبير على الشراء الاندفاعي، وهناك احتياج من جانب المسوقين لدراسة دوافع المستهلك حيث تؤثر دوافع المستهلك ومزاجه بشكل كبير على قرارات الشراء.

وأشارت دراسة (Liu, J, 2020) بعنوان "ألعاب الفيديو وإدارة المزاج: دراسة العلاقة بين اختيار اللعبة وتغييرها والقرارات داخل اللعبة وتأثيرها على تحسين المزاج" إلى أن ألعاب الفيديو إحدى الوسائل الرئيسية لتنظيم المزاج، وإجراء دراسة استقصائية على عينة قوامها 194 لاعبًا أمريكيًا توصلت الدراسة إلى عدة نتائج وهي أن «المزاج» هو الدافع الرئيسي وراء تنوع خيارات اللاعبين في الألعاب، وأنهم يختارون ألعابًا وأوضاعًا وأساليب لعب مختلفة لتناسب مزاجهم. وهذه النتائج قد تساعد مصممي الألعاب على تطوير ألعاب تلبي احتياجات اللاعبين العاطفية وتساعد على تنظيم مزاجهم.

وتسعى دراسة (Worthington, V. et.al, 2019) بعنوان "تأثير أخبار وسائل التواصل الاجتماعي على الحالة المزاجية وتحديد الهوية الجماعية" إلى التعرف على تأثير الأخبار المقدمة على مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الحالة المزاجية للجمهور، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 40 طالبًا جامعيًا. حيث عرض عليهم سلسلة من العناوين الإخبارية إما سلبية أو محايدة، ثم قُيِّمت حالتهم المزاجية مع مجموعاتهم الاجتماعية، وأظهرت النتائج أن العناوين الإخبارية السلبية أدت إلى زيادة ملحوظة في المزاج السلبي مقارنة بالعناوين المحايدة، وأن التعرض قصير الأمد لمحادثات سلبية على وسائل التواصل الاجتماعي قد يكون كافيًا لإحداث تغييرات في المزاج، ولكن قد لا يكون كافيًا لتفعيل آليات الدفاع النفسي المرتبطة بتحديد الهوية الجماعية. وتهدف دراسة (محسن جلوب الكنانى وآخرون، 2019) بعنوان "التعرض للأخبار السلبية

التي تبثها القنوات الفضائية وتأثيره على الحالة المزاجية العامة للجمهور" للتعرف على مدى انعكاس تعرض الجمهور للإخبار السلبية التي تبثها القنوات التلفزيونية الفضائية على مزاجه العام"، وتوصلت الدراسة التي أجريت على 400 مفردة إلى عدة نتائج من أهمها: أن المبحوثين يتفقون على أن تأثير التعرض للأخبار التي تبثها القنوات الفضائية كثيرا جدا في الجانب الوجداني لديهم، وأن المبحوثين يحاولون أن لا ينعكس تأثير تعرضهم لهذه الأخبار السلبية على سلوكهم، ويظل تأثيره في جانبهم الوجداني فقط، وقد يكون بسبب تخوفهم من أن يلحقوا الأذى بالآخرين، أو أن يحدث أذى مضاعف لهم.

كما تسعى دراسة أسماء (عارف محمد، 2019) بعنوان "التعرض لقضايا الصعيد في المسلسلات التلفزيونية وانعكاسها على تشكيل حالة المزاج العام لدى جمهور جنوب الصعيد: دراسة مسحية" إلى رصد الحالة المزاجية التي تشكلت لدى جمهور الصعيد عند التعرض لقضايا الصعيد في المسلسلات التلفزيونية وبالتطبيق على (400) مفردة في محافظة (أسوان- الأقصر- قنا- سوهاج) وتحليل عشرة مسلسلات تلفزيونية تعرض قضايا مجتمع الصعيد أشارت النتائج إلى سلبية المزاج العام كمكون شعوري للجمهور الصعيدي بالنسبة للمسلسلات التي تعالج قضايا الصعيد بشكل عام، وجاءت درجات المزاج الشخصي سلبية بنسبة كبيرة، والذي يشير إلى سلبية الحالة المزاجية العامة والشخصية لدى الجمهور.

وتشير دراسة (Merritt, A. et. al, 2016) بعنوان "إدارة المزاج عبر الإعلام: نظرة على الآثار المحتملة لوسائل الإعلام العنيفة على العواطف"، إلى أهمية التحقق من وجود علاقة بين استخدام الأطفال للإعلام العنيف، وظهور أعراض الاكتئاب والقلق لديهم. وقد تم اختيار عينة مكونة من 536 طفلاً، معظمهم من أصول لاتينية، تتراوح أعمارهم بين 10 و 14 عاماً، وأظهرت نتائج الدراسة أنها لم تكشف عن وجود علاقة بين مشاهدة التلفزيون العنيف أو لعب ألعاب الفيديو العنيفة وظهور أعراض الاكتئاب أو القلق لدى الأطفال، سواء بشكل فوري أو على المدى الطويل، وأشارت النتائج إلى أن تأثير استخدام الإعلام العنيف على المزاج لدى الأطفال قد يكون محدوداً. ومع ذلك، فإن هناك حاجة لمزيد من الأبحاث لتأكيد هذه النتائج، خاصة في ظل وجود عوامل أخرى قد تلعب دوراً مهماً في زيادة خطر الإصابة باضطرابات المزاج لدى الأطفال، مثل العوامل الوراثية والبيئية.

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

يلاحظ من الدراسات السابقة حول النوستالجيا والحنين إلى الماضي ومجالات الإعلام التالي:

- قلة الدراسات التي تناولت مفهوم النوستالجيا في مجال الدراما بالبحث والتطبيق، وارتبطت بالأفلام السينمائية فقط، ولم تطرق إلى الدراما التلفزيونية.
- اهتمت معظم دراسات النوستالجيا والحنين إلى الماضي بربط المفهوم بمجال التسويق والإعلانات، وتعزيز سلوك الاستهلاك، واتجاهات المستهلكين نحو الشراء والولاء للسلع، وتعزيز الارتباط العاطفي بين المستهلك والعلامة التجارية، والأساليب الإبداعية المستخدمة في توظيف النوستالجيا والحنين إلى الماضي، وعدد قليل من الدراسات اهتم بربط المفهوم بمجال الصحافة والإذاعة والتلفزيون.

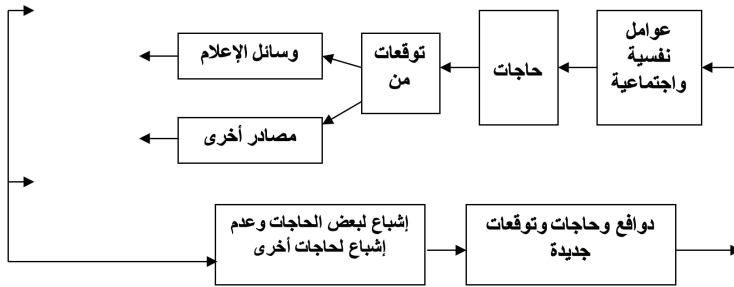
- يوجد اهتمام من جانب بعض الدراسات بربط مفهوم النوستالجيا والحنين إلى الماضي بوسائل التواصل الاجتماعي.
- معظم الدراسات السابقة دراسات وصفية، وهناك ندرة في الدراسات الكيفية مع قلة الدراسات التجريبية التي اهتمت بالبحث في مفهوم النوستالجيا والحنين إلى الماضي في مجال الإعلام بصفة عامة.
- معظم الدراسات السابقة اهتمت بتحليل المحتوى، والبحث الميداني، وعدد محدود استعان بجماعات النقاش المركزة.
- وبالنسبة للدراسات التي تناولت إدارة المزاج العام في مجال الإعلام يلاحظ التالي:
- هناك اهتمام بربط التغطية الإعلامية للوضع الاقتصادي والمشاكل التي تتعرض لها مصر سواء على المستوى المحلي أو العالمي، بإدارة المزاج العام لدى الجمهور.
- اهتم عدد لا يستهان به من دراسات إدارة المزاج العام بالواقع الافتراضي والتيك توك والهواتف الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المزاج العام لدى الجمهور.
- هناك قلة في عدد الدراسات التي اهتمت بدراسة العلاقة بين مشاهدة الدراما وإدارة المزاج العام سواء كانت دراما منصات رقمية أو دراما تعرض على القنوات الفضائية، وبشكل عام لم يتم التطرق إلى دراسة دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي وعلاقتها بإدارة المزاج العام للجمهور محور الدراسة الحالية.
- وقد استفادت الباحثة من هذه الدراسات في التعرف على مفهوم النوستالجيا والحنين إلى الماضي، والتجارب البحثية التي تمت خلال الفترة الماضية، وكيفية توظيف هذا المفهوم في الإعلام بقطاعاته المختلفة، والدور الذي يقوم به الإعلام في إدارة المزاج العام باختلاف المحتوى المقدم فيه، مع الاستعانة بهذه الدراسات في تفسير بعض نتائج الدراسة الحالية، وتحديد أهميتها وأهدافها، مما يؤكد على أهمية الدراسة الحالية حيث توصلت الباحثة لندرة موضوع الدراسة ومشكلته البحثية.

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: مدخل الاستخدامات والاشباعات

يفترض مدخل «الاستخدامات والاشباعات» الذي وضعه إلياهو كاتز أن الجمهور نشط، وأن الفرد لابد أن يكون له احتياجات لكي يتعرض للرسالة الإعلامية. ويقوم مدخل الاستخدامات على خمسة أسس، وهي وجود جمهور نشط يتعرض لوسائل الإعلام بشكل إيجابي، ووجود جمهور نشط يستخدم وسائل الإعلام وليس العكس مع تنوع حاجات الأفراد باختلاف الفروق الفردية، وتنافس وسائل الاتصال على إشباع احتياجات الجمهور، وأن الجماهير هي التي تحدد قيمة المضمون المقدم في وسائل الإعلام وهي التي تتخذ القرار بمشاهدته، فقرارات الجمهور تلعب دوراً كبيراً في التأثير على وسائل الإعلام في أن يتخذ الجمهور المبادرة باختيار المادة الإعلامية التي تشبع احتياجاته، وأن هناك مجموعة عوامل اجتماعية ونفسية تتوسط السلوك الاتصالي للأفراد، كذلك البيئة التي يعيش فيها، كما أن التفاعلات بين الأشخاص هي التي

تشكل توقعاتنا حول وسائل الإعلام والمحتوى الإعلامي (Warner & James, 1992).
ووضح كاتز وزملائه نموذج الاستخدامات والاشباع في الشكل التالي: (حسن عماد،
وليلي حسين، 2002)



شكل رقم (1) نموذج «كاتز» للاستخدامات والإشباع

وقد صنف «روبن» دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام إلى:

1. دوافع منفعية (Instrumental Motives): تستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة، والمعلومات، والخبرات وجميع أشكال التعليم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

2. دوافع طقوسية (Ritualized Motives): تستهدف تضيئة الوقت والاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات، والأفلام، والمنوعات وبرامج الترفيه. (حسن عماد، وليلى حسين، 2002)
كما فرق «لورانس و» «نيزيس» بين نوعين من الإشباعات: **إشباعات المحتوى**، والتي تنتج عند التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وهي تنقسم إلى نوعين: الأول: إشباعات «توجيهية» (Orientational) تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، والثاني: إشباعات اجتماعية (Social) ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

إشباعات العملية، والتي تنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل وتنقسم إلى نوعين: إشباعات «شبه توجيهية» (Para-Oriental) وتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة، وإشباعات «شبه اجتماعية» (Para-Social) وتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة. (حسن عماد، وليلى حسين، 2002).

وقد تعرض مدخل الاستخدامات والاشباعات إلى مجموعة من الانتقادات

وهي: (فرج الكامل، 2001)

1 - يفترض هذا المدخل أن الجمهور إيجابي تماماً في اختيار المضمون الذي يتعرض له وذلك في الوقت الذي أشارت فيه دراسات أخرى إلى أن كثيراً من السلوك الاتصالي للأفراد هو مجرد سلوك اعتيادي وغير إيجابي.

2 - لم تشرح النظرية درجة الإيجابية في السلوك الاتصالي للفرد، ولم تفرق بين الدرجات المختلفة له سواء قبل التعرض، أو في أثناء التعرض، أو بعد التعرض.

3 - ادعاء النظرية بأن أفراد الجمهور يختارون المضمون الذي يتعرضون له بحرية تامة وبناء على احتياجاتهم فقط ربما يكون مبالغاً فيه، فكثيراً من أفراد الجمهور لا تتاح لهم حرية الاختيار، إلى جانب أن هناك عديداً من العوامل التي تحد من قدرة الفرد على الاختيار، مثل العوامل الاقتصادية والاجتماعية والقدرة على تملك وسائل الاتصال الحديثة.

تطبيق مدخل الاستخدامات والاشباكات على الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على دوافع وأسباب تعرض طلاب عينة الدراسة للدراما التي تتناول في أحداثها النوستالجيا ، وطبيعة هذه الدوافع طقوسية أم نفعية، وهل تحقق الاشباع المرجو من هذه المشاهدة أم لا ، وبالتالي هي أنسب النظريات للدراسة الحالية بجانب نظرية إدارة المزاج العام لربط دوافع المشاهدة والاشباكات بإدارة الحالة المزاجية للطلاب ومدى سلبيتها من إيجابيتها .

ثانياً: نظرية إدارة المزاج العام Mood Management Theory :

قام كلاً من (Luomala and Laaksonen 2000) باستعراض التفسيرات المختلفة للمزاج في العديد من الدراسات ووجدوا اختلافاً بين الباحثين في فهم هذا المفهوم. بعض الباحثين يميلون إلى فهم هيكلي للمزاج، يركز على تحديد ماهية المزاج بحد ذاته. بينما يعتمد آخرون على فهم وظيفي للمزاج، حيث يعتبرون المزاج مصدراً للمعلومات عن حالة الفرد الوجودية (Luomala & Laaksonen, 2000)

ويمكن تعريف الحالة المزاجية بأنها: «حالة انفعالية معتدلة نسبياً تنتاب الشخص مدة من الزمن، أو تعاوده بين الحين والآخر، وقد تظهر علي شكل سلبي كالحزن أو إيجابي كالفرح فإذا تم استثارة الفرد أثناء ظهورها غالباً ما يكون رد الفعل عنيفاً، كما أنها تعمل على جذب الأفكار المنسجمة معها»، أما المزاج فيعرف بأنه مفهوم افتراضي كبقية المفاهيم النفسية ذو خاصية تحدد دينامية الأداء و سلوكه، لا نستطيع ملاحظته مباشرة و لكن تظهر آثاره في السلوكيات الانفعالية والاجتماعية، ويستدل كذلك علي المزاج من خلال نشاط الفرد و انفعاله. (سماح محمد محمد، 2022).

وتنتمي نظرية إدارة المزاج إلى مجموعة أوسع من نهج النظرية التي تتناول التعرض الانتقائي لمحتوى الوسائط الإعلامية، وتفترض أن اختيار الأفراد للمحفزات الإعلامية يُحرّكه بشكل أساسي السعي لتحقيق المتعة (الدافع اللذوي). وعلى عكس نهج النظرية الأخرى التي تفسر اختيار الوسائط الإعلامية على أساس ميول ثابتة نسبياً، مثل العادات أو المكاسب المرجوة الناتجة عن الاختلافات الفردية في سمات الشخصية، تفترض نظرية إدارة المزاج أن التعرض الانتقائي

لرسائل الوسائط الإعلامية هو وظيفة للحالة العاطفية الحالية لمستخدمي الوسائط الإعلامية ويتبع مبدأ تحسين المزاج (Reinecke, 2016)

وتتعلق نظرية إدارة المزاج التي وضعها زيلمان (2003)، وأطلق عليها في البداية اسم نظرية ترتيب المحفزات المعتمدة على العاطفة والتي ترتبط بزيادة المشاعر (نظرية التأثير المعتمد على ترتيب الدوافع)، **من الافتراض الأساسي** بأن الأفراد مدفوعون إلى إنهاء أو تخفيف الحالات العاطفية السلبية والحفاظ على وتعزيز التأثيرات العاطفية الإيجابية. ولتحقيق هذه الأهداف اللذوية، يعيد الأفراد ترتيب بيئاتهم المحفزة بطريقة تساعد في تحسين المزاج من خلال تعظيم التأثير العاطفي الإيجابي وتقليل الحالات المزاجية السلبية، أي أن اختياراتنا الإعلامية مدفوعة بأهداف تحسين الحالة العاطفية (Uysa&Kosa, 2020)، (Knobloch-Westerwick, 2007).

