تعرض الشباب الإماراتى للمسلسلات التركية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية والاشباعات المتحققة

د. فوزية آل علي د. علاء مكي

جامعة الشارقة - كلية الاتصال

مقدمة

يشهد العالم اليوم انفجارًا معرفيًا هائلاً في المجالات الحياتية المختلفة كافة، نتيجة ظهور المحطات الفضائية حيث أدت الى انفتاح إعلامي متزايد ونموٍ هائل فى عالم القنوات التلفزيونية التي تبث عبر الأقمار الصناعية (١)، والتي مما لا شك فيه أخذت تسيطر على عقول الجماهير وتؤثر في نواحي حياتهم المختلفة، حيث لوحظ في السنوات الاخيره إزديادُ كبيرُ على حيز البث الفضائي للمحطات التلفزيونية الفضائية ، كما لوحظ زيادة تأثيرها في المجتمعات العربية في السنوات الأخيرة في العديد من الجوانب الثقافية والفكرية والاجتماعية(٢).

ونظراً لكون فئة الشباب تعد من أكثر فئات المجتمع تعرضاً لهذه التغيرات والتحولات الثقافية والاجتماعية، ولمرورهم بمرحلة إنتقالية فى حياتهم تتسم بحدوث الكثير من التغيرات على وضعهم الفكري والاجتماعي، ومن ثم قد تؤدي هذه القنوات دوراً كبيراً فى تشكيل معارفهم واتجاهاتهم وسلوكهم(٣).

فتلك القنوات الفضائية بما تقدمه من اشكال درامية من مسلسلات وأفلام ومسرحيات تؤدي دوراً هامًا في عملية تكوين السلوك الفردي والاجتماعي في المجتمع ، كما تسعى للتأثير على بعض القيم والمفاهيم المجتمعية، علما بأن الدراما التي يقدمها التلفزيون قد ينتج بعضها في بيئات مختلفة إلى حد كبير عن نظمها الاجتماعية والاقتصادية وبما يزيد من تأثيراتها على المجتمعات المستقبلة لها، ومن هذه الدراما المتنوعة المسلسلات التي لا تخلو العديد من القنوات من عرض كم لا بأس به منها، بلهجات عربية مختلفة، لكن الملاحظ في الآونة الأخيرة أن المسلسلات التركية المدبلجة تكتسح هذا المجال، حيث استطاعت أن تستقطب اهتمام شرائح واسعة من الجمهور العربي، لاسيما وإنها تتحدث باللهجة العربية السورية، وتتناول قضايا وأحداثا قريبة من الواقع والعادات والتقاليد السائدة في مجتمعاتنا العربية، الأمر الذي يسهم في تدفق بعض التقاليد والعادات من المجتمع والثقافة التركية إلى المجتمعات والثقافة العربية(٤).

وهذا ما يؤكد أهمية البحث في هذا المجال، الذى يسعى للتعرف على التأثيرات الناتجة عن التعرض للمسلسلات التركية من قبل الشباب العربى، من خلال دراسة استخدام

f_alali@sharjah.ac.ae Aakkof@sharjah.ac.ae

الشباب الإماراتى للقنوات الفضائية العربية، وذلك بهدف بتوفير قاعدة من المعلومات عن تلك المسلسلات وتوجهاتها وتأثيراتها، وبما يساعد فى التقليل من تأثيراتها السلبية على المجتمعات العربية وخاصة فئة الشباب.

Abstract

"Usages of the Youth in the Emirati Society for the Dubbed Turkish Series on the Arab Satellite Channels and the Satisfactions Achieved"

Dr. Alaa Makki Alshammri / Head of mass communication Department. Faculty of Communication / Sharjah University.

Email: Aakkof@sharjah.ac.ae

Dr. Fawzia Al-Ali / Faculty of Communication / Sharjah University

Email:f_alali@sharjah.ac.ae

The research topic is summarized in the importance of studying the measuring the extent of the university youth's exposure in the Emirati Society to those series and the resulting achieved satisfactions. The most important results and recommendations of study are as follows: a high rate of the respondents', sample individuals, exposure to the dubbed Turkish series since it is evident that almost three fourths of the study individuals watch the dubbed Turkish series,.". The most significant positive aspects of the dubbed Turkish series are: "they focus on the most important tourist attractions in Turkey" and " improving the audience›s knowledge and information on the traditions of the Turkish society". The most apparent negatives of the dubbed Turkish series are: "they discuss topics that do not agree with the local traditions", "they promote strange ideas that are incompatible with the society" , "they attract teenagers through inappropriate models and ideas", "they promote ideas and opinions that are incompatible with the Islamic values" and "they destroy the national identity".. The study recommends conducting more researches on the impact of the dubbed Turkish series shown on the different satellite channels on the different sectors of audience as well as conducting detailed studies on the nature of preparing the contents of those series and carrying out studies on the audience of the specialized channels and their attitudes towards them. They call upon setting special policies of media for presenting those dubbed Turkish series on the satellite channels to confirm their commitment to the values and ethics of their communities.

أهمية الدراسة

- يتناول ظاهرة حديثة ذات تأثير على قطاعات كبيرة من المجتمعات العربية ولاسيما مجتمع الشباب، إلا وهى ظاهرة المسلسلات التركية المدبلجة.
- يوظف أكثر من مدخل نظرى لدراسة ظاهرة المسلسلات التركية المدبلجة من عدة مناحٍ.
- تهتم بدراسة تأثير ظاهرة المسلسلات التركية المدبلجة على الواقع المحلى الإماراتى، فى ظل ندرة البحوث التى تعنى بدراسات الجمهور.

أهداف الدراسة

- التعرف على عادات استخدام الشباب للمسلسلات التركية المدبلجة وأنماطها .
- تحديد أبرز القنوات الفضائية التي يحرص الشباب الجامعي على التعرض لها لمشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة.
- تحديد أسباب مشاهدة المسلسلات التركية من قبل الشباب الجامعي.
- التعرف على الإشباعات التي يحققها الشباب من استخداماتهم لهذه الوسائط.
- تحديد دوافع تعرض الشباب الجامعي للمسلسلات التركية المدبلجة عبر القنوات الفضائية العربية.
- تحديد اتجاهات الشباب الجامعي إزاء المسلسلات المدبلجة.
- تحديد الآثار المترتبة على تعرض الشباب للمسلسلات المدبلجة.

مشكلة الدراسة

مع انتشار القنوات المتزايد واتساع دائرة الجمهور الذي يتعرض لها تزداد أهمية تلك القنوات ويتعاظم تأثيرها على فئات الجمهور كافة، ولاسيما جمهور الشباب والذي أثبتت الدراسات أنهم أكثر الفئات تعرضًا لتلك القنوات، خاصة مع عصر الثورة التكنولوجية في مجال الاتصالات. وأصبح في السنوات الاخيرة انتشار المسلسلات التركية المدبلجة إلى اللغة العربية ملحوظاً، وأصبحت مشاهدتها تشكل نشاطاً يومياً بالنسبة لكثير من الشباب ومن ثَم فهي تثير إشكالية تتعلق بمدى التأثير الذي يتعرض له الشباب المشاهد لها وعلاقتها بتغيير بعض الاتجاهات والأعراف الخاصة به.

- ومن هذا المنطلق، وفي ضوء ما يلاحظ من إقبال لعدد من الفضائيات العربية على عرض المسلسلات التركية المدبلجة، يقابله تزايد في الإقبال على مشاهدتها من قبل الشباب، ومن هنا تمثلت مشكلة هذه الدراسة في قياس مدى تعرض الشباب الجامعي في المجتمع الإماراتى إلى هذه المسلسلات، والاشباعات المتحققة والآثار التي يمكن أن تترتب عليهم جراء ذلك.

الاطار النظري للدراسة

سعى العديد من الباحثين لتطوير النظريات المستخدمة في دراسة ظواهر وسائل الإعلام وتطويعها فى المسلسلات التركية المدبلجة ومن بينها:

١. نظريـة المجـال العـام والتى تعد أحد النظريات التي حاولت دراسـة سـلوك الفـرد المتلقي وعلاقتـه بالمجتمـع ، خاصة بعد أن أصبحت العلاقة بين المجتمـع المدني والحياة العامة موضوعًا رئيسـيًا للمناقشـة في العديد من التخصصات. (٢) مدخل الاعتماد على وسـائل الإعـلام Media Dependency وهـو أحـد المداخـل التـى تشـكل علاقـات الجمهور مع وسـائل الإعـلام حيـث تعد درجة اعتماد الأفراد على معلومات وسـائل الإعلام هى الأسـاس لفهـم تأثيـر الرسـائل الإعلاميـة على المعتقدات والمشـاعر والسـلوك (٣) نمـوذج التلقي Reception Model الـذى يفتـرض أن الفـرد المتلقي للمعلومات في أي موقـف يعتمد بشـكل أساسـي علـى وسـائل الاتصال فى اسـتقبال المعلومـات ، ويتأثر في ذلـك بالعديد مـن العوامـل مثل نمط اسـتخدام الوسـيلة ، نـوع المضمون ، واهتمامـات المتلقي واتفاق المضمـون مـع اتجاهاتـه الراهنـة ، وترتبط عملية التلقي مباشـرة بفكـرة تكوين المعنى عنـد الجمهـور المتلقـي ، من خلال التعامل مـع النصوص المقـروءة والمرئية. (٤)

٢. نمـوذج الاسـتخدامات والإشـباعات: والذى يفتـرض أن أفراد الجمهـور مدفوعون بمؤثرات نفسـية واجتماعيـة لاسـتخدام وسـائل الإعـلام بغيـة الحصـول علـى نتائج خاصـة يطلق عليها « الإشـباعات». (٥) تطويع نموذج نشـر الأفكار المسـتحدثة فى دراسـة اسـتخدامات الشـباب للقنـوات الفضائيـة، مـن خـلال معرفـة مـدى انتشـار اسـتخدام هذه القنـوات في المجتمع ، ودراسـة ذلك على مسـتويين: مسـتوى التبنى عبر المؤسسـات، ثم مسـتوى التبنى الفردى، مع التركيز على دراسـة تأثير تعقد اسـتخدام هذه الوسـائل وملاءمتها على إمكانيـة تبنيهـا، مـع الأخذ فـى الاعتبـار العوامل التى تؤثـر على تبني المؤسسـات لهذه الوسـائل الجديـدة (٦) نظرية ثراء وسـائل الإعـلام Media Richness Theory والتي تسـتخدم لدراسـة معايير الاختيار بين الوسـائل الإعلامية والتكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتـي. وهـى تـرى أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تسـتخدم به الوسـيلة، وتركـز النظريـة بشـكل أكبـر علـى الأشـكال التفاعليـة للاتصال فـي اتجاهين بيـن القائم بالاتصال والجمهور المسـتقبل للرسـالة، وطبقاً لنظرية ثراء وسـائل الإعلام فإن الوسـائل الإعلاميـة التـي توفـر رجع صـدي تكون أكثر ثـراء، فكلما قل الغموض كلمـا كان الاتصال الفعـال أكثـر حدوثـاً. وتفترض النظرية أن وسـائل الإعلام لديها القـدرة على حل الغموض الـذي يواجـه الجمهـور وتقديـم تفسـيرات متنوعة وتسـهيل عملية الفهم علـى الجمهور المسـتقبل للرسـالة، فثـراء المعلومات هو العمليـة التي تقوم فيهـا المعلومات بتخفيض درجة الغموض، وإيجاد مسـاحة من المعاني المشـتركة باسـتخدام وسـيلة اتصالية معينة (٧) منظـور التفاعليـة الرمزيـة Symbolic Interactions Perspective وهـو يهتـم بالديناميات النفسـية الاجتماعية لتفاعل الأفراد في جماعات صغيرة ويركز على المفاهيم Definitions والمعانـي Meanings، والتـي وجـدت وتـم المحافظـة عليهـا مـن خلال التفاعل الرمزي بين الأفراد. ويرى أن هويتنا Our identity أو إحساسـنا بالذات يتشـكل مـن خـلال التفاعـل الاجتماعـي Social interaction كمـا يتشـكل مفهوم الـذات Self– Concept مـن خـلال كيفية تفاعـل الآخرين وعنونتهم لنا. وقد اسـتخدم هذا المنظور فى دراسـة الوجـود الاجتماعـي في المجتمع الافتراضـي، فالأفراد يتفاعلون مـن خلال القنوات الفضائيـة من خلال اسـتخدام المسلسـلات التركيـة المدبلجة. وهذه الوسـائل تمثل معاني ورموز لهم، فالمسـتخدمين يتصرفون في المجتمع الافتراضي من خلال ما تعنيه الأشـياء

لهم، ويتشكل لديهم ذوات إلكترونية من خلال التفاعل مع الآخرين. (العموش، ٢٠٠٩).

