

دوافع مشاهدة الجمهور اليمني للدراما اليمنية وإدراكه للقيم ولأبعاد واقعية

المضمون الذي تقدمه: دراسة مسحية لعينة من سكان العاصمة صنعاء ومحافظة الحديدة

وليد فرحان مسعد أحمد / قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام – جامعة صنعاء – اليمن

owfj17@gmail.com

محمد عبد الوهاب الفقيه كافي/ قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام – جامعة صنعاء – اليمن

osam.kafi2010@hotmail.com

تاريخ الاستلام: 2023/10/9 تاريخ التقييم: 2023/10/30 تاريخ النشر: 2023/11/13

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع تعرض الجمهور اليمني للدراما اليمنية ، والتعرف على إدراكه لأبعاد واقعية المضمون المقدم من خلالها ، وتسعى الدراسة للإجابة على عدد من التساؤلات التي تناقش حجم تعرضه للدراما اليمنية ، والقنوات التي يشاهد تلك الدراما من خلالها ، ومشاهدته النشطة لها ، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج منها أن قناة السعيدة أكثر القنوات اليمنية التي يتابع الجمهور الدراما المحلية من خلالها ، وأن رمضان هو الموسم الذي يتابع الجمهور الدراما المحلية فيه ، كما يحرص المشاهدون على مطابقة موضوعات الدراما اليمنية بالواقع العام .

الكلمات المفتاحية: الجمهور، اليمن، الدراما، المضمون

The motives of the Yemeni audience for watching Yemeni drama and their awareness of the values and realistic dimensions of the content it presents: A survey study of a sample from Sana'a and Hodeidah residents

Waleed Farhan Musaed Ahmed/Sana' University

Mohamed Abdolwahab El-Fakih Kaf / Sana' University

Abstract

The study aimed to identify the motives behind the Yemeni audience's exposure to Yemeni drama and to identify audience awareness of the realistic dimensions of its content. It also attempted to answer a number of questions that discuss the extent of the Yemeni audience's exposure to Yemeni drama, the channels through which the audience watches that drama, and how actively they watch it. This study is descriptive. It adopted the survey method and used the questionnaire tool to collect data from the sample participants. The sample was selected with a stratified random method from the study population from the residents of Sana'a, and Hodeidah. The study concluded with a number of results, including that Al-Saeeda channel is the most Yemeni channel through which the audience follows local drama, and that Ramadan is the season in which the audience follows local drama. Furthermore, the audience is also keen to compare the topics of Yemeni drama with the general reality that the country undergoes.

Keywords: Audience, Yemen, Drama, Content.

المقدمة

تعتبر الدراما أحد الأشكال الثقافية ربما الأكثر شهرة وجاهزية ، لما لها من تأثير مباشر وسلس على نفسيات وتوجهات المتعرضين لموادها ومن هنا تجدر الإشارة في مطلع هذه الدراسة إلى عمق علاقة الإنسان بالدراما باعتبارها نشاطاً إنسانياً عفويّاً قبل أن يتم تطويره على النحو المشاهد اليوم حيث "يكاد المرء أن يقول أن كل شخص يعرف ما هي المسرحية (س.و.دواسن 1989، 15) و

هذه الدراسة جاءت لتبحث الدراما المحلية اليمنية من حيث دوافع استخدام الجمهور اليمني لها، والاشباع التي تتحقق له منها، فالدراما اليمنية إلى حد ما تعدُّ دراما ناهضة ويعتريها التطور مرحلة بعد مرحلة، وهي دراما لاشك مؤثرة في المجتمع المحلي خصوصا الدراما الموسمية اليمنية التي تأتي في شهر رمضان، غير أنها ما زالت إلى حد بعيد جهود فردية تخلو من التنظيم والمؤسساتية، ويغلب على العاملين فيها طابع الهواية لا العمل الأكاديمي الفني المتقن، ومع كل ذلك فهي دراما جديرة بالبحث والتقصي كونها المعبر الثقافي عن الشعب اليمني والوجه المصور للمجتمع اليمني.

مشكلة الدراسة

من المعروف أن الدراما بشكل عام تملك قدرات سحرية في التأثير على الجمهور، ومن المعروف أيضا أن الجمهور يتعرض بشكل مكثف للأعمال الدرامية بمختلف موضوعاتها، "ولا نحتاج لكثير تأمل لنثبت تأثير الدراما التلفزيونية على توجيه سلوك الجماهير وأثرها على الذوق العام (الكعبي 2019، 7)

والدراما اليمنية لا تخرج عن سياق التأثر والتأثير، فهي بالتأكيد – وإن كانت محلية إلى حد بعيد – تحدث تأثيراً في جمهورها المحلي، وتساهم في خلق وجهات نظر جديدة حول موضوعاتها المطروحة.

ومن هنا تسعى هذه الدراسة إلى معرفة دوافع استخدام الجمهور اليمني للدراما اليمنية وكثافة مشاهدته لها، وإدراكه للقيم ولأبعاد واقعية المضمون الذي تقدمه.

أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة من النقاط التالية:

- ندرة الدراسات العلمية التي بحثت الدراما اليمنية
- الحاجة الملحة لتطوير الدراما المحلية اليمنية والارتقاء بها وصولاً بما إلى تمثيل المجتمع اليمني بدقة والتعبير عنه باحتراف.

- قدرة الدراما على بناء وعي جديد بالمواضيع المطروحة وتعديل الوعي السائد نحو كثير من القضايا

أهداف الدراسة

- التعرف على دوافع تعرض الجمهور للدراما المحلية، والاستخدامات والإشباعات المتحققة من مشاهدته لها.
- التعرف على مؤشرات المشاهدة النشطة للجمهور على الدراما المحلية.
- معرفة الإنطباعات أو التوقعات الاجتماعية للجمهور اليمني بعد مشاهدته للدراما اليمنية.

الدراسات السابقة

1. دراسة نوال عبدالله علي الحزورة بعنوان: التعرض للدراما العربية في القنوات الفضائية وعلاقته بإدراك الجمهور اليمني لأدوار المرأة في المجتمع (الحزورة، نوال 2010) هدفت الدراسة إلى التعرف على أدوار المرأة الاجتماعية التي تقدمها الدراما العربية، وإجراء مقارنة بين المسلسلات المصرية والسورية والخليجية واليمنية في معالجتها للصورة الدرامية المقدمة عن المرأة في الأدوار الاجتماعية المختلفة، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على أدوار المرأة الاجتماعية كما يدركها الجمهور اليمني، وقامت الباحثة بدراسة المسلسلات العربية التي عرضت على قناة mbc وقناة اليمن الفضائية حيث تم تحليل 24 مسلسلاً، كما أجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة قوامها 500 مبحوثاً ممن تم اختيارهم من الجمهور العام بطريقة حصصية غير احتمالية، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: التوازن في ظهور الإناث مع الذكور في الأدوار الرئيسية في المسلسلات العربية، كذلك غلبة قضايا العنف على المرأة في المسلسلات التي تتناول قضايا المرأة، كذلك جاء هدف السعادة العائلية في قائمة الأهداف المحورية للشخصيات النسائية في العمل الدرامي، وخلصت الدراسة أيضاً إلى أن أكثر الصعوبات التي تواجه المرأة في أدائها لأدوارها الاجتماعية كانت النظرية الاجتماعية الدونية للمرأة وتعرضها

للتحرش والاستغلال الجسدي، كما نتج عن الدراسة أن التعرض الكثيف للدراما العربية من قبل المجتمع اليمني أثر إيجابياً وساهم في بناء صورة ذهنية لدى المجتمع اليمني بأهمية أدوار المرأة الاجتماعية.

