



جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الاعلام والاتصال



عنوان الأطروحة:

تلقي برامج الإثارة الاجتماعية لدى جمهور الفضائيات

التلفزيونية الجزائرية

- دراسة تجريبية على عينة من مشاهدي البرامج الاجتماعية-

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إذاعة وتلفزيون

إشراف الدكتورة:

سعاد سراي

إعداد الطالبة:

أسماء بن ساعد

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ ﴿١﴾

كلمة الشكر

الحمد والشكر لله أولا وأخيرا

مصداقا لقوله صل الله عليه وسلم (من لا يشكر الناس لا يشكر الله)

أتقدم بشكري الخالص للدكتورة: **سراي سعاد** لقبولها الإشراف على
هذه الأطروحة،

وصبرها وتفهمها الدائم لنا وثقتها فينا

للروح الطيبة للأستاذ الدكتور **نجيب بخوش** والذي لم يبخل علينا يوما

بمختلف النصائح والتوجيهات القيمة ويبقى في قلوبنا حي لا يموت

لأستاذة والأخت والزميلة والصديقة **نعيمة دهمش** مثالي الأعلى في

المثابرة اشكرها على كل النصائح والتوجيهات العلمية التي قدمتها

لجميع الأساتذة، الزملاء، الإداريين، العمال، والطلبة بكلية العلوم

الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة

شكرا لكم.....

الإهداء

اهدي هذه الأطروحة لروح والدي رحمه الله

لوالدتي التي أتعبتها طوال سنوات دراستي وأتمنى أن أنال رضاها

لإخوتي سندي

لأختي منبع قوتي و ملجئي بعد الله

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى الاجابة على سؤال محوري متمثل في كيفية تلقي طلبة الإعلام والاتصال بجامعة محمد خيضر بسكرة للبرامج الاجتماعية على الفضائيات التلفزيونية الجزائرية من خلال التركيز على ثلاث متغيرات رئيسية وهي الانتباه/الإدراك/ التذكر، وهي المتغيرات التي قامت عليها فرضيات الدراسة، وكذا إدخال متغير وسيط وهو الإثارة الاجتماعية، وقد اعتمدنا في إجابتنا على إشكالية الدراسة على المنهج التجريبي من خلال القيام بتقسيم الطلبة المتطوعين للتجربة إلى مجموعتين واحدة ضابطة وأخرى تجريبية، وقمنا بعرض برامج اجتماعية سميها ببرامج عادية، وأخرى عرضناها على المجموعة الثانية وهي التجريبية وسميت ببرامج الإثارة الاجتماعية، وبغرض جمع المعطيات من العينة المدروسة قمنا بتصميم اختبار تجريبي على شكل استمارة وزعت على الطلبة مباشرة بعد مشاهدتهم للمحتوى بهدف معرفة العمليات العقلية التي قام بها المبحوثين أثناء المشاهدة، وقد اعتمدنا في تحليل المعطيات والإجابة على فرضيات الدراسة على البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS

وقد توصلنا الى جملة من النتائج نذكر منها انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الانتباه والإدراك للبرامج الاجتماعية ذات المحتوى الاجتماعي العادي والتي تتضمن محتوى الإثارة الاجتماعية بين العينة الضابطة و التجريبية، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة التذكر بين العينة الضابطة و التجريبية.

الكلمات المفتاحية:

التلقي، البرامج الاجتماعية، برامج الإثارة الاجتماعية، الجمهور، الفضائيات التلفزيونية الجزائرية

Résumé

Cette étude vise à répondre à une question centrale : Comment les étudiants en médias et communication de l'Université Mohamed Khedir de Biskra reçoivent-ils les programmes sociaux sur les chaînes de télévision satellitaires algériennes en se concentrant sur trois variables principales : attention/perception/mémorisation, qui sont les variables sur lesquelles porte l'étude. des hypothèses ont été fondées, ainsi que l'introduire d'une variable médiateur est l'excitation sociale. Dans le but de collecter des données sur l'échantillon étudié, nous avons conçu un test expérimental sous la forme d'un formulaire qui a été distribué aux étudiants immédiatement après avoir regardé le contenu, dans le but de connaître les processus mentaux que les répondants ont réalisés en regardant. Pour analyser les données et répondre aux hypothèses de l'étude, nous nous sommes appuyés sur le programme statistique pour les sciences sociales (SPSS).

Nous avons atteint un certain nombre de résultats, notamment qu'il n'y a pas de différences statistiquement significatives dans le degré d'attention et de sensibilisation aux programmes sociaux ayant un contenu social normal incluant un contenu d'excitation sociale entre les échantillons témoins et expérimentaux, alors qu'il existe des différences statistiquement significatives dans le degré de mémorisation entre les échantillons témoins et expérimentaux.

Les mots clés:

Réception, programmes sociaux, programmes de la stimulation sociale, audience, chaînes de télévision algériennes par satellite

Abstract

This study aims to answer a central question: How do media and communication students at Mohamed Khaider University in Biskra receive social programs on Algerian satellite television channels by focusing on three main variables: attention/perception/ memorization, which are the variables on which the study focuses. hypotheses were founded, as well as introducing a mediating variable is social arousal. With the aim of collecting data on the studied sample, we designed an experimental test in the form of a form that was distributed to students immediately after watching the content, with the aim of knowing the mental processes that the respondents made while watching. To analyze the data and address the study hypotheses, we relied on the Statistical Program for the Social Sciences (SPSS).

We achieved a number of results, including that there are no statistically significant differences in the degree of attention and awareness to social programs with normal social content including social arousal content between control samples and experimental, while there are statistically significant differences in the degree of memorization between the control and experimental samples.

Keywords:

Reception, social programs, social stimulation programs, audience, Algerian satellite television channels

خطة الدراسة

مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة:

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- فرضيات الدراسة
- 4- أسباب اختيار الموضوع
- 5- أهداف الدراسة
- 6- أهمية الدراسة
- 7- التحديد الإجرائي للمفاهيم والمصطلحات
- 8- نوع الدراسة
- 9- منهج الدراسة وأدواتها
- 10- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 11- المعالجة الإحصائية للبيانات
- 12- اختبارات الصدق والثبات
- 13- الدراسات السابقة

الإطار النظري للدراسة:

الفصل الأول: تطور المقاربات النظرية للتلقي الإعلامي

المبحث الأول: الخلفية النظرية لدراسات التلقي

المبحث الثاني: تطور دراسات التلقي الإعلامي

المبحث الثالث: التفسير المعرفي للتلقي الإعلامي

الفصل الثاني: جمهور وسائل الإعلام

المبحث الأول: تطور مقاربات وأبحاث جمهور وسائل الإعلام

المبحث الثاني: المحددات الأساسية في تعريف جمهور وسائل الإعلام

المبحث الثالث: السلوك الانتقائي لدى جمهور وسائل الإعلام

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية في الفضائيات التلفزيونية

المبحث الأول: البرامج التلفزيونية الاجتماعية

المبحث الثاني: البث الفضائي العربي

المبحث الثالث: الفضائيات التلفزيونية الجزائرية

الإطار التطبيقي للدراسة:

الفصل الأول: عرض وتحليل جداول الدراسة

المبحث الأول: عرض وتحليل جداول المجموعة الضابطة

المبحث الثاني: عرض وتحليل جداول المجموعة التجريبية

الفصل الثاني: اختبار فرضيات الدراسة

المبحث الأول: اختبار الفرضيات الخاصة بمتغير الجنس

المبحث الثاني: اختبار الفرضيات الخاصة بمتغير الخلفية السابقة

المبحث الثالث: اختبار الفرضيات الخاصة بمتغير الاهتمامات

الفصل الثالث: نتائج الدراسة التجريبية

المبحث الأول: نتائج تحليل جداول الدراسة

المبحث الثاني: نتائج اختبار الفرضيات

المبحث الثالث: توصيات الدراسة

الخاتمة

مقدمة

مقدمة

تبرز أهمية دراسة تلقي برامج الإثارة الاجتماعية لدى جمهور الفضائيات التلفزيونية الجزائرية من خلال محاولتنا معرفة مختلف العمليات العقلية التي يقوم بها متلقي البرامج الاجتماعية أثناء المشاهدة انطلاقاً من أن فعل التلقي هو إعادة بناء المعاني أثناء التلقي، فالمشاهد هنا ليس سلمي يشاهد بدون أي تفاعل بل هو انتقائي يختار ما يناسب ظروفه النفسية والاجتماعية ويتجاهل الباقي ومن هنا جاءت دراسات التلقي محدثة قطيعة إبستمولوجية مع أنموذج التأثير المطلق لوسائل الإعلام، وأصبحنا نتحدث عن ما يحدثه الجمهور في وسائل الإعلام بعد أن كانت الدراسات الأولى للتأثير تركز على ما تحدثه وسائل الإعلام في الجمهور.

ويعتمد فعل التلقي على المعالجة العقلية للمعطيات من خلال ثلاث عمليات أساسية وهي الانتباه/الإدراك/التذكر فالمشاهد هنا ينتقي جزءاً من المحتوى التلفزيوني دون الآخر ليعطيه المزيد من الانتباه، انطلاقاً من اهتماماته وتجاربه السابقة ومعارفه حول الموضوع، فمبدأ معالجة المعلومات يتأثر بالمعلومات السابقة لدى المتلقي، وكذا المقابلة بين العالم التخيلي والواقعي في ذهن المشاهد، كما أن للمساحة الوسيطة للخبرة تأثير في إدراك المتلقي للمشاهد التي يتعرض لها.

من جهة أخرى عرفت دراسات الجمهور تطوراً كبيراً مع معرفة أن الجمهور انتقائي ويختار ما يريده حسب ظروفه النفسية الاجتماعية والثقافية، فأتجهت المؤسسات الإعلامية إلى محاولة تنويع محتواها الاتصالي لتكوين قاعدة جماهيرية عريضة وخاصة المحتوى التلفزيوني، فالتلفزيون من أهم الوسائل تأثيراً على تشكيل رؤية الفرد والمجتمع تجاه القضايا المختلفة. فهي قادرة على نشر نمط سلوكي وثقافي واجتماعي ينتهجه الفرد و المجتمع. لذا تنوعت البرامج التلفزيونية بين السياسية، الدينية، الترفيهية...الج

وخاصة البرامج الاجتماعية والتي عرفت انتشارا واسعا في الآونة الأخيرة خاصة الحوارية منها وبرامج الواقع télé réalité، ولعل ما ساعد هذه القنوات أكثر هو التطور التكنولوجي في وسائل الإعلام والاتصال وخاصة ظهور الفضائيات التلفزيونية التي سهلت بث هذه البرامج عبر الأقمار الصناعية لقاعدة جماهيرية كبيرة في أن واحد وسهلت العملية التفاعلية بين المحتوى والجمهور.

القائم بالاتصال في الفضائيات التلفزيونية الجزائرية هو الآخر اتجه الى تنويع البرامج الموجهة الى الجمهور الجزائري بكل شرائحه وخاصة منها البرامج الاجتماعية، هذه الأخيرة تشغل حيزا كبيرا في برمجة الفضائيات التلفزيونية الجزائرية وتتناول مختلف القضايا والمواضيع التي تمس المجتمع، كقضايا الأسرة، والجريمة وحتى الطابوهات الاجتماعية، الا ان القائمين بالاتصال في الفضائيات الجزائرية يتجهون أحيانا الى بث مواضيع مثيرة وتعتبر دخيلة على المجتمع، ومن هنا جاءت دراستنا هذه للتركيز على البعد النشط و الانتقائي للتفاعل بين الجمهور الجزائري وهذه البرامج.

تأتي هذه الدراسة كمحاولة للقيام بدراسة امبريقية، والتي يسعى من خلالها الباحث الكشف عن العلاقة السببية بين المتغيرات لمعرفة العمليات العقلية (الانتباه/الإدراك/التذكر) التي يقوم بها المشاهد الجزائري أثناء تلقيه للمحتوى الاجتماعي عبر القنوات الفضائية، من خلال دراسة تجريبية استهدفت عينة من مشاهدي البرامج الاجتماعية الجزائرية، وقد قسمت هذه الدراسة الى ثلاثة أقسام رئيسية وهي: الإطار المنهجي، والإطار النظري، والإطار التطبيقي.

ففي الاطار المنهجي تم بناء اشكالية الدراسة وطرح تساؤلات الدراسة التي هي تفكيك لاشكالية الدراسة، مع ذكر اسباب اختيار الموضوع، الاهداف والاهمية، ثم صياغة فرضيات الدراسات وهي اربع فرضيات رئيسية مقسمة الى فرضيات فرعية، مع التعريف الاجرائي للمفاهيم والمصطلحات، وعرض الدراسات السابقة، كما تناولنا في هذا الاطار المنهج المتبع وادوات الدراسة، مجتمع البحث وعينة الدراسة،

وتصميم الاختبار التجريبي، نوع الدراسة، كما تطرقنا إلى مختلف الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة وكذا صدق وثبات الأداة.

وفي الإطار النظري، قسمناه إلى ثلاثة فصول كل فصل يتناول متغير من متغيرات الدراسة، تحدث الفصل الأول عن مقاربات التلقي وبداياته الأولى في مدرسة كونستنس الألمانية، ثم تطرقنا إلى تطور هذه الدراسات مع مركز الدراسات الثقافية ببريطانيا، كما تناول الفصل الأول التفسير المعرفي للتلقي وفيه تطرقنا إلى شرح مختلف العمليات العقلية التي يقوم عليها فعل التلقي.

أما الفصل الثاني فقد خصصناه إلى جمهور وسائل الإعلام وفيه تطرقنا إلى تطور مقاربات وأبحاث دراسات جمهور وسائل الإعلام، ثم المحددات الأساسية في تعريف جمهور وسائل الإعلام، كما تناولنا السلوك الانتقائي لدى الجمهور.

أما الفصل الثالث فقد خصصناه إلى البرامج الاجتماعية في الفضائيات التلفزيونية، وتطرقنا فيه إلى مفهوم البرامج الاجتماعية، أهدافها وأهميتها، وكذا الأبعاد الاجتماعية، الثقافية والأخلاقية لهذه البرامج، ثم تطرقنا إلى البث الفضائي العربي، وكذا الفضائيات التلفزيونية الجزائرية.

وفي الإطار التطبيقي المتكون من 3 فصول، تطرقنا بداية إلى عرض وتحليل الجداول البسيطة للمجموعتين الضابطة والتجريبية، ثم تطرقنا إلى اختبار الفرضيات الخاصة بمتغيرات الدراسة الثلاث الانتباه/ الإدراك/ التذكر، وبعدها تطرقنا إلى النتائج العامة للدراسة فخاتمة.

الإطار المنهجي

والإجرائي للدراسة

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- فرضيات الدراسة
- 4- أسباب اختيار الموضوع
- 5- أهداف الدراسة
- 6- أهمية الدراسة
- 7- التحديد الإجرائي للمفاهيم والمصطلحات
- 8- نوع الدراسة
- 9- منهج الدراسة وأدواتها
- 10- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 11- المعالجة الإحصائية للبيانات
- 12- اختبارات الصدق والثبات
- 13- الدراسات السابقة

1/ إشكالية الدراسة:

تشغل البرامج الاجتماعية حيزا هاما من المساحة البرمجية في التلفزيون، كونها تتناول قضايا ومشكلات نفسية واجتماعية يعيشها الفرد والأسرة في المجتمع، وتعد هذه البرامج النوع الأكثر تعددا إذ يشمل إضافة إلى برامج الأسرة والبرامج الاجتماعية، البرامج الفنية الموجهة للشباب أو الأطفال أو المرأة وغيرها من المواضيع المتعلقة بالسياق الاجتماعي لحيز مكاني محدد تشغله هذه المواضيع.

القائم بالاتصال في الفضائيات التلفزيونية الجزائرية يولي هو الأهمية كبيرة للبرامج الاجتماعية بإعطائها مساحة كبيرة في البرمجة محاولا بذلك إعادة تجسيد وبناء وقائع وحقائق اجتماعية حول قضايا المجتمع وكذا محاولا تكوين أفكار او مواقف بينه-القائم بالاتصال- وبين جمهوره من خلال إعلامهم وإحاطتهم بما يقع من أحداث في مجتمعهم، وهذا ما لاحظناه من خلال مختلف البرامج الاجتماعية في الفضائيات التلفزيونية الجزائرية والتي تعددت فيها البرامج الاجتماعية والتي تتناول مختلف القضايا كالزواج، الطلاق والميراث... الا انه ولاغراض متعددة كزيادة نسبة المشاهدة، يعمد القائم على الاتصال في هذه الفضائيات على بث مواضيع تكون فيها الاثارة بشكل كبير خاصة من خلال الطابوهات الاجتماعية كالخيانة الزوجية، مجهولي النسب... او مواضيع تمس ثوابت متعلقة بالدين والعادات والتقاليد، كالعقوق وضرب الاصول....، والتي بالرغم من انها نابعة من عمق المجتمع الجزائري الا انها تبقى طابوهات يختلف المختصون في ضرورة تناولها لمعالجتها اعلاميا او الابتعاد عن مثل هذه المواضيع والتي تبقى حالات استثنائية لا تمثل المجتمع ككل.

يتلقى الفرد هذه البرامج ويقوم اتجاهاها بمجموعة من العمليات المعرفية، يتم من خلالها استقبال هذه المعلومات وتخزينها وتنظيمها على نحو يمكنه من استرجاعها واستخدامها في المستقبل، ورغم ان القائم

بالاتصال في التلفزيون قد يتدخل في تحديد مضامين هذه البرامج الاجتماعية التي يتلقاها افراد الجمهور من خلال دوره كحارس للبوابة، الا ان افراد هذا الجمهور يستوعبون جزءا من هذه المعلومات التي تلقوها بحيث تتم معالجتها، وتمثلها لديهم عن طريق وضعها ضمن مجالات اهتمامهم وإدماجها مع ما تم اختياره في عقولهم. فأفراد الجمهور يعطون انتباههم لكمية صغيرة من المعلومات التي قد تتاح لهم من بين الكم الهائل من المعلومات التي تتدفق إليهم كل لحظة، مما قد يسمح لهم بترشيح و اختيار البعض منها في ذاكرتهم، ورفض المعلومات الأخرى التي يتم الحكم عليها بأنها غير مهمة؛ حيث يميل هؤلاء الأفراد إلى أن يعرضوا أنفسهم، أو يهتموا بالرسائل الإعلامية التي يشعرون أنها تتفق مع معرفتهم السابقة، و هذا يعني أنهم لا يقومون بتفسير الرسائل في معانٍ مطابقة لها تماما، و لكن التفسير يكون في إطار التفاعل بين الرموز التي تم استقبالها ، و بين المعرفة المخزنة التي يستعين بها المتلقي لتفسيرها، هذه التفسيرات تكون من خلال مقارنة عقلية تعتمد بالأساس على عمل الجهاز المعرفي للإنسان في تعامله مع كل المثيرات الخارجية، تقوم هذه المقاربة العقلية على ثلاث عمليات أساسية وهي الانتباه الذي يعتبر المساحة التي يعيرها الفرد الاهتمام من اجل الفهم والتذكر وهو من المحددات الرئيسية للفروق الفردية بين الاشخاص، والإدراك الذي يعتبر ملازما للانتباه ويعني التعرف على الشيء، والتذكر وهو استرجاع العناصر والموضوعات المتعلقة بموقف معين من خلال استدعاء التجارب والخبرات السابقة.

وعلى هذا الاساس تهدف دراستنا هذه للبحث في كيفية تلقي جمهور البرامج الاجتماعية من الطلبة للمضامين الاجتماعية التي تبث في الفضائيات التلفزيونية الجزائرية اعتمادا على نموذج المعالجة المعرفية للمعلومات بمتغيراتها الثلاث (الانتباه، الادراك والتذكر). وبناءا على ماسبق طرحهفاننا نحاول الإجابة على الإشكالية التالية:

كيف يتلقى الطلبة مضامين البرامج الاجتماعية على الفضائيات التلفزيونية الجزائرية بين غياب وحضور الإثارة الاجتماعية، وكيف يؤثر ذلك على عمليات الانتباه، الإدراك، والتذكر؟

2/ تساؤلات الدراسة:

تفرعت عن الإشكالية السابقة التساؤلات التالية:

- ما هي الاهتمامات والدوافع التي أثارت انتباه أفراد عينة الدراسة في مضامين البرامج الاجتماعية؟
- كيف ينتقي الجمهور أجزاء من المحتوى ليعطيها المزيد من الانتباه دون باقي المحتوى؟
- كيف يؤثر أفق التوقعات (المعلومات السابقة، المقابلة بين العالم التخيلي والواقعي) لدى عينة الدراسة في إعادة إنتاج المعنى أثناء تعرضها للبرامج الاجتماعية بين حضور وغياب الإثارة؟
- كيف يمكن للمساحة الوسيطة للخبرة ان تؤثر في إدراك عينة الدراسة لمحتوى البرامج الاجتماعية المعروضة؟
- كيف تؤثر متغيرات الجنس، الخبرة والاهتمامات في تلقي (انتباه، إدراك، تذكر) المحتوى الاجتماعي الذي عرض على عينة الدراسة؟

3/ فرضيات الدراسة:

انطلاقاً من أن التلقي يتكون من 3 عمليات أساسية وهي الانتباه الإدراك والتذكر فإن الفرضيات ستقوم على هذا الأساس:

الفرضية الرئيسية الأولى:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تلقي (الانتباه، الإدراك، التذكر) البرامج الاجتماعية لدى المبحوثين مجموعتي الدراسة، حسب متغير الجنس.

الفرضيات الفرعية:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة انتباه المبحوثين للمواضيع المختارة من البرامج الاجتماعية بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير الجنس

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة إدراك المبحوثين للمحتوى المعروض بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير الجنس

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تذكر المبحوثين للمواضيع الاجتماعية المعروضة بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير الجنس

الفرضية الرئيسية الثانية:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تلقي (الانتباه، الإدراك، التذكر) البرامج الاجتماعية لدى المبحوثين بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير الخلفية المعرفية السابقة.

الفرضيات الفرعية

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة انتباه المبحوثين للمواضيع المختارة من البرامج الاجتماعية بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير الخلفية المعرفية السابقة.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة ادراك المبحوثين للمحتوى المعروض بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير الخلفية المعرفية السابقة.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تذكر المبحوثين للمواضيع الاجتماعية المعروضة بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير الخلفية المعرفية السابقة

الفرضية الرئيسية الثالثة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تلقي (الانتباه، الإدراك، التذكر) البرامج الاجتماعية لدى المبحوثين بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير اهتمامات المبحوثين.

الفرضيات الفرعية

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة انتباه المبحوثين للمواضيع المختارة من البرامج الاجتماعية بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير اهتمامات المبحوثين.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة ادراك المبحوثين للمحتوى المعروض بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير اهتمامات المبحوثين.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تذكر المبحوثين للمواضيع الاجتماعية المعروضة بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير اهتمامات المبحوثين.

الفرضية الرئيسية الرابعة:

- توجد علاقات ارتباطيه بين عمليات التلقي(الانتباه، الإدراك، التذكر) في مجموعتي الدراسة

التجريبية.

الفرضيات الفرعية:

- توجد علاقات ارتباطيه بين عمليات التلقي(الانتباه، الإدراك، التذكر) في المجموعة الضابطة.

- توجد علاقات ارتباطيه بين عمليات التلقي(الانتباه، الإدراك، التذكر) في المجموعة التجريبية.