وتحاول الدراسة الاستفادة من كل من النماذج والنظريات السابقة فى قراءة ظاهرة المسلسلات التركية المدبلجة وطرق تعامل وتأثر الشباب بها وكيفية مشاهدتها ورؤيتهم لإيجابياتها وسلبياتها والعوامل المؤثرة على مشاهدتها والتجاوب معها.

الدراسات السابقة

١. دراسة جرين برج" و"وود» (١٩٩٩) Greenberg& Wood والتى هدفت الى التعرف على مشاهدي المسلسلات ومعرفة أهم دوافع المشاهدة لديهم.

وتوصلت الدراسة إلى أن المشاهدين هم من الأناث، الأقل تعليما، وذوي الدخل المنخفض، وأن من أهم دوافع المشاهدين المراهقين هي الهروب من الواقع ، والإثارة الاجتماعية.

٢. كشفت دراسة (١٩٨٩) AUSTIN إلى أن من بين أسباب مشاهدة المسلسلات بين طلاب الجامعة، الخيال الرومانسي، الترفيه والتفاعل الاجتماعي، وأن مفهوم الثقة بالنفس احتل مكانه عليه بين تلك الأسباب.

٣. وتوصلت دراسة وسام فاضل راضي، طالب عبد المجيد ذياب حول التعرض للمسلسلات التركية المدبلجة إلى رغبة المراهقين الشديدة في التعرض لتلك المسلسلات الدرامية وخاصة التركية بالمقارنة بالمسلسلات المصرية والعراقية، وأن من أسباب الإقبال على تلك المسلسلات التركية هي الأعجاب بالموديلات التي يتم تقديمها فى هذه المسلسلات وجمال المناظر السياحية، وإن أعربوا عن رفضهم لبعض القيم الثقافية التي تضمنت تلك المسلسلات ومنها الغدر والخيانة وقبول قيمة الحب بوصفها القيمة التي تنسجم معتلك الفئه العمرية، كما كان الإعجاب بنجوم المسلسلات – مرتبطا بشكل وثيق بكل من الوسامة والجمال.

٤. دراسة عبد الله حسين الصفار (٢٠١١) حول اتجاه الطلبة اتجاه الطلبة الجامعيين الكويتيين نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة، والتي هدفت إلى التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة في القنوات التلفزيونية العربية، والاشباعات التي تحققها ومن أهم نتائجها أن هناك اقبال للإناث للمشاهدة يفوق اقبال الذكور في مستوى المشاهدة، كما تبين ميل الشباب أكثر لتحقيق اشباع الهروب من الواقع.

٥. هدفت دراسة محمد سعيد الشامي (٢٠٠٩) إلى التعرف على مدى تعرض الشباب الجامعي اليمنى للمسلسلات المدبلجة ، وآرائهم فيها واتجاهاتهم حولها، والآثار المترتبة على تعرضهم إلى هذه المسلسلات وخلصت إلى أنمن أهم دوافع التعرض لهذه المسلسلات هي تحقيق التسلية والترفيه ومشاهدة ممثلاتها الجميلات . كما وجدت علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية وكثافته من ناحية وتعرضهم للمسلسلات المدبلجة من ناحية أخرى.

٦. هدفت دراسة عايش صباح (٢٠١٣) إلى التعرف على مدى تعرض الشباب الجزائري للمسلسلات المدبلجة التركية، وأسباب المشاهدة، واتجاهاتهم حولها، والآثار المترتبة على تعرضهم إلى هذه المسلسلات، وانتهت الدراسة إلى ارتفاع نسبة التعرض غير

١. المنتظم للمسلسلات المدبلجة، وللإناث اكبر من الذكور، وإلى أن من أهم دوافع مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة هى تحقيق التسلية والترفيه، والاعجاب بالممثلين في المسلسل، والهروب من الواقع.

٢. دراسة صابرين ابراهيم وربى عوض، عن اتجاهات طلبة جامعات غزة نحو مشاهدة المسلسلات الرمضانية المصرية في الفضائيات العربية والتى خلصت إلى أن نسبة ٨٥٪ هم من يشاهدون المسلسلات سواء بطريقة منتظمة أو غير منتظمة، وأن الدافع الأساسي لمتابعة المبحوثين لهذه المسلسلات هو معالجتها للقضايا الهامة بنسبة ٣٥,٥٪، وأن هناك نسبة ٣٢,٩٪ يتابعون المسلسلات فقط لدافع التسلية والترفية، وأن نسبة ١٤,٨٪ لا يشاهدون هذه المسلسلات بسبب مشاهدها المحرمة. وذكرت الدراسة أن ما احتوته المسلسلات من قيم أثرت على المبحوثين بنسبة ٧٩,١٪ سواءً كان التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر.

٣. دراسة سامى جاد الله (٢٠٠٢) عن اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة برامج المسابقات في القنوات الفضائية العربية وتتمثل المشكلة في معرفة اتجاهات جمهور محافظة الوسطى نحو برامج المسابقات في الفضائيات العربية وكيف ينظرون إليها، ومدى مشاهدته لها وإقباله عليها، ودافعه نحوها وتأثيرها وصورته الذهنية عنها، وخلصت إلى أن برامج المسابقات ذات طابع ترفيهي بالدرجة الأولى حيث أن ٤١,٤٪ من أفراد العينة يكون تفاعلهم مع البرامج هو الضحك والمشاهدة فقط، وأن نسبة ٣٤,٦٪ تفاعلهم وجداني، وأن ٢٤٪ تفاعلهم مع البرامج جدي حيث يقومون بالبحث والمناقشة والاستفسار عن الأسئلة الصعبة المطروحة ،وهو ما يشير إلى أن برامج المسابقات تنظر إلى الترفيه نظرة سطحية من منظور محدود جدا بمعنى أنه نشاط ذو هدف عاجل وليس نشاط من الممكن أن يؤثر في التكوين الثقافي للفرد . كما خلصت إلى أن ٦٦٪ من أفراد العينة يفضلون أن تتناول برامج المسابقات مضامين متنوعة في كافة المجالات وأن نسبة ٢٥,٩٪ يرون أن تكون هناك برامج متخصصة للمسابقات في فرع معين.

٤. أوضحت دراسة ابتسام محمد، وهدى جواد (٢٠١١) عن اتجاهات طلبة الجامعة الإسلامية نحو مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة في الفضائيات العربية، أن قناة mbc٤ هي الأكثر مشاهدة من المبحوثين وذلك بنسبة ٥٩,٥ ٪ وذلك لكثرة المسلسلات التركية التي تعرضها ولمواكبتها كل جديد من هذه المسلسلات. كما بينت الدراسة أن الدافع الأساسي لمشاهدة هذه المسلسلات هو دافع الترفيه والتسلية وذلك بنسبة ٥٩,٥ ٪، مما يبين عدم اهتمام المبحوثين بما تعرضه المسلسلات من مضمون سواء كان سيء أم جيد ، والتعامل معها مثل التعامل مع البرامج الترفيهية، وهنا تكمن الخطورة حيث الدافع الأساسي للمشاهدة هو الترفيه والتسلية ولكن قوة ما تعرضه هذه المسلسلات له الأثر التدريجي والسريع على المشاهدين.

وأوضحت الدراسة أن القضايا المفضلة عند المبحوثين في المسلسلات التركية هي قضايا الدفاع عن الوطن بنسبة ٥٢,٤ ٪ تليها في المركز الثاني قضايا الحب والرومانسية بنسبة ٣٩,٧٪ ، وهذه القضايا هي أكثر القضايا التي تركز عليها المسلسلات التركية إلا أن قضايا الحب طغت على قضايا الدفاع عن الوطن ، ونتيجة للنسبة العالية التي تفضل قضايا الدفاع

عن الوطن فهذا يعتبر مؤشر على رغبة المشاهدين بمثل هذه القضايا أكثر من غيرها، وكان سبب تفضيل قضايا الدفاع عن الوطن عن غيرها عند المبحوثين هو أنها تمثل واقع وخصوصية يعيشها الشعب الفلسطيني وذلك بنسبة ٦٠,٣٪. كما أوضحت الدراسة أن نسبة الذين تأثروا بالقيم المتضمنة في المسلسلات التركية سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة ٨٣,٣٪، وأن التأثر بالقيم الإيجابية كان أكثر منه بالسلبية ، لكن على أرض الواقع كان الظاهر هو التأثر بالقيم السلبية أكثر من الإيجابية ، وربما تحرج كثير من المبحوثين في الإفصاح عن تأثرهم بالقيم السلبية مما قلل من مصداقية النتائج. وبينت الدراسة أن نسبة الذين يرون أن المسلسلات التركية تؤثر على سلوك الشباب سواء بصورة دائمة أو إلى حد ما ٩٥,٢ ٪ ومن هذه السلوكيات الملبس والمظهر والمأكل والحركات والألفاظ والفراغ العاطفي، وهذا يدل على شدة تأثير المسلسلات التركية على فكر وسلوك الشباب على حد السواء، بسبب مخاطبتها لغرائزهم وكل ما يخص حياتهم بجزئياتها الدقيقة.

٥. خلصت دراسة سارة الضوى (٢٠١٦) عن أثر التعرض للمسلسلات التركية فى الفضائيات العربية على إدراك الواقع الاجتماعى للمرأة الصعيدية، إلى تفضيل عينة الدراسة متابعة (المسلسلات التركية) بنسبة ٨٦٪، ثم جاءت فى المرتبة الثانية متابعة المرأة الصعيدية للمسلسلات الهندية بنسبة ١١,٣٪، حيث جاء فى المقدمة (المسلسلات الاجتماعية) بنسبة ٧٥,٤٪، باعتبارها الأقرب إلى احتياجات المرأة الصعيدية و ٩٨,٣٪ من نساء الصعيد اللائى يشاهدن المسلسلات التركية أكدن استفادتهن من مشاهدة المسلسلات التركية فى معرفة كيفية مواجهة مواقف فى الواقع تعرضن لها أو إحدى صديقاتهن فى حين أن نسبة ١,٧٪ من العينة أعربت عن عدم الاستفادة من مشاهدتهن لهذه المسلسلات فى مواجهة الواقع، وأكدت نسبة ٧٥,٤٪ من عينة الدراسة تعلمهن أشياء لا يمكن تعلمها فى الحياة الحقيقة من خلال مشاهدة المسلسلات التركية، فى حين وافق ٧٥,٤٪ من العينة على تعلمهن كيفية التعامل مع أزواجهن، كما أكدت نسبة ٧٤٪ أنها استفدن من تجارب وخبرات أبطال المسلسلات فى حياتهن الخاصة. كما أظهرت الدراسة أن الاعتماد على اللهجة السورية فى دوبلاج المسلسلات التركية يعد أحد أهم عناصر الجذب للمشاهدة، فهى محببة للأذن، حيث أشارت الدراسة إلى أن المرأة الصعيدية تأثرت باللهجة السورية فى المرتبة الثالثة بنسبة ٤٨,٣٪..