2. دراسة ماجد محمد صغير عثمان عباس بعنوان : صورة المجتمع اليمني في الدراما التلفزيونية من عام 1980-2011 (ماجد عباس 2012)

هدفت الدراسة إلى تقديم صورة تحليلية وصفية لصورة المجتمع اليمني داخل الدراما التلفزيونية ، والكشف عن العلاقة بين المخرج والقضايا التي يعالجها ، واعتمدت الدراسة المنهج التحليلي الوصفي كونه الأنسب بحسب الباحث في إجراء هذا النوع من الدراسات ، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن الأعمال الدرامية التلفزيونية لم ترصد إلا شيئاً يسيراً جداً من قضايا ومشاكل المجتمع ، كما توصلت الدراسة إلى أنه لو تم نقل كل قضايا ومشاكل المجتمع إلى الشاشة كصورة درامية سيساهم في معالجتها والحد من انتشارها كقضايا الثأر وتعاطي القات والفساد، وتوصلت الدراسة إلى أن المكان في المجتمع اليمني يمتلك مواصفات المكان الدرامي من حيث الجبال والمدرجات الخضراء والوديان والسواحل وهو ما يساعد على وجود أرضية خصبة في عدم الاعتماد على الديكور الصناعي طالما وجد المكان الطبيعي ، كما توصل الباحث إلى أن الدراما اليمنية في تحسن مستمر كلما تقدمت السنوات

3. دراسة منال طاهر الوليد (2019)م بعنوان :دوافع استخدام المرأة اليمنية للمسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية والقيم المدركة منها (الوليد 2019) وهدفت الدراسة إلى التعرف على أهم الموضوعات التي تجذب المرأة اليمنية متابعتها في المسلسلات المدبلجة وتحديد مدى إدراك المرأة اليمنية للقيم المقدمة في تلك المسلسلات ، واعتمدت الدراسة المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني ، واختارت الباحثة عينة الدراسة التحليلية من خلال المسلسلات المدبلجة التي تبث على الفضائيات العربية كما طبقت الدراسة الميدانية على عينة قوامها (450) مفردة من النساء تم اختيارهن بطريقة عشوائية من محافظة صنعاء وريفها، ونتج عن الدراسة تصدر قيمة أناقة الملابس والشكل القيم

الجمالية التي تناولتها عينة الدراسة التحليلية ، واتضح من الدراسة أن النسبة الأعلى من العينة الميدانية من النساء يشاهدن المسلسلات المدبلجة ، كما بينت النتائج وجود تأثير كبير للمسلسلات المدبلجة على القيم الجمالية والاقتصادية والدينية مقارنة بالتأثير على القيم الأخرى.

4. دراسة 2001Hamm بعنوان: Middle school students science texts box ,television and no clear war Issues (Hamm 2001)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور التلفزيون في تعريف الطلبة بأهم القضايا العلمية التي تهمهم وخلصت النتائج إلى أن التلفزيون هو أكثر مصادر المعلومات للطلبة المبحوثين في هذه المراحل بالنسبة لموضوعات معينة مثل الخطر النووي، مرض الإيدز، المجاعة في العالم، إذ أن الكتب المدرسية لا تخصص سوى 2% من حجمها لمعالجة مثل هذه المواضيع.

5. دراسة 2003Sharon بعنوان Mass Medi and Adolescence in the late

(Sharon 2003)

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع تأثير وسائل الإعلام في الثمانينات على الشباب، واتضح من خلال الدراسة أن الشباب يتعاملون مع وسائل الإعلام بجميع أنواعها بدرجة كبيرة، كما ان اتصاهم بمسئوليتها يتم بسهولة ويسر كما بينت النتائج أن وسائل الإعلام تُعد مصدراً أساسياً ومهماً للمعلومات في الأمور الاجتماعية المتعددة.

التعليق على الدراسات السابقة:

- أكدت الدراسات على أن الدراما تحظى بجماهيرية كبيرة لدى أغلب فئات المجتمع وأنها من أهم مصادر تكوين الصورة الذهنية لدى المجتمع وبالتالي يمكن اختبار الفرض الرئيسي لنظرية الغرس على الدراما المحلية.
- يعتبر المنهج المسحي هو المنهج الرئيس في معظم الدراسات السابقة باعتباره المنهج الأكثر استخداماً في الدراسات الإعلامية.

تساؤلات الدراسة

- ما حجم تعرض الجمهور اليمني للدراما التلفزيونية اليمنية؟
- ما كثافة تعرض الجمهور اليمني للدراما التلفزيونية اليمنية؟
- ماهي دوافع تعرض الجمهور اليمني للدراما التلفزيونية اليمنية؟
- ما القنوات اليمنية التي يشاهد الجمهور اليمني الدراما اليمنية من خلالها؟
- ما الفئات الأكثر تعرضاً للدراما اليمنية في الجمهور اليمني؟
- ما مدى المشاهدة النشطة للجمهور اليمني للدراما المحلية اليمنية؟
- ما مدى إدراك المبحوثين لأبعاد واقعية المضمون المقدم في الدراما اليمنية؟

فروض الدراسة

- هناك علاقة دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الجمهور اليمني للدراما التلفزيونية اليمنية ودوافع التعرض لهذه الدراما
- هناك علاقة دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الجمهور اليمني للدراما التلفزيونية اليمنية وإدراكه لأبعاد واقعية المضمون (النافذة السحرية، المنفعة، التوحد)

دوافع التعرض

- يقصد بالدافع من وجهة نظر علماء النفس أنه حالة نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجابته إلى مثيرها (ساندرا روكيتش 1993، 35) وتنقسم إلى
1. **دوافع نفعية:** ويقصد بها الأسباب التي تجعل أفراد عينة الدراسة تتابع الدراما اليمنية.
 2. **دوافع طقوسية:** وتعني أن أفراد عينة الدراسة يتابعون الدراما اليمنية بشكل اعتيادي وبمعزل عن أي انتقاء لهذه المواد.

كثافة المشاهدة:

وتعني الاستغراق في التعرض للتلفزيون والتعلم من خلال ملاحظة الصورة عبر الاستخدام الانتقائي للرسائل ، والتي تقود المشاهد للاعتقاد بأن العالم الذي يشاهده على التلفاز هو صورة من العالم الواقعي الذي يعيش فيه (راضي 2008، 34)

أبعاد واقعية المضمون:

- النافذة السحرية: قياس التطابق بين صورة الشخصيات في الدراما المحلية والواقع من خلال استطلاع رأي الجمهور اليمني على وجه العموم.
- المنفعة: ويقصد بها مدى اعتماد الجمهور اليمني على الدراما اليمنية في تكوين صورته الذهنية وتصديقه لهذه الصورة.
- التوحد: قياس مدى توحد الجمهور اليمني مع صورة الشخصيات المقدمة في الدراما المحلية.

نوع الدراسة

تندرج هذه الدراسة ضمن خانة الدراسات الوصفية التي : تكشف عما في موضوع الدراسة من خصائص ومتغيرات (عبدالعزیز بلا تاريخ، 30) وتهتم هذه الدراسة بمعرفة دوافع استخدام الجمهور اليمني للدراما اليمنية

منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي والذي يعني "محاولة لجمع المعلومات من مفردات مجتمع الدراسة من أجل التعرف على الوضع الراهن لذلك المجتمع في ضوء متغير بحثي أو أكثر (الجيزان 2004، 92) ومن خلال هذا المنهج يتم اختبار فروض الدراسة والإجابة على تساؤلاتها من خلال الأرقام الإحصائية التي يتم التحصل عليها من خلال الدراسة الميدانية.

مجتمع الدراسة

ويتمثل مجتمع الدراسة في المواطن اليمني بخصائصه المختلفة وتم اختيار أمانة العاصمة صنعاء ومدينة الحديدة بشكل عشوائي لتمثيل مجتمع الدراسة.

عينة الدراسة

تم استخدام العينة العشوائية الطبقية في الدراسة وهذا النوع من العينات يتمثل في اختيار عينة تأخذ في الاعتبار المجموعات ذات الخصائص المتفاوتة في مجتمع البحث وتم اختيار عينة قوامها 400 مفردة من الذكور والإناث والفئات العمرية المختلفة وإجراء المسح الميداني عليها في كل من أمانة العاصمة صنعاء ومحافظة الحديدة وفقاً للجدول التالي:

جدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع والفئات العمرية

السن	أمانة العاصمة				محافظة الحديدة			
	ذكور	%	إناث	%	ذكور	%	إناث	%
18-29 سنة	33	30.3	28	33.7	41	37.6	33	33.3
30-39 سنة	34	31.2	25	30.1	31	28.4	29	29.3
40-49 سنة	22	20.2	15	18.1	18	16.5	17	17.2
50-59 سنة	11	10.1	8	9.6	10	9.2	10	10.1
60 فأكثر	9	8.3	7	8.4	9	8.3	10	10.1
الإجمالي	109	50%	83	45.6%	109	50%	99	54.4%
الإجمالي الكلي لمجتمع الدراسة وفقاً للفئات العمرية								
ذكور	182	54.5%	إناث	118	45.5%	الكلي	400	100%

أداة جمع البيانات

استخدم الباحثان، صحيفة الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة الميدانية.

إجراءات الصدق والثبات:

للتعرف على الصدق الظاهري لأداة الدراسة الميدانية (استمارة الاستبيان) وثباتها تم عرضها بصورتها الأولية على عدد من المحكمين المختصين في مجال الدراسة وقد طلب من السادة المحكمين

تقييم جودة استمارة الاستبيان، من حيث قدرتها على قياس ما أعدت لقياسه، ومدى وضوح العبارات وانتمائها للمفهوم الذي يفترض بها أن تقيسه، وسلامتها لغوياً، وإبداء ما يرونه من تعديل، أو حذف، أو إضافة للعبارات. وبعد أخذ الآراء، والاطلاع على الملحوظات، تم إجراء التعديلات اللازمة التي اتفق عليها غالبية المحكمين، ومن ثم إخراج استمارة الاستبيان) بصورتها النهائية.