4/ أسباب اختيار الموضوع:

من شروط البحث العلمي إحساس الباحث بوجود إشكال ما او ملاحظة ظاهرة معينة تدفعه للبحث والتقصي قصد دراستها من زاوية يحددها الباحث حسب أسبابه، دوافعه واهتماماته، وهذه الدراسة كغيرها من الدراسات استندت على مجموعة من المؤشرات العلمية التي تم ملاحظتها على مستوى البحوث السابقة،و الملاحظة الميدانية، وكذا أسباب ذاتية نابعة من توجه الباحث، اهتماماته وميولاته العلمية والتي يمكن اختصارها في مايلي:

الأسباب الموضوعية:

1/ الانتشار الكبير الذي تعرفه البرامج الاجتماعية في التلفزيون الجزائري وملاحظتنا للتفاعل الكبير الذي يحدث مع المواضيع التي تتناولها هذه البرامج خاصة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

2/ الملاحظة العلمية من خلال التعليقات الخاصة بالمستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي للاختلاف الموجود في مستويات تلقي الرسالة الإعلامية وكذا فهمها وإعادة بناء معانيها بشكل يختلف من فرد لآخر في التعاطي مع المواضيع الاجتماعية.

3/ طبيعة الدراسة و التي تدخل ضمن الحقل المعرفي لدراسات التلقي التي تعمل على فهم و معرفة جمهور وسائل الإعلام.

4/ ندرة تطبيق المنهج التجريبي في بحوث علوم الإعلام والاتصال، ما نتج عنه نقص كبير في تناول إشكاليات تستخدم هذا المنهج.

الأسباب الذاتية:

1/ التوجه العلمي للباحث ضمن دراسات الإذاعة والتلفزيون والرغبة في البحث في مختلف الإشكالات النابعة من هذا التوجه.

2/ ملاحظتنا لندرة تطبيق المنهج التجريبي في مثل هذه الدراسات، والتي تناولت في مجملها البرامج الاجتماعية اعتمادا على بحوث المحتوى، او دراسات الاستخدامات والاشباع، ما ولد لدينا فضول البحث في الموضوع بمنهج يعتمد الأنية في دراسة جمهور البرامج الاجتماعية.

3/ رغبة الباحث في إثراء البحوث الجامعية بدراسة تجريبية تكون كمرجع لأبحاث أخرى في نفس المجال.

5/ أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- معرفة الاهتمامات والدوافع التي أثارت انتباه أفراد عينة الدراسة في مضامين البرامج الاجتماعية.
- معرفة كيف ينتقي الجمهور أجزاء من المحتوى ليعطيها المزيد من الانتباه دون باقي المحتوى.
- فهم يؤثر أفق التوقعات (المعلومات السابقة، المقابلة بين العالم التخيلي والواقعي) لدى عينة الدراسة في إعادة إنتاج المعنى أثناء تعرضها لبرامج الإثارة الاجتماعية.
- معرفة كيف يمكن للمساحة الوسيطة للخبرة ان تؤثر في ادراك عينة الدراسة لمحتوى البرامج الاجتماعية المعروضة.
- التعرف على كيفية تأثير متغيرات الجنس، الخبرة والاهتمامات في تلقي (انتباه، إدراك، تذكر) المحتوى الاجتماعي الذي عرض على عينة الدراسة.

6/ أهمية الدراسة:

تبرز أهمية دراستنا من خلال محاولتنا تحديد مؤشرات علمية تجريبية تعطي دلائل واضحة على مستويات التلقي من خلال الانتباه، الإدراك والتذكر لدى المتلقين للبرامج الاجتماعية على الفضائيات التلفزيونية الجزائرية بوجود وغياب متغير الإثارة الاجتماعية في المحتوى، ومقارنة هذه المؤشرات للحصول على نتائج واضحة يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة، محاولين بذلك تقديم مدخل علمي دقيق ضمن دراسات التلقي الإعلامي.

7/ التحديد الإجرائي للمفاهيم والمصطلحات:

معنى التلقي:

ورد في معجم "لسان العرب" لابن منظور بالشكل التالي: تلقاه أي استقبله، وفلان يتلقى فلانا أي يستقبله، ولقاء الشيء وألقاه إليه وبه، وقد فسر الزجاج قوله تعالى: ﴿وَإِنكَ لَتَلَقَى الْقُرْآنَ مِنْ لَدُنِّ حَكِيمٍ عَلِيمٍ﴾ (النمل:6). أي يلقي إليك وحيا من عند الله، وأما قوله تعالى: ﴿فَتَلَقَى آدَمَ مِنْ رَبِّهِ كَلِمَاتٍ فَتَابَ عَلَيْهِ إِنَّهُ هُوَ التَّوَّابُ الرَّحِيمُ﴾ (البقرة:37). فمعناه أنه أخذها عنه، وقيل تعلمها ودعا بها.¹

-فدلالة الاستعمال القرآني لمادة التلقي تنبه إلى ما تحمل هذه المادة من إحياءات وإشارات إلى عملية التفاعل النفسي والانفتاح الذهني مع الخطاب، حيث ترد أحيانا مرادفة لمعنى الفهم والفتوة.²

ومن جانب آخر فقد ورد لفظ التلقي في القرآن الكريم بدلا من لفظ استقبال، حيث قد يدل أو يشير إلى عملية التفاعل النفسي مع النص. كما نجد ان الدراسات الحديثة ركزت على لفظ التلقي، وهذا ما نجده شائعا عند كل من يابوس وايزر، حيث يعتبر هذا اللفظ هو الجامع لألغاف القراءة والاستجابة والاستقبال.³ اذ ان التلقي هو نشاط ايجابي يتم في شكل انتقاء لبعض ما يقع على حواسنا دون البعض الآخر وينظم الحكم النقدي الذي هو محاولة للارتفاع بفعل التلقي الى مستوى شعوري وتنظيمي أعلى.

وتدل كلمة التلقي على استقبال شيء ما، كما تدل أيضا على العناصر التي تتحكم في قراءة جمهور معين للخطاب الفني والأدبي والإعلامي، وبعبارة أخرى ذلك الفعل الذي يمارسه الفرد كإنسان له مكوناته

¹ الشريف مرزوق، نظرية التلقي وأطروحاته، مجلة النص، م07، العدد01، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2021، ص211/192.

² المرجع نفسه

³ العيفة جمال، القراءة والمشاهدة في عصر تكنولوجيا الاتصال السمعية البصرية، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة باجي مختار عنابة، المجلة الجزائرية للاتصال، م10، العدد19، 2005، ص198/127

النفسية والذهنية والانفعالية والاجتماعية لتفسير ما يقدم له هذا المعنى، حيث يتضمن الإحساس والذكاء والإدراك وبناء المعنى.¹

وفي دراستنا هذه نقصد به: مختلف العمليات العقلية التي يقوم بها المتلقي للبرامج الاجتماعية المختارة في الدراسة انطلاقاً من العناصر التي جذبت انتباهه إلى عملية الاستدعاء والنفى والقبول التي قام بها أفراد العينة المدروسة اتجاه محتوى البرامج المعروضة من أجل إدراك وفهم المحتوى وربطه بما تم استدعاءه من معارف وخبرات وتجارب سابقة.

مفهوم الجمهور:

ورد في معجم "لسان العرب" ان جمهور كل شى معظمه وقد جمهره، وجمهور الناس: جلهم، وجماهير القوم: اشرافهم، وفي حديث "ابن الزبير" قال معاوية: "انا لا ندع مروان يرمي جماهير قريش بمشاقصه" اي جماعاتها، واحدها جمهور، وجمهرت القوم اذا جمعتهم، وجمهرت الشئ اذا جمعته، ومنه حديث "النخعي" انه اهدي له بختج قال: هو الجمهوري وهو العصير المطبوخ الحلال، وقيل له الجمهوري لان عامة الناس يستعملونه اي اكثرهم، وعدد مجهر: مكثر، والجمهرة: المجتمع.²

وقد استخدم لفظ "الجمهور" كترجمة للمصطلحين الانجليزين (Public) و (Audience) رغم ما بينهما من اختلاف، فاصطلاح public يشير الى المجموع العام للأفراد او الشعب في مجتمع ما، بينما يشير مصطلح (Audience) الى مجموع الافراد الذين يقرؤون او يستمعون او يشاهدون ايا من وسائل الاعلام او وحداته، فالفرد من حيث هو يعتبر جزءاً من public، بينما يلزم كي يكون جزءاً من audience ان يقوم بعمل ما كان يقرأ او يشاهد او يستمع.

¹ الشريف مرزوق، نظرية التلقي وأطروحاته، مرجع سبق ذكره
² حفيفة مطلب، دراسات جمهور وسائل الإعلام، مطبوعة بيداغوجية، جامعة الجزائر3، كلية علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام، 2021-2022، ص16.

كما يعرف قاموس لاروس الموسوعي Grand Larousse Encyclopédique الجمهور Audience على انه: "نشاط الاستماع الايجابي، وعلى انه الانتباه والاهتمام الذي يظهره الجمهور للشخص الذي يخاطبه، أي فعل الاستماع لشخص وإظهار الاهتمام".¹

وفي دراستنا هذه نقصد بالجمهور: المتلقي أي الطلبة محل الدراسة حيث نسعى إلى معرفة كيف يتلقى طلبة الإعلام والاتصال بجامعة محمد خيضر بسكرة البرامج الاجتماعية المختارة عن طريق عرضها عليهم وكيف يقوم بتفسيرها وفهمها في إطار خبرته وخصائصه النفسية والاجتماعية.

البرامج الاجتماعية:

وهي نوع من البرامج التلفزيونية يعنى بمعالجة القضايا والمشكلات النفسية والاجتماعية وتتناول في مضامينها ومحاورها عوامل التغيير سلبا أو إيجابا في البناء الاجتماعي وعوامل تماسك المجتمع، وتعالج الكثير من المشكلات الاجتماعية والنفسية التي يعيشها الفرد والأسرة في المجتمع ومناقشتها، ويعد هذا النوع من البرامج الأكثر تعددا إذ يشمل إضافة إلى برامج الأسرة والبرامج الاجتماعية، البرامج الفئوية الموجهة للشباب أو الأطفال أو المرأة وغيرها من البرامج المتعلقة بالأمور الصحية.²

أما إجرائيا فنقصد بها: البرامج الاجتماعية التي تعرض على الفضائيات التلفزيونية الجزائرية والمدرجة في البرمجة التلفزيونية للفضائيات المختارة خلال مدة دراستنا وقد وقع اختيارنا على البرامج الاجتماعية التالية: شوفو حكايتي، لي فات مات، عشت وشفت، وافعلوا الخير، تحري الجريمة، خليها على ربي.

¹حفيظة محلب، مرجع سبق ذكره، ص17

²عامر امال، اتجاهات الشباب الجزائري نحو البرامج التلفزيونية الاجتماعية وعلاقتها بالقيم الانسانية، دراسة استطلاعية على عينة من مشاهدي برنامج احكي حكايتك بولاية غليزان، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس، المجلد10، العدد2، 2023، ص242-257

الإثارة الاجتماعية:

الإثارة هي نوع من الانحياز التحريري في الإعلام الذي يتم فيه المبالغة في إحداث إثارة للأحداث والمواضيع في القصص والمقاطع الإخبارية لزيادة أعداد المشاهدين أو القراء. وقد تتضمن الإثارة الإبلاغ عن الأمور والأحداث التافهة عموماً التي لا تؤثر على المجتمع ككل وتكون عروضها من الأخبار الهامة منحازة نحو الإثارة، بطريقة تافهة، كما تشمل بعض أساليبها أن تكون زاويتها منفرجة عمداً وتناشد العواطف وأن تكون مثيرة للجدل وتحذف عمداً الحقائق والمعلومات وأن تكون صاخبة وأنانية وتعمل لجذب الانتباه. وأحياناً يتم تحريف المعلومات والأحداث التافهة ويتم المبالغة فيها على أنها مهمة أو كبيرة، وغالباً ما تتضمن قصصاً عن تصرفات الأفراد والمجموعات الصغيرة من الناس، وغالباً ما يكون مضمونها تافهاً وغير متصل بالأحداث اليومية على المستوى الكلي والتي تحدث على الصعيد العالمي. وعلاوة على ذلك، عادة لا يؤثر المحتوى والموضوع على حياة الجماهير ولا يؤثر على المجتمع، وبدلاً من ذلك يتم بثه وطباعته لجذب المشاهدين والقراء.¹

أما إجرائياً فنقصد بالإثارة الاجتماعية: هي اعتماد القائمين على بعض البرامج الاجتماعية في التلفزيون الجزائري بنشر محتوى يعتمد على الإثارة من خلال اللجوء إلى قاعات المحاكم، وأسرار البيوت وقضايا الجنس والعنف، وفتح المجال لأصحاب الآراء الدخيلة عن المجتمع والشاذة لنشرها قصد جذب الانتباه أكثر.

¹[https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D8%AB%D8%A7%D8%B1%D8%A9_\(%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9\)](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D8%AB%D8%A7%D8%B1%D8%A9_(%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9)) تم الاطلاع عليه يوم: 2023/10/11

الفضائيات التلفزيونية: هي جميع القنوات الفضائية التي تستقبل من الفضاء الخارجي عبر الأطباق أو الشبكة العنكبوتية أو الجوال أو وسائل الاتصال الأخرى، وتبث بطريقة رسمية أو غير رسمية مفسوحة أو ممنوعة مشفرة أو غير مشفرة. ويقصد كذلك بالقنوات الفضائية المحطات التلفزيونية التي تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية والتي يتم استقبالها بواسطة هوائيات مقعرة.¹

أما إجرائيا فنقصد بها: قنوات فضائية ذات الملكية العامة أو الخاصة، سواء لأشخاص أو مؤسسات ذات المضامين الجزائرية والتي تحوز على رخصة من طرف وزارة الاتصال الجزائرية، وهي تنشط بمثابة قنوات وطنية أو اجنبية تبث من دول مختلفة باستئجار ترددات على اقمار صناعية وفي في دراستنا: قناة النهار، قناة الشروق، قناة البلاد.

8/ نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الامبريقية التي تهتم بالدراسة والبحث في العلاقات السببية بين المتغيرات، والتي تعرف كذلك بالبحوث الارتباطية التي تعمل على جمع البيانات من عدد من المتغيرات وتحديد ما ان كانت هناك علاقة بينها، ثم إيجاد قيمة تلك العلاقة والتعبير عنها بشكل كمي من خلال ما يسمى بمعامل الارتباط²

يستخدم الباحث في هذا النوع من البحوث الفرضيات، التي يحتمل فيها - مسبقا - العوامل الكامنة وراء حدوث الظاهرة في شكل نتائج للبحث، حتى يضمن لنفسه التوجيه السليم، من حيث اختيار نوع

¹ سعيد مراح، محمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، العدد 39، 2017
² منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الاعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014، ص 364

المعلومات ذات العلاقة بتحقيق الفرض و إجراء التحليل وفق مساره الصحيح المحقق لذلك، دون الخروج عما هو مسطر للدراسة من أهداف¹.

يمكننا تحديد وظائف هذه الدراسات في النقاط التالية:

1. تحديد المتغيرات التي تُعدّ السبب في الظاهرة (المتغيرات المستقلة) و المتغيرات التي تعبر عن

النتيجة (المتغيرات التابعة).

2. تحديد طبيعة العلاقة بين المتغيرات المستقلة و المتغيرات التابعة (طردية أم عكسية).

3. تحديد اتجاه هذه العلاقة الارتباطية.

4. تحديد درجة الارتباط وقوته².

9/ منهج الدراسة وأدواتها:

اقتضت طبيعة الدراسة استخدام المنهج التجريبي، والذي على الرغم من أنه الأقدم في مجال الدراسات الإعلامية، و مازال يمدنا بثروة من المعلومات؛ إلا أنه ليس الأكثر استخداما في الدراسات الإعلامية وإن كان معدل استخدامه يتزايد في السنوات الأخيرة. وفي الدراسة التي أجراها كامهاوي وويغر (2003) Kamhawi & Weaver لرصد أدوات جمع البيانات الأكثر شيوعا في الدراسات الإعلامية المنشورة في أهم الدوريات العلمية، وجد أن التجربة مثلت 11% من الأدوات المستخدمة في تلك الدراسات في الفترة من 1980 حتى 1984، وقد ارتفعت تلك النسبة إلى 21% في الفترة ما بين 1995 حتى 1999، بينما

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2005، ص:55
² شيماء ذو الفقار، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط6، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2023، ص:93

مثل أداة الاستبيان 37% من الدراسات التي أجريت ما بين 1980 حتى 1984، وانخفضت إلى 24 % في الفترة ما بين 1995 حتى 1999. وترجع زيادة استخدام التجربة في الدراسات الإعلامية في جزء كبير منها إلى زيادة التوجه المعرفي وهو توجه مستمد من مجال علم النفس الذي تسود فيه التجربة كمصدر أساسي لجمع البيانات¹.

تعتبر المعرفة التجريبية من اقدم انواع المعرفة واسهلها استنباطا واستنتاجا وملاحظة، اذ تعتمد على الحواس والخبرة اليومية التي تحتاج الى حجج او براهين تدعم وجودها وتعزز مكانتها وتؤيد افكارها وحقائقها. وهكذا تتكون الاراء والمفاهيم العامة والمشاركة التي يتفق الجميع على صحتها وصيرورتها وقدرتها على تفسير الظواهر.²

يرى موريس انجرس أن المنهج التجريبي هو " طريقة لدراسة موضوع بحث بإخضاعه للتجربة وجعله دراسة قائمة على السببية، كما يهدف المنهج التجريبي إلى إقامة العلاقة التي تربط السبب بالنتيجة بين الظواهر او المتغيرات"³. وحسب موريس انجرس، فان الأخلاقيات واحترام حقوق الإنسان تتطلب رضي الشخص بالمشاركة في التجربة.

و يرى عامر مصباح، أن المنهج التجريبي هو: إعادة بناء المتغيرات (المستقلة والتابعة) في المخبر وإخضاعها بشكل مستقل عن المتغيرات الدخيلة للكشف عن العلاقات الارتباطية بين المتغيرات أو التأكد من صحة وجود العلاقة بينها وحجم هذه العلاقة.⁴

يسعى المنهج التجريبي الى توزيع العناصر الى مجموعتين متساويتين حسب مقاييس مختارة مثل (السن، التعليم، المهنة). ونقوم بعد ذلك بإدخال تغييرات على المتغير المستقل لدى مجموعة واحدة، والتي تسمى

¹شيماء ذو الفقار زغيب، مرجع سبق ذكره، ص 169

²احسان محمد الحسن، مناهج البحث الاجتماعي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص15

³موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية تدريبات عملية، ط2، دار القصبه، 2006، ص96

⁴عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2010، ص 59

عادة بالمجموعة التجريبية، ثم نقوم بعد ذلك بإجراء مقارنة بين نتائج هذه المجموعة ونتائج المجموعة الأخرى، وهي ما تسمى بمجموعة الشاهد او مجموعة المراقبة والتي لا يتم إدخال اي تغيير عليها.¹ وهذا ما قمنا به في دراستنا هذه باختيار مجموعتين واحدة ضابطة وأخرى تجريبية ادخل عليها متغير الإثارة في البرامج الاجتماعية.

أدوات الدراسة:

الاختبار التجريبي: وهو أداة قياس يستعمل في حالة التجريب، يسمح بالحصول على بعض خصائص عناصر التجربة² وتأخذ هذه الاختبارات العديد من الإشكال منها الاستمارة والتي تم اعتمادها في بحثنا هذا، انظر الملحق رقم 1

الاستمارة الاستبائية: تعد أداة بحث أساسية، وتعرف على أنها أسلوب لجمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية، ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها³ وقد جاءت الاستمارة على النحو التالي:

جاءت الاستمارة المستخدمة في الأطروحة لتجيب على إشكالية الدراسة وقد صممت وفق متغيرات ومؤشرات محددة مفادها الحصول على إجابات المبحوثين، وقد مست متغيرات الدراسة الثلاثة الأساسية الخاصة بالتلقي وهي كل من الانتباه/ الإدراك/ التذكر، إضافة الى مؤشرات للمتغيرات سألها الذكر، أما أسئلة الاستمارة فقد جمعت بين المفتوحة والمغلقة إضافة إلى استخدام سلم ريكارت لرصد الإجابات الخاصة بالمؤشرات والتي جاءت في شكل فقرات وقد تضمنت الاستمارة:

¹موريس أنجرس، مرجع سبق ذكره

²المرجع نفسه، ص 262

³محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، القاهرة: عالم الكتب، 1993، ص

- بيانات خاصة بالمبحوثين: وهي الجنس، والمجموعة التي ينتمي إليها (ضابطة/ تجريبية)
- بيانات خاصة بالمحتوى المشاهد (الاهتمامات/ الخلفية السابقة)
- المحور الأول: والخاص بالانتباه للمواضيع الاجتماعية التي تم عرضها على الطلبة: جاء هذا المحور في 9 أسئلة بعضها كان عبارة عن مؤشرات لمحور الانتباه، كعوامل جذب الانتباه في السؤال السابع، ومؤشر مستوى الانتباه في السؤال الثامن من المحور الأول.
- المحور الثاني: والخاص بادراك وتذكر الأحداث الواردة في البرامج الاجتماعية المعروضة، وقد تضمن العديد من المؤشرات:
 - مؤشر أفق التوقعات: تضمن 3 فقرات لقياسه وفق سلم ريكارت الخماسي
 - مؤشر الانسجام وفهم الأحداث: تضمن 4 فقرات وفق سلم ريكارت الخماسي
 - مؤشر إعادة بناء الأحداث (التذكر): تضمن 4 فقرات وفق سلم ريكارت الخماسي
 - مؤشر الفهم والتذكر من خلال الشكل والمضمون: وقد قسم الى طريقة العرض التي تضمنت 4 اختيارات، ومستوى المعالجة والذي تضمن 3 اختيارات وفق سلم ريكارت الخماسي.
 - مؤشر النشاط الانفعالي (أنماط التفاعل): تضمن 7 فقرات لقياسه وفق سلم ريكارت الخماسي.
 - مؤشر الفجوات والفراغات (التعرف والاستدعاء): تضمن 5 فقرات وفق سلم ريكارت الخماسي.
- وفي الأخير سؤال مفتوح ترك للطلبة قصدا للتعبير عن مختلف الأحاسيس والآراء التي دارت في مخيلتهم أثناء العرض.

الملاحظة العلمية: تستخدم الملاحظة المباشرة للسلوك بصورة عريضة كأحد أساليب جمع البيانات في مجال التفاعل الاجتماعي والعلاقات بين الأفراد، سواء في الدراسات التجريبية أو الوصفية. تعتمد على الانتباه المقصود والمنظم والمضبوط للظواهر أو السلوكيات عموماً، بغية اكتشاف أسبابها وقوانينها.¹

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على نوع الملاحظة بالمشاركة، حيث يكون الباحث حاضر في مكان إجراء الدراسة ولكن دون التدخل في نشاط العينة، قصد ملاحظة مختلف التصرفات وردات فعل العينة المبحوثة اتجاه المحتوى المعروض.

10/ مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث: هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموعة الأكبر للمجتمع المستهدف²، ومجتمع بحثنا هو طلبة السنة الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة بجامعة محمد خيضر بسكرة.

