# سيميولوجيا العلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما تعكسها المسلسلات المصرية بالتليفزيون

د . أحمد أحمد عثمان*

الملخص:

يهدف البحث إلي تحليل المسلسلات المصرية بالتليفزيون التي تتناول العلاقة بين الطبقات الاجتماعية من خلال استخدام مدخل التحليل السيميولوجي لفهم العلامات والرموز والأيقونات والموسيقي والمؤثرات الصوتية، ومن خلال تحليل البنية العلاماتية والوظيفية للعلاقة بين الطبقات كما تقدمها هذه المسلسلات من ناحية، والكشف عن الاستعارات البصرية التي تتضمنها من ناحية أخري، ورصد ملامح البنية التكوينية للعلاقة بينهما، فضلا عن دراسة المعاني التعينية التي تقدمها المسلسلات المصرية بالتليفزيون للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية، والدلالات المتضمنة في هذه المعاني؛ بما يمكن من استخلاص رؤية سيميولوجية شاملة لرسم وتجسيد تلك العلاقة ، بما يمكن من رصد العلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما تعكسها المسلسلات المصرية بالتليفزيون.

وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال تحليل المضمون والتحليل السيميولوجي لعينة من المسلسلات المصرية بالتليفزيون، وتشتمل العينة علي كل ما تضمنته حلقات مسلسل "ولد الغلابة" علي قناة mbc مصر، وحلقات مسلسل "زلزال" علي قناة dmc دراما من مشاهد، بواقع 1125 مشهدا بالمسلسلين.

وأشارت نتائج البحث إلي أن النسبة الأكبر من إجمالي مشاهد المسلسلات المصرية قد تناولت العلاقة بين الطبقات الاجتماعية، وتنوعت الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في مشاهد المسلسلات المصرية عينة الدراسة بالتليفزيون والتي تناولت العلاقة بين هذه الطبقات، وجاءت طبقة العمال في المرتبة الأولي، وجاءت في المرتبة الثانية نسبة المشاهد التي ظهرت فيها طبقة الموظفين ، وفي الترتيب الأخير جاءت المشاهد التي ظهرت فيها طبقة رجال الأعمال، ولم تظهر طبقتي: السلطة، والفقراء في أي من مشاهد المسلسلات عينة الدراسة، كما أفصحت نتائج البحث فيما يتعلق بطبيعة العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية بالتليفزيون عن أن النسبة الأكبر من مشاهد هذه المسلسلات قد تضمنت علاقة صراع بين الطبقات الاجتماعية المختلفة.

* تم ترقية سيادته بهذا البحث لدرجة أستاذ مساعد بقسم الإعــلام بكلية الآداب - جامعة المنصورة

# The semiology of the relationship between social classes as reflected in the Egyptian television series

**Dr. Ahmed Ahmed Osman**[†]

The study aims to analysis the Egyptian television series which address the relationship between social classes. It has used the semiological analysis to determine the used signs, symbols, icons, music, sound effects, signal and functional structures, as well as visual metaphors, formative structural features of social classes' relationships, in addition to these relationships' specific meanings and its embodied semantics. The study has been deigned to conclude a comprehensive semiological vision to define and embody the relationship between social classes as reflected in the Egyptian TV series.

The study is a descriptive one; it has used survey method, both descriptive and analytical. It has employed content and semiological analysis applying to "Weld Al-Ghalaba and Zelzal" series by 1125 scenes.

The results have indicated that the majority of the studied series scenes dealt with the relationship between social classes. The social classes that appeared in these scenes were different; the workers class came in the first place, then the employees' class, and finally the business one. The authority and poor classes never showed up. Regarding the nature of the relationship between these different social classes, the majority of the studied scenes showed a conflict between them.

[†] Assistant Professor, Department of Mass Communication, Faculty of Arts - Mansoura University.

**المقدمــة :**

تعد الدراما من أهم القوالب الفنية التي يمكنها تناول الظواهر الاجتماعية المختلفة في المجتمع المصري، وتحظي بقدرة هائلة في التأثير علي الجمهور المتلقي لها، حيث تجمع بين الوعاء المعرفي والثقافي، والشكل الفني التعبيري وهو ما يقوم بتكوين السلوك الفردي والجماعي[1].

وتعتبر الدراما واحدة من أهم المضامين المقدمة في وسائل الإعلام، وهي تتمتع بشعبية كبيرة لدي فئات كثيرة من شرائح المجتمع المختلفة، كما أنها تقدم نموذجا جيدا لمضمون اتصالي يحتاج – في حالة المسلسلات بشكل أكبر- إلي متابعة لأوقات ممتدة لفترات زمنية متصلة، كما يتميز المضمون الدرامي بعدم احتياج التعرض له في أغلب الأحيان لمستوي تعليمي أو ثقافي معين، وفي الوقت الحالي تتلاحق الأحداث السياسية والتغيرات الاجتماعية في بلدان العالم المختلفة وفي البلدان العربية علي وجه الخصوص؛ وهنا تمثل الدراما نوعا من التنفيس لمشاهديها[2].

وإذا نظرنا إلي الدراما علي أساس أنها عمل أو حركة أو حدث فهي محاكاة؛ لأن المحاكاة تشتمل علي العمل والحركة والحدث. والحقيقة أن الدراما تتضمن الفعل والمشاهدة، فهي تتألف من شقين اثنين هما: عمل المؤلف وعملية التجسيد[3].

**وبذلك ترجع أهمية موضوع البحث** إلي ما تمثله الدراما التليفزيونية؛ إذ تعد من أكثر المضامين التي يقبل عليها الجمهور[4]، وتعتبر من أكثر أنواع الرسائل الإعلامية تأثيرا عليه[5]، فضلا عن كونها من أكثر الأشكال الفنية وصولاً إلي المشاهد، نتيجة لأنها تحاكي قضايا ومشكلات المجتمع وتعبر عنها بعمق كبير، وتكشف دائما للمشاهد ما يحيط به من علاقات اقتصادية وسياسية واجتماعية [6].

ومن هذه العلاقات التي قد تعبر عنها الدراما التليفزيونية بوجه عام ومسلسلات التليفزيون بوجه خاص، العلاقة بين الطبقات الاجتماعية؛ إذ يتباين أعضاء كل مجتمع بناء علي عدد من المتميزات الاجتماعية المكتسبة كالمهنة والملكية والنفوذ والسلطة، إلي جانب العادات والاهتمامات والمنجزات الثقافية، كما يتباينون أيضا في الأذواق والقيم والمعتقدات، وسمات أخري تكتسب أثناء ممارسة الحياة الاجتماعية، وتقيم المجتمعات وزنا لهذه الاختلافات، لتصبح فيما بعد أساسا هاما تعتمد عليه الأوضاع الاجتماعية من خلال تحديد الواجبات المختلفة في تنظيم وجوه النشاط الاجتماعي وأنماط الحياة اليومية؛ فيما يسمي بالطبقات الاجتماعية[7].

والطبقة الاجتماعية كما يراها كارل ماركس هي أي تجمع لأشخاص يؤدون نفس الوظيفة في عملية تنظيم الإنتاج، وتختلف الطبقات عن بعضها البعض علي أساس أوضاعها الاقتصادية، أي أن الوجود الطبقي يقوم علي أساس الوظيفة المشتركة في إطار عملية الإنتاج، أو أن أسلوب الإنتاج هو الذي يهئ الظروف لوجود الطبقة الاجتماعية[8].

ومع وجود الطبقات الاجتماعية وتباينها ظهرت نظرية الصراع الطبقي، والتي تنظر إلي المجتمع وتحلله في ضوء الصراع بين المصالح المختلفة والمتعارضة أحيانا، حيث تري الصراع بين الطبقات الاجتماعية ضروريا ولازما للتغيير الاجتماعي، وقد يكون هذا الصراع داخل الطبقة الواحدة، أي أنه صراع من نوع معين يظهر داخل وحدة اجتماعية معينة، وليس صراعا علي المستوي الأفقي الذي يمتد في شرائح المجتمع المختلفة، وقد يكون هذا الصراع بين الطبقات الاجتماعية في ضوء الغايات والأهداف التي يحددها النسق الكلي للمجتمع(9).

وترجع الجذور الفكرية لمنظور الصراع الطبقي إلي منتصف القرن التاسع والتي أكدت علي الصراع الملازم للمصلحة بين العمال وأصحاب رأس المال، فالصراع الطبقي هو الشكل الأساسي لصراع الإنسان ونضاله كما أن الطبقة تحتل لديه مكانة خاصة فهي ظاهرة أساسية ومقولة سوسيولوجية ووحدة الوصف وتحليل علاقات الإنتاج التي تسود مرحلة تاريخية من مراحل تطور المجتمع الإنساني وتغيره(10).

وفي ضوء هذا الصراع بين الطبقات، تعددت وتنوعت التنصيفات الاجتماعية لهذه الطبقات، واختلفت باختلاف محكات وأبعاد القياس التي يقوم عليها كل تصنيف، فمن حيث البعد الاقتصادي، والذي يعتبر حجم الثروة ورأس المال ومستوي الدخل العوامل الأساسية في التصنيف الطبقي، نجد فئات الطبقات الاجتماعية متدرجة تنازليا من طبقة الغني جدا ثم طبقة الغني، ثم طبقة الأعلي من المتوسط، ثم طبقة المتوسط، ثم طبقة الفقير، وصولا إلي طبقة الفقير جدا في نهاية التدريج(11).

بينما من حيث بعد القوة والذي يتجسد في العلاقة بين السلطة وباقي الطبقات الاجتماعية نجد فئات الطبقات الاجتماعية متدرجة تنازليا من طبقة السلطة الحاكمة، ثم الطبقة الوسطي، وصولا إلي الطبقة العاملة في نهاية التدريج، أما من حيث البعد المهني والذي يأخذ من المهنة محددا أساسيا للطبقة الاجتماعية إذ أن لها عوامل وسمات تحدد خصائص الطبقة ووجودها، نجد فئات الطبقات الاجتماعية متدرجة تنازليا من طبقة الموظفين، ثم طبقة رجال الأعمال، ثم أصحاب أدوات الإنتاج، ثم العمال المهرة، ثم العمال نصف المهرة وغير المهرة، لينتهي التدريج في النهاية بطبقة الفلاحين(12).

وفي هذا الإطار وفي ظل ما شهدته مصر من تغيرات هامة أعقبت ثورة 25 يناير 2011، أدت هذه التغيرات إلي حدوث حراك سياسي واقتصاي واجتماعي، تمثل في عدة مظاهر، وتمثلت المطالب الرئيسية لهذه المظاهر في: ضرورة توفير الحياة الكريمة لكل طبقات الشعب، وإتاحة مجال واسع من الحرية لكل فرد في المجتمع، وتحقيق العدالة الاجتماعية بين كل طبقات وكل أفراد الشعب؛ في ظل ذلك أصبح من غير الممكن أن يعتمد تصنيف الطبقات الاجتماعية في مصر علي بعد واحد فقط من الأبعاد الثلاثة ( الثروة، والسلطة، والمهنة) حيث ازداد حجم التداخل

بين هذه الأبعاد ليأخذ تدريجا جديدا يقوم علي المزج بين الأبعاد الثلاثة، وبما يتفق مع طبيعة الأوضاع الاجتماعية التي أفرزها ما مر به المجتمع من تغيرات، وذلك علي النحو التالي:

- طبقة السلطة ( صناع القرار)
- طبقة رجال الأعمال ( أصحاب رؤوس الأموال)
- طبقة الموظفين ( محدودي الدخل )
- طبقة العمال ( الطبقة الكادحة )
- طبقة الفقراء ( من يعيش علي المساعدات)

**وعلي المستوي العلمي المنهجي تتمثل أهمية البحث** في الإجابة علي عدة تساؤلات وذلك من خلال التحليل السيميولجي للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما تعكسها مسلسلات التليفزيون المصري، بالكشف عن الدوال والاستعارات البصرية والمعاني التعيينية التي تم من خلالها تقديم هذه العلاقة، ومدلولات هذه الدوال في تفسير العلاقة بين الطبقات.

**ومن هذا المنطلق يهدف البحث إلي** تحليل المسلسلات المصرية بالتليفزيون التي تتناول العلاقة بين الطبقات الاجتماعية من خلال استخدام مدخل التحليل السيميولوجي لفهم العلامات والرموز والأيقونات والموسيقي والمؤثرات الصوتية، ومن خلال تحليل البنية العلاماتية والوظيفية للعلاقة بين الطبقات كما تقدمها هذه المسلسلات من ناحية، والكشف عن الاستعارات البصرية التي تتضمنها من ناحية أخري، ورصد ملامح البنية التكوينية للعلاقة بينهما، فضلا عن دراسة المعاني التعينية التي تقدمها المسلسلات المصرية بالتليفزيون للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية، والدلالات المتضمنة في هذه المعاني؛ بما يمكن من استخلاص رؤية سيميولوجية شاملة لرسم وتجسيد تلك العلاقة ، بما يمكن من رصد العلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما تعكسها المسلسلات المصرية بالتليفزيون.

الإطار النظري للبحث :

يستمد البحث إطاره النظري من مدخل التحليل السيميولجي Semiology (analysis) وذلك بما يفيد في إجراء البحث، كما يلي:

تعني السيمياء Semiotic/Semiology دراسة العلامات، والسيميولوجيا والسيميوطيقا مصطلحان منقولان عن الإنجليزية بمعني العلامة، وقد ظهر المصطلح الأول في السيتينيات في باريس علي يد المؤسس الأوروبي " فردينان دوسوسير"، بينما ظهر المصطلح الثاني في السبعينيات في الولايات المتحدة الأمريكية علي يد الفيلسوف" شارل سندرس بيرس" ليحمل كلاهما نفس المعني المشتق من الكلمة اليونانية Sema والتي تعني علامة أو رمز[13].

وعلي مستوي البحث العلمي تعد السيميولوجيا أسلوبا للتحليل يتم تطبيقه في العديد من المجالات البحثية والعلمية والفكرية[14]، كما تعد عنصرا مشتركا بين العديد من العلوم النظرية والتطبيقية، ومن هذا المنطلق ظهر للعلامة والعلم الذي يدرسها العديد من التعريفات والنماذج المفسرة[15].

وبوجه عام يعني التحليل السيميولوجي بدراسة المعني الخفي لكل نظام علاماتي، فالمقصود بالسيميولوجيا علم العلامات؛ إذ أنها تبحث في كافة الأنظمة الرمزية ذات الدلالة حتي ما كان خارجا منها عن نطاق اللغة، فالتحليل السيميولجي يعتمد علي تحليل السلوك الرمزي بكافة أنواعه وأشكاله وأدواته، ومحاولة اكتشاف المعاني الكامنة ورائها[16].

ويرتكز التحليل السيميولوجي علي ثلاثة مباديء أساسية، هي[17]:

1- تحليل محايث: بمعني عزل النص عن السياق، والبحث عن الشروط الداخلية المتحكمة في إيجاد الدلالة، والتخلص من كل ما هو خارجي كظروف النص وسيرة المؤلف وإفرازات الواقع الجدلية.

2- تحليل بنيوي: يهتم بتوضيح المعني من خلال الاختلاف لأنه لا يهدف إلي وصف المعني نفسه، وإنما شكله وبنيانه، وبذلك فهو يفترض وجود نظام مبني علي مجموعة من العلاقات التي يتم تحليل المعني في إطارها.

3- تحليل الخطاب: إذ يهتم بالقدرة علي بناء نظام لإنتاج الأقوال والنصوص علي عكس اللسانيات البنيوية التي تهتم بالجملة تكريبا وإنتاجا. وبذلك فإن السيميولوجيا تتجاوز الجملة إلي تحليل الخطاب.

وفي ضوء ما سبق فإذا كانت اللسانيات تدرس كل ما هو لغوي ولفظي، فإن السيميولوجيا تدرس كل ما هو لغوي وغير لغوي، أي تتعدي المنطوق إلي ما هو بصري كعلامات المرور ولغة الصم والبكم[18]، وكل العلامات التي يتم تداولها داخل المجتمع سواء كانت لفظية أو غير لفظية[19]، وكذلك كل العلامات التي يتم تداولها من خلال وسائل الإعلام المقروئة والمرئية.

وقد اختلف الدارسون حول السيميولوجيا فيراها البعض مقاربة نظرية، ويراها البعض الآخر منهجا نقديا، فضلا عن أنها أداة تحليل في نظر آخرين، وفي ضوء ذلك تنوعت اتجاهات دراسة السيميولوجيا بين الاتجاه الأمريكي، والاتجاه الروسي، والاتجاه الإيطالي، والاتجاه الفرنسي، وقد تضمن كل اتجاه من هذه الاتجاهات مجموعة من النماذج التي يمثل كل منها رائد أو مجموعة من الرواد[20].