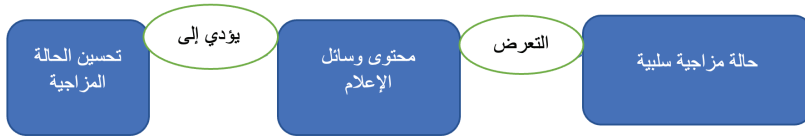
وتفترض أيضا النظرية أن استهلاك الرسائل الإعلامية يؤثر على حالة المزاج السائدة، حيث إن اختيار رسائل أو محتويات معينة غالبا ما يكون مرتبطا بتعزيز الحالة المزاجية السائدة، سواء كان ذلك بطريقة إيجابية أو سلبية. (Reinecke, 2016)، وتعني إدارة المزاج بتنظيم مستوى الإثارة من خلال استهلاك وسائل الإعلام لتجنب الملل والتوتر وتضادي المزاجات السلبية التي تحدث في الحالة العاطفية. فعندما يكون الفرد تحت ضغط نفسي، فإنه يفضل الرسائل المهدئة على الرسائل التي تعزز المتعة. من ناحية أخرى، يفضل الأفراد الذين يشعرون بالملل الرسائل التي تثير المتعة. وبشكل عام، يتم البحث عن الرسائل ذات النبرة العاطفية الإيجابية، بينما يتم تجنب أي محتوى مرتبط بالمشاعر غير السارة (Reinecke, 2017).

وبالتالي فالافتراض الأساسي للنظرية هو أن الأفراد لديهم دوافع لإنهاء أو تخفيف حالة عاطفية سلبية مثل الحزن، أو لتكثيف الحالة العاطفية الإيجابية مثل الفرح، ويعيد ترتيب بيئات التحفيز الخاصة بهم بطريقة تساعد على تحسين الحالة المزاجية الإيجابية، أو تقليل الحالة المزاجية السلبية إلى أدنى حد (ثريا البدوي وآخرون، 2020م)

ويُعدّ التعرض الإعلامي أحد الخيارات العديدة لترتيب المحفزات، إلا أنه خيار عالي الكفاءة. ففي حين أن الوسائل التقليدية لترتيب المحفزات غالبا ما تتطلب جهدا كبيرا، مثل تغيير الموقع (مثل الذهاب في نزهة) أو بذل الطاقة في نشاط مبهج (مثل لعب كرة القدم مع الأصدقاء)، فإن التعرض الإعلامي يوفر فرصة لترتيب المحفزات الرمزية من خلال التمثيلات الإعلامية للبيئات أو السرد أو التفاعل الاجتماعي. وبالنظر إلى التوافر الشامل لوفرة العروض الإعلامية، أصبح ترتيب المحفزات أسهل من أي وقت مضى اليوم، فوفقا لنظرية إدارة المزاج، نتعلم التنقل في هذه البيئة المحفزة بطريقة تناسب احتياجاتنا اللذوية من خلال التعلم الأدائي. في البداية، يحدث اختيار المحفزات بشكل عشوائي وبشكل مستقل عن حالات مزاجنا الحالية. ومع ذلك، يتم تعزيز الاختيارات التي تتم بشكل عرضي أثناء حالات المزاج السلبية والتي تنجح في إنهاء أو تخفيف هذه الحالة المزجة بشكل سلبي، وبالتالي سيتم تنفيذها باحتمالية أعلى في مواقف مماثلة في المستقبل. وبالمثل، يتم تعزيز التعرض للمحفزات التي تنجح في الحفاظ على أو

زيادة المزاج الجيد بشكل إيجابي، مما يزيد من احتمال اختيار محفزات مماثلة في المستقبل. (Reinecke, 2017)

ويختار المستخدم المحتوى عشوائياً لإدارة مزاجه ، فما يجد أو يخفف وينهي حالته المزاجية السلبية بنجاح، يعيد تكراره بوتيرة أكبر في المواقف المشابهة ، وكذلك فيما يتعلق بالحالة المزاجية الإيجابية كما هو موضح في الجدول الشكل التالي: (ثريا البدوي وآخرون، 2020م)



شكل رقم (2) نموذج إدارة المزاج

أما الذين يعانون من الحالات العاطفية السلبية فتفترض النظرية أن دافعهم للتعرض للمحتوى هو تغيير مزاجهم الحالي، فيتعرضون للرسائل ذات المحتوى الإيجابي بدلاً من الرسائل السلبية التي تكشف المزاج السيء بدلاً من انهائه. (ثريا البدوي وآخرون، 2020م) ووفقاً لذلك، فالمزاج العام للمجتمع لا ينبع من فراغ، وإنما يعد محصلة لعوامل متعددة ثقافية ونفسية واجتماعية وسياسية ومعرفية يتوقع من خلالها أن يتوافق الأفراد مع بعضهم بعضاً في المجتمع. وتؤدي التغطية الصحفية (الإعلامية) لقضية معينة بالأفراد إلى أن يفسروا المواقف الجديدة أو يعيدوا تفسير المواقف القديمة للحفاظ على الاتساق مع ميولهم الحالية التي تدعمها حالتهم المزاجية والشعورية. (شريف درويش، 2014م)

وتركز نظرية إدارة المزاج وفقاً لـ (زيلمان 1988) على أربعة أبعاد متميزة تميز رسائل الوسائط الإعلامية من حيث تأثيراتها على تعديل المزاج (أربعة جوانب لاستخدام الوسائط الإعلامية لإدارة المزاج) (Reinecke, 2017)، (Saleem, 2014)

□ **القدرة على الإثارة:** يشير البعد الأول الذي تمت معالجته في نظرية إدارة المزاج إلى تأثير رسائل الوسائط الإعلامية على مستوى الإثارة لدى مستخدمي الوسائط الإعلامية. في حين أن محفزات الوسائط الإعلامية الهادئة والمريحة (مثل أفلام الطبيعة أو الموسيقى البطيئة) تقلل من مستوى الإثارة، فإن التعرض لأشكال أخرى من محتوى الوسائط الإعلامية (مثل أفلام الحركة أو المحتوى الإباحي) يؤدي إلى زيادة في الإثارة.

□ **إمكانية الانغماس:** يعد عامل آخر مهم يؤثر على إمكانية تعديل المزاج لرسائل الوسائط الإعلامية هو قدرتها على جذب انتباه مستخدمي الوسائط الإعلامية وبالتالي قمع التفكير المتعمق الذي يحافظ على التأثير العاطفي والتأمل في أصول حالة مزاجية معينة. تتمتع رسائل الوسائط الإعلامية شديدة الانغماس بإمكانية تدخل أعلى وبالتالي تصرف انتباه مستخدمي الوسائط الإعلامية بقوة أكبر عن مصادر حالتهم العاطفية الحالية، مما يؤدي إلى

تغييرات مزاجية أكثر فعالية من الرسائل الأقل انغماسًا.

□ **التوافق الدلالي:** يشير بعد آخر مرتبط ارتباطًا وثيقًا بالصرف عن المزاج الحالي إلى التداخل بين محتوى الوسائط الإعلامية والحالة العاطفية الحالية لمستخدم الوسائط الإعلامية. تعتبر رسائل الوسائط الإعلامية التي تحتوي على إشارات قوية إلى المزاج الحالي أقل فعالية في تغيير الحالة العاطفية السائدة من تلك التي تظهر قرابة دلالية منخفضة مع المزاج الحالي.

□ **التقييم اللذوي:** يشير آخر خصائص الوسائط الإعلامية التي تعدل المزاج إلى النبذة العامة الإيجابية أو السلبية لمحتوى الوسائط الإعلامية. تعتبر الرسائل ذات التقييم اللذوي الإيجابي (مثل برنامج كوميدي) أكثر فعالية في إنهاء المزاجات السلبية والحفاظ على المزاجات اللذيذة من الرسائل ذات التقييم العاطفي السلبي (مثل التصورات الحزينة والمساوية في الدراما).

نقد النظرية:

تعرضت النظرية إلى عدة انتقادات كما يلي:

- 1 - أن حالة المستخدمين العاطفية يتم الكشف عنها بإجابة المبحوث على السؤال، فلا يمكن قياس أو إدارة الحالة المزاجية لجماعة أو شعب في دولة لا يقدر الباحثون على سؤال المبحوثين فيها.
 - 2 - لم تتطرق نظرية إدارة المزاج إلى عوامل السياق التي لها تأثير في العمليات العاطفية، إذا لا يمكن تفسير عمليات الانفعال العاطفية دون سياق لأنه أساس تفسير العاطفة.
 - 3 - تفاعل المستخدمين خلال أنشطتهم مع الوسائط (مثل ألعاب الفيديو) يمكن أن يغير الحالة المزاجية لهذا فإن للتفاعلية أثرا حاسمة في عملية إدارة المزاج حيث يختلف تأثير البيئة المحفزة والمحتوى المحفز باختلاف أنماط الاستخدام الفردي.
- وهذا يجعل من الصعب تفسير نتائج تجارب إدارة الحالة المزاجية عند استخدام محفزات تفاعلية، حيث يصبح تعرض المشاركين لأمر واحد في بيئة تحفيزية واحدة في وقت واحد أكثر صعوبة، ناهيك عن اختلاف الأفراد في تفاعلهم مع البيئة. (ثريا البدوي وآخرون، 2020م).

تطبيق نظرية إدارة المزاج العام على الدراسة:

ترغب الباحثة في التعرف على الحالة المزاجية التي تصيب طلاب الجامعة عينة الدراسة من مشاهدة الدراما التي تتناول في أحداثها النوستالجيا والحنين إلى الماضي، والمشاعر المختلفة التي يشعرون بها هؤلاء الطلاب، وهل لها تأثير بالفعل على المزاج العام لديهم أم لا؟، وبالتالي فإن نظرية إدارة المزاج العام هي أنسب النظريات لهذه الدراسة بجانب مدخل الاستخدامات والاشباع التي تحدثنا عنها في السطور السابقة.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

أولاً: تساؤلات الدراسة

- 1 - ما حجم مشاهدة عينة الدراسة للدراما التي تتناول في أحداثها النوستالجيا والحنين إلى الماضي؟
- 2 - ما هي المنصات التي تحرص عينة الدراسة على مشاهدة دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي من خلالها؟
- 3 - كيف عرف طلاب الجامعات عينة الدراسة بدراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي؟
- 4 - لماذا تشاهد عينة الدراسة دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي، وماذا عن الإشباع المتحققة لديهم من هذه المشاهدة؟
- 5 - ما طبيعة الحالة المزاجية لعينة الدراسة الناتجة عن مشاهدة دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي؟
- 6 - إلى أي مدى يثق طلاب الجامعات عينة الدراسة في المضمون المقدم في دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي، وهل هناك رضا من جانبهم في طبيعة المحتوى المقدم بها؟
- 7 - ما هو تقييم طلاب الجامعات عينة الدراسة أوضاع المجتمع المصري في الماضي المقدم في الدراما التي تتناول أحداثها النوستالجيا والحنين إلى الماضي؟
- 8 - هل هناك رغبة من جانب طلاب الجامعات عينة الدراسة في زيادة إنتاج الدراما التي تتناول موضوعاتها النوستالجيا والحنين إلى الماضي؟
- 9 - ما هي مقترحات طلاب الجامعات عينة الدراسة بخصوص صناعة دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي؟

ثانياً: فروض الدراسة

- 1 - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا؛ والحالة المزاجية لديهم.
- 2 - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا؛ والحالة المزاجية لديهم.
- 3 - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا؛ ودرجة الثقة في المضامين المقدمة عن الزمن الماضي.
- 4 - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا؛ والإشباع المتحققة لديهم.
- 5 - توجد فروق ذات دلالة احصائية في دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا؛ باختلاف خصائصهم الديمجرافية (النوع _ نوع التعليم _ مستوى الدخل الشهري) .
- 6 - توجد فروق ذات دلالة احصائية في الحالة المزاجية لطلاب الجامعة من مشاهدة دراما النوستالجيا؛ باختلاف خصائصهم الديمجرافية. (النوع _ نوع التعليم _ مستوى الدخل الشهري)

التعريفات الإجرائية للدراسة:

دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي: يقصد بها الدراما السينمائية والتلفزيونية التي تتناول في أحداثها الحنين إلى العصور الماضية وما ارتبط بها من تغييرات أيولوجية وثقافية واجتماعية، وإحياء لذكريات مرتبطة بالمكان والملابس واللغة والعادات والتقاليد والموسيقى والغناء والفن والإعلام.

نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة وتحليلها والكشف عن أسبابها، وذلك من خلال أسلوب المسح بالعينة، وتم استخدام صحيفة استقصاء إلكترونية للدراسة الميدانية وإرسالها للطلاب على الإيميل الخاص بهم.

أدوات الدراسة:

- 1 - أداة صحيفة استقصاء إلكترونية
- 2 - مقاييس الدراسة : تعتمد الدراسة على مجموعة من المقاييس التي تم تصميمها وبنائها بغرض الوصول إلى أقصى قدر ممكن من ضبط قياس المتغيرات ولذلك فإن هذه الدراسة تعتمد على المقاييس التالية:

أولاً: مقياس كثافة مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا والحنين للماضي

حيث اشتمل هذا المقياس على ثلاثة أسئلة في استمارة الاستقصاء، وهي: (س1 . هل تشاهد المسلسلات والأفلام التي تتناول في موضوعاتها النوستالجيا والحنين إلى الماضي، س2 . ما عدد ساعات مشاهدتك لدراما النوستالجيا، س3 ما عدد أيام مشاهدتك لدراما النوستالجيا). وتم تجميع درجات مقياس كثافة مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا الذي تراوحت درجاته ما بين (3-9) درجات حيث تم تقسيمه إلى ثلاثة مستويات كالتالي: كثافة تعرض مرتفع (9-8) درجتان كثافة تعرض متوسط (6-7) درجتان، كثافة تعرض منخفض (3-5) درجتان.

ثانياً: دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي

مقياس يتكون من سؤال واحد (س8). ما هي أسباب ودوافع مشاهدتك للدراما التي تتناول في أحداثها النوستالجيا والحنين إلى الماضي) في استمارة الاستقصاء، حيث اشتمل على الآتي:

- 1 - الدوافع النفسية: حيث اشتمل المقياس 6 عبارات تحمل أرقام من (2)، (4)، (5)، (7)، (9)، (11)، حيث قدرت اجابات طلاب الجامعة على العبارات كالتالي : موافق 3 درجات ، محايد درجتان ، معارض درجة واحدة و قد تم تجميع الدرجات هذا المقياس فتكون لدينا مقياس تتراوح درجاته من (6-18) درجات حيث تم تقسيم طلاب الجامعة الى ثلاث مستويات كالتالي: دوافع نفسية مرتفعة (18-15) أربع درجات- دوافع نفسية متوسطة (11-14) أربع درجات، دوافع نفسية منخفضة (6-10) أربع درجات.

2 - الدوافع الطقوسية: حيث اشتمل المقياس 6 عبارات تحمل أرقام من (1)، (3)، (6)، (8)، (10)، (12)، حيث قدرت إجابات طلاب الجامعة على العبارات كالتالي : موافق 3 درجات ، محايد درجتان ، معارض درجة واحدة و قد تم تجميع الدرجات هذا المقياس فتكون لدينا مقياس تتراوح درجاته من (6 - 18) درجات حيث تم تقسيم طلاب الجامعة إلى ثلاث مستويات كالتالي: دوافع طقوسية مرتفعة (15 - 18) أربع درجات- دوافع طقوسية متوسطة (11 - 14) أربع درجات- دوافع طقوسية منخفضة (6 - 10) أربع درجات.