عينة الدراسة: في بحثنا هذا استخدمنا العينة القصدية والتي يعرفها سمير محمد حسين على أنها (طريقة الاختيار العمدى أو التحكمي أو المقصود من جانب الباحث لعدد من وحدات المعاينة يرى أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً صحيحاً)³ وقد تم اختيار فوجين كعينة من المجتمع الكلي (مجموعة ضابطة ومجموعة تجريبية) سبب اختيار العينة بهذا الشكل يعدهد عبد الغفور رشاد القسبي، العديد من الأمور في جماعات التجريب نذكر منها :

¹ عامر مصباح ، مرجع سبق ذكره، ص123

² يوسف تمار، العينة في الدراسات الإعلامية الاتصالية، منشورات البغدادي، الجزائر، ص10

³ نفس المرجع، ص29

1/ التماثل الفردي بين أفراد الجماعات كالتماثل في السن، الجنس، المستوى الاقتصادي، المستوى التعليمي.... وقد اخترنا التماثل في المستوى التعليمي بحيث تمت التجربة على طلبة السنة الثانية ماستر.

2/ التماثل بين الجماعتين: كجماعة وليس كأفراد، كانتماء الجماعات التجريبية لمستوى تعليمي واحد، و إلى مدرسة واحدة.

وفيما يخص مجموعتين الدراسة فهناك التماثل في المستوى الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة والقسم وهو قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة محمد خيضر بسكرة.

3/ كذلك من أسباب اختيار طلبة السنة الثانية ماستر هو تدخل السن كمتغير يؤثر على الخبرة المعرفية التي يمكن أن يكونها أفرادها عن مختلف المواضيع الاجتماعية التي تتناولها الفضائيات التلفزيونية الجزائرية ، كذلك هذه العينة تنتمي إلى مكان دراسة الباحث وهو ما سهل مهمة الاتصال بأفراد العينة وإجراء الدراسة التجريبية عليهم، حيث تم تعريضهم للبرامج الاجتماعية المختارة في بيئة دراستهم أياقسام الدراسة للحفاظ على الظروف الطبيعية للطلبة عند التعرض وكذا التزامهم بالحضور وكان ذلك في جامعة محمد خيضر بسكرة قطب شتمة يوم الثلاثاء 2023/11/28.

لتكون المجموعتين على النحو التالي :

الجدول رقم 1: يمثل توزيع مجموعات الدراسة

المجموعة الضابطة		المجموعة التجريبية		المجموعة
إناث	ذكور	إناث	ذكور	
12	8	12	8	العدد
20		20		المجموع
40				المجموع الكلي

يعود سبب توزيع العينة بهذا الشكل إلى ما فرضه واقع قبول تطوع الطلبة في إجراء التجربة، إضافة إلى ضرورة تطابق المجموعتين قدر الإمكان وعليه كان عدد الإناث في المجموعة الضابطة مساوي لعدد الإناث في المجموعة التجريبية وكذلك فيما يخص الذكور، ويعود السبب لمحاولة موازنة المجموعتين وعزل أكبر قدر ممكن من تدخل عوامل أخرى في مجموعتي الدراسة.

فيما يخص البرامج التي تم عرضها على الطلبة في إطار التجريب فقد تم اختيارها وفق المراحل التالية:

المرحلة 1: اختيار القنوات التلفزيونية الجزائرية التي تتضمن برامج اجتماعية وتم اختيار الشروق تيفي والنهار تيفي وقناة البلاد ويعود السبب لكونها من القنوات الأولى في الجزائر كما أنها لم يمسهها قرارات التوقيف النهائي أو المؤقت الذي طال القنوات الخاصة الأخرى خلال فترة الدراسة، كما أنها تولى أهمية كبيرة في برمجتها للبرامج الاجتماعية، وتتطرق إلى قضايا المجتمع بما فيها الطابوهات الاجتماعية والإثارة الاجتماعية.

المرحلة 2: تم اختيار البرامج التلفزيونية محل الدراسة وهي كل من لي فات مات، وشوفو حكايتي عشت وشففت، وافعلوا الخير وتحري الجريمة للأسباب التالية:

1- تعالج القضايا الاجتماعية في المجتمع الجزائري.

2- محتواها يتضمن مواضيع إثارة اجتماعية.

3- تدخل في البرمجة الخاصة لمدة الدراسة.

4- كما أننا حاولنا الجمع بين مختلف القضايا الاجتماعية في المجتمع الجزائري من خلال الإلمام

بأكبر قدر ممكن من المحتوى الاجتماعي بين الجريمة والتكافل الاجتماعي وقضايا الأسرة.

وفي هذه النقطة ننوه ان الباحث قام بدراسة وصفية تحليلية خاصة بمحتوى البرامج الاجتماعية

التي استخدمت في الأطروحة لمعرفة مختلف التجاوزات الأخلاقية وانتهاكات المبادئ الأساسية

للعمل الإعلامي والتي نعتبرها أرضية لاختيار تلك البرامج بشكل مقصود، وجاءت هذه الدراسة

كمقال علمي نشر في مجلة محكمة صنف ج

المرحلة 3: اختيار عينة من أعداد البرامج وقد تم بشكل قصدي بغية عرض اكبر قدر ممكن من

المواضيع الاجتماعية التي تمس المجتمع الجزائري ليكون عدد الحصص المختارة 10 أي بمعدل 5 أعداد

للمجموعة الضابطة و 5 أعداد للمجموعة التجريبية.

بطاقة تقنية للبرامج المختارة:

جدول رقم 2: يمثل بطاقة تقنية للبرامج المختارة

البرنامج	القناة	توقيت البث	تقديم
لي فات مات	الشروق tv	الأربعاء 20.45	هشام بوقفة
شوفو حكايتي	النهار tv	الأربعاء 22.15	بلقاسمي بلال
عشت وشفت	الشروق tv	الأحد 21.20	يوسف نكاع
وافعلوا الخير	الشروق tv	الاثنين 21.20	بغدادى فزازي
تحري الجريمة	البلاد tv	السبت 20.45	جمال بطيب
خليها على ربي	النهار tv	الخميس 21.30	عائشة بوزمارن

المصدر: من إعداد الطالب بالاستعانة بصفحات الفايس بوك الخاصة بالبرامج

قبل عرض المحتوى على العينة المختارة من الطلبة قمنا بتعديلات فيما يخص المحتوى المعروض على الطلبة باستخدام برنامج **Wondershare Filmora 9** وهو إحدى برامج المونتاج المتخصصة في تحرير مقاطع الفيديو وتعديلها¹ قمنا باختصار وقت الحصص مع محاولتنا الحفاظ على جوهر القصة الخبرية المعروضة.

¹https://www.aqlantech.com/2020/12/Download-filmora-9.html#google_vignette

حصص العينة الضابطة:

جدول رقم (3) يوضح عينة البرامج المعروضة على المجموعة الضابطة.

الرقم	عنوان العدد	تاريخ البث	المدة الفعلية للبيث	المدة بعد التعديل	موضوع الحصة
1	المذنبون بدون ذنب	2023/10/29	1 ساعة	16 دقيقة	الأطفال الغير شرعيين
2	عائلة تبدأ حياتها من جديد	2023/06/26	1 ساعة	13 دقيقة	عائلة فقيرة بدون مأوى
3	شبكة تهريب المهلوسات	2023/11/12	31 دقيقة	14 دقيقة	عناصر الدرك تقوم بتوقيف شبكة لتهرب المهلوسات
4	زواج قاصر ينتهي بمأساة	2023/6/14	25 دقيقة	17 دقيقة	شابة تروي تفاصيل طلاقها
5	قوارب الموت	2023/ 9/03	18 دقيقة	10 دقائق	رجل يبحث عن ابنه

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على صفحات القنوات على اليوتيوب

حاولنا في اختيارنا للمواضيع الاجتماعية الموجهة للعينة الضابطة أن تكون مواضيع عادية من الحياة

اليومية والتي اعتاد المبحوثين مشاهدتها أو حتى السماع عنها.

حصص العينة التجريبية:

جدول رقم(4) يوضح عينة البرامج المعروضة على المجموعة التجريبية.

الفاعلون	المدة بعد التعديل	المدة الفعلية للبحث	تاريخ البث	عنوان العدد	الرقم
شاب يحاور والدته	15 دقيقة	1 ساعة	2020/11/11	شاب جزائري ينكر يماه	1
إعادة تجسيد للأحداث ومقابلة مع رجال الدرك	10 دقائق	30 دقيقة	2023/05/21	امرأة تقتل زوجها بسبب شكوك حول خيانة	2
امرأة تسرد ما وقع مع ابنتها	12 دقيقة	25 دقيقة	2023/01/08	جلسة رقية تنتهي بمحاولة اختطاف	3
محاورة أم الطفلين المتوفيين	10 دقائق	1 ساعة و 23 دقيقة	2023/11/03	طفلان يموتان حرقا بسبب شكاية شمه	4
شابة تحاور والدتها	11 دقيقة	1 ساعة	2023/05/17	الهام لم ترى أبوها 35 سنة والسبب أمها	5

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على صفحات القنوات على اليوتيوب

حاولنا قدر الإمكان الابتعاد عن المواضيع التي قد تسبب إحراج للطلبة أو صدمة من المحتوى لذا حاولنا

تحقيق عنصر الإثارة وكذا الأخذ بعين الاعتبار الاعتبارات الاجتماعية والثقافية للمبحوثين، ومع ذلك

لاحظنا ردود فعل قوية من الطلبة بين بكاء وصدمة وحتى محاولة انسحاب من التجربة.

11- المعالجة الإحصائية للبيانات

تندرج تجربتنا تحت نوع التجربة البعدية والتي يرى عامر مصباح أنها¹: تحلل المقارنة بين المجموعتين عبر حساب المتوسطات الحسابية والمقارنة بينهما، أو استخدام قانون تحليل التباين، من أجل تحليل الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين المجموعة الضابطة والتجريبية، وتحديد هذه الفروق هو بمثابة النتائج العلمية التي توصل لها الباحث عبر المنهج التجريبي، ويمكن تعميمها على الحالات المشابهة.

وقد تم الاعتماد في إجراءات المعالجة الإحصائية للبيانات على برنامج معالجة البيانات في العلوم الاجتماعية IBM SPSS statistics v26 (Package for Social Sciences Statistical) والتي تعني (البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية) من خلال استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

1/ التكرارات البسيطة والنسب المئوية: وهي التكرارات والنسب المئوية (Frequencies and Percentages) للمتغيرات أيا كانت، ويتم التعبير عنها في جداول منظمة، وعلى الرغم من أن التكرارات والنسب أبسط مستويات الوصف الإحصائي، إلا أنها أساس كافة أشكال ومستويات المعالجة الإحصائية، ومن خلال التكرارات والنسب، يمكن الوقوف على الخصائص الأساسية لتوزيع المفردات حسب جميع المتغيرات²

2/ الرسوم البيانية: وهي عبارة عن أشكال يتم استخدامها في التعبير عن المعطيات الإحصائية، ومن أبرزها: الأعمدة، المدرج التكراري، الدوائر....الج، وكل شكل من هذه الأشكال يتخذ أنماطا متعددة، ويمكن تطويعه بأساليب متنوعة لتمثيل المعطيات الإحصائية.³

¹ عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 65

² بركات عبد العزيز، مقدمة في التحليل الإحصائي لبحوث الاعلام، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014، ص 78

³ المرجع نفسه، ص 98

3/ المتوسط الحسابي: يمثل المتوسط الحسابي أهم مقاييس النزعة المركزية لكثرة استخداماته في النواحي التطبيقية ، فهو القيمة التي تتمركز حولها جميع القيم المختلفة للمتغير الكمي المدروس ، و يحسب للبيانات المبوبة و غير المبوبة¹.

4/ الانحراف المعياري: هو أحد أهم مقاييس التشتت الإحصائية (Standard Deviation) ، وفي العادة يتم اختصار اسمه على النحو التالي (SD) أو (S) ، و يتم استخدامه لقياس مدى تشتت البيانات عن متوسطها الحسابي.²

5/ اختبار الفارقة (ت) أو (T test): وهو من أكثر الاختبارات شيوعا يستخدم لمقارنة المتوسطات means الخاصة بعينة واحدة أو عينتين، وفي حالة وجود عينتين قد يكونان مرتبطتين أو مستقلتين. ويقوم هذا الاختبار الإحصائي على افتراض مؤداه ان المتغير ذو توزيع طبيعي، فضلا عن معلومية المتوسط الحسابي (أو افتراض معلوميته).³

6/ معامل التباين الأحادي (one way ANOVA): يستخدم تحليل التباين ANOVA لاختبار الفروق الموجودة في المتوسطات الخاصة بأكثر من مجموعتين، ويقوم الفرض العدمي على افتراض تساوي المتوسطات بين المجموعات.⁴

7/ معامل الارتباط بيرسون: معامل ارتباط بيرسون SPSS هو إحصائيات الاختبار التي تقيس العلاقة الإحصائية ، أو الارتباط ، بين متغيرين مستمرين. ويعرف بأنه أفضل طريقة لقياس الارتباط بين

¹نجيب بخوش، محاضرات في الإحصاء الوصفي، السنة أولى ماستر اعلام واتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016/2015

²المرجع نفسه

³شيماء ذو الفقار زغيب، مرجع سبق ذكره، ص287

⁴المرجع نفسه، ص292

المتغيرات ذات الأهمية لأنه يستند إلى طريقة التباين ويعطي معلومات حول حجم الارتباط، وكذلك عن اتجاه العلاقة¹.

12/ اختبارات الصدق والثبات:

اختبار صدق الاستبيان:

يقصد بصدق الاستبيان أن تقيس أسئلة الاستبيان ما وضعت لقياسه، وقام الباحث بالتأكد من صدق الاستبيان بطريقتين:

1- صدق المحكمين:

لمعرفة مدى صدق الاستبيان تم عرضه في مرحلة الأولى على أساتذة متخصصين* في علوم الإعلام والاتصال وكذا علم النفس (عرضت على أساتذة في علم النفس بسبب وجود متغيرات خاصة بعلم النفس المعرفي وهي الانتباه/الإدراك/التذكر) ،للتأكد من أن أسئلته تقيس ما وضعت لقياسه، وقد استجاب الباحث لأراء المحكمين، وقام بإجراء تعديلات من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك أصبح الاستبيان في صورته النهائية، التي اعتمدت في الدراسة، انظر الملحق رقم 1.

2- الاختبار القبلي: بعد النظر فيما أبداه المحكمين والقيام بالتعديلات قمنا بعرض الاستمارة على عينة من مجموعتي الدراسة (وعددها 10 طلبة)، للنظر في العوائق المحتملة التي يمكن أن تصادف الطلبة أثناء الإجابة على الاستمارة وقد اخذ بعين الاعتبار مختلف ملاحظات الطلبة.

¹<https://blog.ajsrp.com/%D9%85%D8%B9%D8%A7%D9%85%D9%84-%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D8%A8%D8%A7%D8%B7-%D8%A8%D9%8A%D8%B1%D8%B3%D9%88%D9%86-spss/> تم الاطلاع عليه يوم: 2023/10/11

* أ. ا.د. مبني نور الدين، بروفييسور في علوم الاعلام والاتصال، رئيس المجلس العلمي، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2
ب: ا.د. كلثوم بلميهورب، بروفييسور في علم النفس، جامعة الجزائر2
ج: د. حمدي محمد الفاتح، استاذ في علوم الاعلام والاتصال، جامعة قطر.
د: د. وردة يحيوي، استاذ محاضر أ في علم النفس، المركز الجامعي بركة

3- معايير قياس الاستبيان:

تم الاعتماد على مقياس "ليكرت الخماسي" لقياس استجابات المستقصين لفقرات الاستبيان وذلك كما هو موضح في الجدول.

الجدول رقم (5): درجات مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الوزن	1	2	3	4	5
المجال	(1.8-1)	(2.6-1.8)	(3.4-2.6)	(4.2-3.4)	(5-4.2)

ثبات الاستمارة:

قمنا بتطبيق معادلة هوليسستي¹ لقياس درجة التجانس بين المحكمين والمتمثلة في:

عدد المحكمين X متوسط الاتفاق بينهم

معامل الثبات =

$1 + (\text{عدد المحكمين} - 1) \times \text{متوسط الاتفاق بين المحكمين}$

حيث تم إطلاق حروف أبجدية على الأساتذة المحكمين:

أ، ب، د، هـ وعليه تم الحصول على متوسط الاتفاق بين المحكمين كما يلي:

$$\left. \begin{array}{l} \text{أ.ب} = 0,80 \text{، د.أ} = 0,71 \text{، هـ.أ} = 0,50 \\ \text{ب.د} = 0,76 \text{، ب.هـ} = 0,50 \text{ إذن متوسط الاتفاق} = 0,64 \\ \text{د.هـ} = 0,58 \end{array} \right\}$$

¹محمد عبد الحميد، تحليل المضمون في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 2010، ص24

$$\text{معامل الثبات} = \frac{0,87}{2,92} = \frac{(0,64)^4}{0,64(1-4)+1}$$

وهكذا بلغت نسبة الثبات 0,87 وهي نسبة مقبولة من الثبات.

13/ الدراسات السابقة:

1/ اطروحة دكتوراه لـ: نجيب بخوش بعنوان: آليات التلقي الاعلامي لدى جمهور وسائل الاعلام، دراسة تجريبية على عينة من مشاهدي النشرات الاخبارية التلفزيونية¹، جاءت هذه الدراسة كمحاولة لادراك كيفية تعامل، وتفاعل الفرد المتلقي مع الرسائل الاعلامية، من خلال دراسة تجريبية استهدفت عينة من جمهور المشاهدين للنشرات الاخبارية التلفزيونية، على اساس المكانة التي يحتلها التلفزيون عموما، والنشرات الاخبارية على وجه التحديد، وطريقة تلقيهم للاخبار الواردة فيها من خلال التركيز على مختلف الآليات، والعمليات التي تتم على مستوى الجهاز المعرفي للفرد المتلقي، وايضا دور كل من الصور والالوان في ذلك، وقد انطلقت الدراسة من الاشكال التالي: كيف تتم عملية التلقي الاعلامي لدى جمهور وسائل الاعلام خاصة، مشاهدي النشرات الاخبارية التلفزيونية الذي يتعرضون للاخبار في وضعيات اتصالية تتميز بحضور وغياب الصورة والالوان فيها؟ وقد تفرعت الاشكالية للعديد من التساؤلات كما تم صياغة فرضيات علمية للموضوع بين رئيسية وفرعية نذكر منها:

1/ توجد فروق ذات دلالة احصائية في درجة التلقي الاعلامي (الانتباه، الادراك، التذكر) للاخبار لدى المبحوثين بين مجموعات الدراسة، حسب متغير الجنس.

¹نجيب بخوش، آليات التلقي الإعلامي لدى جمهور وسائل الإعلام، دراسة تجريبية على عينة من مشاهدي النشرات الإخبارية التلفزيونية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2015/2014

2/ توجد فروق ذات دلالة احصائية في درجة التلقي الاعلامي (الانتباه، الادراك، التذكر) للاخبار لدى
المبجوثين بين مجموعات الدراسة، حسب متغير الخلفية المعرفية السابقة.

3/ / توجد فروق ذات دلالة احصائية في درجة التلقي الاعلامي (الانتباه، الادراك، التذكر) للاخبار لدى
المبجوثين بين مجموعات الدراسة، حسب متغير اهتمامات المبجوثين.

اما فيما يخص اهم اهداف الدراسة فهي الاهتمام بالبناء المعرفي لجمهور وسائل الاعلام، واهدافه، واليات
معالجته للمعلومات، بالشكل الذي يسهم في تحديد ما يتم ادراكه من معاني من خلال الاخبار الصحفية
المختلفة، الكشف عن عوامل انتباه جمهور المشاهدين للاخبار وادراكها وتذكرها في النشرات التلفزيونية،
وكذا معرفة الدور الذي يمكن ان تقوم به وسائل الايضاح من خلال سيميولوجيا الصور والالوان في
عملية التلقي للاخبار الواردة في النشرات وعلاقة ذلك مع الخصائص الاخرى لكل من الرسالة الاعلامية
والمتلقي.

وقد استخدم الباحث المنهج التجريبي، اما عينة الدراسة فهي من الطلبة بمجموع 60 طالب مقسمين في 3
مجوعات، وقد توصل الباحث الى جملة من النتائج نذكر منها:

1/ اثبتت الدراسة التجريبية ان الانتباه للاخبار التلفزيونية يتاثر باهتمامات المبجوثين، بينما لم يتاثر
بجنس المبجوثين او خلفياتهم السابقة عن الاخبار، او مواضيع والقيم الاخبارية التي تحملها هذه
الاخبار.

2/ ادراك الاخبار التلفزيونية يتاثر بخلفيات المبجوثين السابقة عنها، كما ان ترتيب وموقع الخبر في
النشرة وطريقة عرضه، تحددان درجة هذا الادراك، فكلما كان الخبر في بداية النشرة وترافقه صور ملونة
تدعمه، كان الانتباه له افضل، بينما لم يتاثر هذا الاخير بجنس المبجوثين او اهتماماتهم، او بمواضيع
الاخبار والقيم الاخبارية التي تحملها هذه الأخبار.

3/ اثبتت الدراسة التجريبية ان ادراك الاخبار التلفزيونية يتاثر بترتيب الخبر وطريقة عرضه في النشرة، فكلما كان الخبر في نهاية النشرة التلفزيونية ولا ترافقه صور كان تذكره افضل، بينما لم يتاثر هذا الاخير بجنس المبحوثين او اهتماماتهم، او بمواضيع الاخبار وخلفياتهم السابقة عنها او القيم الاخبارية التي تحملها هذه الأخبار.

دراسة رقم 2: أطروحة دكتوراه ن: علي قسايسية¹ ، بعنوان المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي-دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر-(2006-1995)، وقد تناولت الدراسة المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات الجمهور بكيفية تساعد على فهم الإشكالية التي يطرحها مفهوم جمهور وسائل الاعلام في حد ذاته، ثم طبيعة الدراسات المتعلقة به، قبل استعراض ومحاولة تصنيف نماذج دراسات الجمهور في المجتمعات المرجعية، مع التركيز على منظور الدراسات النقدية، وخاصة مقاربات التلقي التي تحاول تحليل مختلف انماط التفاعلات التي يثيرها التعرض التزامني، ثم اللاتزامني في نظام الاتصال الرقمي، في بيئات سوسيو-ثقافية تقنية وتاريخية والتي تجري في اطار سياقات جزئية لجمهور يتخذ اكثر فاكثر طابع الكونية والشمولية تبعا للتطورات التكنولوجية المتسارعة، وقد قام الباحث بتحليل عينة قصدية من ابحاث الجمهور في الجزائر ذات الطابع الاكاديمي اساسا وحصرا، ثم محاولة تصور مشروع مقارنة منهجية لدراسة جمهور وسائل الاعلام في المجتمع الجزائري تركز على المنطلقات النظرية وتاخذ في الحسبان خصوصيات البيئة الثقافية الاثنية، وقد انطلق الباحث من إشكالية مفادها: ما هي مكانة هذه الدراسة ضمن الإطار العام لدراسات الجمهور وما هي اشكالياتها وطبيعتها؟ وتندرج هذه الدراسات ضمن الدراسات الاستكشافية وقد قام الباحث بتحليل نقدي تقييمي منطلقا من الفرضيات التالية:

¹¹ - علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي: دراسة نقدية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995-2006، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007.

1/ اغلدية اباحت الجمهور في الجزائر وخاصة التي ركزت على الجمهور، كطرف اساسي في العملية الاتصالية، انصب اهتمامها على اشكالية التأثير ونادرا ما اهتمت بمسالة الاثر، ناهيك عن التفاعل والتفاعلية، وقد لا تهتم اطلاقا بواقع الجمهور الذي لم يعد ذلك المتلقي السلبي وانما هو الذي يحدد طبيعة وكيفية ومدى استجابته للرسائل التي يختار التعرض لها.