وفي إطار هذه الاتجاهات المتعددة للتحليل السيميولوجي بما تتضمنه من نماذج، فإن أقرب النماذج التي يمكن تطبيقها علي مسلسلات التليفزيون بما تتضمنه من أحداث تنطوي علي علامات لغوية وأخري غير لغوية؛ هي نماذج: فيرديناند دو سوسير، ورولان بارت، وكريستيان ميتز، ويمكن استعراض كل منهم كما يلي:

نموذج فيرديناند دو سوسير: والذي يحدد العلامة بأنها مركب من الدال والمدلول، بحيث يستحيل تصور وجود علامة دون توافر الطرفين، والدال عند سوسير هو حقيقة نفسية أو صورة سمعية، تحدثها في دماغ المتلقي سلسة الأصوات التي تلتقطها أذنه وتستدعي إلي ذهنه صورة ذهنية أو مفهوم، هو المدلول، والمدلول هو المفهوم الذهني ذو الطبيعة المجردة، فكلمة إنسان مثلا يمكن التلفظ بها مرات لا تحصي وبطرق صوتية مختلفة ولكن تبقي كلمة إنسان واحدة ذات معني واحد، وتنشأ دلالة العلامة من عملية الربط بين الدال والمدلول [21].

نموذج رولان بارت: وقام بتوظيف التحليل السيميائي علي الصور، حيث بين أن العلامة في الصورة توجد في مستويين، هما: المستوي التعييني، وهو المعني الفوري أو القراءة الأولية للعلامة في الصورة، والمستوي التضميني، وهو المستوي الأعمق في الصورة، بمعني الوصول إلي المعني العميق في الصورة، واعتبر رولان بارت أن العلامة يتم تحليلها من خلال ثلاثة رسائل، هي: رسالة ألسنية ( لغوية) ورسالة أيقونية مدونة( الصورة والعلامات البصرية) ورسالة أيقونة غير مدونة ( المعني العميق غير الظاهر)[22].

نموذج كريستيان ميتز: والذي وظف المنهج السيميائي في دراسة السينما، أي الأشرطة السينمائية والأفلام باعتبارها علامات سمعية بصرية قام بمعالجتها معالجة سيميائية من خلال تقسيمها إلي عدة مستويات رئيسية وهي : اللون، ومستوي الكاميرا، وحركة الكاميرا ، ومستوي المشهد السينمائي، والمؤثرات والخلفيات[23].

**وتتم الاستفادة من التطبيق المستحدث للتحليل السيميائي للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما تعكسها المسلسلات المصرية بالتليفزيون، وذلك كما يلي :**

- تحديد الدوال السيميولوجية ( العلاماتية) لكل طبقة اجتماعية تم تقديمها بالمسلسلات المصرية بالتليفزيون ، ومدلولالت كل منها.
- تحديد الاستعارات السيميولوجية ( العلاماتية) التي تناولت العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي تم تقديمها بالمسلسلات المصرية بالتليفزيون.
- تحديد المعاني التعيينية ( العلاماتية) التي تناولت العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي تم تقديمها بالمسلسلات المصرية بالتليفزيون، وما تنطوي عليه من معاني تضمينية تصف هذه العلاقة.
- استخلاص رؤية سيميولوجية شاملة العلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما تم تقديمها في المسلسلات المصرية بالتليفزيون.

**الدراسات السابقة :**

تم الرجوع إلي العديد من الدراسات السابقة للاستفادة ببعض الجوانب التي

تناولتها في إجراء هذا البحث، ويمكن تقسيم هذه الدراسات إلي محورين تم عرض الدراسات من خلالهما، وذلك كما يلي :

- المحور الأول : دراسات سابقة اهتمت بالتحليل السيميولوجي للمضامين الإعلامية.
- المحور الثاني : دراسات سابقة اهتمت بمعالجة الدراما التليفزيونية للمشكلات الاجتماعية.

المحور الأول: دراسات سابقة اهتمت بالتحليل السيميولوجي للمضامين الإعلامية:

1- دراسة شادي ربيع محمد علي (2019) عن:" التحليل الثقافي لخطابات الإعلانات التجارية، دراسة سيميولوجية لعينة من الحملات الإعلانية " ، واهتمت الدراسة بالتحليل الثقافي لخطابات الإعلانات التجارية للوقوف علي القيم التي تعكسها، وأوجه الاتفاق والاختلاف بينها، واستخدمت الدراسة منهج المسح والمنهج المقارن من خلال التحليل السيميولوجي لعينة من من إعلانات شركة فودافون في مصر بلغت 6 إعلانات، و3 إعلانات عن خدمة Most Raliable Network بالمملكة المتحدة، في أغسطس 2017.

وخلصت الدراسة في نتائجها إلي نجاح حملتي فودافون مصر والمملكة المتحدة في توظيف النص والصورة والإيقاع والموسيقي للتعبير عن القيم الثقافية للخطاب السيميولوجي[24] .

2- دراسة عواطف منصور (2017) عن:" الجسد، الصورة في الخطاب الإعلاني، دراسة سيميائية (رولان بارت) واستهدفت الدراسة بحث أثر صورة الجسد الأنثوي في الخطاب الإشهاري علي العلاقة بين المنتج والمستهلك من خلال تحليل ما تقدمه هذه الصورة من رسائل ودلالات إيحائية وتعبيرية مضمّنة ومعلنة، وتم إجراء الدراسة بالتطبيق علي صورة إعلان تقدمه الممثلة "كاترينا كايف" لبيع عصير المانجو، وصورة إعلان تقدمه الممثلة "داكوتا فانينغ" لعطر (Oh Lola)

وخلصت الدراسة في أهم نتائجها إلي أن الصورة الإشهارية تقدم معاني مجازية ودلالية تعبيرية تلعب دورا مهما في إغراء المتلقي، كما أنها تساهم في دعم العلاقة بينه وبين المنتج من خلال تحفيز دوافع الاستهلاك [25].

3- دراسة دعاء أحمد رمضان عبد الله (2017) عن: " التحليل السيميولوجي لأفلام الرسوم المتحركة العربية والأمريكية وانعكاسها علي الوعي الثقافي لدي الطفل"، واهتمت الدراسة بالكشف عما تشير إليه الرموز غير اللفظية بأفلام الرسوم المتحركة العربية والأمريكية من مرجعية ثقافية، ودلالتها السيميولوجية، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال تحليل مضمون عينة عمدية من أفلام

الرسوم المتحركة بلغت فيلمين أحدهما تم إنتاجه من قبل شركة إنتاج عربية والآخر من قبل شركة أجنبية.

وخلصت الدراسة في نتائجها إلي أن كلا من الفيلمين قد قدم الدلالات الثقافية بما يتفق مع طبيعة البيئة المنتج بها، وقدم كلا الفيلمين دلالات سلبية كالكذب والخداع وخيانة العهد، وتشابه كلا الفيلمين في استخدام أدوات العنف (26).

4- دراسة وليد محمد الهادي عواد (2017) عن:" سمات العلاقة بين المواطن والمسئول الحكومي كما يعكسها كاريكاتير الصحف المصرية"، واهتمت الدراسة بتحليل الرسوم الكاريكاتيرية التي تتناول العلاقة بين المواطن والمسئول الحكومي من خلال استخدام مدخل التحليل السيميولوجي لفهم العلامات والرموز والأيقونات والاستعارات البصرية التي احتوتها هذه الرسوم مع تحليل الكلمات الدالة في التعليقات عليها، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال التحليل السيميولوجي لعينة من من من الرسوم الكاريكاتيرية بالصحف المصرية بلغت 353 رسما تناول العلاقة بين المواطن والحكومة.

وأشارت الدراسة في نتائجها إلي تنوع الدوال المستخدمة في رسوم الكاريكاتير عينة الدراسة للتعبير عن العلاقة بين المواطن والمسئول الحكومي، بين الوجه والجسد والملابس التي تظهر الإجهاد والضعف والفقر، بخلاف الدوال المستخدمة مع المسئول الحكومي التي تعكس الثراء والغني والانفصال الطبقي(27).

5- دراسة "كواكيب" (Kawakib Al-Momani,2016) عن: التحليل السيمائي للقروض المدفوعة في الإعلانات المطبوعة بالأردن، واهتمت الدراسة بالتعرف علي السياق الاجتماعي والثقافي الذي أدى إلى ظهور الاقتراض بالأردن؛ وذلك من خلال تقديم تحليلا سيميائيا للإعلانات العربية المطبوعة بثلاث صحف اردنية يومية رئيسية، وهي صحف الراي والدستور والغد ؛ واستند هذا التحليل إلي نموذج تشاندلر للتحليل السيميائي.

وأشارت الدراسة في أهم نتائجها إلي أن القروض في الإعلانات موضع التحليل تمثل أنماطا استثمارية مستمدة من الأيديولوجية الفكرية والثقافية للمجتمع الأردني، وكشفت نتائج الدراسة أن إعلانات القروض المطبوعة بالصحف الأردنية تستخدم الإشارات المستمدة من الثقافة الشعبية والمواقف الدنيوية لتقديم القروض للجمهور إما من خلال خلق جو احتفالي تسوده روح الدعابة أو غامض يقوم علي استخدام الكلمات ودلالاتها المختلفة(28).

6- دراسة "أنجلابارجندا" (AngelaBargenda,2015) عن صناعة الثقة في الاتصالات المالية: التحليل السيميولوجي للاستعارات البصرية في الإعلانات المصرفية ، واهتمت الدراسة بالكشف عن البناء التكويني للاستعارات البصرية

في خطاب الإعلان المالي للمؤسسات البنكية الفرنسية، وتم إجرائها بالتطبيق علي ستة إعلانات نشرتها ثلاث مؤسسات بنكية تعرضت لأزمات مالية في فرنسا.

وخلصت الدراسة في أهم نتائجها إلي تركيز الاستعارات البصرية واللفظية بالإعلانات موضع التطبيق علي تقديم عناصر هوية المؤسسة البنكية، وتنمية الإحساس الجماعي بها. كما خلصت إلي اختلاف البني السيميولوجية للاستعارات البصرية المتضمنة في الإعلانات عينة الدراسة [29].

7- دراسة " شارام وجيبتا " (Sharma& Gupta, 2015 ) عن: التحليل السيميولوجي لإعلانات التليفزيون الهندي، وتأثيرها علي المستهلكين، واهتمت الدراسة بإظهار التأثير المتباين للإعلانات من خلال موضوعاتها، والألوان، والرموز لتكون أكثر تحديدا، والأثر الذي تحدثه السيميائية علي المستهلكين، وكيف يمكن أن تكون أكثر فاعلية، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال تطبيق استبيان الرأي علي عينة قوامها 165 مفردة من سكان الهند ممن تتراوح أعمارهم بين 19 و56 عاما.

وأفصحت نتائج الدراسة عن أن العمر والنوع لهما تأثير كبير في الاختيارات التي يتم إجراؤها فيما يتعلق بالسيميائية المستخدمة في الإعلانت التليفزيونية الهندية، وإلي أنه من خلال فهم اللغة وتأثير السيميائية علي المستهلكين يمكن للإعلانات أن تكون أكثر فاعلية علي المستهلكين[30] .

8- دراسة نادية شقير (2015) عن:" سيميوطيقا الصورة البصرية الثابتة، دراسة في الإعلان السياحي: جريدة السياحي نموذجا"، واهتمت الدراسة بالتعرف علي المعاني والرسائل الضمنية التي تحملها الإعلانات السياحية بجريدة السياحي، والكشف عن الأبعاد الكامنة داخلها، وتم إجراءها من خلال تحليل أربعة صور إعلانية نشرتهم جرديدة السياحي خلال عام 2014.

وخلصت الدراسة في أهم نتائجها إلي احتواء كل صورة من الصور الإعلانية موضع التحليل على بعد معين ثقافي أو حضاري أو سوسيو ثقافي، كما خلصت الدراسة إلي أن هذه الصور ترقى لمستوى التمثيل الإعلاني إذ تقوم علي جذب الانتباه للمناطق السياحية وإثارة سلوك المتلقي حيال زيارتها [31].

9- دراسة "أندريو" (N. Anido Freire, 2014) عن: التحليل السيمائي لقيمة الفخامة كما تعكسها إعلانات السلع الفاخرة، واهتمت الدراسة برصد ملامح قيمة الفخامة كما تقدمها إعلانات السلع الفاخرة في محاولة لاستكشاف دور هذه القيمة في تشكيل اتجاهات وسلوك الجمهور نحو ما تقدمه تلك الإعلانات من سلع، واستخدمت الدراسة أسلوب التحليل السيميولوجي والبلاغي، وتم إجراءها بالتطبيق علي إعلانين لمنتجات Louis Vuitton, Hermès الفاخرة.

وخلصت الدراسة في أهم نتائجها إلي تأكيد دور العلامة التجارية في تقديم مفهوم الفخامة، والذي يتبلور في تميز المنتجات بنفس السمات ومستوي الجودة في جميع مراكز إنتاجها بمختلف أنحاء العالم؛ كما أشارت نتائج الدراسة إلي أن ارتباط قيمة الفخامة بعالمية المواصفات الفنية للمنتج هو ما يجذب المستهلكين ويزيد من ولائهم للعلامة التجارية له، ويحسن صورتها الذهنية لديهم [32].

10- دراسة "سيتيورايدا"(Sitiuraida, 2014) عن:التحليل السيميولوجي للإعلانات المطبوعة لشركة "ماكدونالدز"، واهتمت الدراسة بالإجابة علي مجموعة من التساؤلات التي تشتمل علي ما هي العلامات السيميائية التي وجدت في الإعلانات المطبوعة لشركة الوجبات السريعة ماكدونالدز، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال تحليل مضمون عينة مكونة من سبعة إعلانات مطبوعة لشركة ماكدونالدز.

وأشارت الدراسة في نتائجها إلي أن إجمالي العلامات المستخدمة في الإعلانات السبعة بلغت 66 علامة، تتكون من 30 أيقونة و 14 مؤشرا و 22 رمزا، ومعظم معاني دلالة الإعلانات المطبوعة تعكس بعض الرسائل ذات الصلة بالموضوع أو المنتجات التي يتم الترويج لها[33] .

11- دراسة محمد حسام الدين اسماعيل (2014) عن:" رجال الأعمال في خطاب الكاريكاتير، دراسة علاماتية وثقافية للصحف اليومية المصرية، واهتمت الدراسة بتحديد الدوال الأساسية المعبرة عن رجال الأعمال في خطاب الكاريكاتير، وتحديد الاستعارات المستخدمة في وصف رجال الأعمال والمعاني المتضمة في هذه الاستعارات، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال إجراء التحليل السيميولجي لعينة من رسومات الكاريكاتير في صحف الأهرام والأحرار والمصري اليوم خلال عام 2009.

وانتهت الدراسة في نتائجها إلي تشابه الدوال المستخدمة في التعبير عن رجال الأعمال في الصحف محل الدراسة، وكذلك الاستعارات المستخدمة والتي تشبهه بالحوت أو الجرادة للتعبير عن توحشه[34] .

12- دراسة "شريستيل" (Christelle, 2012) عن: ترجمة الإعلانات المطبوعة لشركة كوكاكولا، من حيث السيميائية والرمزية والإقناع، واهتمت الدراسة بفهم الرسالة الخفية للإعلانات والتعرف علي الرموز المستخدمة بها ودلالتها وتأثيراتها علي الجمهور، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال التحليل السيميولوجي لعينة مكونة من 30 إعلان لكوكاكولا خلال عام2011.

وخلصت الدراسة في نتائجها إلي أن الصور تلعب دورا رئيسيا في إعلانات كوكاكولا لما لها من أهمية بصرية من خلال التحليل السيميائي للإعلانات، كما أن الألوان تم استخدامها بشكل رمزي في الإعلانات لتصوير السعادة والمرح والفرح من

خلال الأحمر والأزرق والأخضر والأصفر، كما تم استخدام الرموز مثل: بابا نويل والمهرجين بشكل فعال في هذه الإعلانات(35).

المحور الثاني: دراسات سابقة اهتمت بمعالجة الدراما التليفزيونية للمشكلات الاجتماعية:

1- دراسة رحاب سعيد أحمد عبد الرحمن ( 2018 ) عن:" دور الدراما التليفزيونية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو ذوي الاحتياجات الخاصة"، واهتمت الدراسة بالتعرف علي ما تقدمه الدراما التليفزيونية في سبيل التعريف بحقوق ذوي الاحتياجات الخاصة، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال تحليل مضمون عينة عمدية لأحد المسلسلات التي ظهرت بها شخصية لذوي الاحتياجات الخاصة وهو مسلسل "بن حلال"، ومن خلال تطبيق استبيان الرأي علي عينة قوامها 200 مفردة من مشاهدي الدراما التليفزيونية.