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: جمهور وسائل الإعلام

مر مصطلح الجمهور بعدد من المراحل، وفي كل مرحلة كان مصطلح الجمهور يخضع للشروط العلمية والواقعية لتلك المرحلة، وفي الوضع الحالي ومع ثورة الاتصالات تناولت دراسات الجمهور المصطلح بمعطيات جديدة تتناسب مع واقع المصطلح الجديد، وفي دراسات الجمهور تُقسم مراحل التطور الأولى لمصطلح الجمهور في الغالب إلى مرحلتين الأولى قبل ظهور وسائل الإعلام وأما المرحلة الثانية فهي مرحلة ظهور وسائل الإعلام التي اهتمت بال جماهير وأنتجت موادها الإعلامية بناءً على دراسة هذه الجماهير.

تتمثل المرحلة الأولى التي تطور خلالها مصطلح الجمهور عقب اختراع الطباعة على يد الألماني جوتنبرغ وباختراع الطباعة تغير شكل الحضارة تغيراً كلياً إذ سهل إصدار المنشورات الموجهة إلى الجماهير وبدأت تتشكل عناصر عملية الاتصال بشكل أوضح متمثلة في المرسل والمتلقي والوسيلة والمادة المنشورة (الحكيم بلا تاريخ، 63)

أما المرحلة الثانية لتطور مفهوم الجمهور فتأتي نتيجة لعصر الصناعة الذي تطورت فيه عملية الطباعة بشكل كبير وأصبح إصدار الصحف أسهل من ذي قبل كما أخذت الصحف تهتم بشكل كبير بدراسة الجمهور المتلقي للمواد الصحفية وبهذا أصبحت هذه الصحف وسائل إعلام موجهة إلى الجمهور العام بشكل رئيس وإلى وحدات جماهيرية فرعية أخرى (قسايسية 2010،

(20

ثم تأثر مفهوم الجمهور بعوامل أخرى عديدة منها التطورات على مستوى النظم السياسية والنظريات الإعلامية ونوعية الرسائل التي تستهدف من خلالها وسائل الإعلام التأثير في الجمهور وصولاً إلى تشكل مفهوم جمهور وسائل الإعلام بشكله الأخير باعتباره: ذلك المتلقي أو المتفاعل مع رسالة إعلامية مكتوبة أو مسموعة أو مرئية أو الكترونية تحتوي على أهداف سياسية أو اقتصادية أو إيديولوجية.

أنواع جمهور وسائل الإعلام:

يقسم الباحث البريطاني جون ميرل الجمهور تقسيماً ثلاثياً وهم:

الأميون، والذرائعيون العمليون، والمتقفون فيما يقسم آخرون الجمهور تقسيماً ثنائياً على نوعين: جمهور المصلحة، وجمهور التطابق ويصنف البعض الجمهور إلى جمهور عام وجمهور خاص فيما يقترح الباحث أحمد خليل تقسيم الجمهور إلى الجمهور العادي والجمهور الخاص وبعضهم يصنف الجمهور إلى نمطين رئيسيين من أنماط الجمهور الأول الجمهور العام والثاني الجمهور المتخصص، ويقدم الباحث الأمريكي كلوس تصنيفاً عددياً للجمهور وفق درجة تفاعله مع الوسيلة

فيكون الجمهور ثلاثة أقسام، الأول الجمهور الفعلي والثاني الجمهور المتعرض والثالث الجمهور الفعال (الدهان، رواء هادي 2013، 18-23)

وستنطبق بالشرح لأنواع الجمهور وفقاً لتصنيف الباحث أحمد خليل والذي يقسم الجمهور إلى

الجمهور العادي: يعبر الجمهور العادي عن الفئة الأكبر من المجتمع التي تشترك عادةً في قضايا جوهرية وكبيرة وتوجه وسائل الإعلام في الغالب رسائلها لهذا الجمهور باعتباره الهدف الأول من الرسائل الإعلامية التي تسعى لإحداث تأثيرات عليه.

والجمهور العادي يتميز بكونه لا يأخذ شكل الجماعات الظاهرة المترابطة تنظيمياً أو ثقافياً بل عبارة عن جماعة كبيرة كامنة تشترك في موضوعات معينة، كجمهور الناخبين قبل الانقسام حول الشخص المنتخب، وأعضاء الجمهور العادي من الممكن أن تكون لهم انتماءات متعددة غير أن

ما يميزهم هي هذه المشتركات الكبرى ، وبالنظر لهذا الجمهور نجد أن التأثير فيه يتطلب بناء خطاب اعلامي مناسب لهذا الجمهور يتناول اهتماماته وطموحاته ، وأي رسائل اعلامية تحاول هدم مشتركات هذه الجمهور هي بالضرورة تؤدي إلى زعزعة المجتمع العام الذي يتشكل هذا الجمهور من كل أطرافه ، وتعبير الانفعالات والمواقف التي تصدر عنها هذا الجمهور عن الرأي العام الذي تضع له وسائل الإعلام حسابات كبيرة عند إعداد موادها الإعلامية ، ويتميز الجمهور العادي بالثبات على اعتبار أن المشتركات التي تجمع هذا الجمهور هي أيضاً ثابتة كالدين والأمة والأخلاق وهذه المشتركات هي في الأساس تستمد رسوخها في الجمهور من السنين الطويلة التي تشكلت فيه .

الجمهور الخاص: على عكس الجمهور العادي يعتبر الجمهور الخاص تعبيراً عن فئات صغيرة في المجتمع تنتمي أيضاً لجماعات صغيرة كجمهور المثقفين أو أعضاء النقابات أو الصحفيين أو غيرهم من الفئات الصغيرة التي تجمع بينها مشتركات خاصة.

وللجمهور الخاص أهمية كبيرة لدى وسائل الإعلام باعتباره جمهوراً مؤثراً في فئات كبيرة من المجتمع وممثلاً لهذه الفئات، وكثيراً ما يكون الجمهور الخاص قادة رأي يمكن ايصال الرسائل الإعلامية للجمهور من خلالهم وهو ما يمكن التعبير عنه بإرسال الرسالة الإعلامية على مرحلتين الأولى تتمثل في اقناع قادة الرأي بالرسالة الإعلامية والثانية تكون من قادة الرأي إلى الجمهور، "والجمهور الخاص جماعة متفرعة عن الجمهور العام العادي تتميز بعلاقة اجتماعية في مجال محدد كعلاقة الزبون بالبائع، وعلاقة الناخب الفعلي بالسياسي وعلاقة المشاهد بالمثل ويمكن اضافة علاقة المتلقي بوسيلته الإعلامية المفضلة وغيرها من العلاقات وهو اذ يصنف هذا التصنيف ينظر إلى الجمهور أنه يتكون وسط ظروف وشروط ذاتية وموضوعية تشكل إطاره الاجتماعي وتحدد نسقه المعرفي وعليه فهو يجد انه لا يمكن سوسيوولوجياً دراسة الجمهور خارج اطار مرجعيته الاجتماعية ونظامه المعرفي ونسقه السياسي (الدهان، رواء هادي 2013، 20).

ثانياً الدراما اليمنية

بحسب الدراسات المتوفرة فإن تاريخ دخول السينما اليمن يعود إلى العام 1919م أيام وقوع الشطر الجنوبي من الوطن تحت الاستعمار البريطاني حيث انتشرت السينما في مستعمرة عدن وحضرموت ، أما شمال الوطن فقد أنشئت في الستينات أول صالة عرض سينمائية باسم سينما بلقيس ثم أقيمت السينما الأهلية وكانت تقدم عروضاً سينمائية للجماهير (ع. المبنن 1991، 261-262)

أما من حيث الانتاج السينمائي فقد كان الرائد الأول للانتاج السينمائي جعفر محمد علي حيث أنتج مشاهد حية من معارك التحرير ضد الانجليز وبذلك أوجد وثائق حية عن مرحلة نضال الشعب اليمني وتوج ذلك بفيلمه الروائي الأول من الكوخ إلى القصر وكان هذا الفيلم إعلاناً بميلاد السينما اليمنية (المبنن 1991، 263)

أما الظهور المسرحي على التلفزيون فقد انتقل من خشبة المسرح إلى شاشات التلفاز عقب ثورة أكتوبر في الشطر الجنوبي من الوطن ، وفي الشمال تبنيت الدولة في السبعينات الحركة المسرحية وأنشأت عقب الحركة إدارة المسرح الوطني وكانت أبرز المسرحيات (الفأر في قفص الاتهام) تحكي ما خلفه اغتيال سد مأرب من تشريد لليمنيين في كل بقاع العالم ، ويعود الانتاج الدرامي التلفزيوني إلى العام 1986 حيث شهدت البداية انتاج عدد من المسلسلات مثل مسلسل الفجر ، و لا للوساطة ومسلسل المهر ، وتعد تلك الفترة هي القاعدة لإرساء العمل الدرامي من خلال الاستفادة من الأشقاء السوريين الذين أسسوا لطاقتهم درامي تلفزيوني بعد ان انحرف في التمثيل الدرامي عدد من الكوادر اليمنية من الذكور والإناث وقد شهد الانتاج الدرامي نشاطاً متزايداً منتصف التسعينات من خلال العديد من المسلسلات التي وجدت صداها لدى المشاهد اليمني (حميد 2008، 9-10)