2/ المنطلقات النظرية التي توطر هذه الاباحات ركزت على النماذج التشاؤمية او التفاؤلية التقليدية، وهذه النظريات لم يعد يعتد بها في المجتمعات الرائدة الا على سبيل الاستثناس بمنحنى التطور التاريخي والتراكم المعرفي.

3/ معظم اباحات العينة لا تتموقع ضمن برادغم محدد ولا تستند الى نظرية بعينها.

4/ معظم الاباحات لم تركز على واقع ظاهرة الجمهور، موضوع دراستها، ولكنها راحت تبحث عن تاثيرات يمكن اسنادها لوسائل الاعلام لتبرير اطروحاتها ومحاولة اثبات او نفي فرضياتها، كما يحتمل ان تعود لاسباب اخرى لها علاقة ضعيفة او لا علاقة لها اطلاقا مع وسائل الاعلام.

وقد هدفت هذه الدراسة الى: التعرف على واقع الدراسات الاعلامية في مجال الجمهور، تحليل المنطلقات النظرية والمنهجية على ضوء المرجعيات السابقة وحركية الفضاء الاتصالي الجديد،

ولتأكيد أو نفي هذه الفرضيات تبني الباحث منهاجا تكامليا، وظّف فيه ثلاثة مناهج أساسية تتمثل في: المنهج التاريخي والمنهج المقارن والمنهج المسحي، فالأول استعمله للعودة إلى تاريخ ظهور وتطور دراسات الجمهور، والثاني لمقارنة مختلف الرسائل، والثالث لمسح مختلف الأدبيات الموجودة حول الموضوع المدروس.

علما أنه استعمل العينة القصدية غير الاحتمالية. حيث تضمنت دراسته (144) دراسة تتناول مختلف جوانب العملية الاتصالية المتمثلة في: القائم بالاتصال والرسالة والوسيلة والمتلقي أو الجمهور والسياقات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

وقد توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج نوجزها فيما يلي:

- هناك ضعف كمي ونوعي في الأبحاث المنجزة، والتخلف عن التطور العلمي والتقني الحاصل في العالم من حولنا، ونقص التجربة وعجزها عن خلق تقاليد بحث علمية ونشر الوعي بقدرة العلم والتكنولوجيا على إيجاد الحلول الملائمة.

- أنّ المنطلقات النظرية لبعض الدراسات هي عبارة عن جرد شامل لمجمل النظريات المتعلقة بالعملية الاتصالية وبالإعلام والمجتمع ودور الإعلام في المجتمع عموماً، مغفلة (الدراسات) عملية التفاعل بين الوسيلة الإعلامية والجمهور.

- خصّص بعض الباحثين جزءاً معتبراً من البحث للجمهور وعادات المشاهدة مستعرضين نظريات التلقي والمشاهدة والسمات الاجتماعية للجمهور وأنماط التفاعل إلى جانب عادات الجمهور الجزائري في المشاهدة.

- يزعم الباحث أنّ تقنية الملاحظة بالمشاركة هي أكثر الأدوات ملائمة لمقاربة جمهور وسائل الإعلام الجزائري، كونه كما يقول الباحث أنّه جمهور تغلب عليه الأمية التقليدية والالكترونية.

وفي خلاصة هذه الدراسة التي وظفناها كدراسة سابقة - على الرغم من كونها نقدية - تعتبر جد مهمة، واستطعنا الاستفادة منها وبشكل كبير فيما يتعلق بالجانب النظري، والتي تعتبر مرجعاً أكاديمياً غطى النقص في مجال دراسات الجمهور وبالتالي سمحت لنا بفهم ظاهرة الجمهور.

دراسة رقم 3: مذكرة ماجستير ل: عمر نبيل سعيد¹، بعنوان تلقي الفيلم الوثائقي والفيلم الروائي المبني على قصة واقعية، دراسة تجريبية مقارنة، وقد تناولت إشكالية متعلقة بتحديد المؤشرات العلمية التجريبية الصحيحة لحسم الجدليات النظرية القائمة على مقارنة الفيلم الوثائقي بالفيلم الروائي من ناحية التلقي والتأثيرات المختلفة على المشاهد، وغيرها من الجوانب الوظيفية التي يؤديها كلا من الشكلين الفنيين، كما طرح الباحث مجموعة من التساؤلات وهي كالتالي:

1/ هل هنالك تأثير ملموس على عملية تلقي المشاهد لقصة ما إذا ما اختلف الإطار الفني لتقديم هذه القصة؟

2/ هل يختلف مستوى اندماج المشاهد عند مشاهدة قصة ما بشكل فيلم وثائقي عنه في حال مشاهدته للفيلم الروائي؟

3/ هل يتحقق تأثر المشاهد نفسياً (مستوى التعاطف والتقمص الوجداني) تجاه القصة الواقعية المطروحة من خلال فيلم وثائقي بشكل مساوي لما يحققه من تأثر عند مشاهدته لقصة واقعية من خلال فيلم روائي؟

4/ هل يتساوى مشاهدوا الفيلمين في مستوى تعلمهم وحصولهم على هذه المعلومات، بما أن كلا الفيلمين والشكلين الفنيين يقدمان موضوعات ومعلومات مشتركة؟

5/ هل تختلف قناعات المشاهدين تجاه مصداقيه الفيلم الروائي والفيلم الوثائقي؟

وسعت الدراسة إلى تحقيق الهدف الرئيسي المتمثل في معرفة وتحديد مؤشرات علمية تجريبية تعطي دلائل واضحة على مستويات كل من الإندماج، التعلم والقناعة بمصداقية الفيلم لدى المتلقين لكل من الفيلم الوثائقي والفيلم الروائي الدرامي، واللذان سيتناولان ذات القصة الواقعية وذات الأحداث ولكن ضمن شكلين فنيين مختلفين. مقارنة هذه المؤشرات للحصول على نتائج واضحة وتعميمها على مجتمع الدراسة، سعياً لتقديم مدخل علمي دقيق ضمن هذا البحث بديلاً عن الجدليات النظرية المتعلقة بما سلف من

¹ عمر نبيل سعيد، تلقي الفيلم الوثائقي والفيلم الروائي المبني على قصة واقعية، دراسة تجريبية مقارنة، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2016

جوانب التلقي لدى المشاهد وفروق هذه الجوانب بناءً على اختلاف الشكل الفني. تهدف هذه الدراسة إلى تقديم إجابات عملية للإعلاميين والمنتجين وأصحاب الرسائل الإعلامية تساهم في تحديد اتجاهاتهم نحو الوسيلة الأنجع لاعتمادها لتقديم رسائلهم الإعلامية بما يتناسب مع إمكانيات هذه الوسيلة وآثارها المتوقعة على المتلقي.

استخدم الباحث للإجابة على إشكالية دراسته المنهج التجريبي المقارن وقد تم تطبيقه على الطلبة الجامعيين في الأردن مستخدماً أداة الاستمارة الاستبائية أما المحتوى المعروض فقام الباحث باختيار فيلمين يتناولان ذات القصة ويراعيان القواعد الأساسية والمبادئ الفنية للفيلم الوثائقي والفيلم الروائي، الفيلم الأول هو الفيلم الروائي الطويل للمخرج رون هاورد والنجم السينمائي رسل كرو A Beautiful Mind والذي يحكي قصة البروفيسور جون ناش، والفيلم الآخر هو الفيلم الوثائقي A Brilliant Madness والذي يستعرض قصة البروفيسور ناش ضمن معطيات الفيلم الوثائقي.

وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

هنالك تأثير حقيقي ملموس على عملية تلقي المشاهد لقصة ما إذا اختلف الإطار الفني لتقديم هذه القصة ضمن الإطار الوثائقي أو الإطار الروائي. حيث أظهرت النتائج الإحصائية للدراسة التجريبية عند مقارنتها بين الفيلم الروائي المبني على قصة واقعية والفيلم الوثائقي وجود دلائل عديدة لتباين مؤشرات الإدماج مثل التقمص الوجداني وتبني المنظور المعرفي للشخصيات، ومستوى الانتباه وفقدان المشاهد لشعوره بالزمن وانسجامه في المضمون الروائي للفيلم حيث أظهرت النتائج الإحصائية وجود تفوق للفيلم الروائي على مستوى تحقق المؤشرات السابقة على حساب الفيلم الوثائقي. إلا أن مؤشرات أخرى برز فيها أثر ذو دلالة إحصائية لصالح الفيلم الوثائقي وهي مستوى قناعة المشاهدين بالمصادقية.

تختلف قناعات المشاهدين تجاه مصداقية الفيلم الروائي المبني على قصة واقعية عن قناعتهم بمصداقية الفيلم الوثائقي، حيث تظهر النتائج مستويات أكبر من القناعة بمصداقية الفيلم في الإطار الوثائقي عنها في الإطار الروائي.

دراسة رقم 4: أطروحة دكتوراه لـ: رملي بوزيد¹، بعنوان: النمذجة الاتصالية في مجال التنشيط التلفزيوني من خلال البرمجة اللغوية العصبية دراسة تجريبية على عينة من منشطي المؤسسة العمومية للتلفزيون وقناة الشروق تيفي الجزائريتين، وقد تناولت الدراسة إشكالية متعلقة بكيفية تبني المنشط التلفزيوني الجزائري لنموذج اتصالي أدائي معين، من خلال تعلم مختلف التقنيات الأدائية اللفظية وغير اللفظية وقد تناول الباحث الموضوع انطلاقاً من تساؤل محوري مفاده: كيف تتمثل التصورات الذهنية للأداء الاتصالي الفعال لدى المنشط التلفزيوني الجزائري في صورة نموذج أدائي، يعتقد بفعاليتها في تحقيق حاجات الجماهير الاتصالية؟ والى أي مدى يمكنه التعلم بطريقة علمية مدروسة تجعله يعيد برمجة نفسه ذهنياً وسلوكياً لتطوير وتنمية قدراته الاتصالية قصد الانتقال من حالته الأدائية الراهنة إلى الحالة المرغوبة، وبالتالي تبني نموذج أدائياً أفضل وأكثر فعالية؟ كما طرح الباحث جملة من التساؤلات والفرضيات العلمية نذكر منها:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الاختبار القبلي والبعدي فيما يخص المعارف المفاهيمية العامة للاتصال لدى المنشط التلفزيوني، في علاقتها بمتغيرات (الجنس، التخصص، الخبرة)
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الاختبار القبلي والبعدي فيما يخص مستوى توفر المؤهلات الضرورية لدى المنشط التلفزيوني، في علاقتها بمتغيرات (الجنس، التخصص، الخبرة)

¹النمذجة الاتصالية في مجال التنشيط التلفزيوني من خلال البرمجة اللغوية العصبية، دراسة تجريبية على عينة من منشطي المؤسسة العمومية للتلفزيون وقناة الشروق TV الجزائريتين، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016/2015

فيما يخص المنهج والأدوات فقط استخدم الباحث المنهج التجريبي، وقام بتصميم اختبار تجريبي قبلي وبعدي على المبحوثين وهم عينة من المنشطين التلفزيونيين المتطوعين، الذين خضعوا لعملية قياس قبلي، ثم التعرض لما يسمى بالمتغير التجريبي، المتمثل في برنامج تدريبي سريع، يعتمد على شرح مختلف التقنيات والأفكار الواردة في الاختبار وملاحظة ردود الأفعال فيما بعد من خلال الاختبار البعدي، ليتم قياس حركية هذه الأفكار، معتمدين على فكر البرمجة اللغوية العصبية وما جاءت به نظرية التعلم الاجتماعي عن طريق القدوة لألبرت باندورا، وقد وصلت الدراسة الى جملة من النتائج نذكر منها:

- إمكانية إعادة البرمجة الذاتية لنماذج الأداء لدى المنشطين التلفزيونيين دون ادني صعوبة، نظرا لاستعدادهم ومرونتهم وتطلعهم لتعلم كل ما يمكنه ان يطور وينمي قدراتهم الأدائية.
- ضرورة الاهتمام بهذه العلوم من وجهة نظر اتصالية نفسية، اذ أردنا التعمق أكثر في مدركات الممارسين، بحثا عن أنجع السبل لدفعهم بقوة نحو النجاح والتألق والفعالية.

دراسة رقم 5: جاءت الدراسة بعنوان: اثر الفواصل الاشهارية في عملية التلقي، دراسة استطلاعية لجمهور الطلبة الجامعيين، للباحثة حنان شعبان¹، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، 2008-2009، جامعة الجزائر بن يوسف بن خده، قسم علوم الإعلام والاتصال. وقد تمحورت مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ماهو الأثر الذي تحدثها الفواصل الاشهارية التلفزيونية على عملية التلقي لدى جمهور المشاهدين من الطلبة الجامعيين؟ وسعت الدراسة الى التعرف على أنماط مشاهدة البرامج التلفزيونية للجمهور المبحوث. وتحديد الأثر

¹حنان شعبان، اثر الفواصل الاشهارية في عملية التلقي، دراسة استطلاعية لجمهور الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، 2008-2009، جامعة الجزائر بن يوسف بن خده، قسم علوم الإعلام والاتصال.

الذي تخلفه الفواصل الاشهارية على جمهور الطلبة، الوقوف على الجوانب الايجابية والسلبية التي تنجم من جراء وجود الفواصل الاشهارية -وذلك من خلال تحليلاً لآراء جمهور الطلبة- وعلاقتها بعملية تلقيهم للنصوص الإعلامية (المشاهدة والإدراك والتأويل). كما تهدف هذه الدراسة إلى إبراز الفروق لدى الجمهور في تفسيره وتأويله للخطاب الإعلامي.

استخدمت الباحثة المنهج المسحي، ووظفت أداة الاستبيان، بالنسبة لمجتمع البحث فقد تمثل في جمهور الطلبة الجامعيين فرع علوم الإعلام والاتصال كما استخدمت العينة القصدية لاستخراج عينة الدراسة.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة نذكر منها:

- يختلف السياق الذي يشاهد فيه التلفزيون بين الذكور والإناث، إذ يفضل الجنس الأول مشاهدة برامج التلفزيون بمفرده، أكثر من الإناث اللواتي يشاهدنها في سياق الجماعة.
- يشاهد معظم افراد العينة الفواصل الاشهارية التي تمر خلال البرنامج المتابع، اذ بلغت نسبة المشاهدة (61,82)، وذلك لإشباع حاجاتهم الإعلامية المتمثلة في الحصول على المعلومات لمعرفة ما هو متوفر في السوق.
- يميل معظم الجمهور المبحوث إلى تبني سلوك الموائبة (zapping) أثناء وجود الفواصل الاشهارية وذلك بتغييرهم للقناة.
- يؤثر وجود الفاصل على مختلف العمليات الإدراكية للجمهور المبحوث، فوجوده يؤثر بدرجة كبيرة على عملية الانتباه، وهذا بطبيعة الحال لكون ان الانتباه يمثل الحلقة الأولى في سلسلة العمليات الإدراكية، لأنه يعتبر المؤشر الهام الذي يؤدي إلى فهم واستيعاب وتذكر ما يوجد في البرنامج المشاهد.

- يساعد الفاصل الاشهاري على خلق فجوات مختلفة لدى الجمهور المبحوث، ويقوم هذا الأخير بملئها عن طريق تخميناته وأفاق توقعاته المختلفة، لكن يلعب متغير النوع دورا هاما في تحديد طبيعة ونوعية هذه الأفاق، إذ استنتجنا ان الإناث غالبا ما يتوقعن حدوث قصة حب، أما الذكور فيتوقعون وقوع جريمة وقد فسرنا سبب هذه الاختلافات بنوعية الأفلام المشاهدة.

دراسة رقم 6: أطروحة دكتوراه لـ: وهيبة مسامح¹، بعنوان: المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في البرامج التفاعلية في الفضائيات العربية، دراسة تحليلية لبرنامج قمره 2 على قناة MBC1، هدفت هذه الدراسة إلى تحليل خصوصية البرامج التفاعلية من خلال برنامج قمره 2 كأولى الأعمال التلفزيونية التفاعلية العربية التي يشارك في صنع محتواها الجمهور العربي، وتقدم هذه الدراسة نموذجا حول الإعلام التفاعلي في الفضائيات العربية من خلال برنامج قمره 2 الذي عرض في شهر رمضان موسم 2017 على القناة الخاصة MBC1، وانطلقت الدراسة من تساؤل رئيسي وهو: كيف كانت المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في البرنامج التفاعلي قمره 2 على قناة MBC1 من حيث الشكل والمضمون؟ ومن اجل الإجابة على إشكالية الدراسة استخدم الباحث المنهج المسحي، والأداة كانت تحليل المضمون، وتم جمع بيانات الدراسة التحليلية من خلال استمارة تحليل المحتوى هذه الأخيرة تضمنت فئات الشكل وفئات المضمون، كما تم الاعتماد على العينة القصدية والمسح الشامل لكل حلقات البرنامج في الموسم الثاني في الفترة الممتدة من 1 رمضان إلى 30 رمضان سنة 2017، وقد توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

¹ وهيبة مسامح، المعالجة الاعلامية للقضايا الاجتماعية في البرامج التفاعلية في الفضائيات العربية، دراسة تحليلية لبرنامج قمره 2 على قناة MBC1، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اشهار وعلاقات عامة، جامعة سطيف2، 2021/2020.

- اعتماد البرنامج التفاعلي قمر 2 على مستويين من التفاعلية قبل بث البرنامج وبعد عملية البث واقتصرت أدوات تفاعليته على الموقع الإلكتروني www.qomrah.tv .
- أولى البرنامج التفاعلي قمر 2 على قناة MBC1 اهتماما كبيرة بالقضايا الاجتماعية وذلك لتخصيصه مدة زمنية طويلة لمعالجة القضايا الاجتماعية في الوطن العربي بشكل أكبر من القضايا في باقي مجالات الحياة وبلغ عددها 21 قضية اجتماعية من أصل 30 قضية عالجه وناقشها البرنامج أغلبها قضايا اجتماعية تقليدية يدور حولها جدل في مجتمعنا وكان منشأ أغلبها من بلدان المشرق والخليج العربي .
- استخدم البرنامج التفاعلي قمر 2 لغات مختلفة إلا أن اللغة العربية العامية هي اللغة الغالبة في المضامين المقدمة حول القضايا الاجتماعية التي عولجت في برنامج قمر 2 على قناة MBC1
- استخدم البرنامج التفاعلي قمر 2 بنية الشكل المناسبة للبرامج التفاعلية حيث نوع من استخدام عناصر الشكل والإخراج الفني المناسبة لبنية البرامج التفاعلية من أشكال إعلامية، عناصر الدعم والإبراز، تفصيلات التصوير وبيئته موسيقى ومؤثرات صوتية وغيرها من عناصر الشكل التي أضاف وجودها دلالات عمقت من المعاني والأهداف المرجوة كما جسدت روح الواقعية.
- اعتمد البرنامج التفاعلي قمر 2 على أساليب اقناعية متعددة في معالجة القضايا الاجتماعية والتي تنوعت بين الأساليب الاقناعية العقلية والأساليب الاقناعية العاطفية، وحملت في المقابل مجموعة من القيم الاجتماعية مقسمة بين قيم موجبة للتخلي بها وقيم موجبة للتخلي عنها.
- جاء الأفراد المخرجين الذكور كأهم مصادر المحتوى المقدم في البرنامج التفاعلي قمر 2 كما تمركزت الشخصيات الفاعلة في هذا المحتوى في الشباب الذكور ما يؤكد على أن البرنامج محل التحليل شبابي بامتياز.

- كشفت الدراسة تنوع في الأطر التي وظفها وقدم من خلالها البرنامج التفاعلي قمره 2 القضايا الاجتماعية مع ارتفاع نسبة الاعتماد على إطار الاهتمامات الإنسانية كما تنوعت أدوات هذا التأطير فضلا عن اهتمام المعالجة الإعلامية للبرنامج محل التحليل بتشخيص القضية، رصد أسبابها ومن ثم محاولة اقتراح الحلول لها.

دراسة رقم 7: مقال علمي لـ: عامر أمال¹ بعنوان: اتجاهات الشباب الجزائري نحو البرامج التلفزيونية الاجتماعية وعلاقتها بالقيم الإنسانية: دراسة استطلاعية على عينة من مشاهدي برنامج احكي حكايتك بولاية غليزان، وقد سعت هذه الدراسة للكشف عن اتجاهات الشباب نحو البرامج الاجتماعية التلفزيونية والقضايا التي تعالجها، والمتمثلة في برنامج احكي حكايتك، ومعرفة كيف يساهم البرنامج من منظور مشاهديه في تدعيم وترسيخ القيم الإنسانية لدى الشباب باختلاف مستوياتهم الثقافية والتعليمية، وهذا باستخدام المنهج الوصفي واداة استمارة الاستبيان، التي وزعت على مجموعة من مشاهدي البرنامج والذي قدر عددهم بـ 100 شخص ساكن بمدينة غليزان، وقد استعانت الباحثة بمجموعة من الفرضيات جاءت كالتالي:

- تعزز البرامج الاجتماعية الممثلة في دراستنا ببرنامج احكي حكايتك القيم الإنسانية أوساط شباب ولاية غليزان.
- يعتبر البرنامج النموذج المثالي الذي يحتذى به الشباب من أجل نشر القيم الإنسانية.
- البرامج الاجتماعية (احكي حكايتك) من أهم الوسائل التي تنتشر وتبرز النقص في القيم الإنسانية في المجتمع.

وقد توصلت الدراسة الى جملة من النتائج نذكر منها:

- نجاح البرنامج راجع إلى كسره لطابوهات اجتماعية والتطرق إلى مواضيع من عمق المجتمع الجزائري، تجعل المشاهد يثق في المحتوى واعتبار أن البرامج التلفزيونية الاجتماعية فاعل في نقل معاناة المواطن.

¹ عامر امال، اتجاهات الشباب الجزائري نحو البرامج التلفزيونية الاجتماعية وعلاقتها بالقيم الإنسانية: دراسة استطلاعية على عينة من مشاهدي برنامج احكي حكايتك بولاية غليزان، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، م10، ع2، 2023، ص242-257

- يقدم البرنامج تحليل وتشريح للواقع بمنظور سوسيوولوجي ونفسي وديني بالاستعانة بمختصين من مختلف المجالات.
- ساهم البرنامج إلى حد ما في نشر التوعية للوقاية من الآفات الاجتماعية وتشجيع قيم التضامن، إضافة إلى طرح ثقافة الحوار الأسري أولاً والمجتمع ككل.