وخلصت الدراسة في نتائجها إلي أن الدراما التليفزيونية لم تقدم التزاما بالمسئولية الاجتماعية فيما يتعلق بتقديم العلامات الصحيحة والدقيقة الكافية لشخصية ذوي الاحتياجات الخاصة كأحد القضايا الاجتماعية، كم خلصت إلي أن ظهور شخصية ذوي الاحتياجات الخاصة لم يحظي بنسبة كافية، كما لم يتم تمثيل القضايا الخاصة بذوي الاحتياجات الخاصة في المسلسل. كما أشارت نتائج الدراسة إلي ارتفاع كثافة مشاهدة الدراما التليفزيونية، ووجود علاقة ارتباط دالة إحصائا بين كثافة مشاهدة هذه المسلسلات والاتجاه نحو ذوي الاحتياجات الخاصة(36).

2- دراسة مروة رضوان إبراهيم شعبان ( 2018 ) عن:" معالجة المسلسلات التليفزيونية والأفلام السينمائية المصرية التي يعرضها التليفزو\يون المصري لقضايا حقوق الطفل"، واهتمت الدراسة بالتعرف علي طبيعة المعالجة الدرامية لقضايا حقوق الطفل بالمسلسلات التليفزيونية والأفلام السينمائية المعدة للكبار والمقدمة بالقنوات التليفزيونية الأرضية والفضائية، وتأثيراتها علي إدراك جمهور الأطفال لحقوقهم، واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال تحليل مضمون عينة من مسلسلات التليفزيون تمثلت في ال 8 أجزاء من مسلسل يوميات ونيس وعينة من الأفلام السينمائية تمثلت في 215 فيلما، ومن خلال تطبيق استبيان الرأي علي عينة مكونة من 250 أسرة تتضمن أطفالا من 9 إلي 12 سنة.

وخلصت الدراسة في نتائجها إلي أن الاتجاه الدرامي في الأفلام السينمائية تمثل في التهوين من قدر الطفل علي عكس مسلسلات التليفزيون التي عززت من قيمته، كما خلصت نتائج الدراسة إلي ارتفاع نسب تفضيل دراما التليفزيون، وارتفاع الدوافع النفعية عن الدوافع الطقوسية لمشاهدتها، فضلا عن انخفاض نسب إدراك واقعية المضمون المقدم بها(37).

3- دراسة أحمد أحمد أحمد عثمان ( 2017) عن:" تعرض المراهقين لأفلام ومسلسلات التليفزيون المصري وعلاقته باتجاهاتهم نحو سلطة كل من الأب والأم داخل الأسرة"، واهتمت الدراسة بالتعرف علي إدراك المراهقين للواقع الرمزي لسلطة كل من الأب والأم داخل الأسرة في أفلام ومسلسلات التليفزيون، فضلاً عن دراسة مدي وجود علاقة بين إدراك هذا الواقع الرمزي واتجاهات المراهقين نحو سلطة كل من الأب والأم داخل الأسرة في الواقع، والمتغيرات المؤثرة علي هذه العلاقة، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال تطبيق استبيان الرأي علي عينة قوامها 400 مفردة ممن تتراوح أعمارهم من 11إلي أقل من 20 سنة في المجتمع المصري.

وخلصت الدراسة في نتائجها إلي أن مشاهدة المراهقين للأفلام والمسلسلات التي يعرضها التليفزيون المصري جاءت كثيفة أو متوسطة الكثافة لدي الغالبية العظمي من أفراد العينة، وجاء مستوي انتباه المراهقين أثناء مشاهدة هذه الأفلام والمسلسلات قويا أو متوسط القوة لدي الغالبية العظمي من أفراد العينة، كما أشارت نتائج البحث أيضا إلي أن مستوي إدراك المراهقين لواقعية مضمون الأفلام والمسلسلات التي يعرضها التليفزيون المصري جاء مرتفعاً أو متوسطاً لدي الغالبية العظمي من أفراد العينة(38) .

دراسة إيناس محمد علي الشيخ (2016) عن:" اتجاهات الجمهور نحو معالجة الدراما التليفزيونية لمشكلة العنوسة في المجتمع المصري " ، واهتمت الدراسة برصد وتحليل اتجاهات الجمهور المشاهد بالفعل للدراما التليفزيونية التي تناولت مشكلة العنوسة، والوقوف علي تقييمات الجمهور لها، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال تطبيق استبيان الرأي علي عينة بلغ قوامها 450 مفردة من مشاهدي التليفزيون من الجمهور المصري (25 سنة فأكثر) من محافظات القاهرة والمنوفية والمنيا .

وخلصت الدراسة في نتائجها إلي ارتفاع كثافة مشاهدة الجمهور للمواد الدرامية التليفزيونية التي تتناول مشكلة العنوسة، وأن أكثرية المبحوثين يرون أن الدراما التليفزيونية المصرية التي تناولت مشكلة العنوسة ساهمت إلي حد ما في التعريف بالمشكلة في المجتمع المصري (39) .

4- دراسة لميس علاء الدين مصطفي الوزان ( 2016) عن: " تعرض الشباب للمسلسلات التليفزيونية وعلاقتها بسلوكياتهم، واهتمت الدراسة بالتعرف علي مدي تعرض الشباب للمسلسات المصرية وتأثير ذلك علي سلوكياتهم، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال تحليل مضمون عينة من المسلسلات المصرية تمثلت في 30 حلقة من مسلسل حكاية حياة، وإجراء استبيان الرأي علي عينة قوامها 400 مفردة تم سحبها من جامعات حكومية وجامعات خاصة.

وخلصت الدراسة في نتائجها إلي أن مسلسلات التليفزيون تقدم مصطلحات وألفاظ ركيكة ودارجة وغريبة عن اللغة العربية السليمة وذلك لاستقطاب الشباب وبما يتناسب مع ما يسمي لغة الشباب، كما أشارت نتائج الدراسة إلي أن نسبة كبيرة من مفردات عينة الشباب تتأثر بما تقدمه مسلسلات التليفزيون من ألفاظ وشتائم(40).

5- دراسة ياسمين أحمد علي حسن فؤاد (2015) عن:" معالجة المشكلات الاجتماعية والاقتصادية للشباب المصري في الأفلام والمسلسلات العربية وعلاقة ذلك باتجاهاته وتطلعاته نحو المستقبل"، واهتمت الدراسة بالتعرف علي كيفية معالجة المضامين الدرامية لمشكلات الشباب الاجتماعية والاقتصادية، واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال تحليل مضمون عينة من الأفلام والمسلسلات بلغ قوامها 90 فيلما و3 مسلسلات، وتطبيق استبيان الرأي علي عينة قوامها 400 مفردة.

وخلصت الدراسة في نتائجها إلي أن المشكلات الاجتماعية قد تفوقت علي غيرها من المشكلات من حيث اهتمام الدراما المصرية بمعالجتها، وجاءت في مقدمة هذه المشكلات مشكلة العنف الأسري ثم غياب تحمل المسؤولية والانحراف وفي النهاية مشكلة تغير منظومة القيم، كما أشارت نتائج الدراسة إلي أن نسبة من يدركون واقعية مضمون أفلام ومسلسلات التليفزيون جاءت مرتفعة أو متوسطة لدي غالبية مفردات العينة، وإلي أن نسبة من يدركون الواقع الاجتماعي للشباب بشكل مشابه للواقع الدرامي جاءت مرتفعة أو متوسطة لدي غالبية مفردات العينة(41).

6- دراسة ياسر خضير البياتي ( 2014) عن:" اتجاهات الشباب الجامعي في مشاهدة الفضائيات وتأثيراتها المحتملة علي القيم والسلوك"، واهتمت الدراسة بالتعرف علي التأثيرات الاجتماعية للدراما علي الشباب الجامعي، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال تطبيق استبيان الرأي علي عينة قوامها 200 مفردة من طلبة وطالبات جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا.

وأسفرت الدراسة في نتائجها عن أن الغالبية العظمي من مفردات العينة يقضون وقتا طويلا في مشاهدة دراما التليفزيون، بما يعد عاملا أساسيا في تعميق فهم الشباب للعالم، فضلا عن تأثيره علي عاداتهم وقيمهم، فضلا عن تأثيره في حياتهم الاجتماعية والنفسية(42).

7- دراسة ياسمين أحمد محمد غانم ( 2013) عن: " العنف المجتمعي كما تعكسه المسسلات التليفزيونية المصرية وعلاقته بسلوكيات أفراد الأسرة المصرية، واهتمت الدراسة برصد ظاهرة العنف الأسري كما تعكسه مسلسلات التليفزيون المصرية وانعكاس ذلك علي الأسرة المصرية، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال إجراء استبيان الرأي علي عينة متعددة المراحل مكونة من 400 مفردة من محافظات القاهرة والقليوبية والجيزة.

وخلصت الدراسة في نتائجها إلي أن نسبة كبيرة من مفردات العينة تتأثر باستخدام العنف اللفظي مع الأبناء في مسلسلات التليفزيون، كما جاءت النسبة الأكبر من مفردات العينة ممن يتأثرون بشدة بضرب الأزواج لزوجاتهم في مسلسلات التليفزيون(43).

8- دراسة أماني محمود الأسود (2012) عن:" الدراما المدبلجة بالفضائيات العربية وانعكاساتها علي إدراك المراهقين للواقع الاجتماعي"، واهتمت الدراسة بالتعرف علي أهم المضامين التي تقدمها الدراما المدبلجة بالفضائيات العربية، والتي تنعكس علي إدراك المراهقين للواقع الاجتماعي، واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال تحليل مضمون عينة من المسلسلات المدبلجة من الفضائيات العربية علي قناتي MBC والحياة مسلسلات، وتطبيق استبيان الرأي علي عينة عمدية من المراهقين بالجامعات الحكومية والأزهرية بمحافظة الدقهلية .

وخلصت الدراسة في نتائجها إلي وجود علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين حجم المشاهدة والتوحد مع شخصيات الدراما المدبلجة بالفضائيات العربية ، وكانت من أهم المشكلات التي تعاني منها الأسرة بالمسلسلات المدبلجة عينة الدراسة غياب الوالدين، وكانت من أهم الأساليب في مواجهة المشكلات لوم الذات ثم أسلوب التمني ثم التنفيس الانفعالي (44).

وبمراجعة الدراسات السابقة يتبين ما يلي :

1- اهتم العديد من الدراسات السابقة بالتحليل السميولوجي لمضامين إعلامية متنوعة، وتنوعت الأطر الفكرية لهذه الدراسات، فمن هذه الدراسات، علي سبيل المثال، من اتخذت خطابات الإعلانات التجارية إطارا فكريا لها (علي، شادي ربيع محمد ،2019) واتخذت دراسة وليد محمد الهادي عواد (2017) من العلاقة بين المواطن والمسئول الحكومي إطارا فكريا لها، بينما اتخذت دراسة "أنجلابارجندا" (AngelaBargenda,2015) من صناعة الثقة في الاتصالات المالية إطارا فكريا لها،

2- بينت نتائج الدراسات السابقة تنوع الأدوات التي استخدمتها المضامين الإعلامية المتنوعة في تقديم المعاني المتضمنة بها ما بين النص والصورة والإيقاع والموسيقي للتعبير عن القيم الثقافية للخطاب السيميولوجي(علي، شادي ربيع محمد ، 2019) والصورة الاشهارية التي تقدم معاني مجازية ودلالية تعبيرية تلعب دورا مهما في إغراء المتلقي (منصور، عواطف ، 2017) والوجه والجسد والملابس التي تظهر الإجهاد والضعف والفقر (وليد محمد الهادي عواد، 2017) والإشارات المستمدة من الثقافة الشعبية والمواقف الدنيوية(Kawakib Al-Momani,2016)

3- أشارت نتائج العديد من الدراسات السابقة إلي وجود تأثيرات سيميولوجية متنوعة للمضامين الإعلامية علي المتلقين، وتنوعت هذه التأثيرات بين: توظيف النص والصورة والإيقاع والموسيقي للتعبير عن القيم الثقافية للخطاب السيميولوجي(علي، شادي ربيع محمد ، 2019) وزيادة فاعلية تأثير الإعلانات علي المستهلكين من خلال فهم اللغة وتأثير السيميائية عليهم (Sharma& Gupta, 2015) وجذب الانتباه للمناطق السياحية وإثارة سلوك المتلقي حيال زيارتها (شقير، نادية ،2015) وعكس بعض الرسائل ذات الصلة بالموضوع أو المنتجات التي يتم الترويج لها(Sitiuraida, 2014)

4- تنوعت الدراسات السابقة التي اهتمت بمعالجة الدراما التليفزيونية للعديد من المشكلات الاجتماعية، مثل: اتجاهات الجمهور نحو ذوي الاحتياجات الخاصة(عبد الرحمن، رحاب سعيد أحمد ، 2018 ) وقضايا حقوق الطفل (شعبان، مروة رضوان إبراهيم ، 2018 ) وسلطة كل من الأب والأم داخل الأسرة (عثمان، أحمد أحمد أحمد ، 2017) ومشكلة العنوسة في المجتمع المصري (الشيخ، إيناس محمد علي ، 2016) وسلوكيات الشباب (الوزان، لميس علاء الدين مصطفي ، 2016) والعنف المجتمعي (غانم، ياسمين أحمد محمد ، 2013)

5- خلصت نتائج العديد من الدراسات السابقة إلي ارتفاع كثافة مشاهدة الدراما التلفزيونية، إذ أشارت نتائج دراسة مروة رضوان إبراهيم شعبان ( 2018 ) إلي ارتفاع نسب تفضيل دراما التليفزيون بوجه عام، وأشارت نتائج دراسة أحمد أحمد أحمد عثمان (2017) إلي أن مشاهدة المراهقين للأفلام والمسلسلات التي يعرضها التليفزيون المصري جاءت كثيفة أو متوسطة الكثافة لدي الغالبية العظمي من أفراد العينة، كما خلصت دراسة إيناس محمد علي الشيخ (2016) في نتائجها إلي ارتفاع كثافة مشاهدة الجمهور للمواد الدرامية التليفزيونية التي تتناول مشكلة العنوسة، وخلصت نتائج دراسة ياسر خضير البياتي (2014) إلي أن الغالبية العظمي من مفردات العينة يقضون وقتا طويلا في مشاهدة دراما التليفزيون.

6- خلصت نتائج دراسة ياسمين أحمد علي حسن فؤاد (2015) إلي أن المشكلات الاجتماعية قد تفوقت علي غيرها من المشكلات من حيث اهتمام الدراما المصرية بمعالجتها، وجاءت في مقدمة هذه المشكلات مشكلة العنف الأسري ثم غياب تحمل المسئولية والانحراف وفي النهاية مشكلة تغير منظومة القيم، كما أشارت إلي أن نسبة من يدركون واقعية مضمون أفلام ومسلسلات التليفزيون جاءت مرتفعة أو متوسطة لدي غالبية مفردات العينة، وإلي أن نسبة من يدركون الواقع الاجتماعي للشباب بشكل مشابه للواقع الدرامي جاءت مرتفعة أو متوسطة لدي غالبية مفردات العينة.

مشكلة البحث :

يتبين من موضوع البحث وإطاره النظري ومن نتائج الدراسات السابقة أن الدراما التليفزيونية – وبوجه خاص مسلسلات التليفزيون – أصبحت من أكثر أشكال المضامين الإعلامية تأثيرا علي المشاهدين، نظرا لأنها تقدم معالجة لقضايا المجتمع وتعبر عنها بعمق، وتكشف دائما للمشاهد ما يحيط به من مشكلات اقتصادية واجتماعية وسياسية، كما أصبحت الدراما التليفزيونية من أهم المضامين التي يقبل عليها الجمهور بوجه عام.