ثالثا: مقياس الإشباع المتحققة من المشاهدة

مقياس يتكون من سؤال واحد (س9 ما الإشباع التي تحققت لديكم بعد مشاهدة الدراما التي تتناول في أحداثها النوستالجيا والحنين إلى الماضي) في استمارة الاستقصاء، حيث اشتمل على الآتي:

1- إشباع العملية: الشبة توجيهية والتي اشتملت على 5 عبارات تحمل أرقام من (1 - 5 عبارات) حيث قدرت إجابات المبحوثين على العبارات كالتالي : موافق 3 درجات ، محايد درجتان ، معارض درجة واحدة و قد تم تجميع الدرجات هذا المقياس فتكون لدينا مقياس تتراوح درجاته من (5 - 15) درجات حيث تم تقسيم طلاب الجامعة إلى ثلاث مستويات كالتالي: إشباع مرتفعة (13 - 15) ثلاث درجات- إشباع متوسطة (9 - 12) أربع درجات- إشباع منخفضة (5 - 8) ثلاث درجات، والشبة اجتماعية والتي اشتملت على عبارتين تحمل أرقام من (6)، (14)، حيث قدرت إجابات المبحوثين على العبارات كالتالي: موافق 3 درجات ، محايد درجتان ، معارض درجة واحدة و قد تم تجميع درجات هذا المقياس فتكون لدينا مقياس تتراوح درجاته من (2 - 6) درجات حيث تم تقسيم طلاب الجامعة إلى ثلاث مستويات كالتالي: إشباع مرتفعة (6) درجة واحدة- إشباع متوسطة (4 - 5) درجتان- إشباع منخفضة (2 - 3) درجة واحدة.

2- إشباع المحتوى: التوجيهية التي اشتملت على 5 عبارات تحمل أرقام (7)، (8)، (9)، (10)، (13)، حيث قدرت إجابات المبحوثين على العبارات كالتالي: موافق 3 درجات، محايد درجتان، معارض درجة واحدة وقد تم تجميع درجات هذا المقياس فتكون لدينا مقياس تتراوح درجاته من (5 - 15) درجات حيث تم تقسيم طلاب الجامعة إلى ثلاث مستويات كالتالي: إشباع مرتفعة (13 - 15) ثلاث درجات- إشباع متوسطة (9 - 12) أربع درجات- إشباع منخفضة (5 - 8) ثلاث درجات، والاجتماعية التي اشتملت على عبارتين تحمل أرقام من (11)، (12)، حيث قدرت إجابات المبحوثين على العبارات كالتالي: موافق 3 درجات، محايد درجتان، معارض درجة واحدة وقد تم تجميع الدرجات هذا المقياس فتكون لدينا مقياس تتراوح درجاته من (2 - 6) درجات حيث تم تقسيم طلاب الجامعة إلى ثلاث مستويات كالتالي: إشباع مرتفعة (6) درجة واحدة- إشباع متوسطة (4 - 5) درجتان- إشباع منخفضة (2 - 3) درجة واحدة.

رابعاً: مقياس الحالة المزاجية لطلاب الجامعة من مشاهدة دراما النوستالجيا

مقياس يتكون من سؤال واحد (س10). بماذا تشعر وأنت تشاهد هذه النوعية من الدراما) في استمارة الاستقصاء، حيث اشتمل على الآتي: حالة إيجابية التي اشتملت على 4 عبارات، وهي: (أشعر بالسعادة - أشعر بالأمل - أشعر بالفخر - أشعر بالأمن)، حيث قدرت إجابات المبحوثين على العبارات كالتالي: موافق 3 درجات، محايد درجتان، معارض درجة واحدة، وقد تم تجميع درجات هذا المقياس فتكون لدينا مقياس تتراوح درجاته من (4 - 12) درجات حيث تم تقسيم طلاب الجامعة إلى ثلاث مستويات كالتالي: ايجابية مرتفعة (10 - 12) ثلاث درجات- إيجابية متوسطة (8 - 9) درجتان درجات- إيجابية منخفضة (4 - 7) ثلاث درجات، والحالة السلبية: والتي اشتملت على 4 عبارات هي (أشعر بالإحباط - أشعر بالحزن - أشعر بالغضب - أشعر بالخوف)، حيث قدرت إجابات المبحوثين على العبارات كالتالي: موافق 3 درجات، محايد درجتان، معارض درجة واحدة وقد تم تجميع درجات هذا المقياس فتكون لدينا مقياس تتراوح درجاته من (4 - 12) درجات حيث تم تقسيم طلاب الجامعة إلى ثلاث مستويات كالتالي: سلبية مرتفعة (10 - 12) ثلاث درجات- سلبية متوسطة (8 - 9) درجتان درجات- سلبية منخفضة (4 - 7) ثلاث درجات.

عينة الدراسة:

تعد عينة الدراسة عينة عمدية من طلاب الجامعات الذين يشاهدون دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي، وتتراوح أعمارهم بين 18 - 30 سنة، وقد بلغت قوامها 300 مفردة من الذكور والإناث، ومن جامعات حكومية وجامعات خاصة، ليتم تمثيل المستويات التعليمية والاقتصادية المختلفة.

إجراءات الصدق والثبات:

تم تحكيم الاستمارة من مجموعة من المحكمين والخبراء من أجل التأكد من مصداقيتها، حيث أدلو ببعض الملاحظات التي أفادت البحث، وتم مراعاتها في الاستمارة* .
كما قامت الباحثة بإجراء الثبات على خمسة مقاييس رئيسية في استمارة الاستقصاء للتأكد من ثبات استجابات المبحوثين ودقة البيانات قبل المعالجة الإحصائية لها. وقد تم إجراء الثبات على 30 مبحوثاً من الشباب بنسبة 10 % من إجمالي العينة وقد تم التطبيق على الأسئلة الرئيسية للصحيفة و المرتبطة بالمعارف والاتجاهات وكذلك مقاييس الدراسة للوقوف على مستوى التغيير في إجابات الشباب على تلك الأسئلة أثناء إجراء الدراسة المسحية و بعدها : حيث كان المقياس الأول يتعلق بدوافع مشاهدة طلاب الجامعات للدراما التي تتناول في أحداثها النوستالجيا والحنين إلى الماضي , ويتعلق المقياس الثاني بتقييم طلاب الجامعات للإشباعاات التي تحققت بعد مشاهدة الدراما التي تتناول في أحداثها النوستالجيا والحنين الى الماضي، وتعلق المقياس الثالث بتقييم الحالة المزاجية لطلاب الجامعة من مشاهدة دراما النوستالجيا، وتعلق المقياس الرابع أيضاً بتقييم طلاب الجامعات للدراما التي تتناول أحداثها النوستالجيا والحنين للماضي.

وقد كانت نسب الثبات على مقياس « ألفا كرونباخ » Alpha Cronbach بالترتيب، 0.779 ، 0.738 ، 0.865 ، 0.822 ، وكان متوسط الثبات للمقاييس 80.1 % وهى نسبة مقبولة بشأن ثبات اتجاهات الشباب وفقا لمقياس الفا كرونباخ .

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج «الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية» والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences ، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية :

- 1 - التكرارات البسيطة والنسب المئوية- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري- الوزن المئوي الذي يحسب من المعادلة: الوزن المئوي = (المتوسط الحسابي $\times 100$) $\div$ الدرجة العظمى للعبارة.
- 2 - معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30 ، ومتوسطة ما بين 0.30-0.70 ، وقوية إذا زادت عن 0.70 ، اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) .
- 3 - تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) .
- 4 - الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائياً بينها .

وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل .

نتائج الدراسة الميدانية

1 - خصائص عينة الدراسة:

تشكل عينة الدراسة من 300 طالب وطالبة من طلاب الجامعات المصرية الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18-30 سنة، واختلف النوع حيث بلغت نسبة الذكور 46% (138 مفردة)، والإناث 54% (162 مفردة)، كما اختلف نوع التعليم فقد كان التعليم الحكومي 29.3% (88 مفردة)، مقابل 70.7% للخاص (212 مفردة). أما عن مستوى الدخل فقد كان 29.3% (88 مفردة) لمستوى الدخل منخفض، و30.7% لمستوى الدخل متوسط (92 مفردة)، 40% لمستوى الدخل المرتفع (120 مفردة).

2 - حجم تعرض العينة لدراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي أولاً: مدى مشاهدة عينة الدراسة لدراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي:

جدول رقم (1) مدى مشاهدة طلاب الجامعات لدراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي

مدى المشاهدة	التكرار والنسبة	ك	%
دائماً	62	20.7	
أحياناً	204	68	
نادراً	34	11.3	
الإجمالي	300	100	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم مفردات العينة يشاهدون أحياناً الدراما التلفزيونية والسينمائية التي تتناول في موضوعاتها النوستالجيا والحنين إلى الماضي، حيث وصلت النسبة إلى 68%، مقابل 11.3% نادراً ما يشاهدونها، في حين أن 20.7% يشاهد هذه الدراما بشكل دائم.

ثانياً: عدد ساعات مشاهدة طلاب عينة الدراسة لدراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي

جدول رقم (2) عدد ساعات مشاهدة طلاب الجامعات لدراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي

عدد ساعات المشاهدة	التكرار والنسبة	ك	%
أقل من ساعة	111	37	
من ساعة لأقل من 3 ساعات	153	51	
ثلاث ساعات فأكثر	36	12	
الإجمالي	300	100	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم عينة الدراسة تشاهد الدراما التلفزيونية والسينمائية التي تتناول في أحداثها النوستالجيا والحنين إلى الماضي من ساعة لأقل من 3 ساعات حيث بلغت نسبتهم 51%، مقابل ثلاث ساعات فأكثر بنسبة 12%، في حين أن 37% يشاهد هذه النوعية من الدراما لمدة أقل من ساعة.

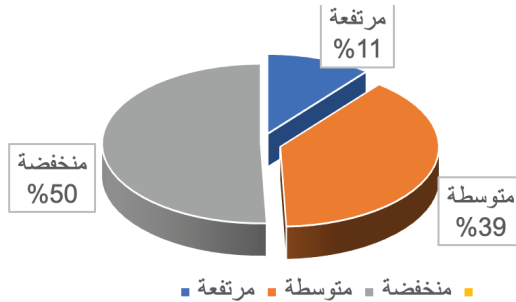
ثالثاً: عدد أيام مشاهدة طلاب عينة الدراسة لدراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي

جدول رقم (3) عدد أيام مشاهدة طلاب الجامعات عينة الدراسة لدراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي

عدد ايام المشاهدة	التكرار والنسبة	ك	%
يوم واحد فأقل	141	47	
من يوم لثلاث أيام	115	38.3	
ثلاث أيام فأكثر	44	14.7	
الإجمالي	300	100	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم مفردات عينة الدراسة تشاهد دراما النوستالجيا لمدة يوم واحد حيث بلغت نسبتهم 47%، مقابل 14.7% ثلاث أيام فأكثر، في حين أنه يشاهدها 38.3% من يوم لثلاث أيام.

ومما سبق تم تصميم مقياس كثافة مشاهدة الطلاب للدراما التي تتناول في أحداثها النوستالجيا والحنين إلى الماضي كما هو موضح في الشكل التالي:



شكل رقم (3) مقياس كثافة مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي

ويتضح من الشكل السابق إلى أن كثافة مشاهدة نصف عينة الدراسة لدراما النوستالجيا منخفضة حيث وصلت إلى 50.6% وقد يرجع ذلك إلى قلة الأعمال التي تتناول في أحداثها النوستالجيا والحنين إلى الماضي، وأن هذه الأعمال تحتاج ميزانية كبيرة ومراجعة تاريخية للفترة التي تقدمها من ملابس وديكور واكسسوارات، وما هو مرتبط بمظهر الشخصيات ومحاكاة الشوارع والمباني القديمة، وأن تكون موضوعاتها تجذب الطلاب أيضاً مثل التنقل عبر الزمن والتي ظهرت في أعمال قليلة كما سيتضح في السطور التالية، حيث أن أكثر الأعمال الدرامية مشاهدة لدى عينة الدراسة وتتناول النوستالجيا كانت مرتبطة بدراما التنقل عبر الزمن ولم يتم إنتاج عدد كبير منها حتى الآن مقارنة بدراما النوستالجيا الاجتماعية والسياسية والتاريخية.

2- المسلسلات والأفلام التي تتناول في أحداثها النوستالجيا ويحرص طلاب الجامعات على مشاهدتها.

جدول رقم (4) المسلسلات والأفلام التي يحرص طلاب الجامعات على مشاهدتها وتتناول في أحداثها النوستالجيا

المسلسلات والأفلام	ك	%
مسلسل عمر أفندي	201	67.0
فيلم سمير وشهير وبهير	148	49.3
مسلسل ذات	140	46.7
مسلسل ريفو	123	41.0
مسلسل جراند أوتيل	82	27.3
فيلم الغسالة	79	26.3
مسلسل أهو ده اللي صار	67	22.3
مسلسل جات سليمة	59	19.7
مسلسل ليالي أوجيني	52	17.3
مسلسل ليالينا 80	36	12.0
مسلسل تركي الحفرة	1	0.3
جملة من اجابوا	300	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أكثر الأعمال الدرامية السينمائية والتلفزيونية التي تناولت أحداث النوستالجيا والحنين إلى الماضي ويشاهدها الجمهور بشكل كبير كان مسلسل «عمر أفندي» بنسبة 67% في المقام الأول، وفيلم «سمير وشهير وبهير» بنسبة 49.3% في المركز الثاني، يليه مسلسل «ذات» بنسبة 46.7% في المركز الثالث، وفي المركز الرابع مسلسل «ريفو» بنسبة 41%، وفي المركز الخامس مسلسل جراند أوتيل بنسبة 27.3%، وفي المركز السادس فيلم الغسالة بنسبة 26.3%، وفي المركز السابع مسلسل «أهو ده اللي صار» بنسبة 22.3%، وفي المركز الثامن مسلسل جات سليمة بنسبة 19.7%، وفي المركز التاسع بنسبة 17.3% مسلسل «ليالي أوجيني» بنسبة 17.3%، وفي المركز العاشر مسلسل «ليالينا 80»، بنسبة 12%، وفي المركز الأخير مسلسل تركي باسم الحفرة، وكان طالبا واحدا فقط. واتضح مما سبق أن طلاب الجامعة ارتبطوا بالأعمال الفنية التي تناولت أحداث النوستالجيا واهتمت بالتنقل عبر الزمن حيث كان مسلسل عمر أفندي في مقدمة هذه الأعمال وقائم على فكرة التنقل عبر الزمن بين حقتين زمنيتين، ما بين الحاضر وحقبة الأربعينيات، وكذلك الأمر بالنسبة لفيلم سمير وشهير وبهير القائم على فكرة آلة الزمن والتنقل عبر فترات زمنية مختلفة، ومن خلال دراما التنقل عبر الزمن نتعرف على طبيعة كل فترة وثقافتها وملابسها ولغتها، مما يشير إلى أن طلاب عينة الدراسة انجذبوا أكثر لدراما النوستالجيا القائمة على الخيال والفانتازيا والتي من خلالها تتحقق المتعة والإثارة لديهم وفي نفس الوقت تقدم بعض

المعلومات الحقيقية عن فترات زمنية مضت مقارنة بالحاضر الذي يمثل زمن العمل، عن الأعمال التي تناولت فترات وحقب زمنية قديمة دون المقارنة بين الماضي والحاضر، واعتمدت على تجسيد حقب معينة بمحاكاتها وربط أحداث العمل بها مثل «ليالي أوجيني» و «جراند أوتيل»، و«أهو ده اللي صار»، وليالينا 80»، أو تتناول في أحداثها التطور الزمني لشخصيات العمل والتي تستدعي معها محاكاة حقب زمنية مختلفة متتالية لشخصيات العمل وأيدولوجية المجتمع في كل حقبه مثل مسلسل «ذات».

5. منصات مشاهدة دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي

جدول رقم (5) المنصات التي تشاهد عليها عينة الدراسة دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي

التكرار والنسبة	ك	%
منصات مشاهدة دراما النوستالجيا		
على المنصات الرقمية	161	53.7
على القنوات الفضائية المصرية والعربية	134	44.7
في دور السينما	15	5.0
جملة من اجابوا	300	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم مفردات العينة تشاهد الدراما التي تتناول أحداث النوستالجيا والحنين إلى الماضي ضمن مضمونها على المنصات الرقمية بنسبة 53.7%، مقابل 5% في دور السينما، بينما يشاهدها 44.7% على القنوات الفضائية المصرية والعربية، مما يوضح أن بصفة عامة تعد المنصات الرقمية هي أولى المنصات التي يفضل طلاب الجامعة عينة الدراسة مشاهدة أعمال النوستالجيا عليها وأنها تعد من المنصات المفضلة لديهم، بالإضافة إلى توافر هذه الأعمال وغيرها في الأوقات المناسبة لهم.