دراسة رقم 8: مقال علمي ل: **ظاهر حورية¹** بعنوان: **الخصوصية وقيم المجتمع في الفضاءات الخاصة بالجزائر، دراسة تحليلية لمضامين البرامج الاجتماعية (الخط البرتقالي-خط احمر- ما وراء الجدران)**، هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أهم المواضيع المتطرق إليها في هذه البرامج وطرق عرض الطابوهات والقيم المروج لها ومدى تماشيها في الطرح واليات المعالجة مع خصوصية وقيم المجتمع الجزائري، وقد انطلقت الباحثة من الإشكالية التالية: ما مدى التزام مضامين البرامج الاجتماعية في القنوات الخاصة بالجزائر بالمسؤولية تجاه الأفراد ومبادئ وقيم المجتمع على ضوء أخلاقيات المهنة الصحفية؟ وللإجابة على إشكالية الدراسة ارتأت الباحثة ان المنهج الوصفي التحليلي هو المناسب لبلوغ أهداف الدراسة، مستخدمة أداة تحليل المضمون، وقد استخدمت **فئات الشكل** والمتمثلة في: (فئة الزمن- فئة المجال الجغرافي للقضايا المعالجة- فئة القوالب الفنية- فئة اللقطة المستخدمة- فئة الموسيقى المستخدمة- فئة اللغة المستخدمة). اما فئات المضمون فهي: (فئة موضوع البرنامج- فئة طبيعة المواضيع الاجتماعية المعالجة- فئة عدم احترام الخصوصية والكرامة الإنسانية في معالجة القضايا الاجتماعية- فئة عدم احترام قيم المجتمع- فئة الاتجاه- فئة الفاعلين- فئة القيم- فئة الأساليب الإقناعية- فئة الاهداف- فئة الجمهور المستهدف)

¹ ظاهر حورية، الخصوصية وقيم المجتمع في الفضاءات الخاصة بالجزائر، دراسة تحليلية لمضامين البرامج الاجتماعية (الخط البرتقالي-خط احمر- ما وراء الجدران)، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، ع11 (عدد خاص)، 2017، ص80-98

اما مجتمع البحث فقد كان مجموع البرامج الاجتماعية الجزائرية التي تستضيف حالات اجتماعية لعرض مشاكلهم وإيجاد الحلول والتي تبث على القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر والمتمثلة في قناة النهار، الشروق، وقناة الهقار، والبرامج الاجتماعية متمثلة في برنامج ما وراء الجدران، برنامج الخط الأحمر، برنامج الخط البرتقالي. وقد تم اختيار عينة من البرامج كانت 5 حصص من كل برنامج بإجمالي 21 ساعة. وقد توصلت الباحثة الى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- تركز البرامج محل الدراسة في المرتبة الأولى بنسبة 40% على قضايا فك الرابطة الزوجية من طلاق وخلع والمشاكل التي تنجم عنها خاصة ضياع الأبناء وتشتتهم، ثم الظواهر التي تعتبر دخيلة على المجتمع الجزائري كالزواج الالكتروني من الأجانب ومعانته ، كما أن معظم الحالات المستضافة هم نساء والمعروف أن المرأة هي الأكثر شكوى وتتحكم فيها العاطفة أكثر من العقل خاصة في العلاقات الأسرية ، والرجل أقل جرأة في الظهور أمام الملاء وسرد مشاكلهم.
- والقيم التي تحاول البرامج محل الدراسة الترويج لها هي قيم التسامح بين المتخاصمين والنصح والتوعية والتعاون من خلال تقديم نداءات المرضى بحاجة إلى تبرعات لإجراء عمليات أو معوزين ، قيمة الاستماع والدعاء للآخرين حتى ولو لم تقدر على المساعدة إضافة إلى قيمة مهمة هي تحديد سن المشاهد للحلقة حسب موضوع الحلقة يحترمها خاصة برنامج الخط البرتقالي بكتابتها في أسفل الشاشة و بنسبة أقل يعبر عنها في البرامج الأخرى لكن هذه القيمة لا يمكن تجسيدها خاصة أن هذه البرامج يمكن مشاهدتها في مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.
- تهدف البرامج محل الدراسة إلى تسليط الضوء على نواحي سوداوية في المجتمع الجزائري والبحث في أسبابها وخلفياتها للحد منها وتوعية الأفراد بأهمية العلاقات الأسرية والروابط الاجتماعية في الحد من الظواهر السلبية كالمخدرات و السلوكات الجنسية المنحرفة ، كما تسعى

إلى توعية الشباب وتدعو السلطات الرسمية والمجتمع المدني والمختصين كل في مجاله وكافة الأفراد لتكاتف الجهود للتصدي للمظاهر السلبية.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة: تلتقي دراستنا الحالية مع الدراسات السابقة في العديد من النقاط
نقسمها على النحو التالي:

• **في الإطار المنهجي:** من أهم نقاط التقاء دراستنا مع بعض الدراسات السابقة في الجانب

المنهجي هو استخدام المنهج نفسه، وهو المنهج التجريبي والذي يعتبر نادر التطبيق في علوم الإعلام والاتصال، وعليه استعنا بهذه الدراسات من أجل بلورة إشكالية دراستنا، صياغة الفرضيات، ومعرفة مختلف الخطوات البحثية في تطبيق المنهج التجريبي على عينة الدراسة، كما استعنا بهذه الدراسات لمعرفة مختلف الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل المعطيات اعتماداً على الإحصاء الوصفي والتركيبى الذي يستعمل في مثل هذه الدراسات.

• **في الإطار النظري:** تساعد مراجعة الأدبيات السابقة بما تحتويه من معلومات ومراجع في تحديد

المتغيرات النظرية بشكل دقيق، وكذا تحديد محاور الدراسة، واعتبار هذه الدراسات السابقة كمراجع للفصول النظرية الخاصة بالدراسة.

• **في الإطار التطبيقي:** استفدنا من الجانب التطبيقي من خلال الاطلاع على طريقة عرض وتحليل

المعطيات وكذا النتائج المتوصل إليها من أجل مقارنتها بنتائج دراستنا والاعتماد عليها لتفسير وتحليل بعض جوانب البحث باعتبار أن العلم تراكمي يسمح لنا بالانطلاق عند نقطة توقف

باحث آخر، وعليه كانت نتائج الدراسة السابقة كانطلاقة لبحثنا و كذا أرضية لصياغة الفرضيات الخاصة بدراستنا.

وهكذا، نكون قد حدّدنا جميع الخطوات المنهجية التي سوف نعتمد عليها في بحثنا هذا وذلك من أجل الإجابة على سؤال الإشكالية الذي طرحناه سابقاً، لذلك سوف نتطرق مباشرة إلى الجانب النظري والذي له علاقة بمفاهيم الدراسة، إذ قسمناه إلى محاور مختلفة تتعلق بالتلقي والجمهور والبرامج الاجتماعية والفضائيات التلفزيونية.

الإطار النظري

للدراسة

الفصل الأول: تطور المقاربات النظرية للتلقي الإعلامي

المبحث الأول: الخلفية النظرية لدراسات التلقي

المبحث الثاني: تطور دراسات التلقي الإعلامي

المبحث الثالث: التفسير المعرفي للتلقي الإعلامي

"دراسات التلقي لا تتكلم عن الجمهور، ولا على اسم الجمهور، هي تعطي الكلمة للجمهور"

مقدمة:

يعتبر التلقي فعلا ثقافيا اتصاليا، تنتمي دراسته في مجال علوم الإعلام والاتصال إلى جهود هانس روبرتجوس (Henz Robert Jauss) التي تمركزت في جامعة كونستنس الألمانية في ستينات القرن الماضي، والتي اعتمدت على الظاهرية في تفسير العلاقة بين النص والقارئ، انطلاقا من مفاهيم تأسيسية، مثل: أفق التوقع، واندماج الأفقين، وجمالية التلقي. كما تعود دراسات التلقي الإعلامي أيضًا إلى الدراسات الثقافية (Cultural Studies) البريطانية التي دحضت فكرة هيمنة وسائل الإعلام المختلفة على جمهورها وبهذا شكلت منعطفًا هامًا في الدراسات الإعلامية، وانتقل الاهتمام من المرسل والرسالة إلى المتلقي وسباق تلقيه للمواد الإعلامية والثقافية، أي الانتقال مما تفعله وسائل الإعلام بالمتلقي إلى ما يفعله المتلقي بوسائل الإعلام، وحررت هذه الدراسات المتلقي من هيمنة التأثير إلى استقلاله وقدرته على التخاطب مع ما يشاهده، يسمعه أو يقرأه، من أجل إنتاج معنى جديد أو مشاركة المرسل في هذا الإنتاج.

المبحث الأول: الخلفية النظرية لدراسات التلقي

1/الدراسات الأولى في التلقي

يعرّف التلقي بشكل اختزالي بأنه "اللحظة التي تتشكّل فيها دلالات النص من قبل الجمهور. ويذهب البعض إلى أبعد من هذه اللحظة؛ إذ يقرن التلقي بتجربة الجمهور الاجتماعية التي تُؤطرها شروط إنتاج "النصوص"، وتداولها، وتلقيها، واستخدامها.¹

شكلت علاقة النص بالقارئ أهم الأطروحات النقدية الحديثة التي أحدثت ثورة في المناهج التقليدية التي اهتمت كثيرا بالمؤلف وحياته وظروفه. وظهر توجه جديد بريادة رولان بارث الذي أعلن موت المؤلف حيث شكلت دراسته بنفس العنوان تحولا هاما في ميدان الدراسات الادبية والاعلامية² فقد اكد بارت عن ضرورة عدم الالتفات إلى حضور المؤلف، لأنه ما إن ينتهي من كتابة العمل فان دوره ينتهي ويبدأ القارئ في عمله بقراءة النص ويقول في هذا:

"إن ابتعاد المؤلف، ليس حدثا تاريخيا، أو فعلا كتابيا فقط: انه يحول النص الحديث من أدناه إلى

أعلاه"³

وجوهر هذا التوجه يرفع من سلطة القراءة والقارئ. هذا الاسهام نادى بظهور نظرية التلقي التي تهتم خاصة بالعنصر الثالث في العملية الاتصالية وهو المتلقي، الى جانب المرسل والرسالة وذلك عن طريق

نصر الدين لعياضي، ماذا بقي من نظرية التلقي الإعلامي لدراسة الميديا الرقمية؟ ، مجلة الباب للدراسات الإستراتيجية والإعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، العدد 10، الدوحة، 2021¹
² الشريف مرزوق/ نظرية التلقي وأطروحاته/ جامعة ام البواقي الجزائر/ مجلة النص/ م07/ العدد01/ السنة 2021 ص 211/192.

³ سعاد عبد الله العنزي/ تحليل مقالة "موت المؤلف" لرولان بارث: إضاءة محفزاتها وأثارها الايجابية في فتح النصوص للقراءات الحرة، قسم اللغة العربية كلية الآداب جامعة الكويت إضافة الرابط الالكتروني.

اقامة نظرية خاصة به من خلال العلاقة التفاعلية التي مؤداها انتاج معاني ودلالات وتاويلات خاصة به.¹

ونجد بارث يعلن فكرة موت المؤلف بوصفها ضريبة لولادة القارئ:

"ولقد نعلم انه لكي تسترد الكتابة مستقبلها ، يجب قلب الأسطورة، فموت الكاتب هو الثمن الذي تتطلبه

ولادة القارئ"²

إن نظرية التلقي تندرج ضمن الحقول المعرفية الحديثة التي أعطت دفعا قويا للاهتمام بالمتلقي باعتباره الفاعل الحقيقي والمشارك في إنتاج الدلالة والمعنى. وتعد نظرية التلقي، إحدى أهم النظريات في ميدان الدراسات الأدبية والاتصالية، يبحث موضوعها في العلاقة بين النص والمتلقي، الذي يعد المصدر النهائي والفاعل الحقيقي في إنتاج الدلالات وذلك نتاج التفاعل بين القارئ والنص.

اما بخصوص المؤشرات التي أسهمت في بلورة نظرية التلقي في منتصف السبعينات من القرن الماضي، فقد أوضحها (روبرت هانز يابوس Robert Hans Jauss) احد رواد نظرية التلقي في جامعة كونستانس الألمانية في دراسة بعنوان: (التغير في نموذج الثقافة الأدبية) قدم فيها لمحة شاملة لتاريخ المناهج الأدبية. مؤكدا على ضرورة إعادة النظر في المناهج والأساليب الدراسية، التي لم تعد تلبى حاجة البحث في مجال الأدب والفن، مشيرا إلى أن نظرية التلقي تمثل ذلك النموذج الجديد الذي يمكن الاستئناس به في قراءة الأعمال الأدبية والفنية. كما لعبت التيارات النقدية مثل الشكلانية، والبنياوية، والظاهراتية، وسوسيولوجية الأدب دورا أساسيا في نشأة نظرية التلقي.³

¹ الشريف مرزوق، مرجع سبق ذكره.

² تحليل مقالة "موت المؤلف" لرولان بارث: إضاءة محفزاتها وأثارها الايجابية في فتح النصوص للقراءات الحرة، سعاد عبد الله العنزي/ قسم اللغة

العربية كلية الآداب جامعة الكويت . https://jssa.journals.ekb.eg/article_20776.html.

³ الشريف مرزوق مرجع سبق ذكره

كما عجلت الفلسفة الظاهرية في تشكل نظرية التلقي بزعامة (ادموند هوسرل Edmund Husserl) ورومان اينجاردن، وترتكز هذه الفلسفة على ترابط الفكر والوجود الظاهري للأشياء، وتؤمن بتفاعل الذات و الموضوع بطريقة تواصلية من الصعب الفصل بين هاذين الفاعلين.¹

ويرى الفيلسوف (فريدريك شليرماخر) الذي وضع أسس علم الهرمينوطيقا الحديث أن فهم النص مهما كان نوعه مرهون بمعايشة الجمهور تجربة غريبة عنه، وذلك من خلال رصد تجربة المؤلف ومعايشتها باعتبار أن النص ذاته إعادة بناء خيالية، مع مراعاة ان معنى النص يتغير بتغير المجتمع الذي يتلقى هذا النص ومن ثم يحتاج المتلقي إلى إعادة بناء النص مرة تلو الأخرى. والمقصود بإعادة البناء هنا هو الفهم.²

2/ إسهامات (ياوس وايزر) في نظرية التلقي:

أ- إسهامات (هانز روبرت ياوس): صاغ ياوس نظريته (جمالية التلقي أو نظرية الاستقبال) انطلاقا من النظريات التي تتعلق بالمعنى والعمل الأدبي ووظيفته، وموقف المتلقي من العمل، وصلته به والمبادئ التي تنظم هذه الصلة، وقد خصص اهتمامه للتلقي المنبثق من العلاقة بين الأدب والتاريخ.³

ويتم بناء المعنى حسب ياوس من خلال تأويل العمل الأدبي، مستندا في ذلك إلى افتراضات (غادامير) في العملية التأويلية، حيث تخضع إلى ثلاث وحدات متلازمة هي : الفهم والتفسير والتطبيق. وقد وجد (ياوس) وفق نظرة (غادامير) أن جمالية التلقي نجحت في معرفة فكرة أن (الفهم يتضمن دائما بداية التفسير، وأن التفسير، بالتالي هو الشكل الظاهر للفهم) بمعنى أن الإدراك الأدبي يرسم الطريق التي يفسر

¹ مخلوف بوكروح، التلقي في الثقافة والإعلام، مقامات للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص42

² نفس المرجع

³ ناظم عودة خضر، الأصول المعرفية لنظرية لتلقي، دار الشروق، 1997، ص133

الأدب بها، وإن عملية التفسير، أي صياغة المعنى تدمج الإدراك أيضا، وهذا يعني أن النص (أي نص فني) ليس له معنى خالص يكونه لوحده إنما المعنى يتشكل بصورة حتمية مع الإدراك.¹

لقد استحوذت على اهتمام ياكوس منذ محاضراته الافتتاحية التي القاها في ابريل سنة 1967 فكرة اعادة كتابة تاريخ الادب من زاوية نظر جديدة، مستوحيا نقد المؤرخ الامريكي كولينكوود للسسيولوجيا الموضوعية السائدة في الدراسات التاريخية، حيث ينظر هذا الباحث الى التاريخ بوصفه بعدا جديدا للماضي في ذهن المؤرخ. ويرى ياكوس ان هذا التعريف يصدق ايضا على تاريخ الادب الذي تحول مع الاتجاه الوضعي، الى مجرد وصف موضوعي لسلسلة من الوقائع الماضية. ويقترح ياكوس بدل هذا التعريف الذي افقد الفن قصديته الاصلية تعريفا جديدا يقوم على مراعاة التلازم بين بعدين أساسيين في الأعمال هما: الإنتاج والتلقي.²

يقول ياكوس فيما يخص تعريف تاريخ الادب: "ان تاريخ الادب سيرورة من التلقي والانتاج الجماليين، تتحقق في تحيين النصوص الادبية من لدن القارئ الذي يقرأ، والناقد الذي يتأمل، والكاتب المدفوع بدوره الى الانتاج"

ويقول في سياق اخر " ان القارئ في اطار الثالوث المتكون من الكاتب، والعمل الادبي، والجمهور، ليس عنصرا سلبيا ينحصر دوره في رد الفعل المحدد سلفا. انه ينمي بدوره طاقة تسهم في صنع التاريخ وليس بالامكان تصور حياة العمل الادبي في التاريخ دون المشاركة الحية للذين وجه إليهم"³

¹ ناظم عودة، مرجع سبق ذكره

² حسن بزازي، سؤال التلقي الجمالي للمعلقات/، دار الامان، الرباط/ 2014 ص36

³ المرجع نفسه

أطروحة أفق الانتظار:

نجد (ياوس) قد اقترح مفهوما أساسيا في نظريته يتمثل في "أفق التوقع"، والذي يقصد به " الأفكار المسبقة الموجودة لدى المتلقي حول العمل الأدبي، والذي يتكون من ثلاثة عوامل رئيسية "، وهي كما يلي:

- التجربة القبلية التي يملكها الجمهور عن العمل؛
 - شكل الأعمال السابقة وموضوعاتها والتي يفترض العمل الجديد معرفتها؛
 - المقابلة بين العالم التخيلي والواقعية اليومية.
- أي أن معنى النص يتشكل تدريجيا من خلال اندماج بين أفق التوقع وأفق تجربة الحياة الشخصية للمتلقي.

افق الانتظار ينبنى عند ياوس بالنسبة لكل عمل خلال اللحظة التاريخية التي ظهر فيها على ثلاثة عناصر اساسية هي: (تجربة الجمهور التي يملكها عن النوع الذي ينتمي اليه العمل الادبي، وشكل الاعمال السابقة وموضوعاتها المفترض معرفته لها، واخيرا التعارض بين اللغة الشعرية واللغة العملية، وبين العالم الخيالي والعالم اليومي)

وفي حالة عدم استجابة العمل لتوقعات الجمهور، فان ذلك يولد خيبة لافق انتظار هذا الاخير، الشئ الذي يمكن ان يؤدي الى تغير الافق، وتسمح هذه الحالات المختلفة بالتمييز بين ثلاثة ردود افعال تجاه الاعمال والنصوص الادبية:

- تجاوب افق انتظار القراء مع افق انتظار العمل.

- خيبة افق انتظار القراء.

- تغيير افق انتظار القراء.¹

¹حسن ببزاري، سؤال التلقي الجمالي للمعلقات، مرجع سبق ذكره ، ص40

- إذن، طرح (ياوس) في مؤلفه الكلاسيكي " pour une esthétique de la réception " قواعد نظريته التي تفتح مجالاً إمبريقياً واسعاً فيما يتعلّق بظواهرية الجمهور من خلال الالتقاء بين ما يسمّيه أفق توقع العمل " l'horizon d'attente " وأفق التوقع الاجتماعي. l'horizon " d'attente sociale " وذلك عند مواجهة النصوص - مهما كان نوعها - أي أن أفق التوقع يتمثل في مجموعة التوقعات التي يتسلح بها المتلقي عن وعي في تناوله للنص وقراءته، والذي تتم من خلاله عملية بناء المعنى نتيجة إدراكه للمعنى وتشكيل الصور الذهنية للعمل الذي يتلقاه.¹

ب- إسهامات (فولفغانغ آيزر): تتمثل نقطة البدء في نظرية (آيزر) الجمالية في تلك العلاقة الجدلية التي تربط بين النص والقارئ، وتقوم على جدلية التفاعل بينهما في ضوء استراتيجيات عدة وانطلق من البداية نفسها التي ينطلق منها (ياوس)، وهي الاعتراض على مبادئ المقاربة البنيوية، والاهتمام بدور المتلقي في قضيتين أساسيتين هما : تطور النوع الأدبي، وبناء المعنى.²

وينطلق (آيزر) من مرجعيات فلسفية متنوعة، فقد اعتمد على الفلسفة الظاهرية، وعلم النفس، واللسانيات، والانثروبولوجية وأعمال (رومان إنغاردن)، كما استفادة منظرية النسبية التي تؤكد على نسبية الحقيقة، وبالتالي يرى أنه لا وجود حقيقي للعمل الأدبي إلا حين يتواصل القارئ مع النص.³

وإذا ما اشترك (آيزر مع ياوس) في الاعتراض على المقاربة البنيوية للمعنى التي تشدد في جعل بنية النص حاملة للمعنى وخازنة له، فإنه يفترق عنه في المحرك النظري أو الإجرائي لمفاهيمه ونظراته،

Emmanuel PEDLER, Enquête de Réception: Le Deuxième Cercle, Approche sociologique et culturelle du fait artistique, Réseaux, N°68, CENT, 1994. ¹

² ناظم عودة خضر، مرجع سبق ذكره ص 147

³ الشريف مرزوق، مرجع سبق ذكره

ولاسيما في كيفية مقارنة المعنى وبنائه فضلا عن عنايته في ابتداع مفهوم محضن إجرائي جديد لنظراته هو مفهوم (القارئ الضمني) عوضا عن (أفق الانتظار) أو القارئ الحقيقي التاريخي لدى (ياوس).¹

العمليات الأساسية للتلقي:

التلقي (الاستقبال) يعني القيام بفعل: المتلقي عندما يواجه مباشرة عملا ما: ورقة، شريط، كلام، فهنا لا توجد معاني، ولا أثر للمعاني لكن هناك أشكال، أصوات، يعمل وعي المتلقي في هذه اللحظة على تقديم دلالات لأنه قد قام بتخزين الرموز التي تلقاها، وبالتالي فإن تعاقب الأفعال تكون معاني الأشكال والصور التي واجهها في الأول، فالتلقي هنا يشكل نشاطا أساسيا لتكوين المعنى نتيجة لاستقبال أشكال مختلفة، كما يعمل الانتباه دورا هاما في هذه المرحلة، حيث يقوم المتلقي باختيار و إقصاء الأفكار وذلك من أجل الفهم، وهذا يرتبط بالدرجة الأولى بنوعية الموضوعات التي يستقبلها المتلقي، ويقوم بملئ ما لم يصرح به النص عن طريق تجربته الشخصية، لان النصوص ليست دائما كاملة وإنما المتلقي هو الذي يملأ الفجوات التي تحملها.

التلقي يعني المشاركة: يرتبط التلقي في هذه الأطروحة بالعلاقة التي يقيمها المتلقي مع النصوص التي يتلقاها وذلك من خلال ما يسمى بعملية المشاركة. وتتم هذه المشاركة من خلال ثلاث مستويات نوجزها فيما يلي:

-المستوى الأول: هنا المتلقي تربطه علاقة بين نظام من الرموز الملموسة كالألوان والأصوات، فيقوم المتلقي بمقارنة ما يتلقاه مع ما هو موجود في الحقيقة.

بشرى موسى صالح، نظرية التلقي اصول وتطبيقات، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2001، ص49¹

-المستوى الثاني: يتم فيه إحداث نوع من التفاعل مع الرسالة التي يتلقاها، وهذا ما يتعلق بتركيز انتباهه لما يستقبله عن طريق فهمه لسلوك الشخصيات و إيماءات وجوههم ومختلف المناظر الموجودة في الرسالة التي يتلقاها، وهنا المتلقي يقوم بإصدار رد فعل كالضحك أو الخوف أو حدوث نوع من المفاجأة.

-المستوى الثالث: وفيه يقوم المتلقي بمقارنة ما تمت مشاهدته في المستويين السابقين وذلك من أجل تقييم ونقد كل ما تم استقباله.