ولما كانت المشكلات الاجتماعية قد تفوقت علي غيرها من المشكلات من حيث اهتمام الدراما المصرية بمعالجتها، ومن بينها العلاقة بين الطبقات الاجتماعية، وفي ظل ما شهدته مصر من تغيرات هامة أعقبت ثورة 25 يناير 2011، أدت إلي حدوث حراك سياسي واقتصاي واجتماعي، تمثل في عدة مظاهر، كان من أهمها المطالبة بتحقيق العدالة الاجتماعية بين كل طبقات وكل أفراد الشعب؛ فإن التحليل السيميولوجي لهذه الدراما المقدمة بالتليفزيون المصري، من خلال دراسة المعني الخفي لكل نظام علاماتي متضمن بها، والبحث في كافة الأنظمة الرمزية ذات الدلالة حتي ما كان خارجا منها عن نطاق اللغة، ومحاولة اكتشاف المعاني الكامنة ورائها، يعد مطلبا أساسيا للوقوف علي ما قد يصل للمتلقي من استعارات بصرية، ومعاني تعينية؛ تقدمها المسلسلات المصرية بالتليفزيون فيما يتعلق بالعلاقة بين الطبقات، والدلالات المتضمنة في هذه المعاني، وذلك نظرا لخطورة ما يمكن أن يؤدي إليه الفهم الخاطئ لهذه العلاقة بين الطبقات الاجتماعية من إحداث أو تعميق للصراع بين هذه الطبقات، وما يمكن أن يؤدي إليه من اندفاع أو سلبية، وكلاهما له تأثيراته الخطيرة علي الفرد والمجتمع.

ولقد أشارت نتائج العديد من الدراسات السابقة التي اهتمت بالتحليل السيميولوجي للمضامين الإعلامية إلي وجود تأثيرات سيميولوجية متنوعة لهذه المضمامين علي المتلقين، وتنوعت هذه التأثيرات بين: التعبير عن القيم الثقافية (شادي ربيع محمد علي، 2019) وزيادة فاعلية تأثير الإعلانات علي المستهلكين (Sharma& Gupta, 2015) وجذب الانتباه للمناطق السياحية وإثارة سلوك المتلقي حيال زيارتها (نادية شقير،2015) وعكس بعض الرسائل ذات الصلة بالموضوع أو المنتجات التي يتم الترويج لها(Sitiuraida, 2014) إلا أن أي من هذه الدراسات السابقة لم يقدم تحليلا سيميولوجيا للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما تعكسها المسلسلات المصرية بالتليفزيون.

**وبناء علي ما سبق تتبلور مشكلة البحث في دراسة البناء السيميولوجي للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما تعكسها المسلسلات المصرية بالتليفزيون؛ وذلك من خلال تحليل البنية العلاماتية والوظيفية للعلاقة بين الطبقات التي تقدمها هذه المسلسلات من ناحية، والكشف عن الاستعارات البصرية التي تتضمنها لكل منهما**

**من ناحية أخري، ورصد ملامح البنية التكوينية للعلاقة بينهما، فضلا عن دراسة المعاني التعينية التي تقدمها المسلسلات المصرية بالتليفزيون للعلاقة بين الطبقات، والدلالات المتضمنة في هذه المعاني؛ بما يمكن من استخلاص رؤية سيميولوجية شاملة لرسم وتجسيد تلك العلاقة.**

**تساؤلات البحث :**

يسعى البحث إلي الإجابة علي عدة تساؤلات التي تم تحديدها في ضوء مشكلته وإطاره النظري ونتائج الدراسات السابقة، وذلك كما يلي:

1- ما حجم تناول المسلسلات المصرية بالتليفزيون للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية؟

2- ما الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية بالتليفزيون ؟

3- ما طبيعة العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية بالتليفزيون ؟

4- ما الأفكار التي تتناول العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية بالتليفزيون ؟

5- ما الدوال السيميولوجية للطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية بالتليفزيون ؟

6- ما الاستعارات السيميولوجية التي تناولت العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية بالتليفزيون ؟

7- ما المعاني التعينية التي تعكسها العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية بالتليفزيون، وما الدلالات المتضمنة في هذه المعاني ؟

8- ما العلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما تعكسها المسلسلات المصرية بالتليفزيون؟

**الإطار المنهجي للبحث :**

يتضمن الإطار المنهجي للبحث الخطوات المنهجية التي تم إتباعها في إجرائه بعد تحديد مشكلته ووضع تساؤلاته، وتشتمل هذه الخطوات على تحديد منهج البحث، وأسلوب اختيار العينة، وأدوات جمع البيانات، والأساليب المستخدمة في تحليل البيانات .

**أولاً : منهج البحث :**

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة، وتتمثل الظاهرة موضع البحث في طبيعة العلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما يعكسها التلحليل السيميولوجي لما تقدمه المسلسلات المصرية بالتليفزيون.

ولدراسة هذه الظاهرة تم استخدام منهج المسح بمستواه الوصفي

(Descriptive) وذلك بالتطبيق علي عينة من المسلسلات التي تم عرضها بالتليفزيون المصري؛ تم تحليل مضمونها كمياً وكيفياً، وتحليل العلاقات التي تعكسها بين الطبقات الاجتماعية سيميولوجيا .

وقد تم اتباع الخطوات العلمية في تحليل مضمون عينة المسلسلات المصرية المقدمة عبر التليفزيون، وفي التحليل السيميولوجي للعلاقات التي تعكسها مشاهد هذه المسلسلات بين الطبقات الاجتماعية المتنوعة؛ بدءًا بتحديد مجتمع البحث وعينة التحليل، ثم تحديد فئات التحليل، وتحديد وحدات التحليل، ثم اختبار الصدق والثبات، ثم تحليل وتفسير النتائج .

**ثانياً : أسلوب اختيار العينة :**

تم اختيار عينة من المسلسلات المصرية بالتليفزيون، وتشتمل العينة علي كل ما تضمنته حلقات مسلسل "ولد الغلابة" علي قناة mbc مصر، وحلقات مسلسل "زلزال" علي قناة dmc دراما من مشاهد، بواقع 1125 مشهدا بالمسلسلين.

ووقع الاختيار علي المسلسلين المُشار إليهما بناء علي دراسة استطلاعية أجراها الباحث علي عينة قوامها 100 مشاهد لمسلسلات التليفزيون المصرية التي تم عرضها خلال شهر رمضان من عام 2019، باعتبار هذا الشهر موسما للإنتاج الدرامي والمنافسة بين مختلف شركات الإنتاج خلال العام، وبما يضمن حداثة هذه المسلسلات بحيث تكون معبرة عن الواقع الحالي بالمجتمع المصري، وتم إجراء الدراسة الاستطلاعية، وأظهرت نتائج تلك الدراسة تصدر ستة مسلسلات، هي : مسلسل زي الشمس" (32.00%) ومسلسل "ولد الغلابة" (18.47%) ومسلسل " كلبش" (15.00%) ومسلسل "زلزال" (14.23%) ومسلسل "طلقة حظ" (12.30%) ومسلسل " لمس أكتاف" (8.00%)

وتمت المفاضلة بين المسلسلات الستة لاختيار مسلسلين بناء علي ثلاثة معايير هي: أن يكون المسلسل من إنتاج المصري (شركة المتحدين ميديا برودكشن"صادق الصباح" التي أنتجت مسلسل "ولد الغلابة"، وشركة سينرجي"تامر مرسي" التي أنتجت مسلسل" زلزال") وأن تتضمن أحداث المسلسل علاقة بين طبقات اجتماعية متنوعة بالمجتمع المصري، وأن تدور أحداث المسلسل بالمجتمع المصري، ومن واقع المفاضلة بين المسلسلات الستة وفق المعايير المُشار اليها، تم اختيار مسلسل " ولد الغلابة" (18.47%) ومسلسل "زلزال" (14.23%) لتطبيق الدراسة .

وتم استخدام أسلوب المسح الشامل لكل مشاهد المسلسلين عينة الدراسة والذي تم عرضهما علي قناتي: mbc مصر، و dmc دراما ، وفي هذا الإطار بلغ عدد المشاهد التي تضمنها مسلسل " ولد الغلابة " خلال فترة التحليل 660 مشهدا ، بينما بلغ عددها في مسلسل "زلزال "465 مشهدا، وبذلك اشتملت عينة الدراسة التحليلية علي 1125 مشهد.

**ثالثا : أدوات جمع البيانات :**

1- صحيفة تحليل المضمون، وتم استخدامها لرصد حجم اهتمام المسلسلات المصرية بالعلاقة بين الطبقات الاجتماعية، والطبقات الاجتماعية التي ظهرت في هذه المسلسلات، وطبيعة العلاقة بينها، والأفكار التي تناولت هذه العلاقة.

2- التحليل السيميولوجي، وتم استخدامه لدراسة البنية العلاماتية للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية المقدمة بالمسلسلات المصرية بالتليفزيون موضع التحليل، والوظائف السيميولوجية التي يؤديها كل منهما. والاستعارات البصرية التي تعبر عن تلك العلاقة بين هذه الطبقات الاجتماعية، فضلا عن دراسة البُني التكوينية لها من ناحية، والمعاني التعينية التي تعكسها للعلاقة بين هذه الطبقات من ناحية أخري، لاستخلاص رؤية سيميولوجية شاملة للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما تعكسها المسلسلات المصرية بالتليفزيون، ولرصد الدلالات المتضمنة في المعاني التعينية التي تعكسها هذه العلاقة.

**رابعا : الإطار الإجرائي (أساليب التحليل)**

**صحيفة تحليل المضمون:**

**بناء فئات التحليل :**

1- فئة حجم تناول مشاهد المسلسلات المصرية بالتليفزيون للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية، وتنقسم هذه الفئة إلي ثلاث فئات فرعية، وهي :

- تناول العلاقة بين الطبقات الاجتماعية في أقل من 30% من مشاهد المسلسل.
- تناول العلاقة بين الطبقات الاجتماعية في من 30% إلي أقل من 60% من مشاهد المسلسل.
- تناول العلاقة بين الطبقات الاجتماعية في أكثر من 60% من مشاهد المسلسل.

2- فئة الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في مشاهد المسلسلات المصرية بالتليفزيون، وتنقسم هذه الفئة إلي عدة فئات فرعية، وهي :

- طبقة السلطة ( صناع القرار)
- طبقة رجال الأعمال ( أصحاب رؤوس الأموال)
- طبقة الموظفين ( محدودي الدخل )
- طبقة العمال ( الطبقة الكادحة )
- طبقة الفقراء ( من يعيش علي المساعدات)

3- فئة طبيعة العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية بالتليفزيون، وتنقسم هذه الفئة إلي عدة فئات فرعية، وهي :

- علاقة صراع داخل الطبقة الاجتماعية الواحدة.
- علاقة صراع بين الطبقات الاجتماعية المختلفة.
- علاقة تكاملية داخل الطبقة الاجتماعية الواحدة.
- علاقة تكاملية بين الطبقات الاجتماعية المختلفة.

4- فئة الأفكار التي تتناول العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية بالتليفزيون، وتم تحديدها من خلال تحليل عينة استطلاعية من مشاهد المسلسلات عينة البحث، وتنقسم هذه الفئة إلي عدة فئات فرعية، وهي:

- ما يتعرض له طبقتي العمال والموظفين من قهر طبقة رجال الأعمال.
- فساد طبقة رجال الأعمال.
- سعي طبقتي العمال والموظفين للانتقام من ممارسات طبقة رجال الأعمال.
- دعم الحكومة لطبقة رجال الأعمال.
- ارتفاع الأسعار وغلاء المعيشة علي طبقتي العمال والموظفين.

**وحدات التحليل :**

1- الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية : وهي وحدة المسلسل الواحد ، ويقصد بها المسلسل الواحد كاملا بكل حلقاته.

2- وحدة الحلقة: ويقصد بها ما يتم تقديمه من حوار وأحداث من المسلسل التليفزيوني خلال فترة زمنية واحدة في اليوم الواحد، ويتخللها فواصل إعلانية.

3- وحدة المشهد : ويقصد بها الحوار والأفكار والأحداث التي تدور في مكان واحد داخل المسلسل، ويتم الانتقال من مشهد لآخر بتغيير المكان، ويتم عرض المشهد من خلال الحوار التمثيلي، بالإضافة إلي سلوك الشخصية وما يجري من أحداث في المشاهد التمثيلية.

**دليل التحليل السيميولوجي:**

وتم استخدامه لدراسة البنية العلاماتية للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية المقدمة بالمسلسلات المصرية بالتليفزيون، وذلك من خلال دراسة:

1- الدوال السيميولوجية المستخدمة لوصف الطبقات الاجتماعية المقدمة بالمسلسلات

المصرية بالتليفزيون، وتتضمن عدة فئات فرعية تمثل كل فئة منها أحد الدوال السيميولوجية للطبقات الاجتماعية كما تعكسها المسلسلات المصرية بالتليفزيون ومدلولاتها.

2- الاستعارات البصرية التي تناولت العلاقة بين الطبقات الاجتماعية في مسلسلات التليفزيون المصري، وما تشير إليه كل استعارة بصرية من معاني تتضمنها هذه العلاقة.

3- المعاني التعينية التي تعكس العلاقية بين الطبقات الاجتماعية في المسلسلات المصرية بالتليفزيون، وما تشير إليه هذه المعاني التعيينية من معاني تضمينية لهذه العلاقة.

**إجراءات الصدق والثبات :**

**أولا : إجراءات الصدق :**

تم التأكد من صدق صحيفة تحليل المضمون الذي يعبر عن مدي قدرة الصحيفة علي أن تقيس ما تسعي الدراسة إلي قياسه فعلا، بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطة هذه الأدوات مع الحقائق الموضوعية (44)، وذلك بمراعاة ما يلي:

مراعاة الصدق الظاهر ( Face Validity ) وتمت مراعاته من واقع تقييم صحيفة تحليل المضمون بواسطة مجموعة من المحكمين الخبراء في مجال الدراسة لقياس مدي صلاحيتها لقياس المتغيرات موضع البحث (45)، وفي هذا الإطار تم عرض صحيفة تحليل المضمون متضمنة فئات ووحدات التحليل علي مجموعة من المحكمين (*) (2).

ومن واقع ما اتفقت عليه أراء المحكمين وما أشاروا إليه من ملاحظات تم تعديل صحيفة التحليل، كما تم التأكد من الاتساق الداخلي بين فئات التحليل.

مراعاة صدق المحتوي(Content Validity ) وهو ما يسمي بالصدق المنطقي ( Logical Validity ) ويستهدف التأكد من أن صحيفة تحليل المضمون تتضمن كافة الجوانب والمتغيرات والأبعاد الخاصة بالمشكلة البحثية، ومدي شمولها وتمثيلها لموضوع الدراسة (46)، وتم مراعاة الجانب الخاص بصدق المحتوي في تحديد فئات التحليل ووحداته؛ بحيث تغطي جميع أبعاد المشكلة البحثية والمتغيرات التي تشتمل عليها تساؤلات الدراسة.

* المحكمون : الأسماء مرتبة ألفبائياً :
- أ.د. ثروت الديب ، أستاذ ورئيس قسم الاجتماع السابق بكلية الآداب بجامعة المنصورة .
- أ.د. حنان جنيد ، الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام بجامعة القاهرة .
- أ.د. محمد الغريب ، أستاذ الإذاعة والتليفزيون بقسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة الزقازيق .
- د. ممدوح مكاوي، أستاذ الإذاعة والتليفزيون المساعد بكلية الإعلام بجامعة بني سويف.
- د. هيثم جودة، أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية بجامعة الزقازيق.

**ثانيا : إجراءات الثبات :**

للتأكد من ثبات صحيفة تحليل المضمون تم التحديد الدقيق لفئات التحليل ووحداته بالتعاون مع اثنين من المحللين تم شرح فئات ووحدات التحليل لهما، وقام كل محلل بتحليل مضمون عينه من مشاهد المسلسلات المصرية بالتليفزيون في إطار فئات ووحدات التحليل ، وبلغ عدد الفئات التي استخدمها كل محلل في تحليل مشاهد العينة 170 فئة.

وتم استخدام معادلة ثبات "هولستي" (Holsti) لتحديد معامل الثبات بين المحللين[47]

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2\,ت}{ن1 + ن2}$$

**حيث :**

**2 = عدد المحللين .**

**ت = عدد الحالات التي يتفق فيها المحللون .**

**ن1 = عدد الحالات التي قام بترميزها المحلل رقم ا.**

**ن2 = عدد الحالات التي قام بترميزها المحلل رقم 2 .**

$$\text{وبتطبيق المعادلة تبين أن معامل الثبات} = \frac{2\,(153)}{170 + 170} = 0.9$$

وبذلك بلغت نسبة الثبات بين المحللين في هذه الدراسة وفقا لمعادلة هولستي 90% .

**الأساليب المستخدمة في التحليل:**

تم إجراء التحليل الإحصائي لبيانات البحث باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) لاستخراج التكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية (Means)

نتـــائج البحث

تتضمن نتائج البحث نتائج الدراسة التحليلية لمضمون عينة المسلسلات المصرية بالتليفزيون، ثم نتائج التحليل السيميولوجي للعلاقات التي تعكسها هذه المسلسلات بين الطبقات الاجتماعية، وتم التوصل إلي هذه النتائج من واقع التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها باستخدام صحيفة تحليل المضمون في إطار الخطوات المنهجية التي تم إتباعها في إجراء هذا البحث، ومن خلال التحليل الكيفي للدوال السيميولوجية، والرموز التكوينية، والمعاني التعيينية التي تضمنتها مشاهد المسلسلين عينة الدراسة. وفيما يلي عرض لنتائج الدراسة التحليلية ، ثم نتائج الدراسة

السيميولوجية .