وشهد الإنتاج الدرامي اليمني الرمضاني الموسمي في السنوات الأخيرة تصاعداً تدريجياً مع تزايد عدد القنوات الفضائية وشركات الإنتاج... وعلى الرغم من الزيادة الكمية التي راكمها إنتاج القطاع الخاص... إلا أن تجربة الدراما اليمنية التي يزيد عمرها عن 40 عامًا، ما تزال تعيش أزمة

في الظهور، لدرجة لم تستطع إقناع المشاهد اليمني بمتابعتها بنسب مرتفعة، ولم تستطع هذه الدراما تجاوز القنوات اليمنية للعرض والظهور على قنوات عربية (الكمالي 2022)

وقد وجهت للدراما اليمنية انتقادات لاذعة تعددت أسبابها أهمها تمييع الشخصية اليمنية وتقديمها بشكل مجافٍ للواقع ومن ذلك قال توفيق السامعي أن مع كل موسم رمضاني تتسابق القنوات التلفزيونية اليمنية لصناعة دراما محلية لمحاولة جذب المشاهد وكسب الجمهور المحلي بقوالب متشابهة كثيراً، لكن القاسم المشترك بينها تمييع الشخصية اليمنية وإظهاره بمظهر إنسان مخبول الشكل والفكر والسلوك ورث المظهر وغير النظيف، وكأن القائمين على تلك الأعمال يرون أن جمهورهم لا يمكن أن يتفاعل مع تلك المسلسلات إلا من خلال تلك الشخصية التي يفكر صانعوها أنها فكاهية ممكن أن تجذب الجمهور، لكنها لم تعد فكاهية بقدر ماهي تردِّد والحطاط ومساهمة في قتل الشخصية اليمنية وتدميرها ثقافياً واجتماعياً لتصبح في اللاوعي الجمعي الجماهيري شخصية ممقوتة ومنبوذة مع أنها مشاهدة في فضاء مفتوح تجعل الخارج كله يقيم اليمني من خلال ذلك الأداء وتلك الشخصية (السامعي 2021)

وفي الختام يُجمع النقاد والمهتمون بالدراما اليمنية على حاجة الدراما اليمنية لبنية تحتية يتوافر لها إمكانيات تقنية ومادية تُمكن من استمرار وتواصل الإنتاج في أجواء من الحرية تُتيح لها الاقتراب من قضايا المجتمع وفق رؤية إنتاجية وإخراجية منافسة... انطلاقاً من وعي مؤسسي يولي الفنون أولوية؛ باعتبارها أبرز عوامل صناعة وعي المجتمع وثقافته... حينها ستتجاوز الدراما اليمنية أزمته

ثالثاً: نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تمهيد:

تدرس نظرية الاستخدامات والإشباعات بشكل أساسي أسباب تعرض الناس لوسائل الإعلام والدوافع التي تجعل المستهلك للمادة الإعلامية ينتقي مادة دون أخرى ووسيلة إعلامية دون أخرى ومن خلال هذا التعرض وحجمه وكثافته تدرس النظرية الإشباعات التي يحققها المستخدمون لوسائل الإعلام ومدى تأثيرها في واقعهم الاجتماعي.

وتحظى النظرية باهتمام خاص في الدراسات الإعلامية نظراً لتركيزها على الفرد كمتلقي إيجابي ونشط لوسائل الاتصال ، الذي يعمل على اختيار الوسيلة والمضمون والوقت الذي يريده ويتناسب مع رغباته ودوافعه ، وباعتبارها تطبيقاً لمدخل الوظيفة الفردية الذي يتعامل مع وسائل الاتصال من وجهة نظر الفرد على أساس أن وظائف الاتصال الحقيقية في المجتمع تكمن في الوظائف التي تقدمها للأفراد (م. كافي 2017، 39)

نشأة النظرية

تعد هيرتا هيرزوج أول من قام بدراسة استخدام ربات البيوت للراديو مطلع أربعينات القرن الماضي ، وكانت الدراسة بعنوان دوافع وإشباع الاستماع للمسلسلات الصباحية في الإذاعة ، وحاولت من خلال الدراسة التعرف على الإشباع التي تحققها ربات البيوت من استخدام الراديو (الدليمي 2016، 250)

وأظهرت نتائج الدراسة أن هذه الإشباعات تتمثل في ثلاث فئات رئيسية هي:

- التحرر العاطفي
- إثارة الخيال
- الحصول على المعلومات

ويعد مدخل الاستخدامات والإشباعات بمثابة نقلة فكرية أو تحولاً للرؤية في مجال الدراسات الإعلامية، حيث تحول الانتباه من الاهتمام بدوافع المرسل أو الرسالة الإعلامية إلى الاهتمام بدوافع الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة.

ويعتبر "الياهو كاتز" أول من وضع اللبنة الأولى لهذه النظرية عندما كتب مقالاً عن هذه المدخل عام 1559م حيث أوضح ان مجال البحث في الدراسات الإعلامية كوسائل إقناعية ودعائية قد انتهى بالفعل وبانه ينبغي على الباحثين إنقاذ مجال الدراسات الإعلامية وذلك عن طريق تحويل السؤال إلى:

ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ وما هي الحاجات التي يسعى إلى تحقيقها من هذه الوسائل؟

وقد تطور المدخل عام 1974م عندما قدم بشكل متكامل بواسطة "كاتز ، بلومر ، جورفيتش " وبذلك تطور المدخل بجهودهم البحثية وانتشر في العالم (الدليمي، عبدالرزاق 2016، 251-253)

أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع:

يحقق مدخل الاستخدامات والإشباع ثلاث أهداف هي

1. السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

2. شرح دوافع التعرض لوسيلة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

3. التأكيد على استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري (الطيب 2014، 159)

العناصر الأساسية لمدخل الاستخدامات والإشباع:

هناك عدد من العناصر الأساسية للمدخل على النحو التالي (م. كافي 2017، 42-46)

1. الجمهور النشط:

يمنح مدخل الاستخدامات والإشباع رؤية إيجابية للجمهور وينفي عنه السلبية في تعرضه لوسائل الإعلام على اعتبار أن تعرض الجمهور لمضامين ووسائل بعينها يأتي تلبيةً لاحتياجاته التي يسعى لإشباعها بناءً على التوجه الإنتقائي للجمهور نحو عملية الاتصال فيركز هذا المدخل على فرضية كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع الجمهور.

2. الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات:

حيث تكمن أسباب استخدام وسائل الإعلام في ظروف اجتماعية ونفسية يتم الإحساس بها كمشكلات وتستخدم وسائل الإعلام لتلبية هذه الحاجات وحل المشكلات، فأفراد الجمهور يعتبرون أنفسهم أعضاء في جماعات تشترك في بيئة اجتماعية وثقافية واحدة، وهو ما يعني أن البناء الاجتماعي يلعب دوراً بارزاً في استخدام الأفراد لوسائل الإعلام.

3. دوافع التعرض لوسائل الإعلام:

حيث تفترض النظرية أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام هي بالأساس ناتجة عن الحاجات النفسية والاجتماعية لأفراد الجمهور وهذه الدوافع تنقسم إلى فئتين:

دوافع نفعية: حيث يختار الفرد نوعاً معيناً من المضامين والوسائل الاتصالية لتلبية احتياجاته.

دوافع طقوسية: ويعني أن الفرد يتعرض للوسيلة بغض النظر عن المضمون بهدف تضيئة الوقت والتسلية.

4. توقعات الجمهور من وسائل الإعلام

وتعد التوقعات سبباً في تعرض الأفراد المستمر لوسائل الإعلام، أو تجنبهم لها، لأن التعرض ناتجاً عن البحث المقصود من الأفراد عن النتائج المتوقعة التي تحقق قيمة معينة وتحفزهم للتعرض للوسيلة أو المحتوى.

5. التعرض لوسائل الإعلام

حيث أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقة بين البحث عن الإشباع والتعرض لوسائل الإعلام ويعبر زيادة تعرض الجمهور بشكل عام لوسائل الاتصال عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المعلومات التي تلي احتياجاته.

6. إشباعات وسائل الإعلام

وتنقسم إلى قسمين:

- **إشباعات المحتوى:** وتمثل في الإشباعات التي تتحقق من التعرض لمضمون الوسائل الإعلامية فهي ترتبط بالرسالة أكثر من الوسيلة.

- **إشباعات عملية:** وتحدث نتيجة لعملية الاتصال واختيار الفرد لوسيلة دون سواها فهي تتعلق بالوسيلة أكثر من المضمون.