التلقي يعني تشكيل صور: إن التلقي هو نظام من الأشكال، والمتلقي يقوم بوصف وتحويل كل ما تم استقباله في إدراكه إلى أشكال وصور، وبالتالي يؤسس دلالات مختلفة، ويتم ذلك وفق عمليات متعددة تتعلق بإصدار عواطف مختلفة، كالفرح والحزن والحماس والتعاطف، وهذه العملية تتداخل فيها تجربة وخبرة المتلقي السابقة. ولفهم كل ما يتلقاه لا بد عليه من بذل مجهود يتعلق بإدراكه لمختلف الأحداث ووضع خاتمة لكل ما يستقبله. تشكل هذه العمليات الحلقة الأولى لتشكيل السلسلة الصورية كما يشكل الدافع الذي يؤدي بالمتلقي إلى استقبال العمل مهما كان نوعه أهمية تساعد على تشكيل صوراً مختلفة للنص الذي تلقاه، ويمثل هذا الدافع الحلقة الثانية التي تؤدي إلى تشكيل صور مختلفة وتساعد المتلقي على تشكيل دلالات عن طريق ترجمته للنص التي تظهر في شكل رجوع صدى الذي يمثل في حد ذاته الحلقة الثالثة في سلسلة تشكيل الصور، وعادة ما تكون هناك أنواع مختلفة من رجوع الصدى منها:

- الانفعالات الناتجة عن استقبال النص.

- تطورات أحداث النص التي تحدث بطريقة غير مباشرة تجعل المتلقي يعيش في عامله الخيالي.

- معايشة النص وذلك عن طريق إدراكه بطريقة مناسبة مما يؤدي إلى تشكيل آراء مختلفة

- الحوافز التي تؤدي إلى تبني سلوك معين ¹.

وحسب شيماء ذو الفقار زغيب فان عملية تشكيل وتغيير الاتجاهات تمر بالمراحل الآتية:

مرحلة التلقي:

بما فيها من انتباه وفهم للرسالة، وهي تعد نقطة الارتكاز الأساسية للنموذج، فدون حدوث انتباه وفهم للرسالة لا يمكن أن ينتقل الفرد للمراحل التالية في عملية تشكيل الاتجاه، ولكن مع ملاحظة أن مستويات الفهم متفاوتة بين الأفراد حيث يتحكم في ذلك متغيرات كثيرة، منها مستوى المعرفة السابقة والمستوى التعليمي و المحيط الثقافي و السياق التي تقدم من خلاله الرسالة وغيرها من المتغيرات. وتتم عبر

المراحل التالية:

* مرحلة إعمال العقل:

وفيهما يتدرج المتلقي في مستوى إعماله للعقل في الرسائل التي تلقاها ما بين الإعمال للعقل (الطريق الهامشي) والإعمال التام (الطريق المركزي)، مع ملاحظة أن مستوى إعمال العقل يرتبط إلى حد كبير بمستوى الفهم الذي حدث في المرحلة السابقة.

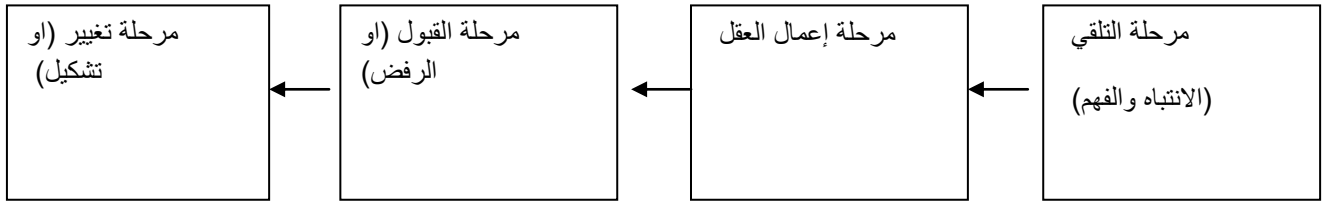
* مرحلة القبول أو الرفض:

وفيهما يقبل المتلقي أو يرفض الرسائل التي تلقاها بناء على النتيجة التي خرج بها من أعمال عقله في هذه الرسائل، وما تتضمنه من حجج وبراهين...الخ

* مرحلة تغيير الاتجاه:

وهي المرحلة النهائية المترتبة على مدى قبول أو رفض الرسائل التي تم تلقيها وإعمال العقل فيها. ¹

¹ الشريف مرزوق، مرجع سبق ذكره



المبحث الثاني: تطور دراسات التلقي الإعلامي

يمكن تمييز التوجهات الحديثة الكبرى لأبحاث الجمهور التي تبلورت منذ سبعينيات القرن الماضي، ضمن نوعين من التيارات البحثية: النوع الأول يتعلق بدراسات التأثير، احدث قطيعة مع الدراسات السائدة منذ الاربعينيات؛ حيث تخلى عن تحليل التأثير قصير المتمثل خاصة في نظرية "بول لازارسفيلد" PAUL Lazarsfeld" ليهتم بالتاثير على المدى البعيد لانظمة وسائل الاعلام كمؤسسات اجتماعية، وظهر النوع الثاني متمتلا في دراسات التلقي، في بداية الثمانينات لينشغل بالكيفية التي يؤول بها المتلقي الرسائل الإعلامية، باعتبارها عملية بناء اجتماعي للمعاني التي يضيفها المتلقي على الرسائل الإعلامية.²

لقد طور بعض منظري وسائل الاعلام الجماهيري نظرية التلقي واقاموا خطوط تلاقي بينها وبين نظرية الاستعمال والاشباع التي لا تركز، فحسب على اثر او تاثير وسائل العلام على الافراد، بل ايضا على طريقة الاستخدام لهذه الوسائل وعلى المتعة والمنفعة التي يحصلون عليها من هذه الوسائل. وعلى نفس

¹ شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات في تشكيل اتجاهات الراي العام، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004 ، ص277
² نجيب بخوش، مرجع سبق ذكره، ص45

المنوال، يركز المنظرون الاعلاميون على الدور الذي يلعبه الجمهور المتلقي في فك رموز الرسائل واضفاء معاني عليها ليست بالضرورة هي نفسها معاني النصوص، اي ليست نفس المعنى الذي يقصده القائم بالاتصال.¹

تركز نظرية الاستعمالات والاشباعات على الأسباب الخاصة بالتعرض لوسائل الإعلام أي كيف يستعمل الناس وسائل الإعلام، إذن الجمهور ليس سلبي كما كانت تنظر إليه دراسات التأثير وإنما فاعل حقيقي يختار ما يتماشى معه انطلاقاً من مبدأ التعرّض والإدراك الانتقائيين أي استعمال وسائل الإعلام لأغراض (وظائف) مختلفة (التسلية، التعليم، الإعلام...). إلا أنّ هذه الوظائف تتحكم فيها حاجات ودوافع التي تعتبر من العوامل المحرّكة للأفراد للتخفيف من أعباء الحياة اليومية ولتحقيق التوازن النفسي الذي يساعد على الاستمرار مع الغير. وهذا من خلال الحديث الذي يحدث مع أعضاء المجتمع أو ما يطلق عليه الانتقال من الفضاء الخاص (الفردى) إلى الفضاء العمومى (المجتمع). وهذه الحاجيات والدوافع، ما هي إلا مجموعة من القوى النفسية التي تساعد على تحديد سلوك الجمهور،² ومن ثمّ فإنّ استخدام وسائل الإعلام مرهون بالتباين في الحاجات بين الأفراد، ويفسر التباين في سلوك التعرض بالكثافة الشديدة أو التعرض المحدود نتيجة عدم تلبية الوسيلة لحاجة أو حاجات لدى الفرد. وعليه، فإن هذه النظرية تجاوزت رؤية اعتبار الجمهور ككتلة هامة وسلبي ولا يتوفر على أية ميكانزمات دفاع على المستوى السيكولوجي والاجتماعي.³

¹ علي قسايسة، مرجع سبق ذكره، ص125

² محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، مصر، ط 02،

2004، صص 216 ، 217

³ حنان شعبان، مرجع سبق ذكره، ص90

إشكالية تلقي المنتجات الثقافية من ريشارد هوغارت الى ديفيد مورلي

لقد اسهمت الدراسات الثقافية* cultural studies ايضا في تطور الاهتمام بفعل التلقي الاعلامي، فالتحليل الثقافي كان يحاول تجاوز ما هو ابعد من النص لتحديد الروابط بينه وبين القيم السائدة في المجتمع، ويسعى من خلال القراءة المعمقة الى اكتشاف القيم الثقافية التي يتضمنها النص. وقد انطلق منظرو الدراسات الثقافية من التساؤل حول قدرة المتلقي على مقاومة تأثيرات الرسائل الاعلامية، معتمدين في تحليل علاقة الجمهور بوسائل الاعلام على موضوع الثقافة وممارستها واستهلاكها.

رغم أن البعض أرخ لدراسات التلقي الإعلامي بصور كتاب ريتشارد هوغارت (Richard Hoggart): "ثقافة الفقير: دراسة نمط حياة الطبقات الشعبية في بريطانيا"*، في العام 1957، والذي فنّد فيه الرأي السائد الذي يغالي في تأثير الصناعات الثقافية على الفئات الشعبية في بريطانيا، والطبقة العاملة تحديداً، إلا أننا نميل إلى الاعتقاد بأن انطلاقة نظرية التلقي الفعلية تمت في سبعينات القرن الماضي على يد عالم الاجتماع البريطاني، ستوارت هول (Stuart Hall) من خلال نموده: التشفير (Encoding) وفك التشفير (Decoding)، والذي بيّن فيه أن المعاني التي يستخلصها الجمهور قد لا تتطابق بالضرورة مع تلك التي استهدفها المُنتج الإعلامي والثقافي. وهذا يعني احتمال تحويلها وتأويلها وفق سياقات التلقي ومرجعية المتلقي الاجتماعية والثقافية والسياسية.¹

*تيار نقدي تشكل منذ ستينيات القرن الماضي حينما اسس richard hoggart مركز برمنغهام Birmingham للدراسات الثقافية المعاصرة (CCCS) سنة 1964، وتراسه Stuart Hall فيما بعد من 1969 الى 1979م، تركّز الاهتمام فيه على دراسة الخطابات والممارسات الثقافية باعتبارها ظواهر نصية يتعذر فهمها من دون وضعها في سياق الثقافة. نصر الدين لعياضي، ماذا بقي من نظرية التلقي الإعلامي لدراسة الميديا الرقمية؟، مجلة الباب للدراسات الإستراتيجية والإعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، العدد 10، الدوحة، 2021.

لقد فتح هذا الكتاب (التشفير وفك التشفير في الخطاب التلفزيوني) الأفق لجيل من الباحثين داخل بريطانيا وخارجها لتطوير دراسات التلقي، ويأتي في مقدمتهم الباحث دافيد مورلي (David Morley) الذي وضع عدّة مفاهيمية ومنهجية لفهم العلاقة بين التلفزيون وجمهوره. وبهذا تمكّن من تجريب نموذج ستيوارت هول من جهة، والابتعاد من جهة أخرى عن السحر الذي مارسه السيميائي آنذاك، والتي تقترح معنى وحيداً للنص تفرضه على كل المتلقين. وقد سمح له هذا التجريب من التأكد من أن النموذج المذكور يخلط بين العديد من القضايا المرتبطة بالاطلاع على المادة المشفرة، وفهمها، وتأويلها، ورد الفعل تجاهها. وكلها قضايا يجب التمييز بينها

لم يتم ديفيد مورلي بدراسة تلقي برنامج تلفزيوني محدد أو برامج قناة تلفزيونية دون غيرها، بل ركز على عملية المشاهدة التلفزيونية في حد ذاتها، وذلك لأن التلفزيون كان في ثمانينات القرن الماضي الوسيلة الإعلامية الأكثر استحواذاً على المشاهدين في الوسط العائلي. واستنتج أن المشاهدة التلفزيونية ليست فعلاً بسيطاً وسطحياً، بل إنها في غاية التعقيد لكونها تتزامن مع جملة من الممارسات في السياق البيئي، ولا تفهم من خارج هذا السياق. وبهذا جعل سياق المشاهدة بديلاً لـ"تفكيك التشفير"

نأى ميشيل دو سارتو (Michel De Certeau) عن نموذج موريس هال (MourrisHul)، وبالتالي عن عملية التشفير، وركز على المتلقي بابتكاره مفهوم "الصيد غير الشرعي" ("Poaching")، بمعنى أن ما يقوم به الجمهور في قراءته أو مشاهدته أو استماعه للمادة الإعلامية والثقافية يشبه عملية صيد المعاني، لكنه صيد غير مباح. ويفسر ذلك بالقول: ¹

"إن القارئ يلعب بالنص، ويصنع بموجبه شيئاً ما. يُطبق تكتيكه في القراءة، يُرتب، ويُبدل، ويلتف، ويقاوم إلى درجة تصبح لا دلالة للنص سوى لدى قرائه

نصر الدين لعياضي، المرجع نفسه ¹

نقد نظريات التلقي:

تتعدد المداخل لنقد نظريات التلقي، نذكر منها ما يلي:

أ- نظراً لاستفادة نظرية التلقي الاعلامي والثقافي من إرث جامعة كونستنس الألمانية، فقد نالت نصيبها من النقد الموجه لهذه المدرسة.

لقد أُخذ على هذه المدرسة، التي حرّرت الدراسات الأدبية من النزعة البنيوية والبلاغية، تركيزها على المتلقي وخلفياته الاجتماعية والثقافية، ووصفت بأنها تتسم بطابعها النخبوي و"المصطنع". فالمتلقي المُهم بالنسبة لها هو ذاك الذي يسيطر على المدونات اللسانية، والعارف بتاريخ الأدب، والمستعد للعب لعبة النص. وهذه مواصفات تنطبق على بعض النقاد وليس على كل القراء. ويرى بيير بورديو (Pierre Bourdieu) نقائص نظرية القراءة(التلقي)، وما تُقرّه من تأويل، في كونها لا تأخذ بعين الاعتبار كل ما يرتبط بالسياق التاريخي والاجتماعي لإنتاج النص.

ب-بالفعل، لا يمكن اختزال عملية التلقي في لقاء الجمهور بالمادة الإعلامية والثقافية، بل في احتمال ما ينجم عن هذا اللقاء من تأويل مُنتج للمعنى. وهنا تكمن إشكالية التلقي؛ إذ من الصعب تحديد تخوم هذا التأويل. فالتأويل يُولد تأويلاً إلى ما النهاية. لذا، أقرّ جون فيسك بأن المعنى غير مستقر؛ لانه عرضة لإعادة التأويل والاعتراض عليه. وهذا ما أدى بإريك ميغري (Eric Megrait) إلى وصف عملية التلقي بالهشة لكونها تفتقد قاعدة تسمح بالفهم الكامل والتنبؤ بما يقوم به هذا الشخص أو ذاك الجمهور أمام المحتويات الثقافية والإعلامية.

كذلك ما ذهب إليه لويس كيري (Louis Quéré) عندما أكد أن الدراسات الثقافية أوصلت نظرية

التلقي إلى طريق مسدود؟ فعلى الرغم من إقراره بأن دراسات التلقي فتحت آفاقاً واسعة لدراسة وسائل الاعلام والتلفزيون تحديداً، وأنجزت بحوثاً ميدانية مهمة الا أنه جزم بأنها لم تفلح في تقديم برنامج بحث حقيقي وواضح يستند إلى أسس نظرية ومفهوميه صلبة، بل ذهب إلى أبعد من هذا في تأكيده أن دراسات التلقي الإعلامي سقطت في الايدولوجيا، وهي التي تزعم أنها تروم تحريرها منها. ويوضح فكرته هذه بالقول: إنها سعت إلى الدحض الضمني للحركة الفكرية التي تؤمن بقوة وسائل الإعلام وتأثيرها، والتي وجدت أنصاراً ومؤيدين لها، بدل العمل على بنائها نظرياً ومفهومياً وتأسيس إطار للنقصي والبحث.¹

نصر الدين لعياضي، مرجع سبق ذكره¹

المبحث الثالث: التفسير المعرفي للتلقي الإعلامي

في بداية القرن العشرين، بدأت المناقشات الواسعة تركز على مسألة مصادر التغير او التفرد في الشخصية الانسانية. ونظرا لان علماء النفس بدأوا الدراسات الخاصة بتعلم البشر والدوافع (المؤثرات)، اصبح من الواضح بشكل مطرد ان الناس كلهم كانوا مختلفين في بنيتهم النفسية. وقد وجد ان شخصية كل كائن حي مختلفة مثل بصمات الاصابع. ورغم ان البشر يشتركون جميعا من حيث الاحتياجات والعادات الادراكية والمعتقدات والقيم والمهارات، ولهذا أصبحت دراسة الفروق الفردية بين هذه العوامل.

يرى "جون بيتر" ان تاثرنا بوسائل الاعلام الجماهيرية يخضع لعوامل الانتقائية، حيث اشارت نتائج دراسات عديدة الى اننا نختار ما نتعرض له من محتوى وسائل الاتصال وهذه العملية تسمى بالتعرض الانتقائي *Selective Exposure*، كذلك فان ادراكنا للرسائل التي نتعرض لها يؤثر في طبيعة ردود افعالنا، وتعرف هذه العملية بالادراك الانتقائي *Selective Perception*، وبسبب الادراك الانتقائي فان الفرد يتذكر فقط الجوانب التي تؤكد افكاره وتتفق معها، فاذا كانت الافكار المطروحة تتفق مع شخصية المتلقي تماما، فانه قد يتذكرها جميعا، واذا كانت هذه الافكار تختلف مع طبيعة شخصيته، فانه قد يلغينا من عقله تماما ولا يستعيدها، وتسمى هذه العملية بالتذكر الانتقائي *Selective Retention*، ونتيجة زيادة ميل وسائل الاتصال إلى التخصص في توجيه المحتوى الإعلامي، فان ذلك يزيد من دائرة اختيارات الجمهور للوسائل الاعلامية والمحتوى الذي يتعرض اليه.¹

¹¹حسن عماد مكاي، حسن السيد ليلي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998 ص371

✓ العمليات الأساسية في عملية التلقي من منظور علم النفس المعرفي:

مع بداية العقد السادس ظهر اتجاه جديد هو علم النفس المعرفي، وتركز اهتمامه بالإدراك ومعرفة الإنسان للعالم وكيف توظف هذه المعرفة في اتخاذ القرارات وفعالية الإنسان وفي نشاطه الهادف الذي يتسم بالعرضية والقصد وليس بردود الفعل الآلية. وانبثق من هذا الاتجاه ظهور مفاهيم جديدة كالتنظيم وتخزين المعلومات وتجهيزها التي تلعب دورا في تفسير عمليات الإدراك والتعلم والذاكرة والتفكير، وتعدت المعرفة إلى الميدان الوجداني فظهرت نظريات تعتمد على التفسير المعرفي للسلوك الوجداني ومن أشهرها نظرية كيلي وروكيتش.¹

أولاً: الانتباه: تعد المساحة الانتباهية التي يعيها الفرد عن طريق الاهتمام من المحددات الرئيسية للفروق الفردية بين الأشخاص في عملية الانتباه والعمليات التالية له مثل (الإدراك، التذكر)

وعملية الانتباه تمثل عاملا رئيسيا للفهم والتذكر، كما ان تعلم مهارات ومعلومات جديدة من مثير ما يستلزم توجيه الانتباه واستمراره نحو هذا المثير. ومن ذلك فان اكتساب المعلومات يعتبر مؤشرا حقيقيا لحدوث الانتباه. والتذكر المتمثل في التعرف او الاستدعاء او إعادة بناء الأحداث يعتبر مؤشرا حقيقيا للفهم.²

مفهوم الانتباه: يشير عبد المجيد سيد احمد وزكريا الشربيني الى انه عملية عقلية تهدف الى حصر النشاط الذهني في اتجاه معين مدة من الزمن من خلال القدرة على التحكم في النشاط الانفعالي وتوجيهه وجهة محددة، مع تحرر الفرد من تأثير المنبهات المحيطة.

¹ سليمان عبد الواحد يوسف، الفروق الفردية في العمليات العقلية المعرفية، دار المسيرة، عمان، 2011، ص30
² نفس المرجع، ص 47

ويرى محمود علي ان الانتباه هو عملية انتقائية تعتمد على التاهب العقلي، يحاول الفرد من خلالها حسب سعته ان يتجاوز تركيزه على انتقاء بعض المثيرات وانتقاء البعض الاخر، بقصد المعالجة النشطة لها، واستبقائها فترة اطول في الذاكرة، استعدادا لتجهيزها لعمليات معرفية اعلى.

الانتباه يمثل احدى الدعائم الاساسية لنشاط الانسان كافة..بل هو الاساس الذي تقوم عليه سائر العمليات العقلية (كالادرك، والتذكر، والفهم)، حيث انه بدون الانتباه لا يستطيع الانسان ان يعي الاشياء، او ان يتذكر، او ان يتخيل شيئا.¹

محددات الانتباه:

للانتباه محددات حسية عصبية ومحددات عقلية معرفية ومحددات انفعالية دافعية، كما حددها فتحي الزيات، وسوف نتناولها بالتوضيح كما يلي:²

1. المحددات الحسية العصبية: تؤثر فاعلية الحواس والجهاز العصبي المركزي للفرد على سعة

عملية الانتباه وفعاليتها لديه فالمثيرات تستقبلها الحواس تمر بمصفاة او نوع من الترشيح الذهني وهذه المصفاة تتحكم عصبيا او معرفيا او انفعاليا في بعض هذه المثيرات ولا تسمح الا بعدد محدود من النبضات او الومضات العصبية التي تصل الى المخ اما باقي المثيرات فتعالج تباعا او تظل للحظات قريبة من هامش الشعور ثم لا تلبث ان تتلاشى.

2. المحددات العقلية المعرفية: يؤثر مستوى ذكاء الفرد وبنائه المعرفي وفاعلية نظام تجهيز

المعلومات لديه على نمط انتباهه وسعته وفعاليتها فالاشخاص الاكثر ذكاء تكون حساسية استقبالهم للمثيرات اكبر ويكون انتباههم لها اكثر دقة بسبب ارتفاع مستوى اليقظة العقلية لديهم وهذا بدوره يخفف من الضغط على الذاكرة قصيرة المدى مما يؤثر على نمط المعالجة ويبسر

¹ المرجع نفسه ص 49/47

² فتحي مصطفى الزيات، الاسس المعرفية للتكوين العقلي المعرفي وتجهيز المعلومات، ط2، دار النشر للجامعات، مصر، 2006، ص255

تتابع عملية الانتباه .كما يؤثر البناء المعرفي للفرد ومحتواه كما وكيفا وحسن تنظيمه على زيادة فاعلية الانتباه وسعته ومداه حيث تكتسب المثيرات موضوع الانتباه معانيها بسرعة ومن ثم يسهل ترميزها وتجهيزها ومعالجتها وانتقالها الى الذاكرة قصيرة المدى مما يؤدي الى تتبع انتباه الفرد للمثيرات.

3. المحددات الانفعالية الدافعية: تستقطب اهتمامات الفرد ودوافعه وميوله الموضوعات التي تشبع

هذه الاهتمامات حيث انها تعد بمثابة موجّهات لهذا الانتباه كما تعد حاجات الفرد ونسقه القيمي واتجاهاته محددات موجهه لانتقائه للمثيرات التي ينتبه اليها ويتأثر الانتباه من حيث سعته ومداه بمكبوتات الفرد ومصادر القلق لديه حيث تستنفذ هذه المكبوتات طاقته الجسمية والعصبية والنفسية والانفعالية وتؤدي الى ضعف القدرة على التركيز ويصبح جزءا هاما من الذاكرة والتفكير مشغولا بها يترتب عليه تقليص سعة الانتباه وصعوبة متابعة تدفق المثيرات وترميزها وتجهيزها ومعالجتها.