٦. خلصت دراسة الديب، محمود عبد المنعم محمود (٢٠١٢) عن استخدامات المراهقين للدراما التركية في القنوات الفضائية والاشباعات المتحققة إلى ارتفاع مشاهدة المبحوثين (الذكور والإناث) لهذه المسلسلات، وأن الإناث تفضل المسلسلات الرومانسية أكثر من الذكور ، ولم تجد علاقة دالة إحصائياً بين محل إقامة المبحوثين (الريف والحضر) ومعدل متابعتهم للمسلسلات التركية، وجاء (تجمع الأسرة للمشاهدة) في مقدمة أسباب تفضيل المبحوثين مشاهدة المسلسلات التركية ، كما وجدت فروق دالة إحصائية بين (الذكور والإناث) في دوافع مشاهدتهم للدراما التركية، وفى مقدتها جاءت (الاستفادة من تجارب الآخرين)، ثم (الإثارة والتشويق) في المرتبة الثانية، ثم (اكتساب معلومات) في المرتبة الثالثة، و(الشعور بالسعادة والمتعة) في المرتبة الرابعة، (توسع مداركك وآفاقك) في المرتبة الخامسة، ثم(الشعور بالاسترخاء والراحة) في المرتبة السادسة، و(التخلص من الإحساس بالوحدة) في المرتبة السابعة, وأخيراً (تزداد قدرتك على حل

١. المشكلات). وجاءت (الدراما التركية تعرض أحداثاً تتنافى مع العادات والتقاليد) في مقدمة أسباب عدم مشاهدة المبحوثين للدراما التركية بنسبة ٨٧,٢٪، ثم (لا تجذبني موضوعاها ولا أهتم بالقضايا التي تثيرها) في المرتبة الثانية بنسبة ٤٣,٦٪، وأخيراً (ليس لدى وقت لمشاهدتها) بنسبة ١٢,٨٪.

الإفادة من الدراسات السابقة

- أتضح أن معظم الدراسات السابقة تمت فى مجتمعات مغايرة للمجتمع الإماراتى وعلى فئات متنوعة، وقلة منها أجريت على الشباب، وخاصة طلبة الجامعة والمتخصصين فى مجال الإعلام.
- تباينت الدراسات السابقة فى تحديد العوامل المؤثرة فى تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء المسلسلات التركية المدبلجة
- تباينت الدراسات السابقة فى تحديد أسباب تعرض الجمهور للمسلسلات التركية المدبلجة
- تباينت الدراسات السابقة فى تحديد تاثيرات المسلسلات التركية المدبلجة على الجمهور

وهو ما يعنى ضرورة إجراء دراسات محلية تستكشف تأثير مثل هذه المسلسلات على الجمهور الإماراتى وخاصة الشباب.

تساؤلات الدراسة

١. ما عادات وأنماط استخدام الشباب للمسلسلات التركية المدبلجة ؟

٢. ما هي الأوقات التي يفضل فيها الشباب الجامعي مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة؟

٣. ما متوسط عدد ساعات تعرض الشباب الجامعي للمسلسلات التركية المدبلجة؟

٤. القنوات الفضائية التي يحرص الشباب الجامعي على التعرض لها لمشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة

٥. ما هي أسباب مشاهدة المسلسلات التركية من قبل الشباب الجامعي؟

٦. ماالإشباعات التي يحققها الشباب من استخداماتهم لهذه الوسائط؟

٧. ما دوافع تعرض الشباب الجامعي للمسلسلات التركية المدبلجة عبر القنوات الفائية العربية

٨. ما متوسط عدد المسلسلات التركية التي يشاهدها الشباب الجامعي؟

٩. ما هي المسلسلات التركية المفضلة لدى الشباب الجامعي؟

١٠. ما اتجاهات الشباب الجامعي إزاء المسلسلات المدبلجة؟

١١. ما الآثار المترتبة على تعرض الشباب للمسلسلات المدبلجة؟

نوع الدراسة ومنهجها

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع البيانات الخاصة باستخدام

طلبة الإعلام – عينة الدراسة – المسلسلات التركية المدبجة عبر القنوات الفضائية العربية، والاشباعات المتحققة، بجانب دراسة بعض المتغيرات المتعلقة بالاستخدام مثل النوع والحالة الاجتماعية والمرحلة التعليمية وغيرها. وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح باعتباره جهداً علمياً منظماً يستخدم للحصول على معلومات أو أوصاف عن ظاهرة المسلسلات التركية المدبلجة وتصورات الشباب الإماراتى عنها.

مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية –طبقا لأهداف الدراسة فى طلبة وطالبات قسم الاتصال الجماهيري بكلية الاتصال بجامعة الشارقة خلال العام ٢٠١٧–٢٠١٨ باعتبار أن هؤلاء الطلاب يمثلون عينة من مجتمع الإمارات من ناحية، كما يمثلون فئة الشباب المستهدفة من البحث، كما يفترض أن يكونوا أكثر اهتماماً بمتابعة باستخدام المسلسلات التركية المدبلجة بحكم تخصصهم من ناحية أخرى.

وإرتأى الباحثان أن يستخدما العينة العمدية Purposive sample ، حيث تم إختيار هذا النوع من العينات حالات تمثل المجتمع في الجانب الذي يتناوله البحث ، وطبقاها على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة طلبة كلية الإعلام فى جامعة الشارقة.

أداة جمع البيانات

- تستخدم هذه الدراسة صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد تضمنت الجوانب المختلفة التي تسعى الدراسة إلى التعرف عليها وفقاً لأهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها، وقد تضمنت صحيفة الاستبيان محورين هما:
- المحور الأول التعرض للمسلسلات التركية المدبلجة التعرض لها
- المحور الثاني: أكثر القنوات الفضائية من حيث التعرض والوسائل المستخدمة
- المحور الثالث: أسباب استخدام المسلسلات االتركية المدبلجة و والاشباعات المتحققة
- المحور الرابع: أكثر أكثر القنوات افضائية استخداما لمشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة.

اختبار الصدق والثبات

للتأكد من صحة استمارة الاستبيان وصلاحيتها للتطبيق ، ومدى تمثيلها لأغراض الدراسة ، تم عرضها على عدد من الأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام ، وإجراء التعديلات اللازمة ، وفي ضوء توجيهاتهم تم تعديل صياغة بعض الأسئلة ، وإضافة البعض الآخر ، بالإضافة إلى قيام الباحثين بإجراء اختبار قبلي على عينة ١٠٪ من المبحوثين ، ترتب عليه إعادة صياغة عدد من العبارات لتكون أكثر ملاءمة للمبحوثين ، وبذلك تحقق الصدق الظاهري للبيانات.

وللتأكد من ثبات البيانات استخدم الباحثان أسلوب إعادة الاختبار Test– Re– Test ، حيث قام الباحثان بإعادة تطبيق ٢٠ استمارة بما يعادل ١٠٪ من العينة، وبلغت نسبة الثبات ٩٤.، وهي نسبة تدل على وضوح الاستمارة ، والثقة في صلاحيتها للتطبيق النهائي، ومن ثم تم تطبيق هذه الاستمارة خلال شهور يونيو ويوليو ٢٠١٧.

المعالجة الإحصائية للبيانات

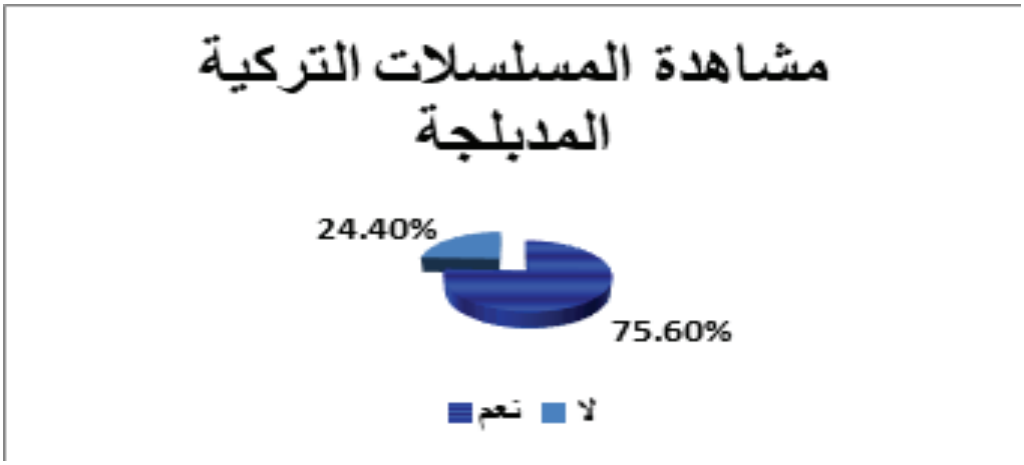
تم معالجة البيانات إحصائياً باستخدام الحاسب الآلي من خلال برنامج التحليل الإحصائي في العلوم الاجتماعية SPSS، وتم تطبيق المعاملات الإحصائية التالية: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، الوزن المئوي، اختبار T- Test، اختبار F- test ومعامل ارتباط بيرسون.

التعريفات الاجرائية

- المسلسلات التركية المدبلجة: هي عبارة عن دراما ذات حلقات طويلة مقارنة بالمسلسلات العربية، تتناول قضايا عاطفية واجتماعية، يقوم بإنتاجها وتمثيلها أتراك، ويقوم ممثلين عرب بدبلجتها (أي مطابقة الشفاه بين اللغة التركية في المسلسل واللغة المراد الترجمة بها، سواء باللهجة السورية، أو الأردنية أو غيرها من اللهجات، لتقديمها للجمهور).
- المسلسل المدبلج إلى العربية يعرف على أنَّه كل مسلسل يقوم بتمثيله مجموعة من الممثِّلين غير العرب، وبغير اللُّغة العربية، ويأتي من يترجم كلامهم صوتيًّا؛ حتى يخيَّل للمُشاهِد أن الممثِّل الأصلي هو من يتحدَّث، وقد تكون الترجمة حرفية فقط بإدراج العبارة المناسبة للحديث مكتوبة في شريط أسفل الشَّاشة.
- الشباب: إن مفهوم الشباب في هذه الدراسة هو تلك الفئة العمرية الممتدة من ١٧-٢٦ سنة.

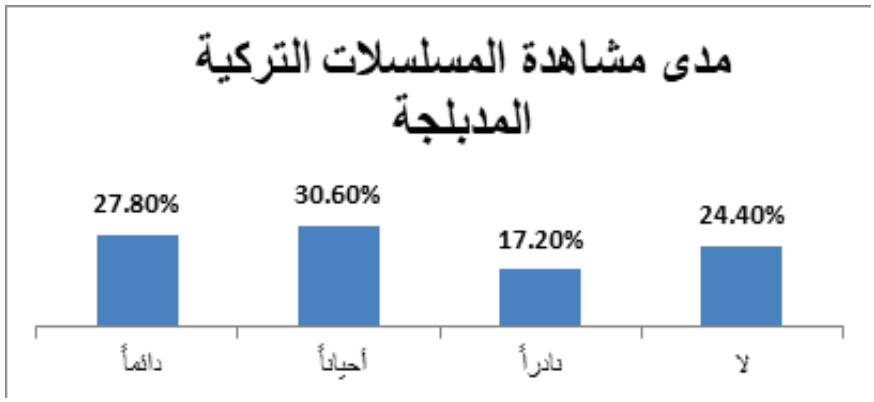
مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة

رسم بياني (١) يبين توزيع العينة حسب مشاهدتها للمسلسلات التركية المدبلجة.