أهم الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباعات:

توجد مجموعة من الانتقادات الموجهة إلى مدخل الاستخدامات والإشباعات منها:

1. أن ادعاء المدخل بأن أفراد الجمهور يختارون المضمون الذي يتعرضون له بحرية تامة وبناء على احتياجاتهم فقط ربما يكون مبالغاً فيه فهناك عوامل تحد من هذا الحق في الاختيار منها العوامل الاقتصادية والاجتماعية التي تحد من امتلاك الفرد لوسائل الإعلام الحديثة وعدم وجود بدائل من الوسائل الإعلامية لمحدوديتها في بعض الدول (المشمشي 2002، 90-98)
2. لم يحدد المدخل طبيعة المضامين التي نسأل الجمهور عن مشاهدتهم لها: هل التي يشاهدونها حالياً أم التي يشاهدونها منذ فترة؟ حيث أن الجمهور يجيب أحياناً عن هذه الأسئلة بمضامين تم عرضها منذ فترة ولكنها تعلق في الذهن وخاصة المضامين الدرامية (الكامل 2001، 42)
3. لم يشرح المدخل درجة الإيجابية في السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور أو مفهوم الجمهور النشط بوضوح حيث أنه يمكن أن يقصد به الانتقائية قبل المشاهدة أو أثناء المشاهدة أو بعد المشاهدة وهذه التفاصيل لم تحدد في المدخل بدقة.

رابعاً مكونات الواقع المدرك من وسائل الإعلام

غالباً ما ينظر الناس إلى وسائل الإعلام باعتبارها أدوات تعكس العالم المحيط بهم فالمادة الخبرية تستخدم في مراقبة البيئة ، وتعكس الدراما قيم المجتمع وعاداته ، وينظر بعض الناس لوسائل الإعلام بصورة مختلفة ، حيث يرون أنها تختار التركيز على بعض الموضوعات والقضايا ليس لكونها تعكس الواقع الاجتماعي ، وإنما لتحقيق بعض المصالح والأهداف للمسيطرين على هذه الوسائل ، ويرى هؤلاء أن وسائل الإعلام لا تعكس ما يحدث في العالم الخارجي وإنما تنمي عالماً يبدو حقيقياً للمتلقين ، وقد يتقبل المتلقي هذا الواقع الإعلامي لكونه غير مدرك للعمليات التي تتم لخلق هذا الواقع وإنما يشعر فقط بكونه يتعرض للتسلية والترفيه (حسن عماد 1998، 165)

مكونات الواقع المدرك

النافذة السحرية : وهي الدرجة التي يعتقد فيها المشاهد أن ما ينقله المضمون التلفزيوني يماثل ما في الحياة (راضي 2008، 82)

المنفعة : وتعني الاعتقاد بقابلية تطبيق الدروس التي يقدمها التلفزيوني في حياة المشاهد (حسن عماد، ليلي السيد 1998، 171)

التوحد: ويقصد به أن المشاهد لديه شعوراً قوياً بواقعية تلك الشخصيات التلفزيونية وأنه يحمل لها مشاعر مشابهة لمشاعره تجاه الشخصيات الحقيقية في حياته (اسماعيل 2008، 112)

نتائج الدراسة

جدول رقم (2) توزيع المبحوثين وفقاً للنوع

النوع	التكرار	النسبة
ذكور	241	56.0
إناث	189	44.0
الإجمالي	430	100.0

من خلال نتائج الجدول رقم (2) والمتعلق بتوزيع المبحوثين وفقاً للنوع فإن إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت (430) مفردة حيث بلغت نسبة الذكور ما نسبته (56%) بينما كانت نسبة الإناث (44%). وحسب هذه النسب والتي تم أخذها من مجتمع الدراسة والذي كان في أمانة العاصمة ومحافظة الحديدة فإن نسبة الإناث وإن كانت أقل من نسبة الذكور إلا أنها مقاربة لها بنسبة واضحة

جدول رقم (3) توزيع المبحوثين وفقاً للعمر

العمر	التكرار	النسبة
18-29 سنة	150	34.9
30-39 سنة	117	27.2
40-49 سنة	74	17.2
50-59 سنة	53	12.3
60 سنة فأكثر	36	8.4
الإجمالي	430	100.0

من خلال بيانات الجدول رقم (3) والمتعلق بتوزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر فإن الفئة العمرية الواقعة بين (18-29) كانت في قائمة الفئات العمرية الخاصة بعينة الدراسة وهي الفئة العمرية الأعلى في مجتمع الدراسة وقد سجلت في عينة الدراسة نسبة بلغت (34,9%) وهو ما يعني أن فئة الشباب هي الفئة الغالبة على عينة الدراسة، ثم جاءت في المرتبة الثانية الفئة العمرية الواقعة بين (30-39)

وبلغت نسبتها في عينة الدراسة (27,2%) وهي نسبة إذا ما أُضيفت إلى النسبة السابقة فذلك يعني أن المجتمع اليمني يتكون من الشباب في الأغلب وهي فئة حيوية تساهم بشكل كبير في نهضة وتنمية البلاد ، وحلت الفئة العمرية (40-49) في المرتبة الثالثة ضمن عينة الدراسة حيث سجلت نسبة (17,2%) وفي الدرجة الرابعة كانت الفئة العمرية (50-59) بنسبة بلغت (12,3%) وفي ذيل القائمة حلت الفئة العمرية (60 سنة فأكثر) حيث بلغت نسبتها في عينة الدراسة (8,4%)

جدول رقم (4) توزيع المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
15.6	67	أمي
24.2	104	يقرأ ويكتب
7.4	32	أقل من الثانوية
16.3	70	ثانوية عامة أو ما يعادلها
27.2	117	تعليم جامعي
9.3	40	تعليم عالي (دراسات عليا)
100.0	430	الإجمالي

من خلال بيانات الجدول رقم (4) والمتعلق بتوزيع المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي فقد كانت النسبة الأعلى حسب نتائج الاستبيان للتعليم الجامعي فقد حققت (27,2%) وهي نتيجة منطقية إذا ما قورنت بالفئة العمرية الواقعة بين (18-29) سنة وهي الفئة التي يغلب أن تكون ما زالت في التعليم الجامعي ، في الدرجة الثانية جاء أصحاب المستوى التعليمي يقرأ ويكتب بنسبة بلغت (24,2%) وجاءت الثانوية العامة أو ما يعادلها ثالثاً بنسبة بلغت (16,3%) ، فيما جاءت الأمية رابعاً بنسبة بلغت (15,6%) وفي المرتبة الخامسة حل ذوو التعليم العالي والدراسات العليا بنسبة بلغت (9,3%) ، وفي ذيل القائمة حلت المستوى التعليمي أقل من الثانوية بنسبة بلغت (7,4%) .

جدول رقم (5) توزيع المبحوثين وفقاً للمهنة

المهنة	التكرار	النسبة
عامل	67	15.6
تاجر	27	6.3
معلم	46	10.7
طبيب	65	15.1
ربة منزل	99	23.0
طالب	32	7.4
اخرى	94	21.9
الإجمالي	430	100.0

من خلال بيانات الجدول رقم (5) والمتعلق بتوزيع نسب المبحوثين وفقاً للمهنة فقد سجلت مهنة ربة المنزل أعلى نسبة في عينة الدراسة حيث بلغت (23%) وهي نسبة تشير إلى أن غالبية الإناث في مجتمع الدراسة يشغلن مهن ربات البيوت أكثر من باقي المهن في القائمة السابقة ، وجاءت المهن الأخرى ثانياً بنسبة بلغت (21,9%) ، فيما حلت مهنة العامل العادي في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (15,6%) ، وجاء الطبيب رابعاً في عينة الدراسة بنسبة بلغت (15,1%) وهي نسبة لافتة وجديدة تشير إلى ارتفاع عدد الأطباء في مجتمع الدراسة ، أما المعلم فقد حقق نسبة (10,7%) في عينة الدراسة وجاء الطالب أخيراً بنسبة بلغت (7,4%) وهذه النسبة مقبولة إذا ما نظرنا للفئات العمرية السابقة فهي فئات يكون أصحابها غالباً في سوق العمل لا في مقاعد التعليم .

جدول رقم (6) توزيع المبحوثين وفقاً للمستوى الاقتصادي

النسبة	التكرار	المستوى الاجتماعي الاقتصادي
44.9	193	منخفض
44.7	192	متوسط
10.5	45	مرتفع
100.0	430	الإجمالي

تم بناء هذا المقياس في الجدول رقم (6) من خلال توجيه عدة أسئلة للمبحوثين، حول مستوى الدخل الشهري، وملكية المنزل، وملكية السيارة، ومن خلال تجميع درجات هذه الأسئلة، وحساب المدى بين أقل قيمة وأعلى قيمة، تم تقسيم الدرجات إلى ثلاثة مستويات، هي: منخفض، ومتوسط، ومرتفع ومن خلال بيانات الجدول رقم (31) والمتعلق بتوزيع المبحوثين وفقاً للمستوى الاقتصادي فقد توزعت غالبية عينة الدراسة بين المستوى المنخفض والمتوسط، حيث حقق المستويان نسباً متساوية فقد كان المستوى الاقتصادي المنخفض بنسبة (44,9%) فيما جاء المستوى المتوسط بنسبة (44,7%) ، وفي ذيل القائمة حل المستوى الاقتصادي المرتفع بنسبة ضئيلة بلغت (10,5%).