6. أسباب مشاهدة دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي على المنصات الرقمية.

جدول رقم (6) أسباب مشاهدة دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي على المنصات الرقمية

أسباب المشاهدة	التكرار والنسبة	ك	%
تتيح لي المشاهدة في الوقت المناسب لي	150		93.1%
قلة الإعلانات التي تخلل العمل الدرامي أو عدم وجودها	100		62.1%
ممتعة وأسهل في التعامل	80		49.6%
أستطيع مشاهدة الأعمال الدرامية من خلالها في أي مكان وعلى أي جهاز إلكتروني	50		31%
جملة من اجابوا		161	

وعن أسباب تفضيل المشاهدة على المنصات الرقمية يشير بيانات الجدول السابق أن من أولى الأسباب هو اتاحة المشاهدة في الوقت المناسب لهم فقد جاءت بنسبة %93.1، يليها في المرتبة الثانية قلة الإعلانات التي تقدم داخل العمل الدرامي أو عدم وجودها وقد جاءت بنسبة %62.1 يليها في المرتبة الثالثة أنها ممتعة وسهلة في التعامل بنسبة %49.6 وفي مؤخرة هذه الأسباب إمكانية مشاهدة هذه النوعية من الدراما في أكثر من مكان وعلى أكثر من جهاز إلكتروني بنسبة %31.

7- وسائل معرفة طلاب الجامعات بدراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي

جدول رقم (7) وسائل معرفة طلاب الجامعات بدراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي

وسائل المعرفة	التكرار والنسبة	ك	%
من المقاطع المعروضة على الفيس بوك والتيك توك	169	56.3	
من الإعلانات المقدمة عنها في القنوات الفضائية والمنصات	132	44.0	
من أفراد الأسرة	81	27.0	
من خلال محادثات الأصدقاء عنها والتعليق عليها.	65	21.7	
كتب و أغاني	1	0.3	
من خلال موسيقى في فيلم أو مسلسل تحفيزي	1	0.3	
جملة من اجابوا	300		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الطلاب عينة الدراسة عرفوا دراما النوستالجيا من خلال المقاطع المعروضة على الفيس بوك والتيك توك في المقام الأول بنسبة %56.3، يليه من الإعلانات المقدمة على القنوات الفضائية والمنصات في المقام الثاني بنسبة %44، ومن خلال أفراد الأسرة في المقام الثالث بنسبة %27، ومن خلال محادثات الأصدقاء عنها والتعليق عليها في المقام الرابع بنسبة %21.7، أما من خلال الكتب والموسيقى فقد جاءت بنسب ضعيفة جدا.

مما يوضح أن السوشيال ميديا تلعب دورا كبيرا في الدعاية والتسويق لدراما النوستالجيا ، فالمقاطع التي يتم تداولها من هذه الأعمال تثير فضول طلاب عينة الدراسة والجمهور بصفة عامة لمشاهدة بقية أجزاء العمل والتعرف على شخصياته وأحداثه، وقد تكون بعض المقاطع تريند نتيجة كثرة المشاهدة ، وإعادة نشرها على صفحات الجمهور، بالإضافة إلى أن الفيس بوك والانستجرام وخاصة التيك توك يجذب شريحة طلاب الجامعة بنسبة لا يستهان بها ، وبالتالي كثرة عرض مقاطع دراما النوستالجيا سيربط الطلاب بهذه النوعية من الدراما، والإعلانات المقدمة في الفضائيات تلعب دورا أيضا ولكن الكم الكبير الذي يعرض على الشاشة قد يصرف الطلاب عن مشاهدة هذه القنوات وبالتالي لن تحقق الهدف المرجو منها، بالإضافة إلى أن قلة من هذه القنوات تتبع أسلوب السوشيال ميديا في عرض مقاطع من المسلسلات

الدرامية بشكل دوري متزامن مع عرض الحلقات الجديدة من كل عمل مما يجذب انتباه الجمهور لها ويثير له الحافز لمتابعتها .
واتضح أيضا أن هناك دور لأفراد الأسرة في التعرف على هذه النوعية من الدراما من خلال التفاعل الاجتماعي والتواصل بينهم ومشاركاتهم في الحديث عن هذه الأعمال ممن شاهدها من الأسرة وتحدث عنها فتثير فضول ورغبة طلاب عينة الدراسة لمشاهدتها .

8 - دوافع مشاهدة طلاب الجامعات عينة الدراسة لدراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي

جدول رقم (8) دوافع مشاهدة طلاب الجامعات عينة الدراسة لدراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		مؤيد		درجة الموافقة	دوافع المشاهدة
			%	ك	%	ك	%	ك		
87.9	0.577	2.64	5.0	15	26.3	79	68.7	206		أشاهدها للاستمتاع بجاذبية الصورة وهدهو الشوارع أنداك
86.9	0.583	2.61	5.0	15	29.3	88	65.7	197		أشاهدها لشعوري الدائم بالحنين إلى الماضي وتفاصيله المختلفة الراقية.
86.4	0.602	2.59	6.0	18	28.7	86	65.3	196		أشاهدها للتعرف على تقاليد وعادات المجتمع الجميلة في الماضي
86.4	0.562	2.59	3.7	11	33.3	100	63.0	189		أشاهدها لاكتساب الطاقة الإيجابية والحصول على الهدوء وتفرغ الطاقة السلبية.
85.3	0.639	2.56	8.0	24	28.0	84	64.0	192		أشاهدها للتعرف على التطور الفكري والثقافي الذي حدث للمجتمع.
84.4	0.630	2.53	7.3	22	32.0	96	60.7	182		أشاهدها لأتعرف من خلالها على أبرز الشخصيات والأماكن والمناطق التاريخية في مصر.
84.4	0.625	2.53	7.0	21	32.7	98	60.3	181		أشاهدها لاكتساب معلومات نادرة ارتبطت بهذه الفترات الزمنية ولم أعش بها.
84.3	0.646	2.53	8.3	25	30.4	91	61.3	184		أشاهدها لقضاء وقت الفراغ والتسلية.
82.8	0.682	2.48	10.7	32	30.3	91	59.0	177		أشاهدها لأستعيد معها ذكريات جميلة لأسرتي ونفقتدها بشدة.
82.6	0.667	2.48	9.7	29	33.0	99	57.3	172		أشاهدها لأتعرف على خطوط الموضة والملابس والديكور في هذه الفترات.
80.6	0.667	2.42	10.0	30	38.3	115	51.7	155		أشاهدها للهروب من ضغوط الحياة العصرية
78.4	0.681	2.35	11.7	35	41.3	124	47.0	141		أشاهدها لتعلم الكلمات والعبارات الجميلة التي كانت تتحدث بها الشخصيات في الماضي
300										جملة من اجابوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم طلاب الجامعة يشاهدون الدراما التي تتناول في أحداثها دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي للاستمتاع بجاذبية الصورة وهندسة الشارع آنذاك ، حيث احتلت هذه العبارة المرتبة الأولى بوزن نسبي %87.9 ، يليها الشعور الدائم بالحنين إلى الماضي وتفاصيله المختلفة الراقية بوزن نسبي %86.9 وكلاهما يندرجا تحت الدوافع الطقوسية ، يليها التعرف على تقاليد وعادات المجتمع الجميلة في الماضي بوزن نسبي %86.4 ويعد من الدوافع النفعية ، ولاكتساب الطاقة الإيجابية والحصول على الهدوء وتفرغ الطاقة السلبية بنفس النسبة ويعد من الدوافع الطقوسية ، وللتعرف على التطور الفكري والثقافي الذي حدث في المجتمع بوزن نسبي %85.3 ويندرج تحت الدوافع النفعية ، يليها التعرف على أبرز الشخصيات والأماكن والمناطق التاريخية في مصر بوزن نسبي %84.4 ، يليها اكتساب معلومات نادرة ارتبطت بهذه الفترة ولم يعيش بها الطلاب بنفس النسبة واللذان يندرجان تحت الدوافع النفعية ، يليها لقضاء وقت الفراغ والتسلية بوزن نسبي %84.3 ، يليها استعادة ذكريات جميلة للأسرة الخاصة بطلاب الجامعة ويفتقدونها بشدة بنسبة %82.8 وهو من الدوافع الطقوسية ، يليها التعرف على خطوط الموضة والملابس والديكور في فترات ماضية بوزن نسبي %82.6 وهو من الدوافع النفعية ، يليها الهروب من ضغوط الحياة العصرية بوزن نسبي %80.6 ويندرج تحت الدوافع الطقوسية ، وأخيرا لتعلم الكلمات والعبارات الجميلة التي مانت تتحدث بها الشخصيات في الماضي بوزن نسبي %78.4 وهو من الدوافع النفعية.

ومما سبق تم تصميم مقياس دوافع مشاهدة الطلاب عينة الدراسة لدراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي ، واتضح من خلاله ارتفاع نسبة الدوافع الطقوسية عن الدوافع النفعية لديهم ، فكانت الدوافع أكثر ارتباطا بالمشاعر والحنين إلى الهدوء واكتساب الطاقة الإيجابية والتخلص من ضغوط الحياة العصرية عن التعرف على تقاليد المجتمع وعاداته ، واكتساب معلومات جديدة تاريخية عن الأماكن والشخصيات ، وغيرها من دوافع نفعية ، وقد يكون ذلك منطقيا لارتباط النوستالجيا بالحالة المزاجية وما يشعر به الجمهور من سعادة وخوف وفرح وأمل وغيرها من مشاعر سنتحدث عنها في الجزء المرتبط بالحالة المزاجية للطلاب عينة الدراسة ، وبالتالي ستكون الدوافع الطقوسية أكثر ارتباطا بالنوستالجيا عن النفعية المرتبطة بالتعلم والمعرفة ، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (9) مقياس دوافع مشاهدة عينة الدراسة لدراما النوستالجيا والحنين الى الماضي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.625	2.54	7.1	128	31.1	564	61.6	108	مقاييس دوافع المشاهدة
								دوافع طقوسية
0.645	2.51	8.3	149	32.6	587	59.1	1064	دوافع نفعية
								جملة من اجابوا
					1800			

9. الإشباعات المتحققة لطلاب عينة الدراسة من مشاهدة الدراما التي تتناول في أحداثها النوستالجيا والحنين الى الماضي.

جدول رقم (10) الإشباعات المتحققة من مشاهدة دراما النوستالجيا والحنين الى الماضي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة
			%	ك	%	ك	%	ك	
88.7	0.540	2.66	3.3	10	27.4	82	69.3	208	تعرفت على معلومات جديدة مرتبطة بفترات زمنية مضت.
87.1	0.587	2.61	5.3	16	28.0	84	66.7	200	زادت من قدراتي على فهم واقع المجتمع المصري في فترات زمنية مختلفة.
84.2	0.609	2.53	6.0	18	35.3	106	58.7	176	عرفتني بمصطلحات وكلمات ارتبطت بفترات زمنية لم أعش بها وطلورت من قاموسي اللغوي.
84.0	0.609	2.52	6.0	18	36.0	108	58.0	174	ساعدتني على تصحيح معلومات عن بعض الفترات الزمنية التي لم أعش بها.
83.8	0.631	2.51	7.3	22	34.0	102	58.7	176	أتاحت لي فرصة مشاركة أفراد الأسرة في مشاهدة هذه النوعية من الدراما .
83.6	0.641	2.51	5.7	17	28.3	85	66.0	198	تعرفت من خلالها على عادات وتقاليده المجتمع المصري في فترات زمنية مضت.
83.6	0.641	2.51	8.0	24	33.3	100	58.7	176	ساعدتني على تحسين المزاج العام لي.
83.6	0.647	2.51	8.3	25	32.7	98	59.0	177	ساعدتني على مشاركة الأصدقاء فيما يقدم في المسلسلات والأفلام.
82.9	0.604	2.49	8.7	26	38.3	115	53.0	159	غيرت من رأيي حول بعض الشخصيات المؤثرة تاريخيا في المجتمع.
82.2	0.661	2.47	9.3	28	34.7	104	56.0	168	استعادت من خلالها ذكريات عزيزة لدي.
81.4	0.644	2.44	8.3	25	39.0	117	52.7	158	جعلتني أشعر بالفخر والاعتزاز بوطني.
80.4	0.661	2.41	9.7	29	39.3	118	51.0	153	جعلتني أكثر تفاؤلا للحياة.
75.7	0.706	2.27	15.0	45	43.0	129	42.0	126	جعلتني قادرا على التغلب على الاجهاد والتعب.
									جملة من اجابوا
						300			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن اشباع التعرف على المعلومات جديدة ارتبطت بفترات زمنية ماضية في مقدمة قائمة الإشباعات التي تحققت لطلاب الجامعات عينة الدراسة من مشاهدة الدراما التي تتناول أحداث النوستالجيا ضمن أحداثها حيث احتل المركز الأول بمتوسط حسابي %88.7، يليه في المركز الثاني زيادة القدرة على فهم واقع المجتمع في فترات زمنية مختلفة بمتوسط حسابي %87.1، يليه في المركز الثالث التعرف على مصطلحات والكلمات المرتبطة بفترات زمنية قديمة ولم يعيشها طلاب عينة الدراسة بمتوسط حسابي %84.2، يليها في المركز الرابع المساعدة على تصحيح المعلومات عن بعض الفترات الزمنية التي لم يعيشها طلاب عينة الدراسة بمتوسط حسابي %84، وataحت الفرصة لطلاب عينة الدراسة لمشاركة أفراد أسرهم في مشاهدة هذه النوعية من الدراما بمتوسط حسابي %83.8 في المركز الخامس، والتعرف على عادات وتقاليد المجتمع المصري في فترات زمنية مضت بمتوسط حسابي %83.6 في المركز السادس، يليه في المركز السابع المساعدة على تحسين المزاج العام بمتوسط حسابي %83.6، والمساعدة على مشاركة الأصدقاء فيما يقدم في المسلسلات والأفلام بنفس النسبة، والتغيير من آراء طلاب عينة الدراسة حول بعض الشخصيات المؤثرة تاريخيا في المركز الثامن بمتوسط حسابي %82.9، يليه في المركز التاسع استعادة ذكريات عزيزة عند طلاب عينة الدراسة بمتوسط حسابي %82.2، وفي المركز العاشر جعلت طلاب عينة الدراسة يشعرون بالفخر والاعتزاز بوطنهم بمتوسط حسابي %81.4، وفي المركز الحادي عشر تحقق التفاؤل للحياة من مشاهدة هذه النوعية من الدراما بمتوسط حسابي %80.4، وأخيرا تحقق اشباع التغلب على الاجهاد والتعب بمتوسط حسابي %75.7. ومما سبق تم تصميم مقياس للإشباعات المتحققة لدى طلاب عينة الدراسة من مشاهدة دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (11) مقياس الإشباعات المتحققة من مشاهد عينة الدراسة لدراما النوستالجيا والحنين للماضي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		مؤيد		درجة الموافقة
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.590	2.58	5.3	79	31	465	63.7	956	إشباعات المحتوى توجيهية
0.638	2.51	7.8	47	33.4	200	58.8	353	إشباعات المحتوى اجتماعية
0.655	2.46	9	54	36.5	219	54.5	327	إشباعات العملية شبة اجتماعية
0.657	2.42	9.4	140	38.9	584	51.7	776	إشباعات العملية شبة توجيهية
		600 / 1500						جملة من أجابوا

فقد كانت معظم الإشباعات المتحققة لدى الطلاب من مشاهدة دراما النوستالجيا هي إشباعات المحتوى عن إشباعات العملية، وبالنسبة لإشباعات المحتوى فقد كانت التوجيهية أكثر

من الاجتماعية مثل التعرف على معلومات جديدة مرتبطة بفترات زمنية ماضية، أو تصحيح معلومات خاطئة، أو زيادة القدرة على فهم واقع المجتمع في فترات زمنية مختلفة، فقد بلغ المتوسط الحسابي 2.58 مقابل 2.51 للاجتماعية، وبالنسبة لإشباعات العملية فقد كانت شبة اجتماعية أكثر من الشبة توجيهية مثل تغيير الرأي حول بعض الشخصيات المؤثرة تاريخيا في المجتمع، أو استعادة ذكريات عزيزة لدى الجمهور من المشاهدة، فقد بلغ المتوسط الحسابي 2.46 مقابل 2.42 للشبه توجيهية.