**1- حجم تناول المسلسلات المصرية عينة الدراسة بالتليفزيون للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية:**

فيما يتعلق بحجم تناول المسلسلات المصرية عينة الدراسة بالتليفزيون للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية، تراوحت نسبة المشاهد التي تناولت هذه العلاقة بين ال 30% وال 60 % من إجمالي مشاهد المسلسين عينة الدراسة، إذ بلغت نسبتها في مسلسل "ولد الغلابة" 42.79% بينما بلغت نسبة في مسلسل "زلزال" 54.54%، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء الفكرة الرئيسية لكل من المسلسين والتي تدور بشكل رئيسي حول صراع الطبقات داخل المجتمع.

**2- الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في مشاهد المسلسلات المصرية بالتليفزيون:**

تنوعت الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في مشاهد المسلسلات المصرية عينة الدراسة بالتليفزيون والتي تناولت العلاقة بين هذه الطبقات، وبلغ عددها 559 مشهدا، بنسبة 49.69% من إجمالي مشاهد المسلسلين عينة الدراسة، وذلك كما بالجدول التالي:

**جدول رقم (1)**
**الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في مشاهد المسلسلات المصرية عينة الدراسة بالتليفزيون**

| الطبقة الاجتماعية | التكرار (ك) | النسبة (%) |
|---|---|---|
| طبقة العمال ( الطبقة الكادحة ) | 324 | 48.65 |
| طبقة الموظفين ( محدودي الدخل ) | 214 | 32.13 |
| طبقة رجال الأعمال ( أصحاب رؤوس الأموال) | 128 | 19.22 |
| لاجمالي والنسبة | 666 | 100 |

وتشير نتائج الجدول السابق إلي أن نسبة المشاهد التي ظهرت فيها طبقة العمال جاءت في الرتبة الأولي وبلغت ( 48.65%) وجاءت في المرتبة الثانية نسبة المشاهد التي ظهرت فيها طبقة الموظفين وبلغت ( 32.13%) بينما بلغت نسبة المشاهد التي ظهرت فيها طبقة رجال الأعمال 19.22% وجاءت في المرتبة الثالثة، ولم تظهر طبقتي: السلطة، والفقراء في أي من مشاهد المسلسلات عينة الدراسة.

وتوضح نتائج الجدول السابق (1) أن ثلاث الطبقات الاجتماعية، وهي: طبقة رجال الأعمال، وطبقة الموظفين، وطبقة العمال، قد تجاوز عدد المشاهد التي ظهرت فيها(666) إجمالي عدد المشاهد التي تناولت العلاقة بين الطبقات الاجتماعية (559) ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما تضمنته بعض المشاهد من ظهور لأكثر من طبقة اجتماعية في ذات الوقت.

### 3-طبيعة العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية بالتليفزيون:

تشير نتائج البحث فيما يتعلق بطبيعة العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية بالتليفزيون؛ تشير إلي أن النسبة الأكبر من مشاهد هذه المسلسلات قد تضمنت علاقة صراع بين الطبقات الاجتماعية المختلفة (48.30%) ويليها في الترتيب نسبة المشاهد التي تضمنت علاقة تكاملية داخل الطبقة الاجتماعية الواحدة (24.15%) ثم نسبة المشاهد التي تضمنت علاقة صراع داخل الطبقة الاجتماعية الواحدة (18.42%) وفي المرتبة الأخيرة جاءت نسبة المشاهد التي تضمنت علاقة تكاملية بين الطبقات الاجتماعية المختلفة (9.12%) وذلك كما يتضح بالجدول التالي:

**جدول رقم (2)**

**طبيعة العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية بالتليفزيون**

| طبيعة العلاقة بين الطبقات الاجتماعية | التكرار (ك) | النسبة (%) |
|---|---|---|
| علاقة صراع بين الطبقات الاجتماعية المختلفة. | 270 | 48.30 |
| علاقة تكاملية داخل الطبقة الاجتماعية الواحدة. | 135 | 24.15 |
| علاقة صراع داخل الطبقة الاجتماعية الواحدة. | 103 | 18.42 |
| علاقة تكاملية بين الطبقات الاجتماعية المختلفة. | 51 | 9.12 |
| الاجمالي والنسبة | 559 | 100 |

ويتضح من الجدول السابق أن العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي قدمتها المسلسلات المصرية بالتليفزيون قد غلب عليها الصراع والتنافس بين الطبقات الاجتماعية المختلفة، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما سبقت الإشارة إليه من أنه مع وجود الطبقات الاجتماعية وتباينها ظهرت نظرية الصراع الطبقي، والتي تنظر إلي المجتمع وتحلله في ضوء الصراع بين المصالح المختلفة والمتعارضة أحيانا، حيث تري الصراع بين الطبقات الاجتماعية ضروريا ولازما للتغيير الاجتماعي (Rex, J, 1961: 167)

### 4- الأفكار التي تناولت العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية بالتليفزيون:

تنوعت الأفكار التي تناولت العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية بالتليفزيون، وجاءت هذه الأفكار كما بالجدول التالي:

**جدول رقم (3)**

**الأفكار التي تناولت العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية بالتليفزيون**

| لفكرة | التكرار (ك) | النسبة (%) |
|---|---|---|
| ما يتعرض له طبقتي العمال والموظفين من قهر طبقة رجال الأعمال. | 240 | 42.93 |
| فساد طبقة رجال الأعمال. | 153 | 27.37 |
| سعي طبقتي العمال والموظفين للانتقام من ممارسات طبقة رجال الأعمال. | 126 | 22.54 |
| دعم الحكومة لطبقة رجال الأعمال. | 23 | 4.11 |
| رتفاع الأسعار وغلاء المعيشة علي طبقتي العمال والموظفين. | 17 | 3.04 |
| لاجمالي والنسبة | 559 | 100 |

وتشير نتائج الجدول السابق إلي أن فكرة "ما يتعرض له طبقتي العمال والموظفين من قهر طبقة رجال الأعمال" قد جاءت في مقدمة الأفكار التي تناولت العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية بالتليفزيون بنسبة (42.93%) ثم فكرة "فساد طبقة رجال الأعمال" بنسبة (27.37%) ثم فكرة " سعي طبقتي العمال والموظفين للانتقام من ممارسات طبقة رجال الأعمال" في المرتبة الثالثة بنسبة ( 22.54%)

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه نتائج البحث ( جدول رقم 2) من أن العلاقة بين الطبقات الاجتماعية والتي قدمتها المسلسلات المصرية بالتليفزيون قد غلب عليها الصراع والتنافس بين الطبقات الاجتماعية المختلفة.

**5- الدوال السيميولوجية المستخدمة في وصف الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية:**

تضمنت المسلسلات المصرية عينة الدراسة ثلاث مراحل درامية، بدأت بمرحلة السرد حيث تم التعريف بالشخصيات الدرامية وسرد الأحداث في بداية كل مسلسل، وقد عكست هذه المرحلة استقرارا نسبيا في الأوضاع الخاصة بالطبقات الاجتماعية التي قدمتها المسلسلات عينة البحث( طبقة العمال، وطبقة الموظفين، وطبقة رجال الأعمال) ثم جاءت مرحلة العقدة الدرامية وتصاعد الصراع، والتي عكست تأزما واضحا في الأوضاع الخاصة بطبقتي العمال والموظفين، وجاء هذا التأزم كنتيجة حتمية لما تعرض له هاتين الطبقتين من ظلم كبير من قبل طبقة رجال الأعمال، وصولا إلي مرحلة انفراج الأزمة الدرامية، وقد تمثل هذا الانفراج في تحول واضح في أوضاع الطبقات الاجتماعية التي قدمتها المسلسلات المصرية أدي إلي إحداث تغيير واضح في التدرج الاجتماعي بالمجتمع المصري، لترتقي طبقة العمال وطبقة الموظفين اجتمعايا في مقابل تراجع اجتماعي كبير لطبقة رجال الأعمال.

وكان من الطبيعي أن يؤثر اختلاف السياق الخاص بكل مرحلة درامية مرت بها

المسلسلات المصرية عينة البحث، علي دلالاتها السيميولوجية، في ضوء ما تضمنته مشاهد هذه المسلسلات من أفكار تعكس الصراع والتنافس بين الطبقات الاجتماعية المختلفة في إطار كل مرحلة درامية؛ إذ عكست الدوال المستخدمة في وصف هذه الطبقات، ملامح هذا الصراع، وأبرزت معاناة طبقتي العمال والموظفين، ورفاهية وفساد طبقة رجال الأعمال، الأمر الذي دفع إلي الانتقام الذي أحدث هذا التحول الاجتماعي في مرحلة انفراج العقدة الدرامية.

وقد تحددت الدوال الأساسية لوصف الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية عينة البحث في: الملبس، وتعبيرات الوجه، والمسكن ، والمستوي التعليمي، واللهجة. وفيما يلي عرض تفصيلي للدوال التي تم استخدامها في وصف هذه الطبقات الاجتماعية ومدلولات كل منها:

- دال الملبس: جاءت ملابس الشخصيات في إطار كل طبقة اجتماعية بمثابة العلامة البصرية الأكثر وضوحا في وصف أوضاعها الاجتماعية وتمييز الملامح الخاصة بكل منها، في إطار المرحلة الدرامية الخاصة بكل مسلسل، فجاءت ملابس الشخصيات التي تنتمي لطبقتي العمال والموظفين في مرحلة سرد الاحداث في بداية كل مسلسل، والتي تضمنت استقرارا اجتماعيا؛ جاءت بسيطة تعكس المستوي الاقتصادي الضعيف والدخل المحدود، كما جاءت مهلهلة وغير متناسقة الألوان والمكونات في أغلب الأحيان بما يمثل رمزا تكوينيا واضحا يدل علي تدني الاهتمام بالعناصر الجمالية لدي الشخصيات المنتمية لهاتين الطبقتين، وبما يتفق مع ما تعانيه من تدني المستوي الاقتصادي.

ومع تطور المراحل الدرامية جاءت ملابس الشخصيات التي تنتمي لطبقتي العمال والموظفين لتعبر عن التحولات التي طرأت علي المجتمع في نهاية المسلسلات المصرية عينة البحث، إذ جاءت ملابس الشخصيات المنتمية لهاتين الطبقتين أنيقة ومهندمة ومتناسقة الألوان والمكونات، ليدل ذلك بوضوح علي تحسن الوضع المادي والاجتماعي لهذه الشخصيات.

وعلي النقيض تماما فقد جاءت ملابس الشخصيات المنتمية لطبقة رجال الأعمال منذ بداية المسلسلات، باهظة الثمن ومنمقة وجديدة بما يعكس المستوي الاقتصادي المرتفع لهذه الشخصيات، كما جاءت متناسقة الألوان والمكونات بما يمثل رمزا تكوينيا واضحا يعكس الاهتمام بالعناصر الجمالية لدي هذه الشخصيات.

فعلي سبيل المثال جاءت شخصية "محمد حربي" في مسلسل " زلزال" وهي الشخصية الرئيسية التي تنتمي لطبقة العمال؛ جاءت في أغلب المشاهد مرتدية قميصا مهلهلا (أنظر الصورة رقم1 بملحق البحث) بألوان كثيرة وغير متناسقة (الأحمر، والأصفر، والبنفسجي، والأسود، والأخضر، والبرتقالي) وفي بعض المشاهد الأخرى مرتدية زي رياضي ممزق وبالي (أنظر الصورة رقم2 بملحق البحث) بألوان غير متناسقة(اللبني، والأخضر، والبرتقالي، والأصفر، والأبيض) بينما جاءت شخصية

"عوض كوتخا" المنتمية لطبقة رجال الأعمال بنفس المسلسل مرتدية جلباب وعباءة (أنظر الصورة رقم3 بملحق البحث) بألوان متناسقة (الأخضر، والبني) وشكل منمق، بما يعكس الزي الريفي لدي مرتفعي الدخل، أو مرتدية قميصا وبدلة رسمية متأنقة (أنظر الصورة رقم 4 بملحق البحث) ومتناسقة الألوان (قميص أبيض وبدلة سوداء)

وبمقارنة الدوال السميولوجية الخاصة بملبس الطبقات الاجتماعية التي قدمتها المسلسلات المصرية بالتليفزيون في إطار كل مرحلة درامية، يتبين أن هذه المسلسلات قدمت بوجه عام رسالة ضمنية تشير الي اتساع الفوارق بين طبقات المجتمع المصري، وهذه الرسالة وإن كانت تتفق مع الواقع، إلا انها تشير بوضوح إلي الخلل العميق الذي لحق ببنية المجتمع، والذي أدي بدوره إلي إحداث حراك اجتماعي عميق كان من شأنه تغير الخريطة الاجتماعية للمجتمع المصري.

- دال تعبيرات الوجه: جاءت تعبيرات وجه الشخصيات في طبقتي العمال والموظفين بمثابة علامة بصرية واضحة في إطار المراحل الدرامية المختلفة، إذ عبرت بوضوح عن معاناتهم في إطار مرحلة سرد الاحداث في بداية كل مسلسل، وكانت ملامح الإجهاد والتعب هي الغالبة علي وجوه الشخصيات في هاتين الطبقتين، كما جاءت ملامح الذل والانكسار المصحوبة بالبكاء لتعبر عن قلة الحيلة وعدم القدرة علي مواجهة الظلم (أنظر صورة رقم 5 بملحق البحث)

كما ظهر علي وجه الشخصيات في طبقتي العمال والموظفين في إطار هذه المرحلة الدرامية تعبيرات الخوف والفزع، وفي بعض الأحيان تعبيرات الجنون، لتعكس هول ما يتعرضون له من مشاكل واضطهاد وظلم (أنظر الصورة رقم 6 بملحق البحث)

ومع تطور المراحل الدرامية كان لتعبيرات التحدي والإصرار حضور كبير علي وجوه الشخصيات بطبقتي العمال والموظفين، ليدل ذلك بوضوح علي تغيير أوضاعهم الاجتماعية (أنظر صورة رقم7 بملحق البحث)

وعلي النقيض تماما فقد جاءت تعبيرات وجه الشخصيات في إطار مرحلة سرد الاحداث في بداية كل مسلسل، في طبقة رجال الأعمال مليئة بالخيلاء والتعالي، وفي بعض الأحيان تعبيرات القسوة والعنف لتعكس الشعور بالنصر والثقة وعدم الخوف من أي رد فعل قدر يصدر عن طبقتي العمال والموظفين كرد علي ما يتعرضون له من ظلم (أنظر صورة رقم8 بملحق البحث) إلا أن هذه التعبيرات قد تحولت إلي الضعف والذل والانكسار مع تطور المراحل الدرامية للمسلسلات عينة البحث والتي عكست تحولا واضحا في خريطة المجتمع.

وبرصد الدوال السميولوجية الخاصة بتعبيرات وجه الشخصيات في الطبقات الاجتماعية التي قدمتها المسلسلات المصرية بالتليفزيون نجدها تعكس بوضوح ما عانته طبقتي العمال والموظفين من ذل وضعف وقلة حيلة علي أيدي طبقة رجال

الأعمال، الأمر الذي أثري في نفوسهم روح انتقامية انعكست في ملامح التحدي التي كانت تحتل وجوههم من حين إلي آخر.

- دال المسكن: تم توظيف الدلالات السيميولوجية فيما يتعلق بالمسكن في إطار كل طبقة اجتماعية ليدل بوضوح علي مستواها الاقتصادي في إطار المراحل الدرامية المختلفة.