جدول (7) درجة مشاهدة المبحوثين للدراما اليمنية بشكل عام

الإجمالي		محافظة الحديدة		أمانة العاصمة		درجة المشاهدة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
24.2	104	26.8	56	21.7	48	دائما
57.7	248	48.8	102	66.1	146	أحيانا
18.1	78	24.4	51	12.2	27	نادرا
100.0	430	100.0	209	100.0	221	الإجمالي

من خلال بيانات الجدول رقم (7) والمتعلق بدرجة مشاهدة المبحوثين للدراما اليمنية فقد كانت النتائج الإجمالية أن النسبة الأغلب من عينة الدراسة يشاهدون الدراما اليمنية أحيانا بنسبة

(7,57%) ، ثم تلاها نسبة الذين يشاهدون الدراما اليمنية بشكل دائم بنسبة إجمالية بلغت (2,24%) وفي ذيل القائمة نسبة الذين يشاهدون الدراما اليمنية بشكل نادر حيث بلغت النسبة (1,18%) ومن النسبتين الأخيرتين المتعلقة بالذين يشاهدون الدراما اليمنية نادراً وأحياناً فيلاحظ أن المشاهدين للدراما اليمنية يعدون نسبة ضئيلة إلى حد كبير ويعود ذلك إلى مشكلات متعلقة بكون صناعة الدراما اليمنية ما زالت في حدودها الدنيا من حيث احتراف الانتاج ، والقصة الجديدة ، ووسائل العرض

جدول (8) الأشخاص الذين يفضل المبحوثون مشاهدة الدراما معهم

الأشخاص	التكرار	النسبة
مع الأسرة	380	88.4
بمفردي	188	43.7
مع الأصدقاء	166	38.6
إجمالي العينة (ن)	430	

* السؤال يتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل، وقد تم أخذ النسبة من إجمالي العينة.

من خلال بيانات الجدول رقم (8) والمتعلق بالأشخاص الذين يفضل المبحوثون مشاهدة الدراما اليمنية معهم فقد كانت الأغلبية الكبرى من أفراد عينة الدراسة يتابعون الدراما اليمنية مع الأسرة بنسبة إجمالية بلغت (88,4%) وهي نسبة ملفتة تشير إلى أن المجتمع اليمني ما زال مجتمعاً أسرياً بشكل كبير ويفضل قضاء الأوقات الممتعة بصحبة الأسرة ومنها أوقات الترفيه بمتابعة المواد الدرامية ، ويعني ذلك أن الفردية لم تغزُ بعد المجتمع اليمني وهذه نتيجة صحية وإيجابية ، وفي المرتبة الثانية جاء الذين يفضلون متابعة الدراما بمفردهم بنسبة بلغت (43,7%) وفي ذيل القائمة جاء الذين يتابعون الدراما مع الأصدقاء بنسبة بلغت (38,6%).

جدول (9) المنصات التي يشاهد المبحوثون عبرها الدراما اليمنية

المنصات	التكرار	النسبة
قناة السعيدة	382	88.8
قناة يمن شباب	260	60.5
منصة يوتيوب	255	59.3
قناة اليمن	247	57.4
قناة المهريّة	69	16.0
منصات أخرى	63	14.7
قناة الهوية	36	8.4
قناة المسيرة	33	7.7
قناة الساحات	6	1.4
إجمالي العينة (ن)	430	

* السؤال يتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل، وقد تم أخذ النسبة من إجمالي العينة.

من خلال بيانات الجدول رقم (9) والمتعلق بالمنصات التي يشاهد المبحوثون عبرها الدراما اليمنية فقد تصدرت قناة السعيدة قائمة الفضائيات اليمنية بنسبة بلغت (88,8%) وهي القناة الأكثر إنتاجاً للدراما اليمنية ، تلاها قناة يمن شباب بنسبة بلغت (60,5%)، ثم جاءت منصة يوتيوب ثالثاً بنسبة إجمالية بلغت (59,3%)، وهذه النتيجة تشير إلى أن المشاهد اليمني للدراما ما زال مشاهداً تقليدياً ينتظر الدراما الموسمية ويشاهدها عبر الفضائيات ، وأن الدراما اليمنية ما زالت تتواجد عبر الفضائيات أكثر من اليوتيوب ، وجاءت قناة اليمن الفضائية رابعاً بنسبة إجمالية بلغت (57,4%) ثم تلتها قناة المهريّة بنسبة بلغت (16%)، وجاءت منصات أخرى مثل الفيس بوك وغيرها سادساً بنسبة بلغت (14,7%) ، أما قناة الهوية فقد جاءت سابعاً بنسبة إجمالية بلغت (8,4%)، ثم تلتها قناة المسيرة بنسبة بلغت (7,7%)، وأخيراً حلت قناة الساحات بنسبة بلغت (1,4%) .

جدول (10) عدد المواد الدرامية اليمنية التي شاهدها المبحوثون خلال موسم رمضان أو خلال العام

الإجمالي		محافظة الحديدة		أمانة العاصمة		عدد المسلسلات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
27.7	119	33.5	70	22.2	49	مسلسل واحد
38.1	164	35.9	75	40.3	89	مسلسلين
34.2	147	30.6	64	37.6	83	أكثر من مسلسلين
100.0	430	100.0	209	100.0	221	الإجمالي

من خلال بيانات الجدول رقم (10) والمتعلق بعدد المواد الدرامية التي شاهدها المبحوثون خلال موسم رمضان أو خلال العام فقد كانت النتائج الإجمالية تشير إلى تصدر المشاهدون لمسلسلين القائمة بنسبة إجمالية بلغت (38,1%) تلاها الذين يشاهدون أكثر من مسلسلين بنسبة إجمالية بلغت (34,2%)، وأخيراً الذين يشاهدون مسلسلاً واحداً بنسبة إجمالية بلغت (27,7%)

جدول (11) الفترة التي يحرص فيها المبحوثون على مشاهدة الدراما اليمنية

الإجمالي		غير تلامي		تلامي		الفترة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
60.5	260	61.7	129	59.3	131	في موسم رمضان
39.5	170	38.3	80	40.7	90	في أي وقت خلال العام
100.0	430	100.0	209	100.0	221	الإجمالي

من خلال بيانات الجدول رقم (11) والمتعلق بالفترة التي يحرص فيها المبحوثون على مشاهدة الدراما اليمنية فقد كانت النتائج الإجمالية تشير إلى تصدر موسم رمضان باعتباره الفترة الأكثر لمشاهدة الدراما اليمنية بنسبة (60,5%)، وهي نسبة تشير إلى أن الدراما اليمنية ما زالت دراما

موسمية تعرض في شهر رمضان في الأغلب، فيما جاء المشاهدون للدراما اليمنية في أي وقت خلال العام ثانياً بنسبة إجمالية بلغت (39,5%).

جدول (12) عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في مشاهدة الدراما اليمنية

عدد الساعات		أمانة العاصمة		محافظة الحديدة		الإجمالي	
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
10	4.5	32	15.3	42	9.8		
22	10.0	72	34.4	94	21.9		
152	68.8	72	34.4	224	52.1		
37	16.7	33	15.8	70	16.3		
221	100.0	209	100.0	430	100.0		

من خلال بيانات الجدول رقم (12) والمتعلق بعدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في مشاهدة الدراما اليمنية فقد كانت النسب الإجمالية كالتالي:

تصدر المبحوثون الذين يشاهدون الدراما اليمنية من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات القائمة بنسبة إجمالية بلغت (52,1%) من أفراد عينة الدراسة، وحل ثانياً الذين يشاهدون الدراما اليمنية أقل من ساعة في اليوم بنسبة إجمالية بلغت (21,9%)، فيما حل ثالثاً الذين يشاهدون الدراما اليمنية ثلاث ساعات فأكثر في اليوم الواحد بنسبة بلغت (16,3%)، وفي ذيل القائمة الذين لا يشاهدون الدراما اليمنية من أفراد عينة الدراسة بنسبة بلغت (8,9%)

جدول (13) دوافع تعرض المبحوثين للدراما اليمنية

المتغير	الترتيب	درجة الموافقة			المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
		دائماً	أحياناً	لا				
التسليمية والترفيه	ك	235	184	11	2.52	0.549	84.0	1
		54.7	42.8	2.6				

استخدام الجمهور اليمني للدراما اليمنية وإدراكه للقيم ولأبعاد واقعية المضمون الذي تقدمه