يوضح الشكل البياني السابق توزيع أفراد الدراسة من حيث مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة، وقد اتضح أن أكثر بقليل من ثلاثة أرباع أفراد الدراسة يشاهد المسلسلات التركية المدبلجة بنسبة بلغت ٧٥,٦٠٪، وأن ٢٤,٤٠٪ لايشاهدها. ويتبين من ذلك مدى شغف الجمهور الإماراتى بمشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة.

رسم بياني (٢) يبين مدى مشاهدة العينة للمسلسلات التركية المدبلجة



- يوضح الشكل البياني السابق مدى مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجةعن أفراد الدراسة، وقد اتضح أن ٣٠,٦٠٪ من أفراد الدراسة يشاهد المسلسلات التركية المدبلجة أحياناً ويشاهد دائماً بنسبة ٢٧,٨٠٪، ويشاهد نادراً بنسبة ١٧,٢٠٪ و ٢٤,٤٠ لا يشاهدوها على الإطلاق. وهذا يدل على أن العينة تفضل المشاهدة أحياناً وهذا يعود لانشغال العينة بأمور أخرى في حياتهم أهم من المشاهدة الدائمة للمسلسلات التركية المدبلجة وهي أيضاً نسبة لاباس بها

جدول (٢) يبين القنوات الفضائية التي تشاهد منها العينة المسلسلات التركية المدبلجة:

القنات	دائماً		أحياناً		نادراً		لا		اجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
قناة mbc دراما	62	41.9%	26	17.6%	19	12.8%	41	27.7%	148	100.0%
قناة أبو ظبي دراما	42	30.9%	15	11.0%	17	12.5%	62	45.6%	136	100.0%
قناة الشارقة الفضائية	30	24.0%	9	7.2%	15	12.0%	71	56.8%	125	100.0%
قناة دبي الفضائية	21	18.4%	12	10.5%	17	14.9%	64	56.1%	114	100.0%
قناة عجمان الفضائية	4	3.7%	15	14.0%	17	15.9%	71	66.4%	107	100.0%
Mbc	25	22.3%	29	25.9%	15	13.4%	43	38.4%	112	100.0%
Osn ياهلا 100	36	26.5%	16	11.8%	17	12.5%	67	49.3%	136	100.0%
Osn ياهلا 107	42	29.4%	14	9.8%	17	11.9%	70	49.0%	143	100.0%
Osn ياهلا ١٠١	44	30.6%	12	8.3%	18	12.5%	70	48.6%	144	100.0%
Mbc 4	50	36.2%	19	13.8%	25	18.1%	44	31.9%	138	100.0%
Mbc 1	36	30.3%	16	13.4%	26	21.8%	41	34.5%	119	100.0%

- يتضح من الجدول السابق أن القنوات الفضائية التي يشاهد من خلالها أفراد الدراسة المسلسلات التركية المدبلجة كانت كما يلي:أكثر القنوات الفضائية اقبلا من العينة لمشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة دائماً mbc دراما بنسبة ٤٩,٩٪ واحتلت

- المركز الأول ويليها Mbc ٤ بنسبة ٣٦,٢٪ واحتلت المركز الثاني، واما قناة ابوظبي دراما وقناة osn ياهلا و mbc ١ فقد نالت كل منها نسب متقاربة تراوحت مابين ٣٠,٣٪ و ٣٠,٩٪ واحتلت المركز الثالث، أما باقي اقنوات فقد نالت نسب أقل من السابقة. وهذا يدل على مدى تلبية تلك القنوات لرغبة الجمهور الإماراتى.

جدول (٣) يبين عدد الساعات التي يقضيها أفراد الدراسة في مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة في القنوات الفضائية

عدد الساعات	ك	٪
من ساعة إلى ساعتين	77	42.8
من ثلاث إلى أربع ساعات	53	29.4
من خمس إلى ستة ساعات	6	3.3
من ستة ساعات فاكثر	٠	٠,٠
لم يجب	44	24.4
اجمالى	180	100.0

- يتضح من الجدول السابق أن عدد الساعات التي يقضيها ما يقرب من نصف أفراد الدراسة في مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة في القنوات الفضائية من ساعة إلى ساعتين بنسبة ٤٢,٨٪ يليها من ثلاث إلى أربع ساعات بنسبة ٢٩,٤٪، ثم من خمس إلى ستة ساعات بنسبة ٣,٣٪. وتتطابق نتيجة هذه الدراسة مع دراسات قامت بها الباحثه على القنوات الفضائية ومنها دراسة عن تقويم أداء القائم في القنوات الفضائية ٢٠١٥، ودراسة عن استخدامات الشباب الإماراتى للقنوات الفضائية في زمن المكاشفة عام ٢٠١٤.

جدول (٤) يبين دوافع تعرض أفراد الدراسة للمسلسلات التركية المدبلجة في القنوات الفضائية

الدوافع	ك	٪
تميزها وجدتها	64	47.8%
لأن أهلي وأصدقائي يشاهدون تلك المسلسلات	62	46.3%
معالجتها لمشكلات تتشابه مع مشكلاتنا	33	24.6%
تناولها موضوعات تهم الأسرة والمجتمع	34	25.4%
الإعجاب بممثلي المسلسل	48	35.8%
إخراجها وتكنيكاتها الفنية	20	14.9%
التسلية وقضاء وقت الفراغ	88	65.7%
الإعجاب بديكور المسلسل	35	26.1%
الهروب من الواقع	55	41.0%
تتضمن معلومات ثقافية متجددة	32	23.9%
معجب بالثقافة التركية	34	25.4%
رداءة المسلسلات العربية	20	14.9%

يتضح من الجدول السابق دوافع تعرض أفراد الدراسة للمسلسلات التركية المدبلجة في القنوات الفضائية جاءت على الترتيب التالي: التسلية وقضاء وقت الفراغ حيث بلغت النسبة ٦٥,٧٪ ونالت المركز الأول ويليها تميزها وجدتها بنسبة ٤٧,٨٪ ونالت المركز الثاني وجاء لأن أهلي وأصدقائي يشاهدون تلك المسلسلات بنسبة ٤٦,٣٪ وحتلت المركز الثالث , بينما جاء الهروب من الواقع في المركز الرابع بنسبة ٤١,٠٪ , اما باقي النسب جاءت أقل فتراوحت مابين ٣٥,٨٪, و١٤,٩٪. وتشابهت هذه النسب مع بحوث أخرى قامت بها الباحثة فوزية آل علي ومنها دراسة عن تقويم أداء القائم في القنوات الفضائية ٢٠١٥، ودراسة عن استخدامات

الشباب الإماراتى للقنوات الفضائية في زمن المكاشفة عام ٢٠١٤.

جدول (٥) يبين المسلسلات التركية المدبلجة التي يفضل مشاهدتها أفراد الدراسة في القنوات الفضائية

إسم المسلسل	ك	٪
فاطمة	35	27.6%
على مر الزمان	37	29.1%
دموع الورد	31	24.4%
وادي الذئاب	36	28.3%
العشق الممنوع	48	37.8%
الأرض الطيبة	21	16.5%
حريم السلطان	66	52.0%
السلطانة قسم	51	40.2%
عشق ودموع	29	22.8%
أخرى	19	15.0%

يتضح من الجدول السابق أن المسلسلات التركية المدبلجة التي يفضل مشاهدتها أفراد الدراسة في القنوات الفضائية جاءت على الترتيب التالي: حريم السلطان بنسبة ٥٢,٠٪ ونال المركز الأول ,يليه السلطانة قسم بنسبة٤٠,٢٪ ونال المركز الثاني ,وأما العشق الممنوع فقد نال ٣٧,٨٪ واحتل المركز الثالث ,أما باقي المسلسلات فقد تراوحت نسبتها مابين ١٥,٢٤٪ وهي على التوالي على مر الزمان ، ووادى الذئاب، و فاطمة وعشق دموع،، و الورد الأرض الطيبة. وهو ما يدل مدى اهتمام الجمهور الإماراتى بالإحداث التاريخية الاسلامية في تلك الفترة وهي حريم السلطان والسلطانة قسم,أما بالنسبة لإقبالهم على مسلسل العشق الممنوع فهي مجرد فضول لمعرفة مايحتويه ذلك المسلسل ولقد ابهرتهم الديكورات والموضة التي عرضت فيه وأيضا عن موضوع الخيانة العائليه.

جدول (٦) الجوانب الإيجابية للمسلسلات التركية المدبلجة في القنوات الفضائية

الجوانب الإيجابية	النوع	إلى حد كبير جداً ك	٪	إلى حد كبير ك	٪	إلى حد ما ك	٪	بدرجة محدودة ك	٪	بدرجة محدودة جداً ك	٪	اجمالى ك	٪	Chi-Square	P Value
مناقشة القضايا الأسرية	ذكر	23	19.2%	5	4.2%	9	7.5%	1	.8%	4	3.3%	42	35.0%	19.136	.001
	انثى	15	12.5%	13	10.8%	30	25.0%	14	11.7%	6	5.0%	78	65.0%		
	اجمالى	38	31.7%	18	15.0%	39	32.5%	15	12.5%	10	8.3%	120	100.0%		

تقرب بين اللهجات المحلية	ذكر	16	13.4%	زيادة معارف ومعلومات الجمهور عن عادات المجتمع التركي	ذكر	22	18.5%	تبر أهم المعالم السياحية في تركيا	ذكر	22	18.5%	تهتم بنشر ثقافة مجتمعات تتشابه معنا	ذكر	19	16.0%
	أنثى	24	20.2%		أنثى	31	26.1%		أنثى	31	26.1%		أنثى	12	10.1%
	اجمالى	40	33.6%		اجمالى	53	44.5%		اجمالى	53	44.5%		اجمالى	31	26.1%
	ذكر	1	.8%		ذكر	0	.0%		ذكر	9	7.6%		ذكر	9	7.6%
	أنثى	7	5.9%		أنثى	4	3.4%		أنثى	17	14.3%		أنثى	10	8.4%
	اجمالى	8	6.7%		اجمالى	4	3.4%		اجمالى	26	21.8%		اجمالى	19	16.0%
	ذكر	15	12.6%		ذكر	9	7.6%		ذكر	8	6.7%		ذكر	8	6.7%
	أنثى	23	19.3%		أنثى	17	14.3%		أنثى	22	18.5%		أنثى	32	26.9%
	اجمالى	38	31.9%		اجمالى	26	21.8%		اجمالى	30	25.2%		اجمالى	40	33.6%
	ذكر	6	5.0%		ذكر	8	6.7%		ذكر	8	6.7%		ذكر	4	3.4%
	أنثى	21	17.6%		أنثى	22	18.5%		أنثى	22	18.5%		أنثى	14	11.8%
	اجمالى	27	22.7%		اجمالى	30	25.2%		اجمالى	30	25.2%		اجمالى	18	15.1%
	ذكر	3	2.5%		ذكر	3	2.5%		ذكر	3	2.5%		ذكر	2	1.7%
	أنثى	3	2.5%		أنثى	3	2.5%		أنثى	3	2.5%		أنثى	9	7.6%
	اجمالى	6	5.0%		اجمالى	6	5.0%		اجمالى	6	5.0%		اجمالى	11	9.2%
	ذكر	41	34.5%		ذكر	42	35.3%		ذكر	42	35.3%		ذكر	42	35.3%
	أنثى	78	65.5%		أنثى	77	64.7%		أنثى	77	64.7%		أنثى	77	64.7%
	اجمالى	119	100.0%		اجمالى	119	100.0%		اجمالى	119	100.0%		اجمالى	119	100.0%
			7.296				5.107				4.630				17.241
			.121				.276				.327				.002