10 - تقييم الحالة المزاجية لعينة الدراسة من مشاهدة دراما النوستالجيا

جدول رقم (12) تقييم الحالة المزاجية لعينة الدراسة من مشاهدة دراما النوستالجيا

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة التقييم
			%	ك	%	ك	%	ك	
89.9	0.522	2.70	3.0	9	24.3	73	72.7	218	أشعر بالسعادة
79.8	0.726	2.39	53.7	161	32.0	96	14.3	43	أشعر بالخوف
79.8	0.673	2.39	50.0	150	39.3	118	10.7	32	أشعر بالإحباط
79.6	0.706	2.39	51.7	155	35.3	106	13.0	39	أشعر بالغضب
78.0	0.683	2.34	12.0	36	42.0	126	46.0	138	أشعر بالفخر
77.0	0.704	2.31	14.0	42	41.0	123	45.0	135	أشعر بالأمل
76.0	0.714	2.28	15.3	46	41.4	124	43.3	130	أشعر بالأمن
68.0	0.740	2.04	29.3	88	45.4	136	25.3	76	أشعر بالحزن
			300						جملة من اجابوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم مفردات عينة الدراسة يشعرون بالسعادة من مشاهدة دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي حيث جاء في قائمة العبارات المرتبطة بالحالة المزاجية حيث بلغ المتوسط الحسابي 89.9%، يليها الشعور بالخوف بوزن نسبي 79.8% وكانت نسبة المعارضين أعلى في هذه الحالة المزاجية حيث وصلت نسبتهم 53.7%، والشعور بالإحباط بنفس المتوسط الحسابي السابق، وكانت نسبة المعارضين لهذه الحالة مرتفعة حيث وصلت إلى 50%، يليها الشعور بالغضب بمتوسط حسابي 79.6%، وأيضا ارتفعت نسبة المعارضين لهذه الحالة المزاجية بنسبة 51.7%، يليها الشعور بالفخر بمتوسط حسابي 78% وارتفعت نسبة المؤيدين لهذا الشعور فبلغت 46%، يليها الشعور بالأمل بمتوسط حسابي 77% وارتفعت نسبة المؤيدين لهذا الشعور فبلغت 45%، يليها الشعور بالأمن بمتوسط حسابي 76% وارتفعت نسبة المؤيدين فوصلت إلى 43.3%، وفي مؤخرة هذه المشاعر كان الشعور بالحزن فبلغ المتوسط الحسابي 68% وكانت الغالبية العظمى محايدين فبلغت نسبتهم 45.4%.

واتضح من الجدول السابق تغلب الحالة المزاجية الإيجابية عن السلبية التي يشعر بها طلاب عينة الدراسة من مشاهدة الدراما التي تتناول أحداث النوستالجيا والحنين إلى الماضي ضمن أحداثها فقد كان في المقدمة الشعور بالسعادة، وفي مؤخرتها الشعور بالحزن، وعلى الرغم من احتلال عبارات مشاعر الخوف والإحباط والغضب مرتبة مرتفعة في مقياس الحالة المزاجية إلا أن نسبة المعارضين للعبارات التي تقيس هذه الحالات كانت مرتفعة مما يوضح رفض الغالبية لهذه المشاعر وجاء ذلك في صالح المشاعر الإيجابية من الشعور بالفخر والأمل والأمان التي كان نسبة التأييد لهذه المشاعر مرتفعة عن الحيادية والرفض، ومما يؤكد على أن الحالة المزاجية للطلاب عينة الدراسة من مشاهدتهم هذه النوعية من الدراما كانت حالة مزاجية إيجابية تنصدها السعادة والفرح، والمقياس التالي يوضح ما تم ذكره سابقاً:

جدول رقم (13) مقياس الحالة المزاجية لعينة الدراسة من مشاهدة دراما النوستالجيا

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	سلي		محايد		إيجابي		درجة الموافقة
			%	ك	%	ك	%	ك	
80.2	0.681	2.41	11.1	133	37.2	446	51.8	621	الحالة المزاجية الإيجابية
76.8	0.727	2.30	46.2	554	38	456	15.8	190	الحالة المزاجية السلبية
			1200						جملة من أجابوا

تشير بيانات المقياس السابق إلى أن الحالة المزاجية الإيجابية للطلاب عينة الدراسة تغلبت على الحالة المزاجية السلبية حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.41 مقابل 2.30 للسلي.

11. تقييم طلاب الجامعات عينة الدراسة لدراما النوستالجيا والحنين للماضي

جدول رقم (14) تقييم عينة الدراسة لدراما النوستالجيا والحنين للماضي

العبارة	درجة الموافقة		موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
الأزياء التي ترتديها الشخصيات جذابة وأنيقة وتعبر عن فترات جميلة ماضية.	213	71.0	73	24.3	14	4.7			2.66	0.564	88.8
الموسيقى التصويرية للعمل جذابة والأغاني المستخدمة فيها تعبر عن الماضي	208	69.3	75	25.0	17	5.7			2.64	0.588	87.9
الجميل والكلمات التي تتحدث بها الشخصيات راقية، وتعبر عن ثقافة المجتمع في الماضي	204	68.0	80	26.7	16	5.3			2.63	0.585	87.6
دراما ممتعة واستعيد ذكريات أسرتي معها	199	66.3	83	27.7	18	6.0			2.60	0.600	86.8
ديكورات العمل والإضاءة والتصوير موفقة بشكل كبير ومرتبطة بالفترة الزمنية التي تتناولها الأحداث.	192	64.0	96	32.0	12	4.0			2.60	0.567	86.7
الممثلين يجسدون الأدوار بشكل احترافي وتشعر بواقعيته وأنهم من فترات زمنية قديمة بالفعل.	195	65.0	90	30.0	15	5.0			2.60	0.584	86.7
كتابة الأعمال جيدة وبها حبكة قوية وتماسك في الأحداث	186	62.0	105	35.0	9	3.0			2.59	0.550	86.3
عبرت دراما النوستالجيا عن حالة الدفء التي سادت المجتمع في الماضي	194	64.7	89	29.7	17	5.6			2.59	0.597	86.3
هناك تجسيد جيد للشخصيات التاريخية والفنية الموجودة في دراما النوستالجيا وشعرنا معها بالألفة.	192	64.0	92	30.7	16	5.3			2.59	0.592	86.2
طرق تصنيف شعر الشخصيات واقعي ومعبّر عن الماضي	189	63.0	91	30.3	20	6.7			2.56	0.617	85.4
جملة من اجابوا	300										

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن عبارة «الأزياء التي ترتديها الشخصيات جذابة وأنيقة وتعبر عن فترات جميلة ماضية» كانت في مقدمة آراء الطلاب عينة الدراسة عن الدراما التي تتناول النوستالجيا ضمن أحداثها والحنين حيث بلغ المتوسط الحسابي 88.8%، يليها عبارة «أن الموسيقى التصويرية للعمل جذابة والأغاني المستخدمة فيها تعبر عن الماضي» بمتوسط حسابي 87.9%، يليها عبارة «الجميل والكلمات التي تتحدث بها الشخصيات راقية، وتعبر عن ثقافة المجتمع في الماضي» بمتوسط حسابي 87.6%، يليها عبارة «دراما ممتعة واستعيد ذكريات أسرتي معها» بمتوسط حسابي 86.8%، يليها عبارة «ديكورات العمل والإضاءة والتصوير موفقة بشكل كبير ومرتبطة بالفترة الزمنية التي تتناولها الأحداث» بنفس النسبة، يليها عبارة «كتابة الأعمال جيدة وبها حبكة قوية وتماسك في الأحداث» بمتوسط حسابي 86.8%، يليها «دراما النوستالجيا عبرت عن حالة الدفء التي سادت

المجتمع في الماضي» 86.7%، وأن الممثلين يجسدون الأدوار بشكل احترافي بنفس النسبة، يليها أن «هناك تجسيد جيد للشخصيات التاريخية والفنية الموجودة في دراما النوستالجيا وشعرنا معها بالألفة» بمتوسط حسابي 86.2%، وفي مؤخرة هذه العبارات أن « طرق تصفيف شعر الشخصيات واقعي ومعبّر عن الماضي» بمتوسط حسابي 85.4%. وإن كان نسبة من يؤيدون هذه العبارة أعلى من المحايد والمعارض حيث وصلت إلى 63%.

واتضح مما سبق أن متابعة خطوط الموضة والأزياء الأنيقة القديمة احتلت المرتبة الأولى في تقييم طلاب عينة الدراسة في دراما النوستالجيا، فمن خلال ملابس الشخصيات نتعرف على هوية المجتمع وأيدولوجيته والفترة الزمنية التي يعبر عنها، وأيضا لكل فترة خطوط الموضة المرتبطة بها، ومن المعارف عليه أن على صعيد الأزياء تعود الموضة ما بين عشر سنوات وعشرون سنة، كذلك الموسيقى والغناء احتلت المرتبة الثانية مما يوضح أنه من أسباب بقاء الأغاني القديمة هو حالة النوستالجيا التي يشعر بها الجمهور مع هذه النوعية من الدراما ناهيك عن اللحن والكلمات والصوت القوي لمغنيين مصر، ويوضح أيضا إعجاب الطلاب بهذه الأغاني والموسيقى مما قد يساهم في رفع الذوق الفني لهم في ظل التدهور الذي أصابه نوعا ما في الفترات الأخيرة بدعوى الأغاني الشعبية والتي لا تمت للأغاني الشعبية بصلة.

أيضا احتلت الجمل والكلمات التي كانت متداولة قديما وتحدثت بها شخصيات دراما النوستالجيا مرتبة متقدمة، مما يوضح إعجاب طلاب عينة الدراسة بالقاموس اللغوي للجمهور في هذه الفترة والتي من الممكن أن تغذي أذنه باللغة المهذبة الراقية المقدمة في الدراما قديما وتتناولها الدراما الحالية التي تعبر عن النوستالجيا.

ولا نستطيع إنكار أن هذه النوعية من الدراما كانت وسيلة من وسائل ربط طلاب عينة الدراسة بأسرهم واستعادة ذكريات جميلة لأفراد أسرهم فقد احتلت مكانة متقدمة أيضا. وحتى العبارات التي احتلت مكانة متأخرة في تقييم الطلاب لدراما النوستالجيا من واقعية الممثلين، والشعور بالدفع من مشاهدة دراما النوستالجيا، وتجسيد الشخصيات التاريخية الجيد، إلا أن نسبة التأييد لها كانت مرتفعة وذلك لصالح التقييم الإيجابي لهذه النوعية من الدراما من جانب طلاب عينة الدراسة.

12 - مدى ثقة طلاب الجامعات عينة الدراسة في مضمون دراما النوستالجيا والرضا عن المضمون المقدم خلالها.

جدول رقم (15) مدى ثقة عينة الدراسة في مضمون دراما النوستالجيا

المتكرار والنسبة	ن	%
مدى الثقة		
أثق فيه بنسبة كبيرة	61	20.4
أثق فيه بنسبة متوسطة	214	71.3
لا أثق فيه على الإطلاق	25	8.3
الإجمالي	300	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم الطلاب عينة الدراسة يثقون في المضمون المقدم في دراما النوستالجيا بنسبة متوسطة حيث بلغت النسبة %71.3 ، وأن الأقلية لا تثق في هذا المضمون بنسبة %8.3 ، في حين أن %20.4 تثق بنسبة كبيرة ، مما يوضح أن هذه النوعية من الدراما استطاعت أن تحظى بثقة غالبية الجمهور سواء بشكل متوسط أو بشكل مرتفع وتعد نتيجة إيجابية نوعا ما إذا تناولت هذه الدراما في مضمونها القيم والمبادئ التي بدأ يشوبها بعض التشويه والاندثار مع العصر الجديد ، وأيضا تقاليد المجتمع المصري القديمة ومراعاة صلة الرحم ، والعلاقة بالجيران واحترام كبير العائلة ، وغيرها من سمات المجتمع المصري القديم التي نشأت إلىها ونرغب في استمراريتها في مجتمعنا الحالي والحفاظ على ما هو موجود منها واستدعاء ما اندثر منها ، بالإضافة إلى الاهتمام بإبراز جمال اللغة والمصطلحات الرائجة في هذه الفترة مما قد يساهم في ترقية لغة الجمهور في الفترة الحالية.

13- مدى رضا طلاب الجامعات عينة الدراسة عن دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي

جدول رقم (16) مدى رضا عينة الدراسة عن دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي

التردد	النسبة	الرضا
135	45 %	راضي نوعا ما
71	23.7 %	راضي بشكل كبير
36	12 %	راضي
31	10.3 %	غير راضي
27	9 %	غير راضي على الإطلاق
300	100 %	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم الطلاب عينة الدراسة راضين عن المضمون المقدم في دراما النوستالجيا نوعا ما بنسبة %45 ، وأن %23.7 راضيين بشكل كبير ، و%12 راضي ، و%10.3 غير راضي ، و%9 غير راضي على الإطلاق ، مما يوضح ارتفاع نسبة رضا الطلاب عينة الدراسة بصرف النظر عن درجات الرضا ، وأن قلة من طلاب عينة الدراسة غير راضيين عما يقدم ، وتعد نتيجة منطقية لما سبق من ارتفاع نسبة الثقة فيما يقدم من المضمون المقدم في دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي.

14 - تقييم طلاب الجامعات للمجتمع المصري حالياً مقارنة بالمجتمع المصري قديماً المقدم في دراما النوستالجيا

جدول رقم (17) تقييم عينة الدراسة للمجتمع المصري حالياً مقارنة بالمجتمع المصري قديماً المقدم في دراما النوستالجيا

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
86.1	0.592	2.58	5.3	16	31.0	93	63.7	191		لكل مجتمع جماله وسمات مميزة له
84.1	0.592	2.52	5.0	15	37.7	113	57.3	172		المجتمع في الماضي أفضل بكثير عن الحاضر
76.4	0.754	2.29	18.0	54	34.7	104	47.3	142		لم تتغير الأوضاع كثيراً بين الماضي والحاضر
70.2	0.794	2.11	26.7	80	36.0	108	37.3	112		المجتمع حالياً أفضل بكثير عن الماضي
			300							جملة من اجابوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم مفردات العينة تجد أن المجتمع الحالي والمجتمع في الزمن الماضي كلاهما له جماله ومميزاته حيث احتلت هذه العبارة المركز الأول بمتوسط حسابي 86.1%، يليه أن المجتمع في الماضي أفضل بكثير عن الحاضر بوزن مؤوي 84.1%، يليه أن الأوضاع لم تتغير كثيراً بين الماضي والحاضر بوزن مؤوي 76.4%، وفي المرتبة الأخيرة أن المجتمع الحالي أفضل بكثير من الماضي بوزن مؤوي 70.2%.

ومما سبق يتضح أن الطلاب عينة الدراسة لا يزالوا في مرحلة التوازن بين تفضيلاتهم لمزايا وعيوب المجتمع قديماً والمجتمع حديثاً، فلم تصل درجة إعجاب الطلاب بالمضمون المقدم في دراما النوستالجيا والانجذاب لطبيعة المجتمع المقدم خلاله، والثقة والرضا عنه إلى تفضيل المجتمع قديماً عن المجتمع حديثاً بشكل كبير بل لكل مجتمع جماله وسماته من وجهة نظر الغالبية، إلا أن عبارة أن المجتمع في الماضي أفضل بكثير عن الحاضر جاءت في المرتبة الثانية، وأن المجتمع حالياً أفضل بكثير من الماضي جاءت في مؤخرة تقييمات الطلاب وتفضيلاتهم مشيرة إلى ميل الطلاب نوعاً ما إلى المجتمع قديماً وملامح هذا المجتمع عن الحاضر نوعاً ما.