4	75.7	0.672	2.27	54	204	172	ك	الهروب من السرورين اليومي
				12.6	47.4	40.0	%	
3	76.7	0.706	2.30	62	178	190	ك	أشاهد لقتل أوقات الفراغ
				14.4	41.4	44.2	%	
5	71.7	0.686	2.15	73	218	139	ك	أشاهدها بحكم الصدفة
				17.0	50.7	32.3	%	
2	78.7	0.620	2.36	33	210	187	ك	استمتع بمشاهدة المسلسلات الرمضانية
				7.7	48.8	43.5	%	
3	55.3	0.800	1.66	236	105	89	ك	التعرف على الشخصية اليمنية
				54.9	24.4	20.7	%	
5	51.7	0.736	1.55	256	111	63	ك	لأحصل على خبرة عن المجتمع
				59.5	25.8	14.7	%	
2	67.7	0.690	2.03	95	225	110	ك	اهتم بمدى مطابقتها للواقع
				22.1	52.3	25.6	%	
4	53.7	0.730	1.61	232	135	63	ك	معرفة تنوع اللهجات
				54.0	31.4	14.7	%	
1	69.7	0.972	2.09	185	21	224	ك	لأنني أنتمي إلى هذا المجتمع
				43.0	4.9	52.1	%	
1	77.4	0.398	2.32	المقياس التجميعي للدوافع الطقوسية				
2	59.6	0.399	1.79	المقياس التجميعي للدوافع النفعية				

من خلال بيانات الجدول رقم (14) والمتعلق بدوافع تعرض المبحوثين للدراما اليمنية فقد كانت النتائج كالتالي:

أولاً الدوافع الطقوسية : جاء دافع التسلية والترفيه على رأس قائمة الدوافع الطقوسية لمشاهدي الدراما اليمنية حيث يشاهدون هذه الدراما بمتوسط مرجح بلغ (2,52) ووزن نسبي (84%) وهو الأعلى بين الدوافع الطقوسية ، تلاها الدافع الطقوسي الثاني حيث يشاهد أفراد عينة الدراسة الدراما اليمنية في شهر رمضان ويستمتعون بمشاهدتها في هذا الموسم بمتوسط مرجح (2,36) ووزن نسبي بلغ (78,7%)، وفي المرتبة الثالثة يشاهد أفراد عينة الدراسة الدراما اليمنية لقتل أوقات الفراغ بمتوسط مرجح بلغ (2,30) ووزن نسبي بلغ (76,7%)، ورابعاً حلت المشاهدة للدراما اليمنية للهروب من الروتين اليومي بمتوسط مرجح بلغ (2,27) ووزن نسبي بلغ (75,7%)، وفي الدرجة الخامسة جاءت مشاهدة الدراما اليمنية بدافع بحكم الصدفة بمتوسط مرجح (2,15) ووزن نسبي بلغ (71,7%).

ثانياً الدوافع النفعية: في أعلى قائمة الدوافع النفعية يشاهد أفراد عينة الدراسة الدراما اليمنية بدافع الانتماء إلى المجتمع بمتوسط مرجح بلغ (2,09) ووزن نسبي بلغ (69,7%)، فيما جاء ثانياً الذين يشاهدون الدراما اليمنية بدافع الاهتمام بمدى مطابقتها للواقع ، بمتوسط مرجح (2,03) ووزن نسبي بلغ (67,7%)، وحل ثلثاً الذين يهتمون بالتعرف على الشخصية اليمنية من خلال الدراما اليمنية بمتوسط مرجح (1,66) ووزن نسبي بلغ (55,3%)، وفي المرتبة الرابعة جاء الذي يهتمون بالتعرف على تنوع اللهجات اليمنية من خلال الدراما اليمنية بمتوسط مرجح (1,61) ووزن نسبي بلغ (53,7%) ، فيما جاء خامساً الذين يودون الحصول على خبرة عن المجتمع من خلال مشاهدة الدراما اليمنية بمتوسط مرجح (1,55) ووزن نسبي بلغ (51,7%).

وقد حلت الدوافع الطقوسية أولاً حسب البيانات السابقة بمتوسط مرجح بلغ (2,32) ووزن نسبي بلغ (77,4%) فيما حلت الدوافع النفعية ثانياً بمتوسط مرجح بلغ (1,79) ووزن نسبي بلغ (59,6%).

(جدول 15) مشاهدة المبحوثين النشطة للدراما اليمنية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	درجة الموافقة			العبارات	
				غير موافق	محايد	موافق		
1	77.3	0.609	2.32	33	227	170	ك	
				7.7	52.8	39.5	%	
2	69.3	0.681	2.08	83	228	119	ك	
				19.3	53.0	27.7	%	
5	67.0	0.706	2.01	105	216	109	ك	
				24.4	50.2	25.3	%	
4	68.0	0.686	2.04	92	227	111	ك	
				21.4	52.8	25.8	%	
3	69.0	0.713	2.07	95	210	125	ك	
				22.1	48.8	29.1	%	
6	66.3	0.737	1.99	119	197	114	ك	
				27.7	45.8	26.5	%	
				المقياس التجميعي للمشاهدة النشطة				
				69.5	0.376	2.09		

من خلال بيانات الجدول رقم (15) والمتعلق بالمشاهدة النشطة للدراما اليمنية من خلال وجهات نظر عينة الدراسة فقد كانت النتائج كالتالي:

في المرتبة الأولى جاءت عبارة الاهتمام بمشاهدة الدراما اليمنية بشكل عام بمتوسط مرجح بلغ (2,32) ووزن نسبي بلغ (77,3%)، ثم حلت ثانياً العبارة التي تدرس الحرص على عدم تفويت المسلسلات بمتوسط مرجح بلغ (2,08) ووزن نسبي بلغ (69,3%)، وفي المرتبة الثالثة أيضاً حلت العبارة التي تدرس إمكانية القيام بأعمال أخرى عند مشاهدة الدراما اليمنية بمتوسط مرجح

بلغ (2,07) ووزن نسبي بلغ (69%)، ورابعاً جاءت العبارة التي تدرس مستوى تذكر المشاهدين
لأسماء

الممثلين وأدوارهم في المسلسلات طوال الوقت بمتوسط مرجح بلغ (2,04%) ووزن نسبي بلغ
(68%)، فيما حلت خامساً العبارة التي تدرس مشاهدة عينة الدراسة للحلقات التي تفوتهم من
المسلسلات بمتوسط مرجح بلغ (2,01%) ووزن نسبي بلغ (67%)، وأخيراً العبارة التي تدرس
مدى مناقشة عينة الدراسة للمسلسلات مع الأسرة والأصدقاء بمتوسط مرجح (1,99) ووزن
نسبي بلغ (66,3%) ، ومن خلال النتائج السابقة يتضح أن المقياس التجميعي للمشاهدة
النشطة للدراما اليمنية جاء بمتوسط مرجح إجمالي بلغ (2,09) ووزن نسبي إجمالي بلغ
(69,5%).

جدول (16) مقارنة بين مدركات الباحثين نحو أنواع القيم في المسلسلات اليمنية

الترتيب	الاتجاه العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نوع القيم
3	محايد	76.5	0.408	2.30	القيم الاجتماعية
4	محايد	71.0	0.345	2.13	القيم الاخلاقية
1	موافق	90.5	0.443	2.71	القيم الدينية
5	محايد	68.2	0.470	2.05	القيم الاقتصادية
7	محايد	62.8	0.538	1.88	القيم الثقافية
2	موافق	77.7	0.537	2.33	القيم الجمالية
6	محايد	66.2	0.573	1.99	قيم العنف

من خلال بيانات الجدول رقم (16) والذي يقارن بين مدركات الباحثين نحو أنواع القيم في
المسلسلات اليمنية فقد جاءت النتائج كالتالي:

حلت القيم الدينية أولاً بمتوسط (2,71) ووزن نسبي (90,5%) واتجاه عام محايد، فيما حلت
ثانياً القيم الجمالية بمتوسط (2,33) ووزن نسبي (77,7%) واتجاه عام موافق ، وفي المرتبة الثالثة
حلت القيم الاجتماعية بمتوسط (2,30) ووزن نسبي بلغ (76,5%) واتجاه عام محايد ، ورابعاً

حلت القيم الأخلاقية بمتوسط (2,13) ووزن نسبي (71%) واتجاه عام محايد، وفي المرتبة الخامسة جاءت القيم الاقتصادية بمتوسط (2,05) ووزن نسبي (68,2%) واتجاه عام محايد ، وجاءت قيم العنف سادساً بمتوسط (1,99) ووزن نسبي (66,2%) واتجاه عام محايد، وأخيراً حلت القيم الثقافية بمتوسط (1,88) ووزن نسبي (62,8%) واتجاه عام محايد.

نتائج فرضية الدراسة

1. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الجمهور اليمني للدراما التلفزيونية اليمنية ودوافع التعرض لهذه الدراما.