الحبكة الدرامية المميزة لقصصها	اجمالى	33	27.5%	44	36.7%	32	26.7%	8	6.7%	3	2.5%	120	100.0%	4.470	.346
	أنثى	21	17.5%	26	21.7%	23	19.2%	7	5.8%	1	.8%	78	65.0%		
	ذكر	12	10.0%	18	15.0%	9	7.5%	1	.8%	2	1.7%	42	35.0%		
جودة إنتاجها وإخراجها	اجمالى	37	30.8%	36	30.0%	36	30.0%	6	5.0%	5	4.2%	120	100.0%	7.244	.124
	أنثى	26	21.7%	18	15.0%	28	23.3%	3	2.5%	3	2.5%	78	65.0%		
	ذكر	11	9.2%	18	15.0%	8	6.7%	3	2.5%	2	1.7%	42	35.0%		
مبهجة وممتعة	اجمالى	34	28.6%	41	34.5%	29	24.4%	10	8.4%	5	4.2%	119	100.0%	6.501	.165
	أنثى	25	21.0%	22	18.5%	21	17.6%	8	6.7%	2	1.7%	78	65.5%		
	ذكر	9	7.6%	19	16.0%	8	6.7%	2	1.7%	3	2.5%	41	34.5%		

يوضح الجدول السابق ما ياتي:

- **أن الجوانب الإيجابية للمسلسلات التركية المدبلجة جاءت بنسب متساوية، فبالنسبه للجوانب الايجابية جاءت على التوالى أنها تبرز أهم المعالم السياحية في تركيا، تزيد معارف ومعلومات الجمهور عن عادات المجتمع التركي، تتصف بالحبكة الدرامية المميزة لقصصها، وتعد مسلسلات مبهجة وممتعة,جودة إنتاجها وإخراجها، وتناقش القضايا الأسرية، وتهتم بنشر ثقافة مجتمعات تتشابه معنا حيث نال كل منها على التوالي ٣٥,٣٪للذكور.٧٪للإناث , ٣٥,٣٪للذكور و٦٤,٧٪ للاناث , ٣٥,٠٪للذكور و٦٥,٠٪للإناث , ٣٤,٥٪للذكور و٦٥,٥٪ للإناث, ٣٥,٠٪للذكور و٦٥,٠٪ للإناث , ٣٥,٠٪للذكور و٦٥,٠٪, للإناث٣٥,٣٪للذكور و٥٦,٥٪ للاناث.**
- **ولدراسة الفروق الإحصائية بين الذكور والاناث نحو اتجاههم للجوانب الايجابية في القنوات الفضائية، أتضح أن القول بأن هذه المسلسلات تناقش القضايا الأسرية كجانب من الجوانب الإيجابية للمسلسلات التركية المدبلجة تأثر بمتغير النوع لدى أفراد الدراسة حيث بلغت قيمة Chi-Square ١٩,١٣٦ و P Value ٠,٠٠١ وهي أقل من ٠,٠٥. , وبالنسبة لاهتمام المسلسلات التركية المدبلجة بنشر ثقافة مجتمعات تتشابه معنا كجانب من الجوانب الإيجابية تأثر أيضاً بمتغير النوع لدى أفراد الدراسة حيث بلغت قيمة Chi-Square ١٧,٢٤١ و P Value ٠,٠٠٢ وهي أقل من ٠,٠٥.**

جدول (٧) يبين أبرز سلبيات المسلسلات التركية المدبلجة في القنوات الفضائية

السلبيات	النوع	إلى حد كبير جداً ك	٪	إلى حد كبير ك	٪	إلى حد ما ك	٪	بدرجة محدودة ك	٪	بدرجة محدودة جداً ك	٪	اجمالى ك	٪	Chi-Square	P Value
تطرح موضوعات لاتتفق مع التقاليد المحلية	ذكر	24	19.5%	8	6.5%	7	5.7%	1	.8%	3	2.4%	43	35.0%	8.222	.084
	أنثى	25	20.3%	19	15.4%	26	21.1%	5	4.1%	5	4.1%	80	65.0%		
	اجمالى	49	39.8%	27	22.0%	33	26.8%	6	4.9%	8	6.5%	123	100.0%		
تروج لأفكار غربية وغريبة عن المجتمع	ذكر	23	18.7%	7	5.7%	8	6.5%	2	1.6%	3	2.4%	43	35.0%	12.486	.014
	أنثى	19	15.4%	19	15.4%	24	19.5%	13	10.6%	5	4.1%	80	65.0%		
	اجمالى	42	34.1%	26	21.1%	32	26.0%	15	12.2%	8	6.5%	123	100.0%		
تهتم بالترفية والتسلية أكثر من الموضوعات الجادة	ذكر	23	18.9%	8	6.6%	6	4.9%	3	2.5%	3	2.5%	43	35.2%	12.198	.016
	أنثى	22	18.0%	10	8.2%	29	23.8%	12	9.8%	6	4.9%	79	64.8%		
	اجمالى	45	36.9%	18	14.8%	35	28.7%	15	12.3%	9	7.4%	122	100.0%		
تساعد في طمس الهوية الوطنية المحلية	ذكر	19	15.8%	9	7.5%	5	4.2%	3	2.5%	6	5.0%	42	35.0%	16.276	.003
	أنثى	16	13.3%	12	10.0%	27	22.5%	17	14.2%	6	5.0%	78	65.0%		
	اجمالى	35	29.2%	21	17.5%	32	26.7%	20	16.7%	12	10.0%	120	100.0%		
تغرس أنماط سلوكية غريبة في المجتمع	ذكر	13	10.8%	13	10.8%	6	5.0%	7	5.8%	3	2.5%	42	35.0%	7.024	.135
	أنثى	14	11.7%	19	15.8%	26	21.7%	10	8.3%	9	7.5%	78	65.0%		
	اجمالى	27	22.5%	32	26.7%	32	26.7%	17	14.2%	12	10.0%	120	100.0%		
تشوه صورة فئات متعددة في المجتمع كالمرأة والشباب	ذكر	11	9.1%	16	13.2%	7	5.8%	4	3.3%	4	3.3%	42	34.7%	8.919	.063
	أنثى	10	8.3%	19	15.7%	24	19.8%	16	13.2%	10	8.3%	79	65.3%		
	اجمالى	21	17.4%	35	28.9%	31	25.6%	20	16.5%	14	11.6%	121	100.0%		
تدعو إلى إقامة علاقات غير شرعية	ذكر	12	9.8%	12	9.8%	11	9.0%	6	4.9%	2	1.6%	43	35.2%	3.000	.558
	أنثى	14	11.5%	21	17.2%	24	19.7%	11	9.0%	9	7.4%	79	64.8%		
	اجمالى	26	21.3%	33	27.0%	35	28.7%	17	13.9%	11	9.0%	122	100.0%		
تشجع على الخيانة الزوجية	ذكر	10	8.5%	17	14.4%	6	5.1%	6	5.1%	3	2.5%	42	35.6%	5.004	.287
	أنثى	13	11.0%	21	17.8%	21	17.8%	11	9.3%	10	8.5%	76	64.4%		
	اجمالى	23	19.5%	38	32.2%	27	22.9%	17	14.4%	13	11.0%	118	100.0%		
تروج لأفكار وآراء لاتتفق مع القيم الإسلامية	ذكر	12	9.8%	12	9.8%	11	9.0%	5	4.1%	3	2.5%	43	35.2%	1.034	.905
	أنثى	16	13.1%	24	19.7%	24	19.7%	10	8.2%	5	4.1%	79	64.8%		
	اجمالى	28	23.0%	36	29.5%	35	28.7%	15	12.3%	8	6.6%	122	100.0%		
تهتم بعرض الأزياء	ذكر	11	9.1%	12	9.9%	11	9.1%	3	2.5%	5	4.1%	42	34.7%	2.592	.628
	أنثى	23	19.0%	19	15.7%	27	22.3%	6	5.0%	4	3.3%	79	65.3%		
	اجمالى	34	28.1%	31	25.6%	38	31.4%	9	7.4%	9	7.4%	121	100.0%		
تتسبب في حدوث مشكلات عائلية في المجتمعات العربية	ذكر	10	8.3%	15	12.5%	10	8.3%	3	2.5%	4	3.3%	42	35.0%	3.147	.534
	أنثى	15	12.5%	19	15.8%	25	20.8%	6	5.0%	13	10.8%	78	65.0%		
	اجمالى	25	20.8%	34	28.3%	35	29.2%	9	7.5%	17	14.2%	120	100.0%		

استخدامها للهجات لاتتفق مع اللغة العربية الفصحى	ذكر	11	9.1%	11	9.1%	12	9.9%	5	4.1%	4	3.3%	43	35.5%	2.383	.666
	أنثى	15	12.4%	17	14.0%	29	24.0%	6	5.0%	11	9.1%	78	64.5%		
	اجمالى	26	21.5%	28	23.1%	41	33.9%	11	9.1%	15	12.4%	121	100.0%		
تغري المراهقين بنماذج وأفكار غير سوية	ذكر	13	10.8%	14	11.7%	9	7.5%	4	3.3%	2	1.7%	42	35.0%	3.059	.548
	أنثى	19	15.8%	20	16.7%	27	22.5%	6	5.0%	6	5.0%	78	65.0%		
	اجمالى	32	26.7%	34	28.3%	36	30.0%	10	8.3%	8	6.7%	120	100.0%		
تمثل غزواً ثقافياً لمجتمعاتنا	ذكر	11	9.2%	12	10.1%	12	10.1%	5	4.2%	3	2.5%	43	36.1%	.885	.927
	أنثى	16	13.4%	19	16.0%	27	22.7%	8	6.7%	6	5.0%	76	63.9%		
	اجمالى	27	22.7%	31	26.1%	39	32.8%	13	10.9%	9	7.6%	119	100.0%		
تروج لمنتجات لاتتفق مع مصالحنا	ذكر	12	9.9%	11	9.1%	10	8.3%	7	5.8%	3	2.5%	43	35.5%	9.668	.046
	أنثى	7	5.8%	20	16.5%	31	25.6%	10	8.3%	10	8.3%	78	64.5%		
	اجمالى	19	15.7%	31	25.6%	41	33.9%	17	14.0%	13	10.7%	121	100.0%		
تهون من أمور الخيانة والإجرام	ذكر	12	10.0%	13	10.8%	7	5.8%	6	5.0%	4	3.3%	42	35.0%	3.596	.463
	أنثى	14	11.7%	20	16.7%	22	18.3%	15	12.5%	7	5.8%	78	65.0%		
	اجمالى	26	21.7%	33	27.5%	29	24.2%	21	17.5%	11	9.2%	120	100.0%		
تستهلك وقتاً كبيراً في متابعتها	ذكر	14	11.4%	13	10.6%	4	3.3%	7	5.7%	5	4.1%	43	35.0%	13.747	.008
	أنثى	34	27.6%	16	13.0%	23	18.7%	5	4.1%	2	1.6%	80	65.0%		
	اجمالى	48	39.0%	29	23.6%	27	22.0%	12	9.8%	7	5.7%	123	100.0%		
تتضمن إعلانات غير مقبولة أخلاقياً	ذكر	10	8.3%	10	8.3%	7	5.8%	8	6.7%	7	5.8%	42	35.0%	3.332	.504
	أنثى	11	9.2%	17	14.2%	23	19.2%	14	11.7%	13	10.8%	78	65.0%		
	اجمالى	21	17.5%	27	22.5%	30	25.0%	22	18.3%	20	16.7%	120	100.0%		

يوضح الجدول السابق أن ثمة اتفاقاً بين عينة الدراسة حول سلبيات المسلسلات التركية المدبلجة، حيث جاءت بنسب متقاربه وهي على التوالي: أنها تطرح موضوعات لاتتفق مع التقاليد المحلية ، وتروج لأفكار غربية وغريبة عن المجتمع ، وأنها المراهقين بنماذج وأفكار غير سوية،، وتروج لأفكار وآراء لاتتفق مع القيم الإسلامية، وتهتم بالترفية والتسلية أكثر من الموضوعات الجادة، وتشجع على الخيانة الزوجية ، وتغرس أنماط سلوكية غريبة في المجتمع، وتهون من أمور الخيانة والإجرام، وتتسبب في حدوث مشكلات عائلية في المجتمعات العربية، وتهتم بعرض الأزياء، كما تمثل غزواً ثقافياً لمجتمعاتنا ، وتدعو إلى إقامة علاقات غير شرعية، كما تساعد في طمس الهوية الوطنية المحلية ، وتشويه صورة فئات متعددة في المجتمع كالمرأة والشباب ، فضلاً عن استخدامها للهجات لاتتفق مع اللغة العربية الفصحى ، وترويجها لمنتجات لاتتفق مع مصالحنا ، وتضمينها لإعلانات غير مقبولة أخلاقياً.