15 - تقييم طلاب الجامعات لأوضاع المجتمع في الماضي كما تقدمه دراما النوستالجيا

جدول رقم (18) تقييم طلاب عينة الدراسة لأوضاع المجتمع في الماضي كما تقدمه دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي

العبارة	درجة الموافقة		موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%					
كان الأفراد أكثر تعاوناً وأكثر حفاظاً على تقاليد المجتمع وعاداته.	210	70.0	82	27.3	8	2.7	2.67	0.524	89.1		
كان المجتمع أقل في التطور تكنولوجي وأكثر في التواصل المجتمعي.	211	70.3	80	26.7	9	3.0	2.67	0.530	89.1		
شكل المباني والعمارات القديمة متميز وبه جماليات كثيرة.	205	68.3	89	29.7	6	2.0	2.66	0.514	88.8		
كان هناك تواد وتلاحم بين الجيران وكأنهم أفراد أسرة واحدة.	203	67.7	88	29.3	9	3.0	2.65	0.538	88.2		
يوجد اهتمام كبير بأشكال مختلفة من الفنون خلال الأزمنة الماضية.	199	66.3	91	30.4	10	3.3	2.63	0.548	87.7		
يوجد ترابط أسري واهتمام بصلة الرحم بشكل كبير.	200	66.7	88	29.3	12	4.0	2.63	0.561	87.6		
يوجد اهتمام بأناقة اللباس للسيدات والرجال.	196	65.3	96	32.0	8	2.7	2.63	0.537	87.6		
تتسم البيئة بالجمال ونقاء الصورة وكثرة المساحات الخضراء في الشوارع.	204	68.0	80	26.7	19	6.3	2.63	0.585	87.6		
المرأة أكثر رقياً وأناقة ومتمكنة من فنون الاتيكيت.	187	62.4	100	33.3	13	4.3	2.58	0.576	86		
تتسم هذه الفترة بهدوء كبير في الشوارع والبعد عن التلوث السمعي والبصري.	186	62.0	93	31.0	21	7.0	2.55	0.624	85		
يوجد بركة في الوقت والمال.	185	61.7	93	31.0	22	7.3	2.54	0.629	84.8		
يسود الاحترام وثقافة الحوار العلاقة بين الزوجين	175	58.3	113	37.7	12	4.0	2.54	0.574	84.8		
يحرص الناس على استخدام لغة راقية ومصطلحات واضحة .	178	59.3	102	34.0	20	6.7	2.53	0.620	84.2		
يوجد حراك سياسي كبير وتحولات سياسية كثيرة.	163	54.3	118	39.3	19	6.4	2.48	0.614	82.7		
يوجد استقرار في الوضع الاقتصادي لمصر مما جعل لها مكانة اقتصادية كبيرة في الوطن العربي	154	51.3	128	42.7	18	6.0	2.45	0.607	81.8		
يوجد جاليات كثيرة من دول مختلفة تقيم في مصر منذ فترات طويلة، يسود علاقتها بالشعب المصري التعايش السلمي والمحبة.	154	51.3	109	36.3	37	12.4	2.39	0.697	79.7		
كان الأفراد أقل تعليماً ، وخاصة السيدات والفتيات	143	47.7	127	42.3	30	10.0	2.38	0.660	79.2		
عانت مصر من الدكتاتورية والفساد خلال الأزمنة الماضية.	135	45.0	139	46.3	26	8.7	2.36	0.637	78.8		
ارتباط هوية المرأة بزوجها أو أبناؤها الذكور وعدم وجود هوية مستقلة.	141	47.0	117	39.0	42	14.0	2.33	0.709	77.7		
عدم المساواة بين الرجل والمرأة، وتمايز لدور الرجل عن المرأة.	135	45.0	121	40.3	44	14.7	2.30	0.712	76.8		
المرأة أقل تعليماً واندماجاً مع المجتمع .	128	42.7	113	37.7	59	19.6	2.23	0.757	74.3		
المرأة مغلوطة على أمرها ولا تملك حرية القرار .	118	39.4	115	38.3	67	22.3	2.17	0.768	72.3		
جملة من اجابوا		300									

وعن الأوضاع التي تقدم عن المجتمع قديما في الدراما التي تناول النوستالجيا والحنين إلى الماضي تفصيليا، تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم مفردات العينة ترى أن الأفراد كانوا أكثر تعاونًا وحفاظًا على تقاليد المجتمع وعاداته، في الماضي عن الحاضر حيث احتلت هذه العبارة المركز الأول بوزن نسبي %89.1، وعبارة «المجتمع أقل في التطور تكنولوجي وأكثر في التواصل المجتمعي» بنفس الوزن النسبي، يليها في المركز الثاني عبارة أن «شكل المباني والعمارات القديمة متميز وبه جماليات كثيرة»، بوزن نسبي %88.8، يليها في المركز الثالث «أنه كان هناك تواد وتلاحم بين الجيران وكأنهم أفراد أسرة واحدة» في المركز الرابع بوزن نسبي %88.2، يليها في المركز الرابع «وجود اهتمام كبير بأشكال مختلفة من الفنون خلال الأزمنة الماضية» بوزن نسبي %87.7، يليها في المركز الخامس «وجود ترابط أسري واهتمام بصلة الرحم بشكل كبير» بوزن نسبي %87.6، و «الاهتمام بأناقة الملابس للسيدات والرجال»، و«اتسام البيئة بالجمال ونقاء الصورة وكثرة المساحات الخضراء في الشوارع» بنفس النسبة السابقة، يليها في المركز السادس أن «المرأة أكثر رقيًا وأناقة ومتمكنة من فنون الاتيكيت» بوزن نسبي %86، يليها أن هذه الفترة تتسم بهدوء كبير في الشوارع والبعد عن التلوث السمعي والبصري في المركز السابع بوزن نسبي %85، يليها وجود بركة في الوقت والمال في المركز الثامن بوزن نسبي %84.8، و«يسود الاحترام وثقافة الحوار العلاقة بين الزوجين» بنفس الوزن النسبي، يليها في المركز التاسع «حرص الناس على استخدام لغة راقية ومصطلحات واضحة بوزن نسبي %84.2، يليها في المركز العاشر وجود حراك سياسي كبير وتحولات سياسية كثيرة بوزن نسبي %82.7، يليها وجود استقرار في الوضع الاقتصادي لمصر مما جعل لها مكانة اقتصادية متميزة كبيرة في الوطن العربي في المركز الحادي عشر بوزن نسبي %81.8، يليها وجود جاليات كثيرة من دول مختلفة تقيم في مصر منذ فترات طويلة، يسود علاقتها بالشعب المصري التعايش السلمي والمحبة في المركز الثاني عشر بوزن نسبي %79.7، يليها أن الأفراد أقل تعليمًا، وخاصة السيدات والفتيات في المركز الثالث عشر بوزن نسبي %79.2، يليها أن مصر عانت من الدكتاتورية والفساد خلال الأزمنة الماضية في المركز الرابع عشر بوزن نسبي %78.8، يليها ارتباط هوية المرأة بزوجها أو أبنائها الذكور وعدم وجود هوية مستقلة في المركز الخامس عشر بوزن نسبي %77.7، يليها عدم المساواة بين الرجل والمرأة، وتمايز لدور الرجل عن المرأة في المركز السادس عشر بوزن نسبي %76.8، يليها أن المرأة أقل تعليمًا واندماجًا مع المجتمع في المركز السابع عشر بوزن نسبي %74.3، وفي المركز الأخير أن المرأة مغلوطة على أمرها ولا تملك حرية القرار بوزن نسبي %72.3.

وهذه نتيجة إيجابية ولصالح المجتمع قديما، فقد قيم طلاب عينة الدراسة المضمون المقدم في دراما النوستالجيا فيما يخدم المجتمع قديما اجتماعيا واقتصاديا وسياسيا وحتى الجانب التعليمي وعلى الرغم أن نسبة تعليم السيدات كانت أقل عن الوقت الحالي وتمثيلها في مؤسسات الدولة، وغلبت الكثير منهم على أمرهن وعدم استقلالية هوية البعض منهن، إلا أن العبارات التي تناولت هذا جاءت في ترتيب متأخر، وكان الاهتمام والتركيز على عادات وتقاليد المجتمع المصري قديما وجمال الشوارع وهدهونها والسلام الاجتماعي وانتشار الجاليات المختلفة والانتعاش الثقافي والحراك السياسي والرقى في اللغة والمظهر ومتصدر قائمة آراء عينة الدراسة نحو المجتمع قديما وتغلب على وضعية المرأة في هذه الفترة.

16 - مدى رغبة طلاب الجامعات في زيادة إنتاج الدراما التي تتناول موضوعاتها

النوستالجيا والحنين إلى الماضي

وعند سؤال طلاب الجامعات عينة الدراسة عن رغبتهم في زيادة إنتاج أعمال درامية تتناول في أحداثها النوستالجيا والحنين إلى الماضي كان لدى معظمهم الرغبة الكبيرة في ذلك، فبلغت نسبتهم 87.3%، مقابل 12.7% لا يرغبون في ذلك.

17 - مدى وجود مقترحات لدى طلاب الجامعات بخصوص صناعة دراما

النوستالجيا

وعن مدى وجود مقترحات لديهم بخصوص صناعة دراما النوستالجيا، فأعربت نسبة ضئيلة منهم عن وجود مقترحات فبلغت النسبة 29% مقابل 71% ليس لديهم أي مقترحات، وكانت في مقدمة المقترحات زيادة إنتاج الأعمال الدرامية التي تتناول في أحداثها موضوعات السفر عبر الزمن والأحداث التاريخية حيث بلغت نسبتها 34.5%، يليها في المركز الثاني زيادة عدد المنصات الرقمية التي تذيع هذه النوعية من الدراما بنسبة 19.5%، يليها الاهتمام بنشر السلام النفسي وأهمية صلة الرحم عبر هذه النوعية من الدراما في المركز الثالث بنسبة 17.3%، وفي المركز الرابع الاهتمام بدارما الطفل وربطه بما يقدم للأطفال قديما بنسبة 16%، وفي مؤخرة هذه المقترحات كان الاهتمام بالموسيقى القديمة وأغاني الطرب وتوظيفها بشكل جيد داخل العمل بنسبة 12.6%.

نتائج اختبارات فروض الدراسة:

الفرض الاول:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا؛ والحالة المزاجية لديهم.

جدول رقم (19) الارتباط الخطي بين كثافة مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا والحالة المزاجية لديهم

كثافة المشاهدة	كثافة مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا
الحالة المزاجية في دراما النوستالجيا	قيمة بيرسون
الايجابية	**٠,١٩٢
السلبية	٠,٠٤٦

** دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99 %

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك علاقة طردية دالة احصائية بين كثافة مشاهدة الطلاب عينة الدراسة للدراما السينمائية والتلفزيونية التي تتناول في أحداثها النوستالجيا والحنين إلى الماضي والحالة المزاجية لهؤلاء الطلاب، وذلك فيما يخص الحالة المزاجية الإيجابية، حيث بلغ قيمة معامل بيرسون 0.192، وإن كانت ضعيفة وبهذا فإن كلما زادت كثافة المشاهدة

زادت الحالة المزاجية الإيجابية للجمهور والعكس صحيح، ولكن لم تثبت وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة المشاهدة والحالة المزاجية السلبية.

واتفقت هذه الدراسة مع دراسة شيرين سلامة السعيد 2022م في أن الأفراد يستهلكون الوسائط في الحفاظ على مزاجهم الإيجابي وتعزيزه وتغيير السلبي.

الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا؛ والحالة المزاجية لديهم.

جدول رقم (20) الارتباط الخطى بين دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا والحالة المزاجية لديهم

دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا			دوافع المشاهدة
القيمة التجميعية للدوافع	دوافع طقوسية	دوافع نفعية	
قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	الحالة المزاجية في دراما النوستالجيا
**، ٣٦٠	**، ٣١٤	**، ٣٣٤	الإيجابية
**، ١٩٩	٠، ٥٤	**، ٢٢١	السلبية

** دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.05 ودرجة ثقة 99 %

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك علاقة طردية دالة إحصائية بين دوافع المشاهدة النفعية لهذه النوعية من الدراما والحالة المزاجية الإيجابية وإن كانت متوسطة فقد بلغت قيمة معامل بيرسون 0.334 عند مستوى معنوية 0.01 أي كلما ارتفعت الدوافع النفعية كلما زادت الحالة المزاجية الإيجابية، وأيضاً كلما ارتفعت الدوافع النفعية كلما ارتفعت الحالة المزاجية السلبية وإن كانت ضعيفة لأن معامل بيرسون بلغت قيمته 0.221، وأيضاً ثبت وجود علاقة طردية دالة إحصائية بين الدوافع الطقوسية للمشاهدة والحالة المزاجية الإيجابية وكانت متوسطة حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.314، أي كلما ارتفعت الدوافع الطقوسية كلما ارتفعت الحالة المزاجية الإيجابية، ولكن لم تثبت وجود علاقة دالة إحصائية بين الدوافع الطقوسية والحالة المزاجية السلبية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.054.

واتضح من ذلك ارتباط الحالة المزاجية الإيجابية بدوافع مشاهدة عينة الدراسة الطقوسية لدراما النوستالجيا وأنها ترتفع مع زيادة هذه الدوافع، وأن الحالة السلبية لا ترتفع إلا مع النفعية وبمعدل ضعيف، بما يؤكد على ارتباط كثافة المشاهدة ودوافعها على خلق المزاج الإيجابي لطلاب عينة الدراسة وإن ارتبط بشكل ما بالسلبي فيكون ضعيف مقارنة بالإيجابي وظهر ذلك في الدوافع النفعية فقط وليست الطقوسية المرتبطة بالهدوء والتخلص من ضغوط الحياة واكتساب الطاقة الإيجابية والشعور بالهدوء، وهو ما يؤكد على النتائج التي توصلنا إليها من قبل.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا ؛ ودرجة الثقة في المضامين المقدمة عن الزمن الماضي .

جدول رقم (21) الارتباط الخطي بين دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا ودرجة الثقة في المضامين المقدمة

عن الزمن الماضي			درجة الثقة
دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا			
القيمة التجميعية للدوافع	دوافع طقوسية	دوافع نفعية	
قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	
**0.224	**0.246	**0.163	

** دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99 %

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة الطلاب عينة الدراسة لدراما النوستالجيا ودرجة الثقة في المضمون المقدم وإن كانت ضعيفة، فكلما ارتفعت الدوافع النفعية للمشاهدة كلما ارتفعت نسبة الثقة في المضمون المقدم حيث بلغت قيمة بيرسون 0.163 عند مستوى معنوية 0.01، وكلما ارتفعت الدوافع الطقوسية ارتفعت أيضا نسبة الثقة في المضمون المقدم حيث بلغت قيمة بيرسون 0.246.

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا ؛ والإشباع المتحقق لديهم.

جدول رقم (22) الارتباط الخطي بين دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا والإشباع المتحقق لديهم

دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا			دوافع استخدام
القيمة التجميعية للدوافع	دوافع طقوسية	دوافع نفعية	الإشباع المتحقق من مشاهد الدراما النوستالجيا
قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	
**0.669	**0.636	**0.575	إشباعات عملية شبة توجيهية
**0.595	**0.583	**0.495	إشباعات عملية شبة اجتماعية
**0.635	**0.556	**0.587	إشباعات المحتوى توجيهية
**0.584	**0.580	**0.479	إشباعات المحتوى اجتماعية
**0.748	**0.700	**0.652	القيمة التجميعية لمقياس الإشباع

** دال احصائيا عند مستوى معنوية 10.0 ودرجة ثقة 99 %

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة طلاب عينة الدراسة لدراما النوستالجيا والإشباع المتحققة لديهم وقد كانت قوية على كافة المستويات ، فبالنسبة للدوافع النفسية فكلما ارتفعت هذه الدوافع ارتفعت معها إشباع العملية (شبه توجيهية) حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.575 ، وأيضاً كلما ارتفعت الدوافع النفسية ارتفعت الإشباع العملية (شبه اجتماعية) فبلغت قيمة معامل بيرسون 0.495 ولكن أقل قوة مما سبق ، وبالنسبة لإشباع المحتوى فأيضاً توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية قوية فكلما ارتفعت دوافع الطلاب عينة الدراسة النفسية من مشاهدة دراما النوستالجيا كلما ارتفعت إشباع المحتوى (التوجيهية) فقيمة معامل بيرسون 0.587 وارتفعت أيضاً الاجتماعية فبلغت قيمة معامل بيرسون 0.479 .

أما الدوافع الطقوسية فقد ثبت أيضاً وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية قوية بينها وبين إشباع العملية فبالنسبة لشبه التوجيهية بلغت قيمة معامل بيرسون 0.636 ، والشبه اجتماعية 0.583 ، أي كلما ارتفعت الدوافع الطقوسية ارتفعت معها إشباع العملية (شبه اجتماعية- شبه توجيهية) ، كذلك ثبت وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية قوية بين هذه الدوافع وإشباع المحتوى ، فبلغت قيمة معامل بيرسون 0.556 لإشباع التوجيهية ، و0.580 للاجتماعية ، وذلك عند مستوى معنوية 0.01 .