وقد شبه العلماء عمل الانتباه بعمل العدسات المحدبة التي تجمع الأشعة في بؤرة واحدة، فكما أن العدسة تزيد قوة الأشعة المتجمعة في المركز كذلك يزيد الانتباه وضوح العناصر التي يتجه إليها وهذا يدل على أن للانتباه درجات أولها الانتباه المشتت وأعلىها التأمل العميق، وبين الأول والثاني درجات كثيرة تختلف باختلاف العمر ودرجة الثقافة والحضارة. كما توجد عمليتان فسيولوجيتان ترتبطان مباشرة بعملية الانتباه هما التكيف الحسي ويعني توافق الأعضاء الحسية، والتهيؤ الذهني وهو التوقعات العقلية إزاء الموضوع الذي توجه إليه الانتباه. ويفيد الانتباه في المساعدة على الإدراك والتذكر والتصور والتمييز، كما أنه يقلل من زمن الرجوع.

خصائص الانتباه في عدة نقاط هي:

1. الانتباه عملية إدراكية مبكرة: وذلك لأنه يقع بين الإحساس الذي يهتم بالمشيريات الخام وبين منزلة الإدراك الذي يهتم بإعطاء هذه المشيريات تفسيرات ومعاني مختلفة .
2. الإصغاء: وهو الخطوة الأولى في عملية تكوين وتنظيم المعلومات.
- 3 الاختيار والانتقاء: فالفرد لا يستطيع أن ينتبه لجميع المنبهات المتباينة دفعة واحدة، ولكنه ينتقي ويختار منها ما يناسب حاجاته وحالته النفسية.
4. التركيز: ويتمثل في اتجاه الشخص باهتمام إلى إشارات أو تنبيهات حسية معينة وإهمال إشارات أخرى، ويكون دائماً قسدياً وبؤرياً، وقد يكون مركزاً على منبه واحد من شريحة المنبهات التي تقع في المجال البصري، أو منتشرراً بحيث يستطيع الشخص الاحتفاظ بمشاهدة مبعثرة عبر كل شيء يحدث حوله، أو أن يتبنى الشخص موقفاً وسطاً على متصل توزيع الانتباه.
5. التعقب: وهو الانتباه المتصل (غير المتقطع) لمنبه ما ، أو التركيز على تسلسل موجه للفكر عبر فترة زمنية، والمستوى المعقد فيه يبدو في القدرة على التفكير في فكرتين أو أكثر ، أو نمطين من المنبهات أو أكثر في وقت واحد وعلى نحو متتابع دون خلط بينهما أو فقدان لأحدهما.
6. التموج: وهو يعني أن المشير مصدر التنبيه رغم استمرار وجوده، فإن تأثيره يتلاشى إذا ظهر مشير دخيل، ثم يعود المشير الرئيسي في الظهور مرة أخرى عندما ينتهي وجود المشير الدخيل.
7. التذبذب: ويعني أن مستوى شدة المشير مصدر التنبيه يتذبذب، ومثال ذلك في أثناء متابعة الفرد لفيلم سينمائي، فإن انتباهه يتذبذب بين الشدة والضعف وفقاً لاختلاف قوة أحداث الفيلم.

8. عملية المسح: وهي من مظاهر الانتباه، ومن العمليات النفسية ذات الأساس الحسي، والتي غالباً ما تكون بصرية أو سمعية وهي تتمثل في تحركات العينين عبر المكان، أو في إنصات الأذن لكل ما يصلها من أصوات تحاول تجميع أشتاتها، وقد سماها السيد علي بعملية الإحاطة¹.

العوامل المؤثرة في الانتباه:

عوامل تؤدي إلى جذب الانتباه: وهي العوامل التي تجعل بعض المنبهات والمواقف تجذب انتباهنا دون غيرها من المنبهات والمواقف، ورغم ذلك هناك عوامل تعارض أثرها وتخفف من حدتها.

أ. عوامل خارجية:

شدة المنبه: فالأضواء الزاهية أجذب للانتباه من الأضواء الخافتة، غير أن المنبه قد يكون شديداً ولا يجذب الانتباه وذلك لتدخل عوامل أخرى أكثر وزناً في جذب الانتباه من الشدة كأن يكون الفرد مستغرقاً في عمل يهيمه.

تكرار المنبه: فتكرار الاستغاثة عدة مرات أدعى إلى جذب الانتباه، على أن التكرار إن استمر رتيباً وعلى وتيرة واحدة فقد قدرته على استرعاء الانتباه.

تغير المنبه: فانقطاع المنبه أو تغييره في الشدة أو الحجم أو النوع أو الموضوع له أثر في جذب الانتباه. وكلما كان التغير فجائياً زاد أثره.

التباين contrast: عندما يختلف الشيء اختلافاً كبيراً عما يوجد في محيطه، فمن المرجح أن يجذب الانتباه إليه.

حركة المنبه: وهي نوع من التغير فالإعلانات الكهربائية المتحركة أجذب للانتباه من الإعلانات

الثابتة.²

¹ سليمان عبد الواحد يوسف، مرجع سبق ذكره، ص55

تم الاطلاع عليه يوم: 2023/10/22

² https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/12/12_2020_02_29!07_49_15_PM.docx

موضع المنبه: فقد وجد أن القارئ العادي أميل إلى الانتباه إلى النصف الأعلى من صفحات الجريدة التي يقرأها منه إلى الانتباه إلى النصف الأسفل وكذلك إلى النصف الأيسر منه إلى النصف الأيمن - هذا في الجريدة الأجنبية - كذلك اتضح أن الصفحتين الأولى والأخيرة أجذب للانتباه من الصفحات الداخلية.¹

ب. عوامل داخلية: ومنها عوامل مؤقتة وتشمل الحاجات العضوية والوجهة الذهنية، فالنشاط العضوي يؤدي إلى جذب الانتباه إلى الداخل "الذات" والدليل على ذلك أننا جميعاً نشكو من الألم الشديد الذي يصعب إبعاده من منطقة الشعور، وفيما يتعلق بالوجهة العقلية Mental Set فالألم النائمة إلى جوار طفلها قد لا يوقظها صوت الرعد، لكنها تكون شديدة الحس لكل حركة أو صوت يصدر من الطفل. ومنها عوامل دائمة وتشمل الدوافع الهامة والميول المكتسبة، وهي تعد تهيؤاً ذهنياً دائماً للتأثر والاستجابة لبعض المنبهات فلدَى الإنسان وجهة ذهنية موصولة للانتباه إلى المواقف التي تنذر بالخطر أو الألم، كما أن دافع الاستطلاع يجعله في حالة تأهب مستمر للانتباه إلى الأشياء غير المألوفة، أما الميول المكتسبة فيبدو أثرها في اختلاف النواحي التي ينتبه إليها عدد من الناس حيال موقف واحد أضف إلى ذلك أن الانتباه يرتبط بالحالة الجسمية والنفسية، فالتعب يؤدي إلى نفاذ الطاقة الجسمية والعصبية وضعف القدرة على تركيز الانتباه. كما ان من شروط تركيز الانتباه، مدى الاهتمام الذي يثيره الموقف السلوكي ومعنى هذا أن عملية الانتباه تختلف مظاهرها باختلاف الموقف.²

الإدراك والانتباه عمليتان متلازمتان في العادة فإذا حدث الانتباه وهو تركيز الشعور على شيء ما، فالإدراك هو معرفة هذا الشيء. والانتباه يسبق عملية الإدراك ويهيئ الفرد لعملية الإدراك. وبصفة عامة

¹ https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/12/12_2020_02_29/07_49_15_PM.docx

² مجموعة محاضرات في مقياس علم النفس تنظيم و عمل، جامعة محمد خيضر بسكرة، عبر منصة مودل <http://archive.univ-biskra.dz/moodle2020/mod/resource/view.php?id=54897&forceview=1>

هو نشاط ذهني يتضمن تنظيم الفرد لإحساساته المختلفة وتصنيفها بحيث تضي على صورها البصرية والسمعية معاني تنبع من اتصال معانيها اتصالاً يؤدي إلى أن تكون الخطوط الرئيسية للحياة العقلية للطفل.

✓ الإدراك (perception):

يعرّف الإدراك: " بأنه يتمثل في قدرة الفرد على تنظيم المنبهات الحسية الواردة عبر الحواس المختلفة ومعالجتها ذهنياً في إطار الخبرات السابقة، والتعرف عليها وإعطائها معانيها ودلالاتها المعرفية المختلفة"¹

إذن، فالإدراك ما هو إلا ناتج للتفاعل بين مضمون الخطاب الإعلامي والخبرات الشخصية الموجودة لدى أعضاء الجمهور؛ وذلك من خلال نظام الترميز الذي يسمح للعقل باستعادة المعلومات المخزنة في الذاكرة. وهذا ما أشار إليه أحد الباحثين بمفهوم الانتباه، حيث عرّفه: " بأنه عملية مقرونة بالتعلم الذي يقتضي من الفرد في هذه الحالة استحضار معارفه السابقة من أجل فهم ما يتعرض له وينتبه إليه، وكذلك توظيف أدواته الإدراكية لكي يستوعب معلومات المحتويات التي يتعرض لها"²

خصائص عملية الإدراك: من أبرز خصائص عملية الإدراك أنها:

1. عملية تصنيفية: حيث يلجأ الأفراد عادة إلى تجميع الإحساسات المختلفة في فئة معينة اعتماداً على خصائص مشتركة بينها مما يسهل عملية إدراكها ، فالفرد الذي لم ير طائر النورس من السهل عليه إدراكه على أنه طائر بوجود خصائص مشتركة بينه وبين طيور أخرى. أن مثل هذه الخاصية تساعدنا

¹ محمد منير حجاب، الموسوعة الاعلامية، المجلد 1، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ص 30
² السعيد بومعيرة، اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوك لدى الشباب "دراسة استطلاعية بمنطقة البلدة" اطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2006، ص 30

في إدراك وتمييز الأشياء الجديدة أو غير المألوفة بالنسبة لنا حيث يعمل نظامنا الإدراكي على استخدام المعلومات المتوفرة لدينا ومطابقتها مع خصائص الأشياء الجديدة مما يسهل عملية تصنيفها وإدراكه.

2- عملية تكيفية: حيث يمتاز نظامنا المعرفي بالمرونة والقدرة على توجيه الانتباه والتركيز على المعلومات الأكثر أهمية لمعالجة موقف معين أو التركيز على جوانب وخصائص معينة من ذلك الموقف، كما تتيح هذه الخاصية إمكانية الاستجابة على نحو سريع لأي مصدر تهديد محتمل.

3- عملية أوتوماتيكية: حيث تتم على نحو لا شعوري ولكن نتائجها دائماً شعورية في الغالب لا يمكن ملاحظة عملية الإدراك أثناء حدوثها ولكن يمكن ملاحظة نتائجها على نحو مباشر أو غير مباشر¹.

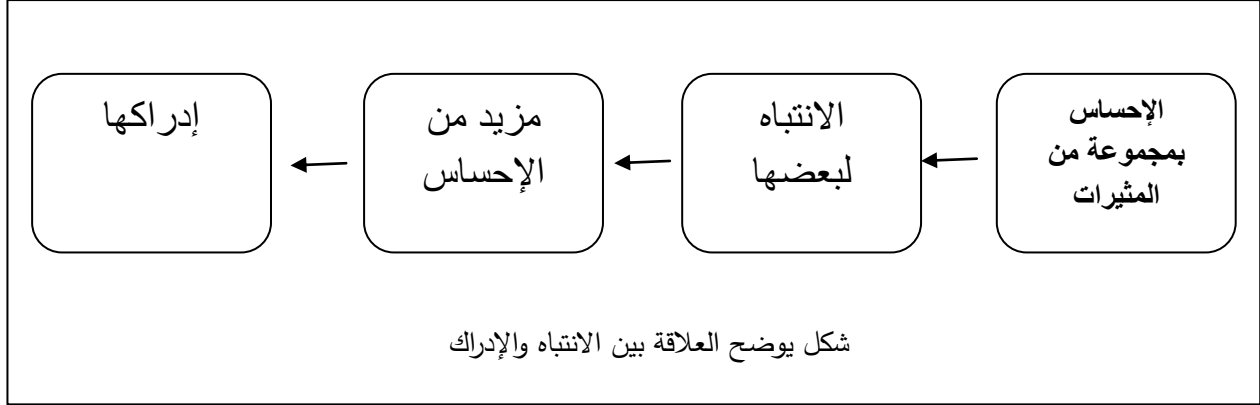
العلاقة بين الإدراك والانتباه: الإدراك والانتباه عمليتان متلازمتان في العادة فإن كان الانتباه هو تركيز الشعور في شيء، فإن الإدراك هو معرفة هذا الشيء، وبذلك فإن الانتباه يهيئ الفرد للإدراك، وهناك فرق مهم بين الانتباه والإدراك، فإذا ما جمع مجموعة من الناس إلى موقف واحد كمشاهدة مباراة أو مسلسل أو سماع خطيب، يختلف إدراك كل واحد منهم عن الآخر اختلافاً كبيراً وذلك يرجع لاختلاف ثقافتهم وخبرتهم السابقة، ووجهات نظرهم وذكائهم ودوافعهم.

و مما سبق يتضح لنا مدى العلاقة بين الانتباه والإدراك بصورة واضحة، حيث يتضح أن عملية الانتباه سابقة على عملية الإدراك، حيث إن الشخص قد يحس بمجموعة من المثيرات فينتقي بعضها ويركز عليها يكون ذلك، انتباهاً ويؤدي ذلك إلى مزيد من الإحساس بتلك المثيرات التي يتم التركيز عليها، مما ساعد على استيعابها وفهمها بصورة أفضل، فيكون ذلك إدراكاً، وبالتالي يعتمد الإدراك اعتماداً كبيراً على

https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/9/9_2021_02_20!09_48_42_PM.docx

تم الاطلاع عليه يوم: 2023/10/22¹

الانتباه فهما لوجهان لعملة واحدة فعندما تحدث أي اضطرابات لأحدهما تؤثر على الآخر، والشكل التالي يوضح ذلك: ¹



✓ التذكر:

تعرف الذاكرة على أنها معالجة معرفية أساسية والتي تسمح بالحصول والاحتفاظ بالمعلومات عن العالم وخبراتنا معه. ولا يمكن فصل الذاكرة عن التعلم، فالتعلم هو اكتساب للمعلومات، والذاكرة هي مخزن لهذه المعلومات.²

- ويعرفها كل من فيلدمان FILDMAN وبرون BARON, على أنها: "دراسة القدرة على الاحتفاظ بالمعلومات واسترجاعها وقت الحاجة".

- كما يعرفها جمال كامل أن الذاكرة هي تلك الوحدة الترابطية البنائية للعديد من الأنشطة التي تعكس في أصولها تجمع العمليات الفيزيولوجية العصبية من جانب والعمليات النفسية من جانب

¹سليمان عبد الواحد يوسف، مرجع سبق ذكره، ص80
²شذى عبد الباقي محمد، مصطفى محمد عيسى، اتجاهات حديثة في علم النفس المعرفي، دار المسيرة، عمان، 2011، ص73

آخر، ويتوقف مدى تحقيق تلك العمليات في لحظة ما على التقارب أو الابتعاد الزمني للأحداث المكونة للذاكرة".¹

- في حين يدقق كل من "أيزينك" و"كين Esence Et Keane" في وصف مراحل الذاكرة وربطها بالتعلم بقولهما : التعلم والذاكرة يتضمنان سلسلة من المراحل، حيث تعرف العمليات التي تظهر أثناء عرض مواد التعلم بالترميز، وبعض المعلومات تخزن داخل نظام الذاكرة والتخزين هو المرحلة الثانية، أما المرحلة الثالثة والأخيرة فهي الاسترجاع وتتضمن استعادة المعلومات المخزنة في الذاكرة .

تقع أهم مراكز الذاكرة هي الجهة اليسرى من الدماغ وتعد من أكثر ظواهر السلوك الإنساني والحيواني تعقيداً، وليس الممكن إعطاؤها مفهوماً محدداً كما هو الحال في تحديد مفهوم الحفظ. لذلك يمكن اختصار مفهومها في ثلاث مستويات هي: تسجيل المعلومات خزنها لفترات قصيرة أو طويلة، واستعمال تلك المعلومات بصورة شعورية أو لاشعورية.²

العمليات الأساسية في الذاكرة:³ بالنسبة للعمليات التي تتضمنها الذاكرة ، أو المراحل التي تتتابع في هذا النظام فقد تبين أن الذاكرة تتضمن ثلاث عمليات ، أو تمر بثلاث مراحل أساسية هي:

1. عملية التحويل الشفري Encoding

2. عملية التخزين Storage

3. عملية الاسترجاع Retrieval

¹ إبسام غانم، مكانة عملية الذاكرة في منظومة العمليات العقلية المعرفية، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، م5، ع1، المركز الجامعي بربكة، 2022، ص849-870

²

³ سليمان عبد الواحد يوسف ابراهيم، المخ واضطراب الانتباه رؤية في اطار علم النفس العصبي المعرفي، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2012، ص89

المرحلة الأولى: عملية التحويل الشفري Encoding: وهي العملية التي بواسطتها يتم تكوين آثار الذاكرة التي تعمل على بقاء المعلومات في الذاكرة، ويتم في هذه المرحلة تحول وتغيير شكل المعلومات من حالتها الطبيعية التي تكون عليها حينما تعرض على الفرد إلى مجموعة صور ورموز، أي تتحول إلى شفرة لها مدلول خاص يتصل بهذه المعلومات، وهذه الشفرة يمكن تصنيفها إلى ما يلي:

أ. الشفرة البصرية Visual Code

ب. الشفرة السمعية Acoustic Code

ج. الشفرة اللمسية Haptic Code

د. شفرة الدلالة اللفظية Semantic code

المرحلة الثانية: عملية التخزين Storage وهي العملية التي يتم فيها احتفاظ الذاكرة بالمعلومات التي انتقلت إليها من المرحلة السابقة، وتبقى هذه المعلومات بالذاكرة لحين حاجة الفرد إليها.

المرحلة الثالثة الاسترجاع Retrieval : وهي العملية التي يتم فيها استعادة الفرد للمعلومات التي سبق ان اختزنت في الذاكرة، ويتوقف استرجاع المعلومات على مدى قوة آثار الذاكرة، وعلى مستوى علاقة هذه الآثار بدلالات الاسترجاع، وعلى العوامل المعينة والمساعدة على الاسترجاع. كما أن عملية الاسترجاع يمكن أن تتأثر بكل من مستوى تنظيم المعلومات ومستوى معالجة المعلومات.¹

¹ سليمان عبد الواحد يوسف ابراهيم، مرجع سبق ذكره، ص90

الفصل الثاني: جمهور وسائل الإعلام

المبحث الاول: تطور مقاربات وأبحاث جمهور وسائل الإعلام والاتصال

المبحث الثاني: المحددات الأساسية في تعريف جمهور وسائل الإعلام

المبحث الثالث: السلوك الانتقائي عند الجمهور

تتجلى قيمة نظرية التلقي فيما لخصه الباحثان، إليهو كاتز (Elihu Katz)، و تمار ليبيس (Tamar Liebes)، بالقول: "قبل بروز نظرية التلقي كان بعضنا يدرس نصوص الثقافة الشعبية، وبعضنا الآخر يدرس تأثيرها على الجمهور. فالبعض الأول لم يكن يعرف أي شيء عن الجمهور، والبعض الثاني لا يعلم أي شيء عن هذه النصوص"

يرتكز مفهوم جمهور وسائل الإعلام في صياغته الشكلية وفي مضامينه الراهنة على جملة من الاعتبارات التي لها علاقة بالتطور السريع الذي تشهده المجتمعات الحديثة في مجالات الإعلام والاتصال الجماهيري، خاصة انعكاسات الاستعمال المكثف لتكنولوجيات الاتصال التي أدت إلى التفكير في إعادة صياغة العديد من المفاهيم السائدة حتى تتمكن من استيعاب العناصر المستجدة الناتجة عن هذا التطور، غير أن إعادة صياغة المفاهيم غالبا ما تضيف عناصر جديدة مستجدة، ولا تعني دائما بالضرورة إلغاء أو تعديل العناصر السابقة التي تدخل في تكوين المفهوم.

وفي هذا المقام فإن مفهوم جمهور وسائل الإعلام لا زال أصله التاريخي يلعب دورا أساسيا في الدلالات المختلفة والاستعمالات المتعددة لمصطلح « Audience » .

وقد حاول "هربرت بلومر" أن يصل إلى مفهوم جمهور وسائل الإعلام كنوع من الجمهور له مميزاته التي تميزه عن باقي أنواع الجمهور، وذلك من خلال التفكير في خصائص كل من التجمعات البشرية الأخرى، أي المفاهيم المشابهة له (الجماعة/الحشد/الجمهور العام/الجماهير).

المبحث الاول: تطور مقاربات وأبحاثجمهور وسائل الإعلام والاتصال:

تعد معرفة الجمهور وظروف تلقيه للمضامين والرسائل الإعلامية مسألة معقدة، خاصة عندما يتعلق الأمر بالكشف عن طبيعة الأفراد الذين تلقوا الرسالة، والى أي فئة اجتماعية ينتمون؟ وكيف يستقبلون الرسائل فرديا او جماعيا؟ وهل تم ذلك بشكل اختياري ام بالصدفة؟ وقد حاول الباحثون الاجابة عن هذه الاسئلة مستخدمين مقاربات كمية بالمفهوم العددي للجمهور " Audience researches " التي تقوم على التحقيقات الاحصائية من خلال مؤشرات خاصة ببنيتها وحجمه، واخرى كيفية " Audience studies"، اهتمت بطرق تشكل الجمهور، وانماط مشاركته وتفاعله مع المضامين الاعلامية¹.

وكان الغرض من هذه الدراسات، تزويد وسائل الإعلام بالمعلومات التي تحتاجها لتحسين مضمون المادة الإعلامية، وتكييفها مع رغبات أفراد الجمهور، كما أن الخصائص السوسيوديمغرافية للجمهور كانت محل اهتمام المعلنين الذين يستثمرون أموالهم في وسائل الإعلام، وتجدر الإشارة هنا أن هذا الاهتمام بالبحوث الإعلامية الخاصة بالجمهور امتد إلى ميادين معرفية أخرى كعلم النفس و علم الاجتماع و الأنثروبولوجيا و السيميولوجيا².

وتوجد العديد من المتغيرات المتعلقة بالجمهور (كالسن ، الجنس ، المستوى التعليمي) ولذلك أصبح من الصعب إيجاد أساس نظري لدراسته ، فمنذ سنوات طويلة تأثرت الاتجاهات البحثية في دراسة الجمهور بالمفهوم الذي ساد خلال القرن التاسع عشر عن طبيعة الجمهور وسلوكه؛ حيث كانت تستند تلك الدراسات إلى المنظور الاجتماعي والنفسي، وهذا ما انعكس على المفاهيم المتعددة للجمهور.³

¹ مخلوف بوكروح، التلقي في الثقافة والاعلام، الجزائر، مقامات للنشر والتوزيع، 2011، ص102

² نفس المرجع، ص101

³ محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة: عالم الكتب، 1993ص21

وقد ساعدت الدراسات التي تمت في الستينيات وما بعدها على دعم التغيير في مفهوم الجمهور؛ حيث أصبحت تهتم بتحديد خصائصه الأولية والاجتماعية والتعرف على أنماطه واتجاهاته السلوكية، باعتبارها الخصائص والمقومات الأساسية لأفراده في علاقتها بالعملية الإعلامية، وقد أنت هذه الدراسات المعاصرة إلى بناء كم معرفي هائل تجلى في نظريات متعددة؛ حيث يركز مفهوم جمهور وسائل الإعلام في صياغته الشكلية، على جملة من الاعتبارات لها علاقة بالتطور السريع الذي تشهده المجتمعات الحديثة في مجالات الإعلام والاتصال الجماهيري، خاصة انعكاسات الاستعمال المكثف لتكنولوجيات الإعلام والاتصال التي أدت إلى التفكير في إعادة صياغة العديد من المفاهيم السائدة حتى تتمكن من استيعاب العناصر المستجدة الناتجة عن هذا التطور.¹

مراحل تطور مفهوم جمهور وسائل الإعلام:

تطور مفهوم الجمهور:

مر مصطلح الجمهور بعدد التطورات من حيث المعنى، وصحيح ان هذا المفهوم يرتبط أكثر بالمتلقي في عملية الاتصال الجماهيري، غير ان وجوده سبق ظهور وسائل هذه العملية. و إذا أردنا الحديث عن التطورات التي مست المفهوم ينبغي لنا التمييز بين مرحلتين: ما قبل ظهور وسائل الإعلام، وما بعد ظهورها. فالجمهور كمفهوم لم يتشكل دفعة واحدة، وإنما مر بعدة مراحل.