كما أتضح تاثر رؤية عينة الدراسة لبعض السلبيات بمتغير النوع ومنها القول بأن هذه المسلسلات تستهلك وقتاً كبيراً في المتابعة كجانب من الجوانب السلبية للمسلسلات التركية المدبلجة حيث بلغت قيمة Chi-Square ١٣,٧٤٧ و P Value ٠,٠٠٨ وهي أقل من ٠,٠٥. وكذلك القول بأنها تروج لأفكار غربية عن المجتمع حيث بلغت قيمة Chi-Square ١٢,٤٨٦ و P Value ٠,٠١٤ وهي أقل من ٠,٠٥. ويليه القول بأنها تهتم بالترفية والتسلية أكثر من الموضوعات الجادة كجانب من الجوانب السلبية للمسلسلات التركية المدبلجة ، حيث تأثر كذلك بمتغير النوع لدى أفراد الدراسة حيث بلغت قيمة Chi-Square ١٢,١٩٨ و P Value ٠,٠١٦ وهي أقل من ٠,٠٥. وايضًا القول بأنها تساعد في طمس الهوية الوطنية المحلية كجانب

من الجوانب السلبية للمسلسلات التركية المدبلجة ، حيث تأثر بمتغير النوع لدى أفراد الدراسة حيث بلغت قيمة Chi-Square ١٦,٢٧٦ و P Value ٠,٠٠٣ وهي أقل من ٠,٠٥، فضلاً عن القول بأنها تروج لمنتجات لاتتفق مع مصالحنا كجانب من الجوانب السلبية للمسلسلات التركية المدبلجة حيث بلغت قيمة Chi-Square ٩,٦٦٨ و P Value ٠,٠٠٣ وهي أقل من ٠,٠٤٦.

جدول (٨) يبين مدى التزام المسلسلات التركية المدبلجة في القنوات الفضائية بالضوابط الأخلاقية

الضوابط الأخلاقية	النوع	موافق جداً		موافق		إلى حد ما		غير موافق		غير موافق بشدة		اجمالى		Chi-Square	P Value
		ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
تحترم قيم وأخلاقيات المجتمع المحلي وتقاليدة	ذكر	19	15.3%	8	6.5%	13	10.5%	2	1.6%	1	.8%	43	34.7%	11.220	.024
	أنثى	17	13.7%	19	15.3%	23	18.5%	15	12.1%	7	5.6%	81	65.3%		
	اجمالى	36	29.0%	27	21.8%	36	29.0%	17	13.7%	8	6.5%	124	100.0%		
لاتتضمن كلمات مخلة أو مسيئة	ذكر	18	14.8%	5	4.1%	16	13.1%	2	1.6%	2	1.6%	43	35.2%	7.161	.128
	أنثى	17	13.9%	21	17.2%	32	26.2%	4	3.3%	5	4.1%	79	64.8%		
	اجمالى	35	28.7%	26	21.3%	48	39.3%	6	4.9%	7	5.7%	122	100.0%		
لاتنتهك الذوق العام والآداب العامة	ذكر	17	13.8%	9	7.3%	14	11.4%	2	1.6%	1	.8%	43	35.0%	5.693	.223
	أنثى	16	13.0%	19	15.4%	37	30.1%	6	4.9%	2	1.6%	80	65.0%		
	اجمالى	33	26.8%	28	22.8%	51	41.5%	8	6.5%	3	2.4%	123	100.0%		
تحرص على عدم بث مشاهد ولقطات غير لائقة	ذكر	13	10.7%	13	10.7%	10	8.3%	3	2.5%	2	1.7%	41	33.9%	8.297	.081
	أنثى	13	10.7%	16	13.2%	32	26.4%	11	9.1%	8	6.6%	80	66.1%		
	اجمالى	26	21.5%	29	24.0%	42	34.7%	14	11.6%	10	8.3%	121	100.0%		
تروج للإجرام والخيانة	ذكر	9	7.5%	14	11.7%	13	10.8%	5	4.2%	2	1.7%	43	35.8%	3.338	.503
	أنثى	9	7.5%	20	16.7%	29	24.2%	14	11.7%	5	4.2%	77	64.2%		
	اجمالى	18	15.0%	34	28.3%	42	35.0%	19	15.8%	7	5.8%	120	100.0%		
تنشر معتقدات وأفكار لاتتناسب مع قيمنا	ذكر	5	4.1%	23	19.0%	8	6.6%	4	3.3%	2	1.7%	42	34.7%	7.943	.094
	أنثى	9	7.4%	24	19.8%	29	24.0%	13	10.7%	4	3.3%	79	65.3%		
	اجمالى	14	11.6%	47	38.8%	37	30.6%	17	14.0%	6	5.0%	121	100.0%		
تروج لمنتجات هابطة	ذكر	9	7.4%	14	11.5%	13	10.7%	4	3.3%	3	2.5%	43	35.2%	14.089	.007
	أنثى	3	2.5%	16	13.1%	34	27.9%	16	13.1%	10	8.2%	79	64.8%		
	اجمالى	12	9.8%	30	24.6%	47	38.5%	20	16.4%	13	10.7%	122	100.0%		
تروج لنماذج غير سوية	ذكر	8	6.5%	14	11.3%	12	9.7%	6	4.8%	3	2.4%	43	34.7%	7.951	.093
	أنثى	7	5.6%	14	11.3%	34	27.4%	17	13.7%	9	7.3%	81	65.3%		
	اجمالى	15	12.1%	28	22.6%	46	37.1%	23	18.5%	12	9.7%	124	100.0%		
تهون من أمور التدخين والمخدرات	ذكر	8	6.5%	13	10.5%	16	12.9%	4	3.2%	2	1.6%	43	34.7%	8.324	.080
	أنثى	7	5.6%	13	10.5%	37	29.8%	16	12.9%	8	6.5%	81	65.3%		
	اجمالى	15	12.1%	26	21.0%	53	42.7%	20	16.1%	10	8.1%	124	100.0%		
تتلاعب بعقول المراهقين	ذكر	7	5.6%	18	14.5%	11	8.9%	4	3.2%	3	2.4%	43	34.7%	4.248	.373
	أنثى	10	8.1%	23	18.5%	35	28.2%	8	6.5%	5	4.0%	81	65.3%		
	اجمالى	17	13.7%	41	33.1%	46	37.1%	12	9.7%	8	6.5%	124	100.0%		

- يوضح الجدول السابق أن الشباب الإماراتى يرى أن التزام المسلسلات التركية المدبلجة في القنوات الفضائية بالضوابط الأخلاقية جاء على الترتيب التالي، إنها تحترم قيم وأخلاقيات المجتمع المحلي وتقاليدة بنسبة ١٥,٣٪ للذكور و ١٣,٧٪ للاناث, وتنشر معتقدات وأفكار لاتتناسب مع قيمنا بنسبة ٤,١٪ للذكور و ٧,٤٪ للاناث، ولا تتضمن كلمات مخلة أو مسيئة للذكور و ١٤,٨٪ و ١٣,٩٪ للاناث, ولاتنتهك الذوق العام والآداب العامة بنسبة ١٣,٨٪ لذكور و ١٣,٠٪ للاناث, وتتلاعب بعقول المراهقين بنسبة ٥,٦٪ للذكور و ٨,١٪ للاناث وتحرص على عدم بث مشاهد ولقطات غير لائقة بنسبة ١٠,٧٪ للذكور و ١٠,٧٪ للاناث، وتروج للإجرام والخيانة بنسبة ٧,٥٪ للذكور و٧,٥٪ للاناث, تروج لنماذج غير سوية بنسبة٦,٥٪ و ٥,٦٪ للاناث وتروج لمنتجات هابطة بنسبة ٦,٥٪ للذكور و٥,٦٪ للاناث وتهون من أمور التدخين والمخدرات بنسبة ٦,٥٪ و٥,٦٪ للاناث.
- كما أتضح تأثر رؤية الشباب الإماراتى لإلتزام هذه المسلسلات بمتغير النوع، وذلك عن القول بإنها تحترم لقيم وأخلاقيات المجتمع المحلي وتقاليدة حيث بلغت قيمة Chi-Square ١١,٢٢٠ و P Value ٠,٠٢٤ وهي أقل من ٠,٠٥. وكذلك القول بأنها تروج لمنتجات هابطة حيث بلغت قيمة Chi-Square ١٤,٠٨٩ و P Value ٠,٠٠٧ وهي أقل من ٠,٠٥.

جدول (٩) يبين العوامل المؤثرة في انتشار المسلسلات المدبلجة لدى الجمهور العربي

عوامل انتشار المسلسلات المدبلجة	النوع	موافق جداً		موافق		إلى حد ما		غير موافق		غير موافق بشدة		اجمالى		Chi-Square	P Value
		ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
جاذبية المسلسلات المدبلجة	ذكر	29	22.3%	8	6.2%	3	2.3%	3	2.3%	2	1.5%	45	34.6%	10.393	.034
	أنثى	34	26.2%	24	18.5%	18	13.8%	8	6.2%	1	.8%	85	65.4%		
	اجمالى	63	48.5%	32	24.6%	21	16.2%	11	8.5%	3	2.3%	130	100.0%		
جودة وإتقان انتاج وإخراج المسلسلات المدبلجة	ذكر	26	20.2%	9	7.0%	5	3.9%	3	2.3%	2	1.6%	45	34.9%	9.696	.046
	أنثى	31	24.0%	26	20.2%	23	17.8%	3	2.3%	1	.8%	84	65.1%		
	اجمالى	57	44.2%	35	27.1%	28	21.7%	6	4.7%	3	2.3%	129	100.0%		
تفوق المسلسلات المدبلجة على المسلسلات العربية	ذكر	27	20.6%	5	3.8%	6	4.6%	5	3.8%	2	1.5%	45	34.4%	9.958	.041
	أنثى	28	21.4%	20	15.3%	21	16.0%	14	10.7%	3	2.3%	86	65.6%		
	اجمالى	55	42.0%	25	19.1%	27	20.6%	19	14.5%	5	3.8%	131	100.0%		
ضعف ورداءة انتاج وإخراج المسلسلات العربية	ذكر	13	10.7%	13	10.7%	10	8.3%	3	2.5%	2	1.7%	41	33.9%	8.297	.081
	أنثى	13	10.7%	16	13.2%	32	26.4%	11	9.1%	8	6.6%	80	66.1%		
	اجمالى	26	21.5%	29	24.0%	42	34.7%	14	11.6%	10	8.3%	121	100.0%		
تعرض لنماذج وشخصيات يمكن اعتبارها قدوة	ذكر	7	5.4%	9	7.0%	9	7.0%	16	12.4%	3	2.3%	44	34.1%	2.876	.579
	أنثى	11	8.5%	19	14.7%	28	21.7%	23	17.8%	4	3.1%	85	65.9%		
	اجمالى	18	14.0%	28	21.7%	37	28.7%	39	30.2%	7	5.4%	129	100.0%		
جمال ووسامة الممثلين والممثلات	ذكر	11	8.6%	14	10.9%	4	3.1%	15	11.7%	1	.8%	45	35.2%	14.422	.006
	أنثى	31	24.2%	22	17.2%	20	15.6%	8	6.3%	2	1.6%	83	64.8%		
	اجمالى	42	32.8%	36	28.1%	24	18.8%	23	18.0%	3	2.3%	128	100.0%		