فقد جاء المسكن الخاص بطبقة العمال صغير الحجم، وقديم ومتهالك يكاد يخلو من أية تجهيزات، وفي أغلب الأحيان من دور واحد فقط أو اثنين، كما جاء الأثاث بالمنزل قليل جدا ومتهالك إن لم يكن معدوم (أنظر صورة رقم9 بملحق البحث) بينما جاء المسكن الخاص بطبقة الموظفين أحسن حالا منه في طبقة العمال، إذ اشتمل علي بعض التجهيزات القديمة والبالية، فضلا توافر أثاث كثير ومتنوع إلي حد ما(أنظر صورة رقم 10 بملحق البحث) وعلي النقيض تمام نجد المسكن الخاص بطبقة رجال الاعمال، فقد جاءت علي هيئة منازل كبيرة أو فيلات وقصور مزودة بحدائق واسعة، ومليئة بالأثاث الجديد الراقي، والتحف الباهظة الأثمان (أنظر صورة رقم11 بملحق البحث)

ومع تطور المراحل الدرامية في المسلسلات المصرية عينة البحث، كان من الطبيعي أن يحدث تطورا مناظرا للتطور في هذه المراحل الدرامية فيما يتعلق بالدلالات السميولوجية الخاصة بمسكن كل طبقة اجتماعية، حيث انتقلت الشخصيات التي تنتمي لطبقة العمال للعيش في مساكن فارهة مليئة بالتجهيزات والتحف الباهظة الأثمان، بينما انتقلت الشخصيات المنتمية لطبقة رجال الأعمال للعيش في مساكن عادية تاركين الفيلات والقصور الفارهة، وذلك في دلالة واضحة علي التغيرات الاجتماعية التي لحقت بخريطة المجتمع المصري.

وبمقارنة الدوال السميولوجية الخاصة بسكن الطبقات الاجتماعية التي قدمتها المسلسلات المصرية بالتليفزيون، يتبين أن هذه المسلسلات قد أشارت بوضوح إلي وجود تدرج اقتصادي للطبقات المختلفة بالمجتمع المصري قد انعكس علي المسكن الخاص بكل منها، فطبقة العمال هي الطبقة المعدمة، تكاد تخلو مساكنها من مستلزمات الحياة الأساسية، ثم مساكن طبقة الموظفين التي لا تحتوي علي أي مظهر من مظاهر الترف، وفي قمة التدرج جاءت قصور طبقة رجال الاعمال المليئة بكل مظاهر الترف والغني.

- دال المستوي التعليمي: استخدمت مسلسلات التليفزيون المصرية الدوال السيميولوجية الخاصة بالمستوي التعليمي للطبقات الاجتماعية التي ظهرت بها، وذلك لتعكس بوضوح ارتفاع مستوي الوعي لدي طبقتي العمال والموظفين، علي الرغم من تدني المستوي الاقتصادي لديهم.

فعلي الرغم من طبيعة البيئة التي دارت بها أحداث المسلسلات عينة الدراسة

(البيئية الريفية في مسلسل "زلزال"، والبيئة الصعيدية في مسلسل "ولد الغلابة") وما يسود هذه البيئات من عدم اهتمام بالتعليم، وعلي الرغم أيضا من ضعف الإمكانيات المادية اللازمة للحصول علي مستوي جيد من التعليم، إلا أن ارتفاع الوعي لدي هاتين الطبقتين قد انعكس علي المستويات التعليمية لما قدمته هذه المسلسلات من شخصيات بها، فقد جاء "محمد حربي" علي سبيل المثال وهو الشخصية الرئيسية بمسلسل "زالزال" طالبا بكلية التجارة، كما جاء "عيسي" وهو الشخصية الرئيسية في مسلسل "ولد الغلابة" مدرسا لمادة التاريخ .

وجاء ذلك علي النقيض تماما فيما يتعلق بطبقة رجال الأعمال التي تتمتع بكل الإمكانيات المادية اللازمة للحصول علي مستوي متميز من التعليم، إلا أن عدم اهتمام الأفراد في هذه الطبقة بعملية التعليم قد انعكس علي المستوي الثقافي لديهم، والذي ظهر متدني بشكل واضح.

وبمقارنة الدوال السميولوجية الخاصة بالمستوي التعليمي للطبقات الاجتماعية التي قدمتها المسلسلات المصرية بالتليفزيون، يتبين أن هذه المسلسلات قدمت بوجه عام دلالة ضمنية تشير الي ما يعاني منه المجتمع المصري من سيطرة مطلقة لرؤوس الأموال، في ظل غياب واضح لأصحاب العلم والعقول المفكرة القادرة علي التخطيط .

- دال اللهجة: جاءت الدوال السيميولوجية الخاصة بلهجة كل طبقة اجتماعية بمثابة علامة سيميائية سمعية واضحة، لتعكس بوضوح البيئة الخاصة بكل طبقة اجتماعية قدمتها المسلسلات المصرية عينة الدراسة.

فعلي الرغم من اختلاف المستوي الاقتصادي والاجتماعي لكل طبقة اجتماعية إلا انها اشتركت جميعا في نفس اللهجة التي تعكس طبية البيئة التي دارت بها أحداث المسلسلات عينة الدراسة (البيئية الريفية في مسلسل "زلزال"، والبيئة الصعيدية في مسلسل "ولد الغلابة")

وبمقارنة الدوال السميولوجية الخاصة بلهجة الطبقات الاجتماعية التي قدمتها المسلسلات المصرية بالتليفزيون، يتبين أن هذه المسلسلات قدمت علامة سيميولوجية واضحة تشير إلي أن البيئة تشكل العنصر الخفي والأقوي في كل مظاهر الصراع الاجتماعي بين الطبقات الاجتماعية، فهي وإن لم تكن طرفا واضحا في هذا الصراع، فإنها العنصر الأقوي الذي لا يمكن لأي طبقة اجتماعية أن تتحرر من سيطرته مهما كان التغيير الاجتماعي الذي طرأ عليها.

## 6- الاستعارات السيميولوجية التي تناولت العلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما عكستها المسلسلات المصرية بالتليفزيون:

تعد دراسة الاستعارات والكنايات السيميولوجية جزء لا يتتجزأ من دراسة السيميولوجيا كجزء من الحياة الاجتماعية، نظرا لقدرتها الفائقة علي الإقناع،

فالاستعارات تعمل علي ربط الدوال بالمدلولات علي نحو بلاغي إبداعي[48]، وفي هذا الإطار استخدمت المسلسلات المصرية عينة البحث العديد من الاستعارات البصرية التي عكست طبيعة العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي قدمتها هذه المسلسلات، وبذلك فقد جسدت هذه الاستعارات البصرية ما انطوت عليه هذه العلاقة من الصراع والتنافس بين الطبقات الاجتماعية المختلفة في إطار كل مرحلة درامية من مراحل المسلسلات عينة البحث؛ ويمكن تناول هذه الاستعارات علي النحو التالي:

تم توظيف إسم كل مسلسل والملصق الترويجي له"الأفيش" في استعارات سيميولوجية واضحة للتعبير عن طبيعة أحداث كل مسلسل ونهايته، فجاء إسم مسلسل "ولد الغلابة" للتعبير عن القهر والظلم الذي سيطر علي كل الأحداث والمواقف التي واجهتها شخصية البطل في المسلسل، كما جاء الملصق الترويجي "الأفيش" وعليه صورة للشخصية الرئيسية في المسلسل مرتديا زيه الصعيدي ونظارته المكسورة وعليها شريط لحام واضح، وعلي وجهه علامات ضرب وجروح وملامح حزينة بائسة، وذلك في دلالة واضحة عن المتاعب التي سوف تمر بها هذه الشخصية، والنهاية البائسة السيئة التي سوف يلاقيها (أنظر صورة رقم 12 بملحق البحث)

بينما جاء إسم مسلسل "زلزال" للتعبير عن عدم الاستقرار في الأوضاع التي واجهتها شخصية البطل في المسلسل، مثل التحولات التي يحدثها الزلزال عند وقوعه، كما جاء الملصق الترويجي "الأفيش" وعليه صورة للشخصية الرئيسية في المسلسل علي هيئة بائع حلوي "غزل بنات" مرتديا زيه البسيط وممسكا بآلة النفخ الخاصة ببائع الحلوي وعلي وجهه ابتسامة بسيطة، وذلك في دلالة واضحة عن الأحداث المبهجة والنهاية السعيدة التي سوف تلاقيها هذه الشخصية في نهاية المسلسل، في ضوء ما يرمز له بائع الحلوي" غزل البنات" من بهجة(أنظر صورة رقم 13 بملحق البحث)

- استحوذت فكرة سطوة رأس المال في مقابل العلم جانبا من الاستعارات البصرية في مشاهد المسلسلات المصرية التي تعكس العلاقة بين الطبقات الاجتماعية، ففي أحد المشاهد في مسلسل "زلزال" ظهرت شخصية رجل الأعمال " عوض كوتخا" وهو يصفع المعلم "أستاذ زهدي" علي وجهه وذلك ليجبره علي بيع نصيبه في قهوة كان "عوض كوتخا" قد سطي علي نصفها، وبالفعل رضخ المعلم لرجل الأعمال وتنازل عن حقه في القهوة مقابل مبلغ من المال، وهنا قدم المسلسل استعارة بصرية واضحة عما يواجهه العلم والعقول المفكرة في المجتمع المصري من بطش من قبل أصحاب رؤس الأموال تصل بهم في النهاية إلي التنازل عن رسالتهم واتخاذ مواقف انسحابية وانهزامية تضر بالمجتمع.

- كما ظهرت فكرة ضرورة التمسك بالقيم في مواجهة التحولات التي طرأت علي المجتمع في الاستعارات البصرية بمشاهد المسلسلات المصرية التي تعكس العلاقة بين الطبقات الاجتماعية، ففي مسلسل "ولد الغلابة" ظهرت نظارة

شخصية "عيسي" مدرس التاريخ الذي ينتمي لطبقة الموظفين، قديمة ومكسورة وبها شريط لحام أبيض يبرز ما بها من كسر، ورغم ذلك فإنه يتمسك بها ويرتديها في معظم مشاهد المسلسل التي يتمسك فيها بالقيم والعادات والتقاليد والحق، ومع تطور الأحداث يبتعد " عيسي عن الحق ويسير في طريق تجارة المخدرات، في نفس الوقت الذي يتخلي فيه عن نظارته القديمة المكسورة ولا يرتديها.

وهنا فقد قدمت نظارة "عيسي" القديمة استعارة بصرية واضحة، فرغم كونها قديمة ومكسورة كلسان حال "عيسي" الذي يعاني من الفقر وعدم القدرة علي شراء نظارة جديدة، إلا أنها كانت بالنسبة له بمثابة البصيرة التي يري من خلالها طريق الحق، وعندما قام بخلعها فقد البصيرة التي كانت ترشده للحق وضل الطريق، وهنا يريد المسلسل أن يشير بوضوح إلي ضرورة التمسك بالقيم والتقاليد في ظل مايشهده المجتمع من تغيرات جذرية حتي تكون هذه القيم بمثابة البصيرة التي ترشد إلي الحق.

وفي استعارة بصرية أخري عن ضرورة التمسك بالقيم في مواجهة التغيرات الاقتصادية والاجتماعية، جاءت إحدي مشاهد مسلسل "ولد الغلابة" وكان "عيسي" المعلم يتحدث مع أحد زملائه ، في محاولة من زميله لإقناعه بضرورة إعطاء دروس خصوصية لمواجهة الضغوط المادية في الحياة، وبعد أن كان عيسي علي وشك الاقتناع، فإذا به ينتبه فجأة إلي أنه لا يرتدي "الطاقية" الخاصة به، ويرفض فكرة الدروس وهو يقول "عاجبك كده كنت هنسي ألبس الطاقية".

وهنا جاءت "الطاقية" وهي أحد الرموز المرتبطة بالبيئة الصعيدية واضحة عن ضصعيدية التي تدور بها أحداث المسلسل، بمثابة استعارة بصرية واضحة عن ضرورة التمسك بالقيم في مواجهة مغريات الحياة التي نتجت عن التغيرات الاجتماعية التي مر بها المجتمع المصري.

- دارت أحداث مسلسل "زلزال" حول قيام رجل الأعمال "عوض كوتخا" الذي يمتلك مساحات شاسعة من الأراضي بالاستيلاء علي أرض مساحتها " 300 مترا فقط" كان قد ورثها "حربي" الذي ينتمي لطبقة العمال عن والده، وهنا استعارة بصرية واضحة عن طمع وجشع طبقة رجال الأعمال وإمعانهم في ظلم طبقة العمال والسطو علي حقوقهم، فقطعة الأرض الصغيرة جدا بالنسبة لأراضي رجل الأعمال جاءت بمثابة رمز لجشع طبقة رجال الأعمال.

- كما كان لفكرة التغير الاجتماعي في المجتمع المصري نصيبا من الاستعارات البصرية في مشاهد المسلسلات المصرية عينة البحث، ففي أحد مشاهد مسلسل "ولد الغلابة" تظهر سيارة مرسيدس فارهة وحديثة لأحد رجال الاعمال علي طريق زراعي بسيط وفي الجهة المقابلة يسير راعي أغنام ومعه أغنامه ليمضي راعي الأغنام في طريقه، بينما تتعطل السيارة الفاهرة وتقف عاجزة عن الحركة، وتعكس هذه الاستعارة بوضوح ما يشهده المجتمع المصري من تحولات اجتماعية

من شأنها أن تؤدي إلي تغيير خريطة المجتمع، حيث تستمر طبقة العمال التي رمز لها المشهد براعي الأغنام في التقدم، في مقابل ركود وتراجع واضح لطبقة رجال الاعمال.

- وقد عبرت أيضا بعض الاستعارات البصرية التي ظهرت في مشاهد المسلسلات عينة البحث عن فكرة ضرورة التخلي وعدم الجمود من أجل التطور، ففي مسلسل "زلزال" قام "حربي" الذي ينمتي لطبقة العمال، بعد أن تعرض للبطش من جانب "عوض كوتخا" الذي ينتمي لطبقة رجال الأعمال؛ قام " حربي" بمغادرة قريته والبحث عن عمل خارجها حتي يستطيع أن يعود ويأخذ حقه، وبعد مغادرته قام بحلاقة كل شعره، في استعارة بصرية واضحة عن ضرورة التخلي حيث مثل شعر "حربي" المعتقدات التي يجب التخلي عنها وكان حلاقة هذا الشعر بمثابة عدم جمود، وبداية جديدة.

- كما انعكست فكرة الوحدة الوطنية بين المسلمين والمسيحين في إطار كل الطبقات الاجتماعية في المجتمع المصري في الاستعارات البصرية التي تضمنتها مشاهد المسلسلات عينة البحث، ففي مسلسل" زلزال" قام "غبريا ل" وهو مسيحي الديانة بتربية " حربي" المسلم بعد وفاة والديه في أحداث زلزال 1992، في استعارة بصرية واضحة عن التكافل بين كل قطاعات الشعب المصري بعيدا عن أي تصنيف ديني.

- كما انعكست فكرة الرضا الاجتماعي في الاستعارات البصرية التي تضمنتها مشاهد المسلسلات عينة البحث، ففي أحد مشاهد مسلسل " ولد الغلابة" ظهر عيسي يتحدث مع شخص في موقف السيارات، وكان حديث هذا الشخص مفعم بالرضا والتفاؤل، وبعد رحيله ينظر إليه عيسي ليجده معاق في قدمه ولا يستطيع السير بغير عكاز، وفي هذا التكوين الرمزي استعارة بصرية واضحة عن الرضا الاجتماعي.

**7-المعاني التعيينية التي تعكس العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي قدمتها المسلسلات المصرية بالتليفزيون :**

تضمنت مشاهد المسلسلات المصرية عينة البحث العديد من المعاني التعينية التي عكست العديد من المعاني التضمينية للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي قدمتها هذه المسلسلات، إذ جاءت الأبعاد التأثيرية المستخدمة في مشاهد هذه المسلسلات، هي المتعارف عليها لمعاني رمزية تعيينية تقليدية، وعبرت هذه المعاني التعيينية عن تدني الوضع الاقتصادي لطبقتي العمال والموظفين في مقابل ارتفاع المستوي الاقتصادي لطبقة رجال الأعمال، كما عبرت أيضا عما انطوت عليه العلاقة بين هذه الطبقات من صراع وتنافس فيما بينها في إطار كل مرحلة درامية من مراحل المسلسلات عينة البحث؛ ويمكن تناول هذه المعاني التعيينية علي النحو التالي:

- ظهرت ملابس الشخصيات في كل طبقة اجتماعية كأحد المعاني التعيينية المتعارف عليها، التي تشير بوضوح إلي المستوي الاقتصادي والوضع المادي لكل طبقة، فتضمنت ملابس طبقتي العمال والموظفين ما يشير إلي المستوي الاقتصادي المتدني وضعف الموادر المادية، في مقابل ما تضمنته ملابس طبقة رجال الأعمال من إشارة إلي الوضع الاقتصادي المرتفع.

كما استخدمت الملابس أيضا كمعني تعييني يشير إلي التحولات الاقتصادية التي طرأت علي الطبقات الاجتماعية في المجتمع المصري مع تطور الأحداث في المسلسلات عينة الدراسة، إذ تضمنت إشارة واضحة لتحسن وضع طبقة العمال، الذي انعكس بدوره علي طبيعة الملبس الخاص بها في مشاهد المسلسلات.