واتضح مما سبق أن الارتباط الخطي بين الدوافع الطقوسية وإشباع العملية الشبه توجيهية أكثر قوة من بقية الدوافع والإشباع الأخرى وبالتالي فكلما ارتفع الدافع للراحة والهدوء والتخلص من الطاقة السلبية والحاجة إلى الرفاهية ، ارتفع معه إشباع تحسين المزاج العام ، والحصول على الهدوء النفسي ، والتغلب على الاجهاد والتعب ، والتفاؤل وغيرها من إشباع ارتبطت بالحالة المزاجية والمشاعر التي تقوم على أساسها النوستالجيا والحنين إلى الماضي وهذه نتيجة منطقية نوعاً ما ، وتؤكد على أن الدوافع التي جعلت طلاب عينة الدراسة يشاهدون دراما النوستالجيا حققت الإشباع المرجوة منها على كافة المستويات من الحد من الخوف والقلق ، ، وتعزيز الشعور بالذات والدفاع عنها ، ومراقبة البيئة والحصول على المعلومات وربطها بالمجتمع ، والارتباط بالشخصيات العامة والتاريخية .

الفرض الخامس:

توجد فروق ذات دلالة احصائية في دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا؛ باختلاف خصائصهم الديمغرافية (النوع _ نوع التعليم _ مستوى الدخل الشهري) .

(1) النوع .

جدول رقم (23) الفروق في دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا باختلاف النوع

المتغيرات	المجموعات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة ت	د.ح	مستوى المعنوية
دوافع نفعية	ذكر	142	14.25	3.327	0.279	2.742	298	0.006 دال احصائيا
	انثى	158	13.09	3.885	0.309			
دوافع طقوسية	ذكر	142	15.47	2.069	0.174	2.473	298	0.014 دال احصائيا
	انثى	158	14.83	2.397	0.191			
القيمة التجميعية لدوافع المشاهدة	ذكر	142	29.72	4.441	0.373	3.262	298	0.01 دال احصائيا
	انثى	158	27.92	5.024	0.400			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا وفقا للنوع حيث كان الذكور أكثر تعرضا لهذه النوعية من الدراما بدافع النفعي عن الإناث بمتوسط حسابي 14.25 مقابل 13.09 عند مستوى المعنوية 0.006 وكان الذكور أكثر تعرضا لهذه النوعية من الدراما، أما بالنسبة للدوافع الطقوسية فقط كانت الذكور أيضا أكثر تعرضا لهذه النوعية من الدراما بدافع طقوسي حيث بلغ المتوسط الحسابي 15.47 مقابل 14.83 للإناث عند مستوى معنوية 0.014.

(2) نوع التعليم .

جدول رقم (24) الفروق في دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا باختلاف نوع التعليم

المتغيرات	المجموعات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة ت	د.ح	مستوى المعنوية
دوافع نفعية	تعليم حكومي	88	13.23	3.420	0.365	2.282	298	0.023 دال احصائيا
	تعليم خاص	212	14.23	3.488	0.240			
دوافع طقوسية	تعليم حكومي	88	15.24	2.279	0.243	0.134	298	0.893 غير دال احصائيا
	تعليم خاص	212	15.28	2.347	0.161			
القيمة التجميعية لدوافع المشاهدة	تعليم حكومي	88	26.89	4.954	0.528	3.051	298	0.002 دال احصائيا
	تعليم خاص	212	28.81	4.984	0.342			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا باختلاف نوع التعليم، بالنسبة للدوافع النفعية فقط، وقد كان طلاب التعليم الخاص أكثر تعرضاً بدافع منفعي عن التعليم الحكومي، حيث بلغ المتوسط الحسابي 14.23 مقابل 13.23 للحكومي عند مستوى معنوية 0.023، بينما لم يثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع التعليم ودوافع المشاهدة الطقوسية، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية 0.893.

(3) مستوى دخل الأسرة .

جدول رقم (25) الفروق في دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا باختلاف مستوى دخل الأسرة

المتغيرات	مستوى دخل الأسرة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	درجة الحرية		قيمة ف	مستوى المعنوية
						بين المجموعات	داخل المجموعات		
دوافع نفعية	1 - مستوى دخل منخفض	88	15.27	2.642	0.282	2	297	0.679	0.508 غير دال احصائيا
	2 - مستوى دخل متوسط	92	14.82	2.890	0.301				
	3 - مستوى دخل مرتفع	120	15.07	2.431	0.222				
دوافع طقوسية	1 - مستوى دخل منخفض	88	16.01	2.071	0.221	2	297	5.0059	0.007 دال احصائيا
	2 - مستوى دخل متوسط	92	15.67	2.335	0.243				
	3 - مستوى دخل مرتفع	120	15.02	2.443	0.223				
القيمة التجميعية لدوافع المشاهدة	1 - مستوى دخل منخفض	88	30.02	4.026	0.429	2	297	5.863	0.003 دال احصائيا
	2 - مستوى دخل متوسط	92	27.75	4.559	0.475				
	3 - مستوى دخل مرتفع	120	28.78	4.672	0.426				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك فروق دالة إحصائية في دوافع مشاهدة الطلاب عينة الدراسة لدراما النوستالجيا ومستوى دخل الأسرة بالنسبة للدوافع الطقوسية فقط فقد بلغت قيمة مستوى المعنوية 0.007، بينما بلغت قيمة مستوى المعنوية للدوافع النفعية 0.508، ولمعرفة مصدر التباين تم إجراء اختبارات بأقل فرق معنوي كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (26) دلالة الفروق بين المجموعات البحثية في متغير دوافع طقوسية

مستوى دخل الاسرة	القناة المقارنة	الفروق بين المتوسطات	مستوى المعنوية
3 - مستوى دخل مرتفع	1 - مستوى دخل منخفض	-0.99470 *	0.002 دال احصائيا
	2 - مستوى دخل متوسط	-0.65725 *	0.041 دال احصائيا

تشير بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع مشاهدة دراما النوستالجيا الطقوسية وفقا لمستوى الدخل في المجموعات التالية:

1 - بين مستوى الدخل المرتفع ومستوى الدخل المنخفض لصالح المنخفض عند مستوى معنوية 0.002 ،

2 - بين مستوى الدخل المرتفع ومستوى الدخل المتوسط لصالح المتوسط عند مستوى معنوية 0.041 .

وبالتالي يتضح أن طلاب مستوى الدخل المرتفع هم أقل تبائنا في دوافع مشاهدة دراما النوستالجيا الطقوسية عن المنخفض والمتوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي له 15.02 ، مقابل 15.67 للمتوسط، و16.01 للمرتفع.

الفرض السادس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الحالة المزاجية (الإيجابية والسلبية) لطلاب الجامعة من مشاهدة دراما النوستالجيا؛ باختلاف خصائصهم الديمغرافية (النوع - نوع التعليم - مستوى الدخل الشهري)

(1) النوع.

جدول رقم (27) الفروق في الحالة المزاجية (الإيجابية والسلبية) لطلاب الجامعة من مشاهدة دراما النوستالجيا باختلاف النوع

المتغيرات	المجموعات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة ت	د.ح	مستوى المعنوية
الحالة المزاجية الإيجابية	ذكر	552	2.46	0.678	0.029	2.517	1198	0.012 دال احصائيا
	انثى	648	2.36	0.680	0.027			
الحالة المزاجية السلبية	ذكر	552	2.25	0.769	0.033	2.270	1198	0.023 دال احصائيا
	انثى	648	2.35	0.686	0.027			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في الحالة المزاجية الإيجابية للطلاب عينة الدراسة من مشاهدة دراما النوستالجيا وفقا للنوع، وقد كان الذكور أكثر تبائنا من الإناث حيث بلغ المتوسط الحسابي للذكور 2.46 مقابل 2.36 للإناث، عند مستوى معنوية 0.012 ، بينما ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الحالة المزاجية السلبية للطلاب

عينة الدراسة لصالح الإناث أكثر من الذكور حيث بلغ المتوسط الحسابي للإناث 2.35 مقابل الذكور 2.25 عند مستوى معنوية 0.023 .
واتفقت هذه الدراسة مع دراسة ريم ساي الشريف 2022م، في أن النوع يعد متغير مهم في التأثير بالنوستالجيا والحنين إلى الماضي في المحتوى المقدم.

(2) نوع التعليم .

جدول رقم(28) الفروق في الحالة المزاجية لطلاب الجامعة من مشاهدة دراما النوستالجيا باختلاف نوع التعليم

المتغيرات	المجموعات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة ت	د.ح	مستوى المعنوية
الحالة الايجابية	تعليم حكومي	352	2.31	0.665	0.035	3.193	1198	0.01 دال احصائيا
	تعليم خاص	848	2.45	0.683	0.023			
الحالة السلبية	تعليم حكومي	352	2.31	0.665	0.035	1.329	1198	0.184 غير دال احصائيا
	تعليم خاص	848	2.45	0.683	0.023			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الحالة المزاجية للطلاب عينة الدراسة وفقا لنوع التعليم وذلك بالنسبة للإيجابية فقط حيث بلغ مستوى المعنوية 0.01 وكان التعليم الخاص أكثر تباينا من التعليم الحكومي حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.45 للخاص مقابل 2.31 للحكومي، بينما لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة للحالة السلبية حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية 0.184 .
واتفقت هذه الدراسة مع دراسة د. دينا فاروق أبو زيد 2016م، بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في الحالة المزاجية للجمهور من مشاهدة التلفزيون وفقا للتعليم.

(3) مستوى دخل الأسرة.

جدول رقم (29) الفروق في الحالة المزاجية لطلاب الجامعة من مشاهدة دراما النوستالجيا باختلاف مستوى دخل الأسرة

المتغيرات	مستوى دخل الأسرة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	درجة الحرية		قيمة ف	مستوى المعنوية
						بين المجموعات	داخل المجموعات		
الاتجاهات الإيجابية	1 - مستوى دخل منخفض	352	2.50	0.662	0.035	2	1197	5.802	0.002 دال احصائيا
	2 - مستوى دخل متوسط	368	2.41	0.663	0.035				
	3 - مستوى دخل مرتفع	480	2.34	0.700	0.032				
الاتجاهات السلبية	1 - مستوى دخل منخفض	352	2.34	0.734	0.039	2	1197	4.948	0.007 دال احصائيا
	2 - مستوى دخل متوسط	368	2.41	0.675	0.035				
	3 - مستوى دخل مرتفع	480	2.26	0.725	0.033				

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الحالة المزاجية للطلاب من مشاهدة دراما النوستالجيا وفقا لمستوى دخل الأسرة، وفي الحالة المزاجية الإيجابية بلغت مستوى المعنوية 0.002، وفي الحالة المزاجية السلبية بلغت قيمة مستوى المعنوية 0.007، ولمعرفة مصدر التباين بالنسبة للحالة المزاجية الإيجابية تم إجراء اختبارات بأقل فرق معنوي كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (30) دلالة الفروق بين المجموعات البحثية متغير مستوى دخل الأسرة - الاتجاهات الإيجابية

مستوى دخل الأسرة	القناة المقارنة	الفروق بين المتوسطات	مستوى المعنوية
3 - مستوى دخل مرتفع	1 - مستوى دخل منخفض	0.16174 - *	0.001 دال احصائيا
	2 - مستوى دخل متوسط	0.07763	0.099 غير دال احصائيا

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الحالة المزاجية الإيجابية بين المستوى الدخل المرتفع والمنخفض عند مستوى معنوية 0.001 لصالح المنخفض، أي أن طلاب المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع أقل تبينا بالنسبة للحالة المزاجية الإيجابية التي يشعرون بها عند مشاهدة دراما النوستالجيا وقد بلغ المتوسط الحسابي 2.43 مقابل 2.50 للمنخفض.

أما بالنسبة للحالة المزاجية السلبية تم إجراء اختبارات بأقل فرق معنوي كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (31) دلالة الفروق بين المجموعات البحثية متغير مستوى دخل الأسرة - الاتجاهات السلبية

مستوى دخل الأسرة	الفئة المقارنة	الفروق بين المتوسطات	مستوى المعنوية
3 . مستوى دخل مرتفع	1 . مستوى دخل منخفض	0.08466	0.091 غير دال احصائيا
	2 . مستوى دخل متوسط	* - 0.15408	0.002 دال احصائيا

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الحالة المزاجية السلبية لصالح مستوى الدخل المتوسط حيث بلغ قيمة المتوسط الحسابي 2.41 ، مقابل المرتفع 2.26 ، أي أن طلاب مستوى الدخل المرتفع أقل تبيانا بالنسبة للحالة المزاجية السلبية التي يشعرون بها من مشاهدة دراما النوستالجيا وذلك عند مستوى قيمة معنوية 0.091 .

خاتمة الدراسة ومناقشة النتائج:

توصلت الدراسة الحالية إلى عدة نتائج فيما يخص الحالة المزاجية للطلاب عينة الدراسة ومشاهدة الدراما التي تتناول في أحداثها النوستالجيا والحنين إلى الماضي ومن أهم هذه النتائج ما يلي:

1 - نصف عينة الدراسة من طلاب الجامعة يشاهدون دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي بكثافة منخفضة، وأن مسلسل عمر أفندي يتصدر قائمة الأعمال الأكثر مشاهدة من جانبهم، يليه فيلم سمير وشهير وبهير في المرتبة الثانية وكلاهما يندرجان تحت فئة دراما الخيال والتفعل عبر الزمن.

2 - تعد المنصات الرقمية هي أكثر المنصات التي يشاهد عليها طلاب عينة الدراسة دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي لأسباب عدة وفي مقدمتها إتاحة المشاهدة في الأوقات المناسبة لعينة الدراسة، وقلة الإعلانات التي تتخلل الأعمال الدرامية.

3 - تعد مقاطع الفيديو المنشورة عن دراما النوستالجيا على مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر سبل الدعاية لهذه النوعية من الدراما ومن خلالها تعرفت عينة الدراسة عليها، وساهمت في تشجيعهم على مشاهدتها بشكل كامل.

4 - ارتفاع دوافع مشاهدة طلاب عينة الدراسة الطقوسية لدراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي عن الترفيهية وكان في مقدمتها الاستمتاع بجاذبية الصورة وهدوء الشوارع آنذاك، يليها الشعور الدائم بالحنين إلى الماضي، وتفصيله المختلفة، ولاكتساب الطاقة الإيجابية والحصول على الهدوء وتفرغ الطاقة السلبية.

5 - ارتفاع نسبة إشباع المحتوى المتحققة من مشاهدة دراما النوستالجيا عن العملية، وكانت التوجيهية أكثر من الاجتماعية والتي ارتبطت بالتعرف على معلومات جديدة مرتبطة بفترات

زمنية ماضية، أو تصحيح معلومات خاطئة، أو زيادة القدرة على فهم واقع المجتمع في فترات زمنية مختلفة.

6 - تغلبت الحالة المزاجية الإيجابية للطلاب عينة الدراسة عن الحالة المزاجية السلبية والتي تحققت من مشاهدة دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي وتصدرت مشاعر السعادة قائمة المزاج العام الإيجابي.

7 - معظم طلاب عينة الدراسة يثقون في المضمون المقدم في دراما النوستالجيا والحنين إلى الماضي وراضين عنه، بصرف النظر عن درجة الثقة والرضا متوسطة أو كبيرة.

8 - معظم مفردات العينة تجد أن المجتمع الحالي والمجتمع في الزمن الماضي كلاهما له جماله وميزاته ولا يفضلون أحدهما على الآخر.

9 - تصدر الاهتمام والتركيز على عادات وتقاليد المجتمع المصري قديما وجمال الشوارع وهوائها والسلام الاجتماعي وانتشار الجاليات المختلفة والانتعاش الثقافي والحراك السياسي والرقى في اللغة والمظهر قائمة آراء عينة الدراسة فيما يخص صورة المجتمع المصري القديم في دراما النوستالجيا.

10 - معظم مفردات العينة لديها رغبة كبيرة في زيادة إنتاج الدراما التي تتناول موضوعاتها النوستالجيا والحنين إلى الماضي.