طرحها لثقافة جديدة	ذكر	9	7.4%	14	11.5%	13	10.7%	4	3.3%	3	2.5%	43	35.2%	14.089	.007
	أنثى	3	2.5%	16	13.1%	34	27.9%	16	13.1%	10	8.2%	79	64.8%		
	اجمالى	12	9.8%	30	24.6%	47	38.5%	20	16.4%	13	10.7%	122	100.0%		
افتقاد المجتمعات العربية للعاطفية والرومانسية	ذكر	11	8.5%	9	6.9%	11	8.5%	11	8.5%	3	2.3%	45	34.6%	5.118	.275
	أنثى	16	12.3%	23	17.7%	31	23.8%	13	10.0%	2	1.5%	85	65.4%		
	اجمالى	27	20.8%	32	24.6%	42	32.3%	24	18.5%	5	3.8%	130	100.0%		
حب الإستطلاع والفضول للتعرف على مجتمعات مغايرة	ذكر	8	6.2%	11	8.5%	17	13.1%	7	5.4%	2	1.5%	45	34.6%	5.881	.208
	أنثى	22	16.9%	30	23.1%	26	20.0%	6	4.6%	1	.8%	85	65.4%		
	اجمالى	30	23.1%	41	31.5%	43	33.1%	13	10.0%	3	2.3%	130	100.0%		
عرضها لعادات وطقوس تتشابه مع تقاليدنا	ذكر	5	3.8%	11	8.5%	23	17.7%	5	3.8%	1	.8%	45	34.6%	6.022	.198
	أنثى	12	9.2%	17	13.1%	30	23.1%	19	14.6%	7	5.4%	85	65.4%		
	اجمالى	17	13.1%	28	21.5%	53	40.8%	24	18.5%	8	6.2%	130	100.0%		
تعالج قضايا يهتم بها المجتمع العربي	ذكر	4	3.1%	12	9.2%	20	15.3%	7	5.3%	2	1.5%	45	34.4%	3.733	.443
	أنثى	14	10.7%	15	11.5%	33	25.2%	16	12.2%	8	6.1%	86	65.6%		
	اجمالى	18	13.7%	27	20.6%	53	40.5%	23	17.6%	10	7.6%	131	100.0%		
ضعف ثقافة المشاهد العربي	ذكر	7	5.4%	10	7.8%	20	15.5%	5	3.9%	1	.8%	43	33.3%	1.677	.795
	أنثى	17	13.2%	19	14.7%	32	24.8%	16	12.4%	2	1.6%	86	66.7%		
	اجمالى	24	18.6%	29	22.5%	52	40.3%	21	16.3%	3	2.3%	129	100.0%		
جمال وحلاوة اللغة المدبلجة ولهجتها	ذكر	11	8.6%	7	5.5%	14	10.9%	8	6.3%	3	2.3%	43	33.6%	1.577	.813
	أنثى	16	12.5%	20	15.6%	26	20.3%	15	11.7%	8	6.3%	85	66.4%		
	اجمالى	27	21.1%	27	21.1%	40	31.3%	23	18.0%	11	8.6%	128	100.0%		
تركيزها على الجانب السياحي وليس السياسي	ذكر	10	7.8%	14	10.9%	15	11.6%	4	3.1%	1	.8%	44	34.1%	1.066	.900

- يوضح الجدول السابق أن العوامل المؤثرة في انتشار المسلسلات المدبلجة لدى الجمهور العربي جاءت على الترتيب التالي، (١) جاذبية المسلسلات المدبلجة (٢) جودة انتاج وإتقان وإخراج المسلسلات المدبلجة (٣) تفوق المسلسلات المدبلجة على المسلسلات العربية (٤) جمال ووسامة الممثلين والممثلات(٥) حب الاستطلاع والفضول للتعرف على مجتمعات مغايرة (٦) تركيزها على الجانب السياحي وليس السياسي (٧) ضعف ورداءة انتاج وإخراج المسلسلات العربية (٨) افتقاد المجتمعات العربية للعاطفية والرومانسية (٩) جمال وحلاوة اللغة المدبلجة ولهجتها (١٠) ضعف ثقافة المشاهد العربي (١١) تعرض لنماذج وشخصيات يمكن اعتبارها قدوة (١٢) عرضها لعادات وطقوس تتشابه مع تقاليدنا (١٣) طرحها لثقافة جديدة (١٤) تعالج قضايا يهتم بها المجتمع العربي.
- ولدراسة الفروق الإحصائية بين الذكور والاناث بين أفراد العينة في العوامل المؤثرة في انتشار المسلسلات المدبلجة لدى الجمهور العربي قامت الباحثان بتطبيق كا٢ ، أتضح تأثر النسب بعامل جاذبية المسلسلات المدبلجة كأحد عوامل انتشار المسلسلات المدبلجة بمتغير النوع لدى أفراد الدراسة حيث بلغت قيمة Chi-Square ١٠,٣٩٣ و P Value ٠,٠٣٤ وهي أقل من ٠,٠٥. وكذلك القول بجودة وإتقان انتاج وإخراج المسلسلات المدبلجة كعامل من عوامل انتشار المسلسلات المدبلجة حيث بلغت قيمة Chi-Square ٩,٦٩٦ و P Value ٠,٠٤٦ وهي أقل من ٠,٠٥، وايضًا القول بتفوق المسلسلات المدبلجة على المسلسلات العربية كعامل من عوامل انتشار المسلسلات المدبلجة ، وايضًا القول بعامل

جمال ووسامة الممثلين والممثلات كعامل من عوامل انتشار المسلسلات المدبلجة ، حيث بلغت قيمة .Chi-Square ١٤,٤٢٢ و P Value ٠,٠٠٦ وهي أقل من ٠,٠٥. وأخيراً القول بعامل طرحها لثقافة جديدة كعامل من عوامل انتشار المسلسلات المدبلجة ، حيث بلغت قيمة Chi-Square ١٤,٠٨٩ و P Value ٠,٠٠٧ وهي أقل من ٠,٠٥.

النتائج والمناقشة

خلصت الدراسة إلى عدة نتائج هى:

١. ارتفاع معدل تعرض المبحوثين من أفراد العينة للمسلسلات التركية المدبلجة، حيث اتضح أن أكثر بقليل من ثلاثة أرباع أفراد الدراسة يشاهد المسلسلات التركية المدبلجة بنسبة بلغت ٧٥,٦٠٪، وأن ٢٤,٤٠٪ لا يشاهدها. ويكشف ذلك عن شغف الجمهور الإماراتى بمشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة.
٢. وعن مدى مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة عن أفراد الدراسة، اتضح أن ٣٠,٦٠٪ من أفراد الدراسة يشاهد المسلسلات التركية المدبلجة أحياناً و ٢٧,٨٠٪ يشاهدونها بصفة دائمة، أما من يشاهدونها نادراً فقد بلغت نستبهم ١٧,٢٠٪ و ٢٤,٤٠ لا يشاهدوها على الإطلاق. وهذا يدل على أن العينة تفضل المشاهدة أحياناً ، وهو ما قد يعود إلى إنشغال العينة بأمور أخرى في حياتهم أهم من المشاهدة الدائمة للمسلسلات التركية المدبلجة، وهي أيضاً نسبة لابأس بها.
٣. أن أكثر القنوات الفضائية التى يتم مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة من خلالها بصفة دائمة كانت قناة MBC دراما بنسبة ٤٩,٩٪ ، واحتلت المركز الأول، يليها MBC٤ بنسبة ٣٦,٢٪ ، واحتلت المركز الثاني، أما قناة ابوظبي دراما وقناة MBC١ و OSN ياهلا، فقد نالت كل منها نسب متقاربة تراوحت مابين ٣٠,٣٪و ٣٠,٩٪ واحتلت المركز الثالث، أما باقي اقنوات فقد نالت نسب أقل من السابقة، وهذا يدل على تلبية تلك القنوات لرغبة الجمهور الإماراتى.
٤. أن عدد الساعات التي يقضيها ما يقرب من نصف أفراد الدراسة في مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة في القنوات الفضائية تراوحت ما بين ساعة إلى ساعتين بنسبة ٤٢,٨٪ ، يليها من ثلاث إلى أربع ساعات بنسبة ٢٩,٤٪، ثم من خمس إلى ستة ساعات بنسبة ٣,٣٪. وتتطابق نتيجة هذه الدراسة مع دراسات قامت بها الباحثة فوزية ال علي على القنوات الفضائية (٢٠١٤) و (٢٠١٥) اتضح أن دوافع تعرض أفراد الدراسة للمسلسلات التركية المدبلجة في القنوات الفضائية جاءت على الترتيب التالي: التسلية وقضاء وقت الفراغ حيث بلغت النسبة ٦٥,٧٪ ونالت المركز الأول، يليها تميزها وجدتها بنسبة ٤٧,٨٪ ونالت المركز الثاني ، ولأن أهلي وأصدقائي يشاهدون تلك المسلسلات بنسبة ٤٦,٣٪ واحتلت المركز الثالث، بينما جاء الهروب من الواقع في المركز الرابع بنسبة ٤١,٠٪ . أما باقى الأسباب، فجاءت بنسب أقل تراوحت مابين ٣٥,٨٪و١٤,٩٪. وتشابهت هذه النسب مع بحوث أخرى قامت بها الباحثة فوزية ال علي فى (٢٠١٤) و (٢٠١٥) وهذا يدل على مدى أتفاق أفراد العينة في سبب مشاهدة المسلسلات التركية في القنوات الفضائية.
٥. جاءت المسلسلات التركية المدبلجة التي يفضل مشاهدتها أفراد الدراسة في القنوات الفضائية على الترتيب الآتي: حريم السلطان بنسبة ٥٢,٠٪ ونالت المركز الأول، يليها السلطانة قسم بنسبة٤٠,٢٪ ونالت المركز الثاني، أما العشق الممنوع فقد نال ٣٧,٨٪ واحتل المركز الثالث . أما باقي المسلسلات فقد تراوحت نسبتها مابين ١٥,٢٤٪ وهي على التوالي على مر الزمان، ووادى الذئاب فاطمة وعشق دموع، والورد الأرض الطيبة. وتدل هذه النتيجة على اهتمام الجمهور الإماراتى بالإحداث التاريخية الاسلامية في تلك

المدة وهي حريم السلطان والسلطانة قسم, أما بالنسبة لإقبالهم على مسلسل العشق الممنوع فهي مجرد فضول لمعرفة مايحتويه ذلك المسلسل، حيث أبهرتهم الديكورات والموضة التي عرضت فيه وأيضا تناول موضوع الخيانة العائلية.

٦. تساوت نسبة الجوانب الإيجابية للمسلسلات التركية المدبلجة مع الجوانب السلبية، وقد برزت من بين الجوانب الايجابية إنها تبرز أهم المعالم السياحية في تركيا، وزيادة معارف ومعلومات الجمهور عن عادات المجتمع التركي، والحبكة الدرامية المميزة لقصصها، وأنها مبهجة وممتعة، وجودة إنتاجها وإخراجها، ومناقشتها للقضايا الأسرية، وأنها تهتم بنشر ثقافة مجتمعات تتشابه معنا.