- جاءت المعاني التأثيرية لاستخدام زوايا التصوير وحركات الكاميرا والإضاءة ، هي المتعارف عليها لمعاني رمزية تعيينية تقليدية، فتم استخدام زاوية التصوير المرتفعة كمعني تعييني يحمل ضمنيا معني تأثيري يدل علي الضئالة والانهزام، وفي المقابل تم استخدام زاوية التصوير المنخفضة كمعني تعييني يحمل ضمنيا معني تأثيري يدل علي الشموخ والانتصار، كما تم استخدام حركات الكاميرا السريعة غير المنتظمة كمعني تعييني يشير ضمنيا إلي الهروب والتوتر والضياع، كما تم إيضا استخدام الإضاءة كمعني تعييني يشير ضمنيا إلي الحالة النفسية لشخصيات المسلسلات في كل مرحلة درامية، حيث استخدمت الإضاءة القاتمة لتوحي بسوء الحالة النفسية للشخصيات والعكس.

فعلي سبيل المثال في مسلسل " زلزال" تم استخدام زاوية التصوير المرتفعة لتصوير "عوض كوتخا" رجل الأعمال الذي أصابه الشلل وضاعت ثروته وتم بيع ممتكلاته في مزاد علني، وهو ملقي علي الأرض لا يسطيع الحركة، وذلك بما يقدم معني تضمينيا واضحا لموقف الذل والانهزام.

- كما تم استخدام اللهجة أيضا كمعني تعييني يحمل ضمنيا معني تأثيري يدل علي طبيعة البيئة التي تدور فيها أحداث كل مسلسل، حيث تم استخدام اللهجة الريفية في مسلسل "زلزال" لتشير ضمنيا إلي أن أحداث المسلسل تقع في المجتمع الريفي، كما تم استخدام اللهجة الصعيدية في مسلسل " ولد الغلابة" لتقدم معني ضمنيا يدل علي أن أحداث المسلسل تدور في المجتمع الصعيدي.

كما تم استخدام اللهجة أيضا كمعني تعييني يشير ضمنيا إلي المستوي التعليمي للشخصيات، ففي مسلسل "زلزال" جاءت شخصية "زهدي" وهو المعلم المثقف في القرية، جاء يتحدث باللغة العربية الفصحي، ولا يستخدم في حديثه أي كلمات من اللهجة العامية، كإشارة ضمنية واضحة إلي ارتفاع مستواه الثقافي.

- وجاءت المعاني التأثيرية لاستخدام الموسيقي والمؤثرات الصوتية، هي المتعارف عليها أيضا لمعاني رمزية تعيينية تقليدية، فتم استخدام الموسيقي ذات الإيقاع

البطيء علي سبيل المثال كمعني تعييني يحمل ضمنيا معني تأثيري يدل علي الحزن والانهزام، وفي المقابل تم استخدام الموسيقي ذات الإيقاع السريع كمعني تعييني يحمل ضمنيا معني تأثيري يدل الفرح والانتصار، كما تم استخدام المؤثرات الصوتية كمعاني تعيينية تحمل ضمنيا معاني تأثيرية تقليدية كمرور الوقت أو الفترة الزمنية مثل استخدام مؤثر زقزقة العصافير للإشارة إلي بداية صباح جديد.

فعلي سبيل المثال في مسلسل " زلزال" تم استخدام اغنية ذات كلمات حزينة وموسيقي ذات إيقاع بطيء للتعبير عن حزن "حربي" عند وفاة "غبريا ل" الذي قام بتربيته.

## 8-نتائج التحليل السيميولوجي للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما عكستها المسلسلات المصرية بالتليفزيون :

ساهمت الدوال الأساسية المستخدمة لوصف الطبقات الاجتماعية التي قدمتها مسلسلات التليفزيون المصرية عينة البحث، وما تضمنته من استعارات سيميولوجية ومعاني تعيينية متنوعة، في بناء وتشكيل طبيعة العلاقة بينها داخل هذه المسلسلات؛ إذ تتفاعل وتتكامل مع بعضها البعض لتشكل مدلولات تعبر في جوهرها عن أشكال مختلفة من العلاقات بين الطبقات الاجتماعية المختلفة. وفي هذا الإطار بينت نتائج التحليل السميولوجي للدوال الاساسية المستخدمة لوصف هذه الطبقات وما تضمنته من استعارات سيميولوجية ومعاني تعيينية متنوعة، مايلي :

- غالبية المشاهد في بداية المسلسلات المصرية عينة البحث التي ظهرت فيها شخصيات طبقتي العمال والموظفين ترتدي ملابس قديمة ومهللة وغير متناسقة الالوان، والتي ترمز لتدني الوضع الاقتصادي؛ ظهرت فيها شخصيات طبقة رجال الاعمال ترتدي ملابس وباهظة الثمن ومتناسقة الألوان، والتي ترمز لارتفاع المستوي الاقتصادي، وهو ما يشير إلي أن هذه المسلسلات قدمت بوجه عام رسالة ضمنية تشير الي اتساع الفوارق بين طبقات المجتمع المصري.

- غالبية مشاهد المسلسلات المصرية عينة البحث التي ظهرت فيها شخصيات طبقتي العمال والموظفين تنوعت تعبيرات وجههم بين الذل والتعب والانكسار والخوف والفزع، والتي ترمز لما يتعرضون له من معاناة وظلم، ظهرت فيها شخصيات طبقة رجال الاعمال يعلو وجوهم تعبيرات الخيلاء والتعالي والتكبر، والتي ترمز للانتصار والاستبداد، وهو ما يشير إلي أن هذه المسلسلات قدمت إشارة واضحة لما تتعرض له طبقتي العمال والفلاحين من ذل وظلم واستبداد من قبل طبقة رجال الأعمال.

- ظهرت مساكن طبقتي العمال والموظفين في غالبية مشاهد المسلسلات المصرية

عينة البحث قديمة ومتهالكة وتخلو من أي مظاهر للترف والزينة، والتي ترمز لضعف الإمكانيات المادية، في نفس الوقت الذي ظهرت فيه مساكن طبقة رجال الاعمال علي هيئة قصور فارهة مليئة بالتحف والزينة باهظة الأثمان، والتي ترمز للثراء الفاحش، وبذلك فقد قدمت هذه المسلسلات إشارة واضحة لسطوة طبقة رجال الأعمال علي الثروات في المجتمع المصري، وعدم عدالة توزيع هذه الثروات بين الطبقات الاجتماعية المختلفة.

- ظهرت شخصيات طبقتي العمال والموظفين وطبقة رجال الأعمال في غالبية مشاهد المسلسلات المصرية عينة البحث تتحدث نفس اللهجة التي تعكس البيئة التي تدور فيها أحداث كل مسلسل ( اللهجة الريفية في مسلسل " زلزال"، واللهجة الصعيدية في مسلسل "ولد الغلابة") ويشير ذلك إلي معني ضمني واضح بأن البيئة هي الطرف الأقوي في الصراع المجتمعي، حيث تكون كل مراحل الصراع بين الطبقات في إطار انتمائها لبيئتها بما تحمله من ملامح ثقافية متنوعة.

- ساهمت الاستعارات السيميولوجية التي عكستها مشاهد المسلسلات المصرية عينة البحث في تحديد أبعاد العلاقة بين الطبقات الاجتماعية، فقد قدمت كل استعارة سيميولوجية دلالة واضحة لفكرة محدد تمثل أحد أبعاد هذه العلاقة.

فعلي سبيل المثال قدمت نظارة "عيسي" المعلم الذي ينتمي لطبقة الموظفين استعارة سيميولوجية عن البصيرة التي يجب التمسك بها في مواجة بطش وفساد طبقة رجال الأعمال، وفي مسلسل "زلزال" قدمت قطعة الأرض (300متر) التي ورثها "حربي" الذي ينتمي لطبقة العمال وقد استولي عليها " عوض كوتخا" الذي ينتمي لطبقة رجال الاعمال، استعارة سيميولوجية عما تواجهه طبقة العمال من جشع وظلم من جانب طبقة رجال الأعمال في المجتمع المصري.

- قدمت المعاني التعينية التي عكستها مشاهد المسلسلات المصرية عينة البحث للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية داخلها؛ قدمت عدة دلالات ضمنية ساهمت في رسم بعض أشكال العلاقة بين هذه الطبقات؛ إذ يتضمن كل معني تعيني معني أخر تضميني يرسم ملامح العلاقة السيميولوجية بين طبقات المجتمع المقدمة في المسلسلات المصرية.

علي سبيل المثال في بداية المراحل الدرامية في المسلسلات عينة البحث تم استخدام زاوية التصوير المرتفعة لتصوير الشخصيات من طبقة العمال أو الموظفين (كمعني تعييني) بما يشير إلي التقليل من شأن هذه الطبقة الاجتماعية (كمعني تضميني) في مقابل تصوير شخصيات تنتمي لطبقة رجال الاعمال باستخدام زاوية التصوير المنخفضة (كمعني تعييني) بما يشير إلي التعظيم من شأن هذه الطبقة الاجتماعية ( كمعني تضميني) كما تم استخدام زوايا التصوير بشكل معاكس في تصوير شخصيات الطبقات الاجتماعية مع تطور المراحل الدرامية في المسلسلات

المصرية عينة البحث، وذلك في إشارة ضمنية إلي العلاقة المتوترة التي يشوبها التضاد والصراع بين طبقتي العمال والموظفين من جهة وطبقة رجال الأعمال من جهة أخري، وإلي التحولات التي طرأت علي الخريطة الطبقية بالمجتمع المصري.

مناقشة نتائج البحث

اهتم هذا البحث بدراسة العلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما تعكسها المسلسلات المصرية التليفزيون في ظل ما شهدته مصر من تغيرات أعقبت ثورة 25 يناير 2011، أدت هذه التغيرات إلي حدوث حراك سياسي واقتصاي واجتماعي، تمثل في عدة مظاهر، وتمثلت أحد المطالب الرئيسية لهذه المظاهر في تحقيق العدالة الاجتماعية بين كل طبقات وكل أفراد الشعب، وأيضا في ظل ما تمثله الدراما التليفزيونية كأحد أهم القوالب الفنية التي يمكنها تناول الظواهر الاجتماعية المختلفة في المجتمع المصري.

وفي هذا الإطار تطرق البحث إلي تحليل البناء السيميولوجي للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما تعكسها المسلسلات المصرية بالتليفزيون؛ وذلك باستخدام خمسة مقاربات سيميولوجية تقوم علي تحليل البُني العلاماتية والوظيفية، والكشف عن الاستعارات البصرية، ورصد ملامح البنية التكوينية، ودراسة المعاني التعينية والتضمينية؛ بما يمكن من استخلاص رؤية سيميولوجية شاملة لهذه العلاقة كما عكستها المسلسلات المصرية بالتليفزيون.

وعمد البحث إلي دراسة العلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما تعكسها المسلسلات المصرية من خلال تحليل مضمون عينة من هذه المسلسلات، والتحليل السيميولوجي للعلاقات بين الطبقات الاجتماعية داخلها. وفي هذا الإطار تم إجراء البحث بالتطبيق علي مسلسلي : " زلزال" ، و"ولد الغلابة"، وبلغ حجم عينة التحليل 1125 مشهدا .

أشارت النتائج التي تم التوصل إليها فيما يتعلق بحجم تناول المسلسلات المصرية عينة البحث بالتليفزيون للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية، إلي أن النسبة الأكبر من إجمالي المشاهد عينة البحث قد تناولت هذه العلاقة، وتتفق هذه النتيجة مع ما سبقت الإشارة إليه من الدراما تعد من أهم القوالب الفنية التي يمكنها تناول الظواهر الاجتماعية المختلفة في المجتمع المصري، وتحظي بقدرة هائلة في التأثير علي الجمهور المتلقي لها، حيث تجمع بين الوعاء المعرفي والثقافي، والشكل الفني التعبيري وهو ما يقوم بتكوين السلوك الفردي والجماعي (الغزالي، إسراء عاطف ابراهيم، 2018 :13)

وتنوعت الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في مشاهد المسلسلات المصرية عينة الدراسة بالتليفزيون والتي تناولت العلاقة بين هذه الطبقات، وجاءت طبقة العمال في المرتبة الأولي، وجاءت في المرتبة الثانية نسبة المشاهد التي ظهرت فيها طبقة

الموظفين ، وفي الترتيب الأخير جاءت المشاهد التي ظهرت فيها طبقة رجال الأعمال، ولم تظهر طبقتي: السلطة، والفقراء في أي من مشاهد المسلسلات عينة الدراسة.

كما أفصحت نتائج البحث فيما يتعلق بطبيعة العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية بالتليفزيون عن أن النسبة الأكبر من مشاهد هذه المسلسلات قد تضمنت علاقة صراع بين الطبقات الاجتماعية المختلفة، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما سبقت الإشارة إليه من أنه مع وجود الطبقات الاجتماعية وتباينها ظهرت نظرية الصراع الطبقي، والتي تنظر إلي المجتمع وتحلله في ضوء الصراع بين المصالح المختلفة والمتعارضة أحيانا، حيث تري الصراع بين الطبقات الاجتماعية ضروريا ولازما للتغيير الاجتماعي (Rex, J, 1961: 167)

وقد عبرت مشاهد المسلسلات عينة البحث عن هذا الصراع من خلال خمس أفكار، وهي: ما يتعرض له طبقتي العمال والموظفين من قهر طبقة رجال الأعمال، و فساد طبقة رجال الأعمال، و سعي طبقتي العمال والموظفين للانتقام من ممارسات طبقة رجال الأعمال، ودعم الحكومة لطبقة رجال الأعمال، وارتفاع الأسعار وغلاء المعيشة علي طبقتي العمال والموظفين.

وتحددت الدوال الأساسية لوصف الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية عينة البحث في: الملبس، وتعبيرات الوجه، والمسكن ، والمستوي التعليمي، واللهجة، وقد ساهمت هذه الدوال في بناء وتشكيل طبيعة الصراع بين طبقتي العمال والموظفين من جانب، وطبقة رجال الأعمال من جانب آخر، كما استخدمت المسلسلات المصرية عينة البحث العديد من الاستعارات البصرية التي عكست طبيعة العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي قدمتها هذه المسلسلات، وبذلك فقد جسدت هذه الاستعارات البصرية ما انطوت عليه هذه العلاقة من صراع وتنافس بين الطبقات الاجتماعية المختلفة في إطار كل مرحلة درامية من مراحل المسلسلات عينة البحث.

وتضمنت مشاهد المسلسلات المصرية عينة البحث أيضا العديد من المعاني التعينية التي عكست العديد من المعاني التضمينية للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي قدمتها هذه المسلسلات، إذ جاءت الأبعاد التأثيرية المستخدمة في مشاهد هذه المسلسلات، هي المتعارف عليها لمعاني رمزية تعيينية تقليدية، وعبرت هذه المعاني التعيينية عن تدني الوضع الاقتصادي لطبقتي العمال والموظفين في مقابل ارتفاع المستوي الاقتصادي لطبقة رجال الأعمال، كما عبرت أيضا عما انطوت عليه العلاقة بين هذه الطبقات من صراع وتنافس فيما بينها في إطار كل مرحلة درامية من مراحل المسلسلات عينة البحث.

وبمقارنة نتائج هذا البحث بنتائج بعض الدراسات السابقة يتبين ما يلي :

1. أشارت نتائج دراسة دعاء أحمد رمضان عبد الله (2017) إلي أن كلا من الفيلمين عينة الدراسة قد قدم الدلالات الثقافية بما يتبفق مع طبيعة البيئة المنتج بها،

كما خلصت نتائج دراسة وليد محمد الهادي عواد (2017) في نتائجها إلي تنوع الدوال المستخدمة في رسوم الكاريكاتير عينة الدراسة للتعبير عن العلاقة بين المواطن والمسئول الحكومي بين الوجه والجسد والملابس التي تظهر الإجهاد والضعف والفقر، وخلصت نتائج هذا البحث أيضا إلي أن الدوال الأساسية لوصف الطبقات الاجتماعية التي ظهرت في المسلسلات المصرية عينة البحث تحددت في: الملبس، وتعبيرات الوجه، والمسكن، والمستوي التعليمي، واللهجة، وقد ساهمت هذه الدوال في بناء وتشكيل طبيعة الصراع بين طبقتي العمال والموظفين من جانب، وطبقة رجال الأعمال من جانب آخر.