جدول (17) العلاقة بين كثافة مشاهدة الجمهور اليمني للدراما اليمنية ودوافع التعرض لهذه الدراما

كثافة مشاهدة الدراما اليمنية		دوافع التعرض
مستوى الدلالة	قيمة معامل الارتباط	
دال إحصائياً	0.000	الدوافع الطقوسية
دال إحصائياً	0.001	الدوافع النفعية

تشير نتائج الجدول رقم (17) الذي يدرس العلاقة بين كثافة مشاهدة الجمهور اليمني للدراما التلفزيونية اليمنية ودوافع التعرض لهذه الدراما فقد كانت كالتالي:

- وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة بين الدوافع الطقوسية وكثافة مشاهدة الدراما اليمنية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.396)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05 (0.000)، وهذا يعني أنه كلما زادت الدوافع الطقوسية لدى الباحثين للحصول على الترفيه والتسلية والهروب من مشاكل وضغوطات الحياة، ارتفعت كثافة مشاهدتهم للدراما اليمنية بدرجة متوسطة.
- وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين الدوافع النفعية وكثافة مشاهدة الدراما اليمنية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.154)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05 (0.001)، وهذا يعني أنه كلما زادت الدوافع النفعية لدى الباحثين ارتفعت كثافة تعرضهم للدراما اليمنية بدرجة ضعيفة.

2. هناك علاقة دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الجمهور اليمني للدراما التلفزيونية اليمنية وإدراكه لأبعاد واقعية المضمون (النافذة السحرية

جدول (18) العلاقة الارتباطية بين كثافة مشاهدة الجمهور اليمني للدراما التلفزيونية اليمنية وإدراكه لأبعاد واقعية المضمون المقدم فيها (النافذة السحرية، المنفعة، التوحد)

كثافة مشاهدة الدراما اليمنية		مدركات الجمهور لأبعاد واقعية المضمون
مستوى الدلالة	قيمة معامل الارتباط	
دال إحصائيا	0.001	النافذة السحرية 0.165
غير دال إحصائيا	0.057	المنفعة 0.092
دال إحصائيا	0.017	التوحد 0.115

تشير نتائج الجدول رقم (18) الذي يدرس العلاقة الارتباطية بين كثافة مشاهدة الجمهور اليمني للدراما التلفزيونية اليمنية وإدراكه لأبعاد واقعية المضمون المقدم من خلالها (النافذة السحرية، المنفعة، التوحد) إلى الآتي:

- وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين كثافة مشاهدة الباحثين للدراما اليمنية بشكل عام وإدراكهم للبُعدي (النافذة السحرية، والتوحد)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.165) بين كثافة المشاهدة للدراما اليمنية وُبعد النافذة السحرية، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05 (0.001)، كما بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.115) بين كثافة المشاهدة للدراما اليمنية وُبعد التوحد، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05 (0.017)، وهذا يعني أنه كلما زادت كثافة مشاهدة الباحثين للدراما اليمنية ، ارتفعت مدركاتهم للواقع المقدم عبر الدراما، وشعروا بالاعجاب والتقدير بالشخصيات المقدمة فيها ولكن بدرجة ضعيفة. في المقابل لم توجد علاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة الباحثين للدراما اليمنية وإدراكهم لبُعد (المنفعة)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.092) وهي قيمة غير دالة إحصائياً، إذ جاءت قيمة مستوى المعنوية أكبر من 0.05 (0.057) ..

- وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين كثافة مشاهدة المبحوثين للدراما اليمنية وإدراكهم لأبعاد واقعية المضمون المقدم فيها (النافذة السحرية، والمنفعة، والتوحد)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.206) بين كثافة المشاهدة للدراما اليمنية وُبعد النافذة السحرية، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05 (0.000)، كما بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.100) بين كثافة المشاهدة للدراما اليمنية وُبعد المنفعة، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05 (0.039)، وبلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.242) بين كثافة المشاهدة للدراما اليمنية وُبعد التوحد، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05 (0.000)، وهذا يعني أنه كلما زادت كثافة مشاهدة المبحوثين للدراما اليمنية، ارتفعت مدركاتهم للواقع المقدم عبر الدراما.

خلاصة نتائج الدراسة

1. توزعت إجابات غالبية أفراد عينة الدراسة حول درجة مشاهدة الدراما اليمنية بشكل عام بين الذين يشاهدونها أحياناً والذين يشاهدونها دائماً.
2. تعتبر قناة السعيدة أعلى منصة يمنية شاهد من خلالها المبحوثون الدراما اليمنية التي تناولت الشخصية التهامية بمعدل (88,8%).
3. يشاهد غالبية أفراد عينة الدراسة مسلسلين يمينيين خلال العام حسب بيانات جدول رقم (38) من هذه الدراسة.
4. يعتبر موسم رمضان هو الفترة المفضلة التي يحرص معظم أفراد عينة الدراسة مشاهدة الدراما اليمنية فيه بنسبة بلغت (60,5%).
5. يقضي غالبية أفراد عينة الدراسة من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات في اليوم في مشاهدة الدراما اليمنية.
6. غالبية أفراد عينة الدراسة يشاهدون الدراما اليمنية يوماً أو يومين في الأسبوع بنسبة إجمالية بلغت (40%).
7. يعتبر دافع التسلية أعلى الدوافع الطقوسية لدى معظم أفراد عينة الدراسة حول مشاهدتهم للدراما اليمنية بنسبة مئوية بلغت (84%).

8. في أعلى قائمة المشاهدات النشطة أجاب معظم أفراد عينة الدراسة بأنهم يهتمون بمشاهدة الدراما اليمنية بشكل عام بنسبة بلغت (77,3%).
9. يشاهد المبحوثون الدراما اليمنية لأنهم جزء من مجتمع الدراما اليمني.
10. يحرص المشاهدون على مطابقة موضوعات الدراما اليمنية بالواقع العام.
11. يشاهد أفراد عينة الدراما اليمنية لقتل أوقات الفراغ.
12. يحصل المشاهدون للدراما اليمنية على خبرة عن المجتمع من خلالها.

المصادر والمراجع

• الرسائل العلمية

- نوال عبد الله علي الحزورة: التعرض للدراما العربية في القنوات الفضائية وعلاقته بإدراك الجمهور اليمني لأدوار المرأة في المجتمع، مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2010م)
- ماجد محمد صغير عثمان عباس: صورة المجتمع اليمني في الدراما التلفزيونية من 1980-2011م، مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، (مصر أكاديمية الفنون، 2012م)
- منال طاهر الوليد: دوافع استخدام المرأة اليمنية للسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية والقيم المدركة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة صنعاء، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2019)
- وسام راضي: دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل الصورة الإعلامية والسياسية عن العراق، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة بغداد كلية الإعلام، 2008)
- أماني عمر الحسيني: أثر تعرض الأطفال ذوي الظروف الصعبة للتلفزيون والسينما والفيديو على إدراكهم للواقع الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 1998م)

● الدوريات العلمية

- إرادة الجبوري، محاضرات في الصورة النمطية لطلبة كلية الإعلام جامعة صنعاء، مجلة النبأ (العدد52، 2000م)
- ريم الشريف: الواقع المدرك لصورة رجال الشرطة في الدراما التلفزيونية لدى الشباب المصري، مجلة بحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام مركز بحوث الرأي العام، العدد الأول، شتاء 2020م).
- علي علي المينن، السينما في اليمن رؤية مستقبلية، مجلة الثقافة اليمنية (ط1 ، صنعاء 1991،

● الكتب

- بركات عبد العزيز: أسس ومناهج البحث الإعلامي (القاهرة، العالمية للنشر والتوزيع،
- حيدر محمد الكعبي: الدراما التلفزيونية وأثرها على المجتمع، ط1 (العراق، المركز الاسلامي للدراسات الاستراتيجية، 2019)
- س.و. دواسن: الدراما والدرامية، (بيروت، دار عويدات، 1989م)
- ساندر، ملفين ديلفيز: نظريات وسائل الإعلام، (القاهرة، الدار الدولية للنشر، 1993)
- محمد عبد العزيز الجيزان: البحوث الإعلامية أسسها - أساليبها - مجالاتها، (السعودية، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، الطبعة الثانية، 2004م)
- محمد عبد الوهاب الفقيه كافي، علاقة الجمهور اليمني والسعودي بالفنانيات الخليجية، (صنعاء، مكتبة الصادق للطباعة والنشر، 2017).

● الدراسات الأجنبية

- Hamm ,2001, Middle ,school students,science texts box ,television and no clear war Issues (California :report ,research office)
- Sharon ,2003 , Mass Media and Adolescence in the late 1980 phd-iric University of Illinois.
- ” (New York : Palgrave Macmillan,1 st Ed , 2004)
- Bartsch , A. Emotional Gratification in Entertainment Experience : whyViewers of Movies and Television Series Find

it rewarding to experience Emotions . **In Media Psychology**
2012