11 - هناك علاقة طردية دالة إحصائية بين كثافة مشاهدة الطلاب عينة الدراسة للدراما السينمائية والتلفزيونية التي تتناول في أحداثها النوستالجيا والحنين إلى الماضي والحالة المزاجية لهؤلاء الطلاب ، وذلك فيما يخص الحالة المزاجية الإيجابية فقط.

12 - هناك علاقة طردية دالة إحصائية بين دوافع المشاهدة النفعية لهذه النوعية من الدراما والحالة المزاجية الإيجابية والسلبية، وكانت ضعيفة للسلبية مقابل الإيجابية، أيضا ثبت وجود علاقة طردية دالة إحصائية بين الدوافع الطقوسية والحالة المزاجية الإيجابية فقط.

13 - هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة الطلاب عينة الدراسة لدراما النوستالجيا ودرجة الثقة في المضمون المقدم.

14 - هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة طلاب عينة الدراسة لدراما النوستالجيا والإشباع المتحققة لديهم وقد كانت قوية على كافة الأنواع (المحتوي والعملية).

15 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع مشاهدة طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا وفقا للنوع حيث كان الذكور أكثر تعرضا لهذه النوعية من الدراما بدافع النفعي والطقوسي عن الإناث.

16 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض طلاب الجامعة لدراما النوستالجيا باختلاف نوع التعليم، بالنسبة للدوافع النفعية فقط ، وقد كان طلاب التعليم الخاص أكثر تعرضا بدافع منفعي عن التعليم الحكومي .

17 - هناك فروق دالة إحصائية في دوافع مشاهدة الطلاب عينة الدراسة لدراما النوستالجيا ومستوى دخل الأسرة بالنسبة للدوافع الطقوسية فقط ، فطلاب مستوى الدخل المرتفع هم أقل تباينا في دوافع مشاهدة دراما النوستالجيا الطقوسية عن المنخفض والمتوسط.

18 - هناك فروق ذات دلالة إحصائية في الحالة المزاجية الإيجابية للطلاب عينة الدراسة من مشاهدة دراما النوستالجيا وفقا للنوع، وقد كان الذكور أكثر تباينا من الإناث، بينما ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الحالة المزاجية السلبية للطلاب عينة الدراسة لصالح الإناث أكثر من الذكور.

19 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الحالة المزاجية للطلاب عينة الدراسة وفقا لنوع التعليم وذلك بالنسبة للإيجابية فقط، فكان طلاب التعليم الخاص أكثر تباينا من التعليم الحكومي.

20 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الحالة المزاجية الإيجابية بين المستوى الدخل المرتفع والمنخفض فطلاب المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع أقل تبينا بالنسبة للحالة المزاجية الإيجابية التي يشعرون بها عند مشاهدة دراما النوستالجيا.

21 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الحالة المزاجية السلبية لصالح مستوى الدخل المتوسط فطلاب مستوى الدخل المتوسط أكثر تبينا بالنسبة للحالة المزاجية السلبية التي يشعرون بها من مشاهدة دراما النوستالجيا.

توصيات ومقترحات الدراسة:

خلصت الدراسة إلى عدة مقترحات من أهمها:

- 1 -** الاهتمام أكثر بدراسات النوستالجيا في مجال الإذاعة والتلفزيون وخاصة الدراما السينمائية والتلفزيونية والتطرق إلى الدراما الإذاعية لما لها من طابع خاص يستحق الدراسة.
- 2 -** الاهتمام بدراسة محتوى المضمون الدرامي المقدم في دراما النوستالجيا بشكل عام أو الدراما التي تتناول في أحداثها النوستالجيا والحنين إلى الماضي، من قيم وسلوكيات وقضايا وموضوعات.
- 3 -** الاهتمام بدراسة تقنيات الإخراج والتصوير المتبعة في دراما النوستالجيا وكيفية محاكاة فترات زمنية مضت في العصر الحالي.
- 4 -** عقد ندوات في المدارس والجامعات لتوعية الجمهور بمفهوم النوستالجيا بأبعاده المختلفة النفسية والاجتماعية والإعلامية.
- 5 -** الاهتمام بالتوظيف الجيد للنوستالجيا في مجال الإعلام وبما يخدم الجمهور والمجتمع وبشكل يساعد على التنمية وتطوير المجتمع وبما لا يعوقها.

هوامش الدراسة:

أولا: العربية

أسماء عارف محمد - التعرض لقضايا الصعيد في المسلسلات التلفزيونية وانعكاسها على تشكيل حالة المزاج العام لدى جمهور جنوب الصعيد: دراسة مسحية، ص 142-90 في: **المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال**، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي، عدد 5، 2019.

ثرثيا أحمد البدوي، وآخرون - «سلسلة نظريات في العلوم الاجتماعية: النظريات وتطبيقاتها في بحوث الإعلام الرقمي، ويب العاطفة والمشاعر 5.0» (القاهرة: الوكالة العربية للعلاقات العامة، 2020م).

دينا فاروق أبو زيد - نوستالجي التلفزيون «الحنين إلى التلفزيون في الماضي» بين المصريين في الأربعينيات من العمر، ص ص 464-527 في: **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد 55، 2016.

رشا محمد عاطف - تعرض الجمهور للمحتوى الدرامي في المنصات التلفزيونية الرقمية وعلاقته بالحالة المزاجية في إطار مفهوم سمة ما وراء المزاج، ص ص 232-189 في: **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد 24، 2022م.

ريم ساي الشريف، توظيف النوستالجيا في الإعلانات التلفزيونية المصرية وتقييم الخبراء لدى فاعليتها، ص ص 1248-1294 في: **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مجلد 3، عدد 60، 2022.

سلوى زغلول برعي - الاستفادة من التسويق العصبي في مخاطبة حواس المستهلك لدعم قرارات شراء منتجات الحنين إلى الماضي: دراسة استطلاعية، ص 152-93 في: **المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية**، كلية التجارة بالإسماعيلية، جامعة قناة السويس، مجلد 12، عدد4، 2021.

سماح محمد محمدي - تأثير التعرض للأخبار الاقتصادية المنشورة بالمواقع الإلكترونية أثناء الأزمات على اتجاهات المواطنين نحو الحكومة والمزاج العام لهم: دراسة تحليلية وميدانية خلال الأزمة الروسية الأوكرانية، ص ص 112-51، في: **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد 80، 2022.

شريف درويش اللبان (4102)، التغيير السريع: الصحافة وإدارة المزاج العام للمصريين نحو تيارات الإسلام السياسي، المركز العربي للبحوث والدراسات. اللينك: www.gesca.62101/gro/sptth.

شيرين سلامة السعيد، تأثير التعرض لصفحات ومجموعات النوستالجيا «الحنين إلى الماضي» بموقع فيس بوك في إدارة الحالة المزاجية لدى المستخدمين المصريين: دراسة ميدانية، ص ص 58-1 في: **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام**، جامعة القاهرة، عدد 81، 2022.

شيماء عز الدين زكي - فاعلية نوستالجيا الإعلان التلفزيوني: دراسة تطبيقية، ص ص 464-527 في: **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، 28، 2020م.

لمياء عبد الكريم قاسم وآخرون - توظيف النوستالجيا في بناء الرسالة الإعلانية: دراسة على الإعلان التلفزيوني بمصر، ص ص 382-494 في: **مجلة العمارة والفنون والعلوم الانسانية**، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية، عدد10، 2018.

المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

- علاء الدين حسن الغريباوي، مقياس مقترح متعدد الأبعاد للميل للحنين إلى الماضي للمستهلك المصري وأثره على النوايا السلوكية للشراء، ص ص 327-374، في: **مجلة التجارة والتمويل**، كلية التجارة، جامعة طنطا، عدد4، 2017.
- ماهياب محمد أحمد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الحالة المزاجية لمرضى السرطان: الفيس بوك نموذجاً: دراسة ميدانية، ص ص 232-169، في: **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مجلد 1، عدد 63، 2022.
- محسن جلوب الكنانني وآخرون، التعرض للأخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية وتأثيره على الحالة المزاجية العامة للجمهور، ص ص 430-405، في: **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد 67، عدد 67، 2019.
- محمد حسنين السيد وآخرون، مصداقية العلامة التجارية كمتغير وسيط في العلاقة بين التسويق بالحنين إلى الماضي والاحتفاظ بالعملاء: دراسة تطبيقية، ص ص: 61-1، في: **مجلة البحوث الإدارية**، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية - مركز الاستشارات والبحوث والتطوير، مجلد 40، عدد 3، 2022.
- محمد محمد عبده، المشاهدة الشرهة للسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية وعلاقتها بتشكيل الحالة المزاجية للأسر العربية: دراسة مسحية في إطار نظريتي التعرض الانتقائي وإدارة المزاج العام، ص ص 337-382، في: **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، مجلد 22، عدد2، 2023.
- منار علي عويس، التأثيرات المحتملة لتطبيقات الواقع الممتد على الحالة المزاجية لمستخدميها: دراسة استشرافية، ص ص: 266-358 في: **المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، مجلد1، عدد1، 2024.
- ميادة عبد السلام السيد، تأثير إعلانات الحنين إلى الماضي على اتجاهات المستهلكين: دراسة ميدانية، ص ص 308-259، في: **المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة**، كلية التجارة، جامعة عين شمس، عدد2، 2024.
- مها مدحت محمد، تعرض الجمهور المصري للأخبار المنشورة عن أزمة الكهرباء عبر المواقع الإلكترونية وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحو أداء الحكومة والمزاج العام لهم: دراسة تحليلية وميدانية، ص ص 375-486، في: **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد 71، مجلد 1، 2024.
- مها مصطفى بخيت، تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر، ص ص: 487-546 في: **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد 24، 2022.
- ياسمين باتول قواوة وآخرون، هوى النوستالجيا واكتشاف الذات في الفيلم التسجيلي: دراسة تحليلية لفيلم «مصري» وفق سيمياء الأهواء، ص ص 732-752 في: **مجلة البحوث والدراسات العلمية**، جامعة يحيى فارس المدينة، الجزائر، مجلد 18، عدد 1، 2024.
- هيثم جودة مؤيد، وآخرون العلاقة بين التعرض للمضامين السياسية بالصحف والقنوات الفضائية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمزاج العام نحو قضايا الوطن العربي: دراسة على الجمهور المصري والسعودي، ص ص: 452-375، في: **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد 14، عدد 3، 2015.

ثانياً: الأجنبية

- Ayada, W. (2018) "Using of Nostalgia as a Communication Strategy in TV Advertising Design Campaigns to Influence Behaviour of Brands Consumers: An Analytical Study on TV Advertisement Campaigns in Egypt", *International Design Journal, Scientific Association of Designers*, 8 (1),327-343..
- Barry, C. et al. (2024), "Psychology Tok: Use of Tik Tok, Mood, and Self-Perception in a Sample of College Students". *Journal of Technology in Behavioral Science*,9.(4),724-734. <https://doi.org/10.1007/s41347-024-00390-1>
- Dodman, T. (2023). Nostalgia, and what it used to be. *Current Opinion in Psychology*, 49,p.1. [https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101536​:contentReference\[oaicite:0\]{index=0](https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101536​:contentReference[oaicite:0]{index=0)
- Dwyer, M. D. (2015). Back to the fifties: Nostalgia, Hollywood film, and popular music of the seventies and eighties, Oxford University Press, p.p. 9- 10.
- Helvich, J. et al.(2024), "Emotionally Disconnected in the Digital Age: Examining the Relationships Between Alexithymia, Social Media Use, and Mood States", *Journal of Technology in Behavioral Science*, 2024.703-713, <https://doi.org/10.1007/s41347-024-00382-1>
- Jungselius, B, et.al.(2023) "Keeping Memories Alive: A Decennial Study of Social Media Reminiscing, Memories, and Nostalgia" *Social Media & Society*, 9 (4),1-15.
- Kim, Jong-Hyeong et.al, (2024),"Can nostalgia-themed stimuli predict customer loyalty and continued patronage ?".*International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36 (7),2385-2405.
- Knobloch-Westerwick, S. (2007). Gender differences in selective media use for mood management and mood adjustment. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 51(1),73-92.
- Kosa, M. & Johnson-Glenberg, M. (2024). "The Additive Effects of Interactivity, Immersion, and Eudaimonia for Stress Reduction and Mood Management: A Randomized Controlled Study on Games and Virtual Reality", *Psychology of Popular Media* 13(4),696-708.
- Kosa, M. and Uysal, A. (2020), Four Pillars of Healthy Escapism in Games: Emotion Regulation, Mood Management, Coping, and Recovery, In B. Bostan (ed.), *Game User Experience And Player-Centered Design*, Springer Nature Switzerland, p. 66-67.
- Liu, J, (2020). Mood Management Theory in: Videogames Investigating: the Relationships, Game Selection, Game Switching, in Game Choice, and Mood Repair, , *MA*, Department of Computer Science, University of Saskatchewan Saskatoon.
- Luomala, H. T., & Laaksonen, M. (2000). "Contributions from mood research", *Psychology & Marketing*, 17(3), pp. 195-233.
- Merritt, A.et.al, (2016). "Media Managing Mood: A Look at the Possible Effects of Violent Media on Affect". *Child & Youth Care Forum*, 45(2),241-258 .
- Minich M & Moreno M,(2024) "Real-world adolescent smartphone use is associated with improvements in mood: An ecological momentary assessment study". *PLoS One* 19(5). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0298422>

- MISHREF, F. (2023) "Restoring the Nostalgic Memories of the Egyptian Television on Maspero Zaman's Facebook". *Journal of the University of Egypt for Humanities, University of Egypt for Science and Technology*, 3)51165-1185,).
- Mohamed, F. (2021) "Nostalgia from the Perspective of Intertextuality in the Newspaper Coverage: The Case of Prince Harry and Meghan Markle". *Journal of Media Studies, Faculty of Media, Al-Azhar University*, 4 (58),2075-2092.
- OUF, G. (2021)"Nostalgia Using in Advertising Campaigns, *Journal of Architecture, Arts, and Humanities*". The Arab Society for Civilization and Islamic Arts, no.25,vol.6, 432-448
- Rasmussen, Katrine W. et.al,(2021)"Using Nostalgia Films to Stimulate Spontaneous Autobiographical Remembering in Alzheimer's Disease", *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 10 (3),400-411.
- Reinecke, L. (2016). "Mood Management Theory. In P. Rössler (Ed.), *The International Encyclopedia of Media Effects*, John Wiley & Sons, p.p 1-3. Available at: <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0085>
- Reinecke, L. (2017). Mood management theory. In P. Rössler (Ed.), *The International Encyclopedia of Media Effects*, Wiley-Blackwell, pp. 1271-1284.
- Saleem, Fathima Zahara (2014), "The Symbiotic Relationship of Social Media Content Creation and Consumption: A Mood Management and Selective Exposure Theory Perspective", PHD, Universidad Ramon Llull, ESADE Business School, Marketing department, P.27.
- Sharkawy, E. (2024). "EL Social Media Policy in Managing Publications Related to Gaza War 2023 "Tufan Al-Aqsa" and Its Impact on the Public Mood of its Users Study in Light of Public Mood Theory", *Journal of Mass Communication Research*, 71 (3),1775-1866.
- Sprengler, C. (2009). Screening Nostalgia: Populuxe Props and Technicolor Aesthetics in Contemporary American Film (NED-New edition, 1). Berghahn Books, pp. 11-34. Available at: https://books.google.com.eg/books?hl=ar&lr=&id=IGCmqHWeihoC&oi=fnd&pg=PP11&dq=nostalgia+film&ots=Xp6HkS1k7S&sig=E6CqBAsfBRs9m1qb6LnKC3f6Npc&redir_esc=y#v=onepage&q=nostalgia%20film&f=false
- Watang, KCC & Miswanto, M. (2022)."Mood Management as Mediator in Consumer Motivation and Impulsive Buying Relationship", *KINERJA*, 26 (1),137-150.
- Worthington, V, et.al,(2019). "Effect of Social Media News on Mood and Group Identification", *PHD*, College of Arts and Sciences , Psychology, Winthrop University.

*أسماء المحكمين (أ.د. رباب عبد الرحمن أستاذة الإذاعة والتلفزيون بقسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة حلوان، أ.د. نشوى عقل وكيل كلية الإعلام جامعة القاهرة، أ.د. هويدا مصطفى عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة الأسبق، والعميد السابق لكلية الإعلام بجامعة must)