2. خلصت دراسة شادي ربيع محمد علي (2019) في نتائجها إلي نجاح حملتي فودافون مصر والمملكة المتحدة في توظيف النص والصورة والإيقاع والموسيقي للتعبير عن القيم الثقافية للخطاب السيميولوجي، وخلصت نتائج هذا البحث إلي أن المسلسلات المصرية استخدمت العديد من الاستعارات البصرية التي عكست طبيعة العلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي قدمتها هذه المسلسلات، كما تضمنت العديد من المعاني التعينية التي عكست العديد من المعاني التضمينية للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية التي قدمتها هذه المسلسلات.

3. أسفرت نتائج دراسة ياسمين أحمد علي حسن فؤاد (2015) عن أن المشكلات الاجتماعية قد تفوقت علي غيرها من المشكلات من حيث اهتمام الدراما المصرية بمعالجتها، وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه نتائج هذا البحث فيما يتعلق بحجم تناول المسلسلات المصرية عينة الدراسة بالتليفزيون للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية، إلي أن النسبة الأكبر من إجمالي مشاهد المسلسين عينة الدراسة قد تناولت هذه العلاقة كإحدي المشكلات الاجتماعية.

خاتمة وتوصيات البحث

اهتم هذا البحث بدراسة العلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما تعكسها المسلسلات المصرية بالتليفزيون. واستهدف البحث في هذا الاطار تحليل مشاهد عينة من المسلسلات المصرية المقدمة عبر قنوات التليفزيون، وذلك للكشف عن ملامح البناء السيميولوجي للعلاقات التي تعكسها هذه المشاهد بين ما قدمته من طبقات اجتماعية.

وإذا كانت نتائج البحث قد أشارت إلي أن النسبة الأكبر من إجمالي مشاهد المسلسلات المصرية قد تناولت العلاقة بين الطبقات الاجتماعية، وذلك بما يتفق مع ما سبقت الإشارة إليه من أن الدراما تعد من أهم القوالب الفنية التي يمكنها تناول الظواهر الاجتماعية المختلفة في المجتمع المصري، فقد كان من المفترض والمتوقع أن يتم توظيف ما تضمنته هذه المشاهد من دوال سيميولوجية توظيفا رمزيا لإحداث مدلولولات تكوينية اقتصادية، إلا أن معظم مشاهد هذه المسلسلات قد قدمت توظيفا ثقافيا للدلالات السيميولوجية التي عكستها.

وفي إطار هذا التوظيف الثقافي للدلالات السيميولوجية التي قدمتها المسلسلات المصرية بالتليفزيون، أشارت هذه الدلالات بشكل مباشر في الغالبية العظمي من المشاهد التي تضمنت علاقة بين الطبقات الاجتماعية إلي ارتباط القيم الإيجابية والعادات والتقاليد بطبقة العمال والموظفين، وعلي العكس تماما فقد ربطت هذه المشاهد بشكل دائم السلوكيات السلبية بطبقة رجال الأعمال، وهذا غير حقيقي، ويمثل تعميما غير مبررا من شأنه أن يرسح صورة سلبية عن رجال الأعمال في المجتمع المصري، بما يؤدي إلي إثارة الفتن والاحتقان في المجتمع وتعميق الصراع الطبقي بين كل قطاعات الشعب.

ومن هنا فإذا كانت العلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما تعكسها المسلسلات المصرية بالتليفزيون تُشكل أبنية سيميولوجية مليئة بالمعاني والدلالات الرمزية؛ فإن العلاقات التي تعكسها هذه المسلسلات ما بين الطبقات داخلها تجسد أهم تلك الدلالات والمعاني؛ ومن ثم فإن البناء المحكم والتصميم الدقيق لتلك العلاقات قد يكون من أهم مقومات نجاح وفعالية ما تقدمه هذه المسلسلات.

كما أن استخدام الرموز في تشكيل وتصميم البناء الدلالي الذي تعكسه المسلسلات المصرية عبر التليفزيون لا بد أن يتم في إطار من المسؤولية الاجتماعية؛ فاتساع مجال الحرية الذي تتيحه الوسيلة في نشر وتداول المضامين المتنوعة لا يجب إساءة توظيفه في استخدام الرموز التي تقدم دلالات تتعارض وثقافة المجتمع، وهذا ما يوجه الأنظار إلي ضرورة الاهتمام بالتربية من أجل استخدام أفضل لوسائل الإعلام.

## مصادر البحث ومراجعه


**(1)** الغزالي، إسراء عاطف ابراهيم (2018). صورة المرأة العاملة كما تعكسها الأفلام والمسلسلات المصرية علي القنوات الدرامية وعلاقتها باتجاهات المرأة نحو العمل، **رسالة دكتوراه غير منشورة** – كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ص13.

**(2)** فؤاد، ياسمين أحمد علي (2015). معالجة المشكلات الاجتماعية والاقتصادية للشباب المصري في الأفلام والمسلسلات العربية وعلاقة ذلك باتجاهاته وتطلعاته نحو المستقبل، **رسالة ماجستير غير منشورة** – كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ص2.

**(3)** النادي، عادل (1993). مدخل إلي فن كتابة الدراما، القاهرة- الهيئة المصرية العامة للكتاب، ص ص4-5.

**(4)** الشيخ، إيناس محمد علي (2016). اتجاهات الجمهور نحومعالجة الدراما التليفزيونية لمشكلة العنوسة في المجتمع المصري، **رسالة ماجستير غير منشورة** – كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ص 2.

**(5)** عبد الحميد، سماح عبد الله (2017). **القيم الاجتماعية في الدراما التليفزيونية**، الطبعة الأولي، القاهرة:العربي للنشر والتوزيع، ص 45.

**(6)** الفوال، نجوي (1995). **موقف الجمهور المصري من السينما**، الطبعة الثانية، القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ص 114.

**(7)** أحمد. غريب سيد ( 1995 ). **الطبقات الاجتماعية**، الإسكندرية – دار المعرفة الجامعية، ص 9.

**(8)** Bendix, R.& Lipset, S. (1958). **Karl Marx's theory of social classes**, Glenceo, Illinios: The free press P. 28.

**(9)** Rex, J (1961). **Key Problems of sociological Theory**, London, Routledge& Kang paul, P. 187.

**(10)** الزيني. مروة جمال إبراهيم ( 2013 ). **مظاهر الصراع الاجتماعي في المجتمع الريفي كما تعكسها بعض الروايات**، **رسالة دكتوراه غير منشورة** – كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ص39.

**(11)** نامق. صلاح الدين ( 1995 ). **مشكلة السكان في مصر**، القاهرة – مكتبة النهضة المصرية، ص 21.

**(12)** أحمد. غريب سيد ( 1995 ). **مرجع سابق**، ص 9.

**(13)** علي، شادي ربيع (2019). التحليل الثقافي لخطاب الإعلانات التجارية، دراسة سيميولجية لعينة من الحملات الإعلانية، **رسالة ماجستير غير منشورة** – كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ص5.

**(14)** إلهامي، حسام(2015). سيميولوجيا التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلة لبنية الرموز الغير لفظية علي موقع الفيس بوك، **مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكاليات المنهجية**، كلية الإعلام والاتصال- جامعة الغمام محمد بن سعود الإسلامية، ص 12.

**(15)** حمزة، مي إبراهيم (2006). صورة القضايا العربية في الكاكاتير السياسيوتأثيرها علي الصورة الذهنية لدي الشباب، **رسالة ماجستير غير منشورة** – كلية الآداب – جامعة عين شمس، ص159.

**(16)** شومان، محمد (2004). إشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية- الدراسات المصرية نموذجا، **المجلة العلمية لكلية الآداب** – جامعة إلمنيا، ص 14.

**(17)** علي، شادي ربيع (2019). **مرجع سابق**، ص 7.

**(18)** حليمة، هاجر (2015). التحليل السيميولوجي للكاركاتوير الاجتماعي عبر صفحة الفيس بوك للصحفي الجزائري : الرسومات الكاركاتورية للرسام محمد جلال نموذجا، **رسالة ماجستير غير منشورة** – معهد العلوم الاجتماعية والإنسانية – جامعة الجيلاني بونعامة، ص60.

**(19)** عواد ، وليد محمد الهادي ( 2017 ). سمات العلاقة بين المواطن والمسئول الحكومي كما يعكسها كاريكاتير الصحف المصرية ، **المجلة المصرية لبحوث الصحافة**، العدد العاشر، أبريل/ يونيه، كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

**(20)** علي، شادي ربيع (2019). **مرجع سابق**، ص 8.

**(21)** خليفة، مروة سعيد (2017). سمات تقديم صورة النخب السياسيةفي الكاريكاتور في الصحف الخاصة، **رسالة ماجستير غير منشورة** – كلية الآداب – جامعة عين شمس، ص 83.

**(22)** حليمة، هاجر (2015). **مرجع سابق**، ص ص 71 -72 .

**(23)** علي، شادي ربيع (2019). **مرجع سابق**.

**(24)** منصور، عواطف (2017). الجسد / الصورة في الخطاب الاعلاني ، دراسة سيميائية (رولان بارت) ، ***مجلة جيل الدراسات الادبية والفكرية : العالم*** الثالث ، عدد26.

**(25)** عبد الله ، دعاء أحمد رمضان ( 2017). التحليل السيميولوجي لأفلام الرسوم المتحركة العربية والأمريكية وانعكاسها علي الوعي الثقافي لدي الطفل ، **المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال**، العدد الرابع عشر، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال – جامعة جنوب الوادي، ص ص 270 - 280.

**(26)** عواد ، وليد محمد الهادي ( 2017 ). **مرجع سابق**.

**(27)** Al-Momani, K., F. Migdadi, and M. A. Badarneh(2016)A Semiotic Analysis of Intergeneric Borrowings in Print Advertisements in Jordan, ***Social Semiotics***, Vol. 26, No. 1, http://dx.doi.org/10.1080/10350330. 2015.1046217 , Pp36–58.

**(28)** Bargenda, A.(2015), Sense-making in Financial Communication: Semiotic Vectors and Iconographic Strategies in Banking Advertising, ***Studies in Communication Sciences***, Vol. 15, No. 1, , Pp93-102.

**(29)** Sharma, P.& Gupta, P. (2015). Semiotic analysis of indian television advertising and its impact on consumers: An exploratory study , **Journal of Communication studies**, vol.8 No. 1(15)Pp 71-90.

**(30)** شقير، نادية (2015). سيميوطيقا الصورة البصرية الثابتة ، دراسة في الإعلان السياحي : جريدة السيّاحي نموذجا ، قسم الآداب واللغة العربية ، كلية الآداب واللغات ، جامعة محمد خيضر – بسكرة ، ***مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الآداب واللغة العربية تخصص "اللسانيات والسياحة"*** .

**(31)** Freire, N. Anido, (2014) When Luxury Advertising Adds The Identitary Values of Luxury: a Semiotic Analysis, ***Journal of Business Research***, Vol. 67, No. 12,, Pp. 2666-2675.

**(32)** Uraida,S.(2014). Semiotic Analysis of Macdonald's Printed Advertisment, **Master Thesis**, University of Brawijaya: The Faculty of Cultural Study.

**(33)** اسماعيل ، محمد حسام الدين ( 2014 ). رجال الأعمال في خطاب الكاريكاتير، دراسة علاماتية وثقافية للصحف اليومية المصرية ، **في: محمد** حسام **الدين ( 2014) ساخرون وثوار- دراسات علاماتية وثقافية في الإعلام العربي، القاعرة – دار العربي، ص ص 79- 182 .**

**(34)** Christelle,K.F.(2012).The Translation of Advertisments: Issues of semiotics, Symbolism and Persuasion, **Master Thesis**, University of the Witwatersand: The Faculty of Humanities of art in Translation.

**(35)** عبد الرحمن، رحاب سعيد (2018). دور الدراما التليفزيونية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو ذوي الاحتياجات الخاصة، **رسالة ماجستير غير منشورة** – كلية الآداب – جامعة الإسكندرية.

**(36)** شعبان، مروة رضوان (2018). معالجة المسلسلات التليفزيونية والأفلام السينمائية المصرية التي يعرضها التليفزيون المصري لقضايا حقوق الطفل، **رسالة ماجستير غير منشورة** – كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

**(37)** عثمان، أحمد أحمد(2017). تعرض المراهقين لأفلام ومسلسلات التليفزيون المصري وعلاقته باتجاهاتهم نحو سلطة كل من الأب والأم داخل الأسرة، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد السادس عشر، العدد الرابع، كلية الإعلام– جامعة القاهرة، ص ص 259 - 337.

**(38)** الشيخ، إيناس محمد علي ( 2016 ). اتجاهات الجمهور نحو معالجة الدراما التليفزيونية لمشكلة العنوسة في المجتمع المصري ، **رسالة ماجستير غير منشورة** – كلية الإعلام – جامعة القاهرة ، ص 2 .

**(39)** الوزان، لميس علاء الدين ( 2016). تعرض الشباب للمسلسلات التليفزيونية وعلاقتها بسلوكياتهم، **رسالة دكتوراه غير منشورة** – كلية الإعلام – جامعة القاهرة .

**(40)** فؤاد، ياسمين أحمد علي ( 2015 ). معالجة المشكلات الاجتماعية والاقتصادية للشباب المصري في الأفلام والمسلسلات العربية وعلاقة ذلك باتجاهاته وتطلعاته نحو المستقبل، **رسالة دكتوراه غير منشورة** – كلية الإعلام – جامعة القاهرة .

**(41)** البياتي ، ياسر خضير ( 2014 ). اتجاهات الشباب الجامعي في مشاهدة الفضائيات وتأثيراتها المحتملة علي القيم والسلوك، **مجلة بحوث العلاقات العامة**، العدد الثاني، فبراير/ مارس، كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

**(42)** غانم، ياسمين أحمد ( 2013 ). العنف المجتمعي كما تعكسه المسلسلات المصرية التليفزيونية وعلاقته بسلوكيات أفراد الأسرة المصرية ، **رسالة ماجستير غير منشورة** – كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

**(43)** الأسود، أماني محمود ( 2012 ). الدراما المدبلجة بالفضائيات العربية وانعكاساتها علي إدراك المرهقين للواقع الاجتماعي : دراسة تحليلية – ميدانية ، **رسالة دكتوراه غير منشورة** – كلية التربية النوعية – جامعة المنصورة.

**(44)** حسين، سمير محمد (1991). **تطبيقات *في مناهج البحث العلمي : بحوث الإعلام*** ، ط 2 ، القاهرة : عالم الكتب ، ص 272 .

**(45)** الوفائي، محمد ( 1989). ***مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية*** **والإعلامية** ، ط 1 ، القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ص 112.

**(46)** حسين، سمير محمد (1991). **مرجع سابق** ، ص 273.

**(47)** الوفائي، محمد (1989). **مرجع سابق** ، ص 156.

**(48)** المدبولي، داليا إبراهيم ( 2007 ). الصورة الإعلامية للشخصيات السياسية في الأفلام المصريةالتي يقدمها التليفزيون وعلاقتها بالصورة الذهنية لدي المراهقين، **رسالة دكتوراه غير منشورة** – معهد دراسات الطفولة – جامعة عين شمس.

## ملحق الدراسة

## الدوال السيميولوجية والاستعارات البصرية للعلاقة بين الطبقات الاجتماعية كما عكستها المسلسلات المصرية بالتليفزيون

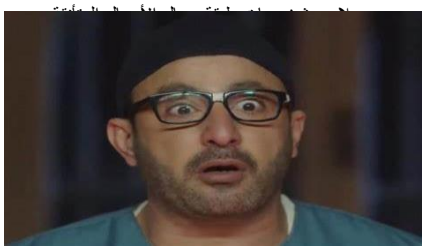
صورة رقم (1)
ملابس شخصيات طبقة العمال غير متناسقة الألوان

صورة رقم (2)
ملابس شخصيات طبقة العمال ممزقة وبالية

صورة رقم (3)
ملابس شخصيات طبقة رجال الأعمال متناسقة الألوان

صورة رقم (4)

صورة رقم (5)
تعبيرات الانكسار علي وجوه الشخصيات طبقة العمال



صورة رقم (6)
تعبيرات الجنون علي وجوه الشخصيات طبقة الموظفين

صورة رقم (7)
تعبيرات التحدي علي وجوه الشخصيات طبقة العمال

صورة رقم (8)
تعبيرات القسوة علي وجوه الشخصيات طبقة رجال الأعمال

صورة رقم (9)
مساكن طبقة العمال المتهالكة

صورة رقم (10)
مساكن طبقة الموظفين بها التجهيزات

صورة رقم (11)
فيلات طبقة رجال الأعمال

صورة رقم (12)
الملصق الترويجي" أفيش" مسلسل ولد الغلابة

صورة رقم (13)
الملصق الترويجي" أفيش" مسلسل زلزال