٧. ولدراسة الفروق الإحصائية بين الذكور والاناث نحو رؤيتهم للجوانب الايجابية في المسلسلات التركية، وجدت الدراسة أن مناقشة القضايا الأسرية كجانب من الجوانب الإيجابية للمسلسلات التركية المدبلجة يتأثر بمتغير النوع لدى أفراد الدراسة ، وكذلك اهتمام المسلسلات التركية المدبلجة بنشر ثقافة مجتمعات تتشابه معنا.

٨. من أبرز سلبيات المسلسلات التركية المدبلجة كما أكدت عينة الدراسة والتى جاءت بنسب متقاربة، وكانت على التوالى، أنها تطرح موضوعات لا تتفق مع التقاليد المحلية، وتروج لأفكار غربية وغريبة عن المجتمع ، وتغري المراهقين بنماذج وأفكار غير سوية، وتروج لأفكار وآراء لا تتفق مع القيم الإسلامية، وتهتم بالترفيه والتسلية أكثر من الموضوعات الجادة، وتشجع على الخيانة الزوجية ، وتغرس أنماطاً سلوكية غريبة في المجتمع، وتهون من أمور الخيانة والإجرام، وتتسبب في حدوث مشكلات عائلية في المجتمعات العربية، وتهتم بعرض الأزياء، وتمثل غزواً ثقافياً لمجتمعاتنا ، وتدعو إلى إقامة علاقات غير شرعية، وتساعد في طمس الهوية الوطنية المحلية، وتشوه صورة فئات متعددة في المجتمع كالمرأة والشباب ، فضلاً عن استخدامها للهجات لا تتفق مع اللغة العربية الفصحى، وترويجها لمنتجات لا تتفق مع مصالحنا ، وتضمينها لإعلانات غير مقبولة أخلاقياً.

٩. أظهرت الدراسة أن بعض السلبيات قد تتأثر بمتغير النوع لدى أفراد الدراسة ومنها أن هذه المسلسلات تستهلك وقتاً كبيراً في المتابعة، وأنها تروج لأفكار غربية عن المجتمع، وأنها تهتم بالترفيه والتسلية أكثر من الموضوعات الجادة، وأنها تساعد على طمس الهوية الوطنية المحلية، وأنها تروج لمنتجات لا تتفق مع مصالحنا .

١٠. وعن مدى التزام المسلسلات التركية المدبلجة في القنوات الفضائية بالضوابط الأخلاقية، رأت عينة الدراسة أن أكثر الضوابط الأخلاقية التي تحرص القنوات الفضائية عليها هى احترام قيم المجتمع المحلي وأخلاقه وتقاليده ، ولا تتضمن كلمات مخلة أو مسيئة، ولاتنتهك الذوق العام والآداب العامة، وتحرص على عدم بث مشاهد ولقطات غير لائقة بينما ذكرت عينة الدراسة بعض الجوانب الأخرى مثل أنها تروج للإجرام والخيانة، وتروج لنماذج غير سوية وتروج لمنتجات هابطة، وتهون من أمور التدخين والمخدرات .

كما اتضح أن احترام المسلسلات التركية المدبلجة لقيم وأخلاقيات المجتمع المحلي وتقاليده ، و ترويج المسلسلات التركية المدبلجة لمنتجات هابطة تتأثر بمتغير النوع لدى أفراد الدراسة.

توصيات الدراسة

١. توصى الدراسة بإجراء مزيد من البحوث حول تأثير المسلسلات التركية المدبلجة في القنوات الفضائية على قطاعات مختلفة من الجمهور.

٢. إجراء دراسات مستفيضة حول طبيعة اعداد تلك المسلسلات ومضامينها والعوامل المؤثرة في توجهات القنوات الفضائية.

٣. إجراء دراسات حول جمهور القنوات الفضائية المتخصصة واتجاهاته نحوها.
٤. وضع سياسات إعلامية خاصة بكيفية التعامل مع المسلسلات المدبلجة واختيارها والتنبيه لمخاطرها.

المراجع

١. لبنى حسن السيد (٢٠٠٣) اتجاهات الجمهور نحو الفضائيات المصرية الخاصة مجلة المصرية...الرأي العام. المجلد الرابع العدد المزدوج يناير / ديسمبر

٢. وليد فتح الله بركات (٢٠٠٣) تعرض الصفوه المصرية ببرامج الرأي العام فى القنوات التلفزيون العربية / المجلة العربية والرأي العام المجلد الرابع العدد المزدوج / يناير / ديسمبر ص ٤٩.

٣. خالد صلاح الدين حسن على (٢٠٠٣) اتجاهات الجمهور الاعلامي نمو اداء القنوات الفضائية التلفزيونية... اعمال المؤتمر السنوي التاسع لكلية الاعلام. الجزء الثاني مايو ٢٠٠٣ ص ص ٦٦٥-٦٦٦.

٤. White, H.A. (١٩٩٧), Considering Interacting Factors in Third Person Effect, Journalism and Mass Quarterly, Vol ٧٤.

٥. وسام فاضل راضي، طالب عبد المجيد ذياب (٢٠١٠). التعرض للمسلسلات التركية المدبلجة ورأي الجمهور بالمحتوى القيمي فيها، مجلة الباحث الاعلامي، العدد٨ ، ص١١- ٣٦ .

٦. شيرين عوض، راوية أبو الندى (٢٠٠٣) «اتجاهات الأطفال نحو مشاهدة المسلسلات الكرتونية على القناة الفضائية mbc»، بحث غير منشور ، غزة – قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية .

٧. صابرين إبراهيم الطرطور، ربا عوض الله دهمان (٢٠٠٤) ، اتجاهات طلبة جامعات غزة نحو مشاهدة المسلسلات الرمضانية المصرية في الفضائيات العربية ، بحث غير منشور ، غزة، قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية.

٨. سامي جاد الله (٢٠٠٢) اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة برامج المسابقات في القنوات الفضائية العربية)، بحث غير منشور (غزة- قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية.

٩. ابتسام محمد، وهدى جواد (٢٠١١) اتجاهات طلبة الجامعة الإسلامية نحو مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة في الفضائيات العربية، بحث منشور فى الجامعة الاسلامية بغزة.

١٠. سارة الضوى (٢٠١٦) أثر التعرض للمسلسلات التركية فى الفضائيات العربية على إدراك الواقع الاجتماعى للمرأة الصعيدية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة جنوب الوادى.

١١. الديب،محمود عبد المنعم محمود (٢٠١٢) استخدامات المراهقين للدراما التركية في القنوات الفضائية والاشباعات المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس.

١٢. الصادق الحمامي، التفكير في الشبكات الاجتماعية، ورقة مقدمة فى ندوة الشبكات الاجتماعية والشباب الاماراتي، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، ابريل ٢٠١٢

١٣. وائل عبد البارى) ٢٠٠٩(تكنولوجيا الاتصال والتغير الاجتماعى: الأبعاد التنموية للمعلوماتية، المؤتمر الدولى لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعى، جامعة الملك سعود، مارس ٢٠٠٩

١٤. العموش، أحمد فلاح (٢٠٠٩) الوجود الاجتماعي في المجتمع الافتراضي،، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي،جامعة الملك سعود، الرياض.

١٥. وليد رشاد زكي، الشبكات الاجتماعية محاولة للفهم، السياسة الدولية، ابريل ٢٠١٠>

١٦. David. Siegel, Social Networks and Collective Action, American Journal of Political Science, Vol. ٥٣, Number ١, January ٢٠٠٩, P. ١٢٤-١٢٥.

١٧. Austin S. Bare bow (١٩٨٩). An Expectancy-Value Analysis of the Student Soap Opera Audience. Communication Research, vol. ١٦, ٢: pp. ١٥٥-١٧٨.

١٨. Bradley S.G., Woods, M. G (١٩٩٩). Soaps: Their Sex, Gratifications, and Outcomes, the The Journal of Sex Research, ٣٦(٣), ٢٥٠-٢٥٧.

resources

١. Lubna H. Elsayed ,(٢٠٠٣) Public Attitudes Towards Egyptian Private Satellite TV, Al - Masrya .Magazine, public opinion, Volume IV Double, January/December

٢. Walid F. Barakat ,(٢٠٠٣) The Egyptian elite is exposed to public opinion programs in Arab .٤٩.television channels, Arab magazine and public opinion Volume IV double, January/December p

٣. Khalid, S. Hassan Ali ,(٢٠٠٣) Public Media Trends The growth of the performance of satellite TV .٦٦٦-٦٦٥ .٢nd part, May, p ٩th annual conference of the College of Communication, The channels, The

٤. White, H.A .(١٩٩٧) Considering Interacting Factors in Third Person Effect, Journalism and .٧٤.Mass Quarterly, Vol

٥. Wissam F. Radi, Tablib A. Thyab ,(٢٠١٠) The Influence of Turkish Dubbed Series and the Public›s .٣٦-١١ .pp ,٨ ,Opinion on its value Content, Journal of Media Researcher

٦. Sherin A. Rawya Abu Nada ,(٢٠٠٣) Children›s Attitudes Towards Watching the Cartoon Series on ."MBC Channel", Unpublished research, Gaza - Press and Media department of Islamic University

٧. Sabrin I. Altartor, Ruba A. Dahman ,(٢٠٠٤) Attitudes of the students of the universities of Gaza towards watching the Egyptian Ramadan series in Arab satellite channels, unpublished research, .Gaza, Press and Media Department at the Islamic University

٨. Sami Jad-Allah ,(٢٠٠٢) Public Attitudes towards Watching Competition Programs in Arab .Satellite Channels, unpublished research, Gaza - Press and Information Section, Islamic University

٩. Ebtissam M, Huda Jawad ,(٢٠١١) Attitudes of students of the Islamic University towards watching .Turkish dubbed serials in Arab satellite channels, research published in the Islamic University of Gaza

١٠. Sara Aldhawa ,(٢٠١٦) The impact of exposure to the Turkish series in the Arab satellite channels on the realization of the social reality of the women in Egypt, the message of a non-published MA, .South Valley University

١١. Mahmoud A. Mahmoud ,(٢٠١٢) Adolescents use of Turkish drama in satellite channels and the .ensuing innovations, Unpublished Master Thesis, Ain Shams University

١٢. Alsadiq Alhamami ,(٢٠١٢) Reflections on Social Networks, Paper presented at the Symposium .on Social Networks and Youth, UAE, Faculty of Communication, University of Sharjah, April

١٣. Wail A .(٢٠٠٩) Communication Technology and Social Change, Developmental Informatics , Dimensions, International Conference on Communication Technologies and Social Change, King .Saud University, March

١٤. Ahmed F. Amosh ,(٢٠٠٩) Social Presence in Virtual Society, Conference on Communication .Techniques and Social Change, King Saud University, Riyadh

١٥. Walid R. Zaki ,(٢٠١٠) .Social Networking An Attempt to Understand, International Politics, April

١٦. David. Siegel, Social Networks and Collective Action, American Journal of Political Science, .١٢٥-١٢٤ .P ,٢٠٠٩ Jan uary ,١ Number ,٥٣ .Vol

١٧. Austin S. Bare bow .(١٩٨٩) An Expectancy-Value Analysis of the Student Soap Opera Audience. .١٧٨-١٥٥ .pp :٢ ,١٦ .Communication Research, vol

١٨. Bradley S.G., Woods, M. G .(١٩٩٩) .The Soaps: Their Sex, Gratifications, and Outcomes, the .٢٥٧-٢٥٠ ,(٣)٣٦ ,Journal of Sex Research