أ-مرحلة ما قبل ظهور وسائل الاعلام:

¹ علي قسايسية، جمهور وسائل الاتصال ومستخدموها من المتفرجين إلى المبحرين الافتراضيين: دراسة نقدية لأبحاث تلقي الرسائل في المجتمعات الانتقالية وفي الجزائر، الجزائر: دار الورسم للنشر والتوزيع، 2011، ص 65

حمل مفهوم الجمهور في هذه المرحلة فكرة تجمع مجموعة من الافراد حول موضوع معين، او لمشاهدة عرض ما كالعروض المسرحية أو الألعاب والاستعراضات، وكان الجمهور في هذه المرحلة يرتبط بمؤسسات اتصالية معينة، فنجد جمهور المسرح، جمهور المصارعات، جمهور السوق، جمهور دور العبادة...الخ.

عموما تميز الجمهور خلال هذه الفترة بـ:

جمهور واسع قد يمتد ليشمل سكان قرية او مدينة.

افراد معروفين بذواتهم ومحددين في الزمان والمكان.

كان يخضع لسلطة معينة (دينية، سياسية، إدارية...)، ومراكز ومراتب اجتماعية تحدد دور كل فرد داخله.

كان ذو طابع مؤسساتي¹

ب-مرحلة ما بعد ظهور وسائل الاعلام:

عرفت هذه المرحلة العديد من الفترات التي عرفت تطورات متلاحقة في مجال الاتصال الجماهيري ان كان على مستوى الوسائل أو الأشكال أو الممارسة، الأمر الذي انعكس بدوره على تطور وتغير مفهوم الجمهور وبنيته.

¹علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي: دراسة نقدية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995-2006، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007. ص66

تقسم هذه المرحلة إلى عدة محطات:

***مرحلة اختراع الطباعة:** توالى التطورات على مستوى وسائل الاعلام الحديثة بدءا من تطور الطباعة الآلية بحيث تعد هذه المرحلة أول وأهم مرحلة في التاريخ التطوري لوسائل الاعلام الحديثة، فاختراع المطبعة ذات الحروف المتحركة على يد غوتنبرغ سنة 1436 ساعد في تطوير عملية النشر، وتم اصدار النشريات والمطبوعات بما فيها الصحف التي تطورت لاحقا، وباتت المطبوعات توزع على نطاق واسع. هذا التطور افرز ما يعرف ب**جمهور القراء**. الذي كان في مرحلة ما مقتصر على الطبقة البرجوازية المتعلمة في المجتمع، كما انه افرز نوعا من التقسيم الاجتماعي على أساس الغنى والفقير (ارتقاع ثمن الصحف في تلك الفترة وعدم قدرة الجميع على اقتنائها)، التعلم والامية، الحضرة والبدو (عدم وصول الصحف الى المناطق النائية نظرا لعدم تطور وسائل النقل ومن ثم نقص التوزيع)

***مرحلة الافرازات الاجتماعية للثورة الصناعية:** أعطت هذه المرحلة دفعا قويا للطباعة بسبب انتشار الآلية في انتاج المطبوعات مما أدى الى زيادة عدد النسخ. الى جانب تطور التوزيع وتوسع نطاقه بسبب تطور البريد والمواصلات الشيء الذي ساهم في تطوير الصحافة التي اخذت شكلها الجماهيري، وظهرت الصحافة الشعبية الموجهة الى أفراد المجتمعات الجماهيرية، التي تكونت نتيجة الانتقال من الأرياف الى المدن الصناعية الكبرى بحثا عن فرص جديدة للعمل، وأدت الى تقوية جانب الفردانية وتدهور سلطة التقاليد¹

***مرحلة ظهور وسائل الاعلام الحديثة:** ساهم ظهور الإذاعة في عشرينيات القرن العشرين والتلفزيون في خمسينياته، في صياغة مفهوم الجمهور في شكله الحالي.

¹حسن عماد مكاري، ليلى حسين السيد، مرجع سبق ذكره، القاهرة، 1998

فقد باعد البث الإذاعي والتلفزيوني بين افراد الجمهور من جهة، وبينهم وبين القائم بالإعلام من جهة أخرى، ومنه بات الجمهور غير محدد في المكان¹

افترت هذه التطورات شكلين من الجمهور **جمهور المستمعين، وجمهور المشاهدين**، الذي لم تعد الامية والحواجز الطبيعية تحولات دون نعرضه للرسائل الإعلامية.

***مرحلة تبني النظام الديمقراطي:** ظهر مفهوم الديمقراطية بعد الحرب العالمية الثانية، وهو نظام سياسي يعتبر وسائل الاعلام وحرية الصحافة والحق في الاعلام أهم مظاهره. وانعكس تطبيق الأفكار الديمقراطية في أنظمة الحكم على مهام وسائل الاعلام ووظائفها، التي باتت تمارس الرقابة السياسية والاجتماعية. كما انعكس على وعي المجتمع بأهمية الاعلام ودوره في الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

ساهم هذا النظام في اطراء مفهوم الجمهور من خلال استحداث مفاهيم جديدين، يتعلق الأول ب**جمهور الناخبين**، وهم الأشخاص الذين يملكون الأهلية القانونية لممارسة فعل الانتخاب ومن ثم تمنح لهم سلطة تقرير مصير المترشحين السياسيين، بحيث يعتبر هؤلاء الناخبين جزءا من جمهور وسائل الاعلام الذين يعتمدون عليها في بناء خياراتهم الانتخابية، وهي الفئة الجماهيرية التي تهتم السياسيين ويسعون للوصول اليها عبر الاعلام.

أما المفهوم الثاني فهو **جمهور السوق** الذي يستهلك الخدمات والسلع ويملك الاستعدادات اللازمة التي تمكنه من ممارسة هذا الفعل، ويحدد سلوكه الاستهلاكي مصير المؤسسات الاقتصادية. التي تستعمل الإعلام من اجل الترويج لمنتجاتها وخدماتها.

¹ علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي: دراسة نقدية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995-2006، مرجع سبق ذكره ص 67

هذين المفهومين كانا دافعا قويا لتمويل الأبحاث الأولى حول جمهور وسائل الاعلام التي كانت تركز على المفهوم الكمي والتي كانت تحمل أهدافا تجارية بحتة.

***مرحلة التطورات التكنولوجية الجديدة:** ارتبطت هذه المرحلة بتوسع استخدام شبكة الانترنت على المستوى الجماهيري، الى جانب تطور الاتصالات اللاسلكية الفضائية. وتحول الحياة نحو الانتظام في شكل الكتروني.

عرفت هذه المرحلة افراز عدة مصطلحات مرتبطة بالتقنية، فظهر العالم الالكتروني أو العالم الرقمي e-world الذي ارتبطت به عدة استخدامات ونشاطات رقمية e-work، e-commerce، e-health، e-learning....

كما افرزت مفاهيم جديدة مرتبطة بالجمهور مثل مستخدم الانترنت، الجمهور الالكتروني e-Audience، جمهور الويب web audience الذي يتضمن نوعين: الجمهور على الخط online audience، وجمهور خارج الخط. offline audience.

كما أصبحنا نتحدث عن مفهوم ما بعد الجمهور Post-audience الذي لا يحده المكان والزمان ويتجاوز كافة الحدود الجغرافية والسياسية والثقافية والاجتماعية والأخلاقية للبلدان والشعوب والأمم، فهو قد يتواجد في كل مكان في نفس الوقت بصوته وصورته وكلماته، وهو المتلقي للرسائل الإعلامية وفي الوقت ذاته القائم بالاتصال. هذا الجمهور الذي يملك القدرة على التواجد الكلي في كل مكان وزكان يطلق

عليه تسمية¹ U-Audience (Ubiquitous Audience)

¹ على قسايسية، مرجع سبق ذكره، ص 69

المبحث الثاني: المحددات الأساسية في تعريف جمهور وسائل الإعلام:

لم يحظ مفهوم الجمهور، بإجماع الباحثين لكونه عبارة عن بناء اجتماعي، وموضع خلاف نظريات الإعلام والاتصال. فنظريتا القذيفة السحرية والنقدية مثالاً تصفان الجمهور بالسكون والسلبية، وأنه عرضة للتلاعب والتضليل، بينما تراه نظرية الاستخدامات والإشاعات نشيطاً، ويتسم بقدرته على تمييز ما ينفعه، وبكفاءته في انتقاء المواد الإعلامية التي تلبي رغباته وحاجته. بمعنى آخر، إن عملية البناء الاجتماعي لجمهور وسائل الإعلام التي قامت وتقوم بها نظريات الإعلام والاتصال قد أبرزت الجمهور في صور متعددة تعايشت مع بعضها، نذكر منها: صورة المُصدِّق، والمخدوع والمغفَّل، وصورة المُشكِّك والناقد والواعي، وبعضها اعتبرت الجمهور زبوناً وحتى سلعة، وبعضها رآه في صورة المواطن الملتزم بقضايا المجتمع.

يقصد بجمهور وسائل الإعلام ارتباط عدد من أفراد المجتمع بوسيلة إعلامية أو أكثر، فعادة ما يشترك أفراد هذا الجمهور في بعض السمات كالمستوى الثقافي و الجنس و السن و الاهتمام، و يمكن للفرد في المجتمع المعاصر أن يكون عضواً في أكثر من جمهور، كأن يكون عضواً في جمهور التلفزيون و عضواً في جمهور الإذاعة¹، فمعرفة بنية الجمهور عملية ضرورية لأنها تعطي معلومات هامة حوله من حيث عدده، وأيضاً معرفة خصائصه السوسيوديمغرافية (الجنس، السن، المستوى الاجتماعي ..) ، وهي ذات علاقة بالسلوك الاتصالي مع وسائل الإعلام، والتي تؤثر في أنماط استخدامها وتساهم في تفسير تكون جمهورها والمتمثلة في السمات العامة والسمات الاجتماعية والفردية²:

¹ نجيب بخوش، آليات التلقي الإعلامي لدى جمهور وسائل الإعلام، دراسة تجريبية على عينة من مشاهدي النشرات الإخبارية التلفزيونية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2014/2015، ص56

² نصيرة عقبي، جمهور التلفزيون ونظرية الاستخدامات والإشاعات "دراسة مسحية في الاستعمال والإشباع على عينة من الأسر في الجزائر العاصمة، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2007، ص46

1/ السمات العامة : وهي السمات أو الخصائص التي يشترك فيها جميع أفراد المجتمع مع اختلاف مستويات المشاركة، فيتكون منها فئات عديدة تصف التركيب السكاني لهذا المجتمع مثل السن ، الجنس ، التعليم ، المهنة ، الدخل ، الحالة العائلية.

وقد شهدت بحوث الإعلام اهتماما كبيرا بهذه السمات العامة في علاقتها بأنماط السلوك مع وسائل الإعلام ومحتواها، نتيجة لكون هذه السمات تساعد على تفسير التباين في استخدامها، وبالتالي معرفة أنواع الجمهور الذي يميل إلى وسيلة معينة و إلى محتوى معين، في أوقات مختلفة و في وضعيات اتصالية مختلفة، مما سمح أيضًا بتطور دراسات جمهور وسائل الإعلام عموماً والوسائل السمعية البصرية على وجه التحديد، من خلال الاعتماد على الأساليب الإحصائية في تقدير نسب الاستماع و المشاهدة مثلاً، عند جمهور الإذاعة والتلفزيون " L'audience de la radio et de la télévision"¹ ولأن السمات العامة لم تعد وحدها كافية لتفسير سلوك المتلقين واتجاهاتهم نحو وسائل الإعلام، فإن السمات الفردية والاجتماعية والتي يتباين الأفراد فيها، أصبحت مدخلاً لتفسير هذا السلوك و هذه الاتجاهات.

2/ السمات الاجتماعية والفردية: إن دراسة الجمهور في ضوء المنظور الاجتماعي والاختلافات الفردية يعتبر مطلباً أساسياً في تفسير السلوك الاتصالي تفسيراً علمياً يعتمد على الضوابط الاجتماعية والنفسية، التي تؤثر في حركة واتجاه السلوك الفردي؛ حيث تساعد تلك السمات على تفسير المراحل التي يمر بها الفرد في علاقته بالرسالة الإعلامية، اعتباراً من مرحلة التعرض حتى مرحلة الاستجابة، ولهذا اتجه الباحثون إلى دراسة عضوية الفرد في الجماعة، أي دراسة تأثير السياق الاجتماعي والنفسى الذي يعيش فيه على توجيه مستويات التفضيل والاهتمام لديه.

¹نجيب بخوش، مرجع سبق ذكره ص57

وبصفة عامة يوجد دوماً عند أفراد كل جمهور اختلافات في السن، والجنس، والمستوى التعليمي، وكذلك اختلافات في المصالح والاهتمامات ودرجة الإدراك، وفي الاستجابة للرسائل الإعلامية، وهي عوامل تتدخل في تشكيل السلوك بصفة عامة.¹

3/ الانتماء والتفاعل الاجتماعي: وقد ظهرت أهمية هذه السمة من خلال الملاحظة المستمرة للسياق الاجتماعي الذي يعمل خلاله كل عضو من أعضاء الجمهور المتلقي، فهو يختار محتوى الإعلام بتأثير خبراته كعضو في الجماعات الاجتماعية، وتفسير سلوكه الاتصالي في إطار السلوك الاجتماعي، هذا ما يؤكد ضرورة التركيز على الطبيعة الاجتماعية لهذا الجمهور، فهو عضو في شبكة من الجماعات الأولية والثانوية تؤثر على شكل واتجاه العلاقة الموجودة بين الفرد وعناصر العملية الإعلامية²

إن تفسير السلوك الذي يقدم عليه أفراد الجمهور الفعّال ينبغي أن يأخذ بعين الاعتبار أيضاً أن هناك الجمهور الذي فهم الرسالة واستجاب لها عن وعي وإدراك، وهناك الجمهور الذي تفاعل معها تحت التأثير المحدود في الزمن، غير أن الباحثين يعيرون على المفهوم العددي أنه يفتقد إلى النظرة المكتملة التي يمكنها أن تقدم تفسيراً شاملاً لواقع الجمهور، وتحليلاً واقعياً لجزئياته وكياناته، فهذا المفهوم يعتبر الجمهور مجرد هيئة للمتلقين؛ حيث يأخذ الكمية كغاية في ذاتها، في حين يتجاهل النوعية والتمايز بين أفراد الجمهور، وبالتالي فهو عاجز عن توقع الاستجابة المطلوبة³

هناك تقسيمات أخرى ترتبط بالبناء المعرفي و الاتجاهات التي يتبناها الفرد نحو علاقته بالغير والمجتمع، وكذلك علاقته بوسائل الإعلام، وبناء على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع، فإنه يمكن تقسيم الجمهور إلى فئاتالتالي:⁴

¹ نصيرة عقي، مرجع سبق ذكره، ص 47

² المرجع نفسه، ص 48

³ علي قساسبية، مرجع سبق ذكره، ص 71

⁴ محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 256

1/ أصحاب الاتجاه العلمي: وهم الذين يميلون إلى الحكم على الأشخاص والأشياء والمعاني وأوجه النشاط الإنساني في إطار القوانين والنظريات والعلاقات العلمية، ويتأثر سلوك الأفراد الاتصالي تجاه وسائل الإعلام بهذا المفهوم، فالفرد من أصحاب هذا الاتجاه يقبل أو يرفض بمعيار الموافقة أو القبول مع المعايير العلمية، وكذلك بقيمة ما يضيفه هذا العمل إلى المعرفة الإنسانية، ويتأثر هذا الاتجاه بمستوى التحصيل العلمي المنظم وسعة الاطلاع على العلوم والثقافات المختلفة.

2/ أصحاب الاتجاه المعنوي: وتتأثر أحكام الفرد المنتمي لهذه الفئة بالعائد المعنوي الذي يتمثل في التوافق والانسجام والإشباع الوجداني والعاطفي مثل الجمال والإبداع الإنساني الذي يكون مصدره الفن والأدب بفروعه المختلفة، والمعايير السائدة في هذا الاتجاه هي المعاني التي تدعم الحب والخير والسلام والأخوة والتعاطف ، وغيرها من المعاني والرموز الإيجابية العلاقات في إطارها المعنوي.

3/ أصحاب الاتجاه العملي: وهو عكس الاتجاه السابق تماما، فالفرد في هذه الفئة يصدر أحكامه في إطار المنفعة المباشرة، وكذلك بمفهوم الجزاء المباشر للسلوك الاتصالي مع وسائل الإعلام مثل الحصول على المعرفة المتخصصة التي تفيد الفرد في اتخاذ قراراته اليومية.

4/ أصحاب الاتجاه الاجتماعي: وهذا الاتجاه يرتبط بالأحكام التي تتوارثها الجماعات لنمط سائد من التقاليد والأعراف والعادات التي تحكم علاقة الفرد داخلها بأنواعها المختلفة.

كما أثبتت دراسات أخرى أن الأفراد يختلفون فيما بينهم اختلافا كبيرا وليسوا نمطاً واحداً متكرراً؛ بحيث يختلفون في نسبة الذكاء والإدراك، وفي مدى تأثرهم بالأمور العقلية أو الوجدانية أو الحسية، بالإضافة إلى الاختلاف البين في المستويات الثقافية والمهنية والتعليمية وغيرها؛ حيث يمكن تقسيمهم إلى:¹

¹نجيب بخوش، مرجع سبق ذكره، ص 58

1/جمهور عام: ويتكون من حشد غير متجانس، لا يوجد له تنظيم اجتماعي ولا قواعد محددة للسلوك، ويضم جميع قطاعات المجتمع، وهو يتسم بضخامة العدد، وتباين الأفراد في السمات والخصائص وغياب التواصل الاجتماعي بين أفرادهم منعزلون عن بعضهم.

2/جمهور خاص: وهذا التخصص قد يكون بناء على:

- أساس ديموغرافي: كالسن، الجنس، درجة التعليم، المهنة.
- أساس حضاري: وهي عوامل متصلة بالسلوك الإنساني ومحدداته كالصفات الشخصية والعادات والتقاليد.

- أساس ثقافي: بحيث يمكن تقسيمه بدوره على هذا الأساس إلى:

أ- جمهور يقرأ و يكتب، لكنه لا يميل إلى ذلك، فأفراده يعرضون أنفسهم إلى الصور، يشاهدون التلفزيون، ويستمعون إلى الراديو و يذهبون إلى السينما، و لكن هذا الجمهور يكون ولاؤه لوسائل الإعلام ذاتيا، فهو يبحث عن الترفيه والإثارة في تعرضه لها، فهو ليست لديه رغبة حقيقية في القراءة، لأنه يحاول استقبال الرسالة الإعلامية ببذل أقل جهد ممكن، فهو ليس صاحب اتجاه فكري، يميل إلى الإشباع الذاتي و الرضا الظرفي.

ب-جمهور مشارك نفعي وعملي من أصحاب الهوايات، يتعرض لوسائل الإعلام، ويرغب في الارتفاع بمستواه، لا يميل إلى التفكير بل يميل إلى الماديات.

ت-جمهور النخبة أو الصفوة وهم مفكرون ومبدعون يهتمون بالآراء ووجهات النظر، والأحداث الفنية والمفاهيم الجمالية ولا يهتمون بالماديات.¹

فإنّ المُشَاهِد للإعلامي التلفزيوني هو الآخر أنواع نذكرهم فيما يلي:

¹نجيب بخوش، مرجع سبق ذكره ص59

المُشَاهِدُ الضمّني: وهو ذلك الشخص الذي يستحضره منتج الرسالة التلفزيونية في عمله، ويكون مدرجا في الأعمال التلفزيونية القائمة على الخيال كالدراما الفلمية مثلا. وبعبارة أخرى، يُسقط المنتج في الرسالة التي ينتجها نوع المُشاهد الذي يتصوّره، أي يكتب لأشخاص يُفترضُ أنّه يعرف قدراتهم على الفهم والتأويل.

المشاهد المُشخّص: ويستهدف أكثر هذا النوع المشاهدين المرتبطين ببرامج الأخبار والإعلانات التلفزيونية. حيث ترتبط تسمية هذا المشاهد بمخاطب أو ممثل تلفزيوني، يفترض أنّه يقدم رسائل واضحة بدلالات مفهومة إلى المتلقي، حيث يقول (روبرت ألان) في هذا السياق:

" كثيرا ما يهيئ لنا التلفزيون مشاهدين مشخّصين على الشاشة، يفعلون ما لا يستطيع المشاهدون

الحقيقيون أن يفعلوه: يتفاعلون مع الشخصيات الأخرى، ويستجيبون بأسلوب مثالي، إلى مناقشات

المخاطب وطلباته واستعجاله إياهم"

خصائص البنية الظاهرية للجمهور:

يتضمن جمهور وسائل الإعلام في بنيته الظاهرية العديد من الخصائص التي تميزه عن الأشكال الأخرى، نوجزها في مايلي:

-**الحجم الواسع:** يتميز الجمهور بالحجم الكبير، حيث يضم فئات مختلفة من الصغار والكبار، من الذكور والإناث، في مختلف دول العام من قراء ومشاهدين ومستمعين ومستخدمين، مما يجعل من المستحيل عدّهم.

-**التشتت:** يتميز الجمهور بتواجده في أماكن متباعدة ومختلفة معا لاستخدام المتزايد لوسائط الاتصال الجديدة (الأنترنت بمختلف مواقعها وتطبيقاتها)، مما اكسب الجمهور بعدا كونيا جعله غير محدد في المكان، وأضفى عليه صفة التواجد الكلي في كل مكان وفي نفس الزمن.

-**عدم التجانس**: افراد الجمهور غير متجانسين الأمر الذي يجعلهم متميزين في احتياجاتهم وادراكهم للمضامين الإعلامية ومصالحهم واهتماماتهم المختلفة بوسائل الإعلان، وبالتالي يكونون مختلفين في سلوكهم الاتصالي.

-**عدم التعارف أو المجهولية**: كما يتميز افراد الجمهور بأنهم غير معروفين بذواتهم ومجهولين لدى بعضهم البعض من جهة، فمثلا متتبعي مسلسل تلفزيوني لا يعرفون بعضهم بذواتهم و لكن يعرفون أن هناك من يشاركونهم الاهتمام بنفس المضمون الإعلامي، ومن جهة اخرى غير معروفين بالنسبة للقائم بالاتصال، فمثلا معدوا البرامج الإعلامية لا يعرفون الجمهور الذي يتلقى رسائلهم بذواتهم، فقد يعرفون فقط احتياجاتهم.

-**غياب التنظيم الاجتماعي**: إن السمات السابقة الذكر تفقد الجمهور القدرة على التوحد و التضامن أو الدخول في تنظيمات اجتماعية بصفتهم أفراد في الجمهور.

-**وجود اجتماعي غير مستقر في الزمان والمكان**: مما يجعل من الصعب الإمساك بهذا الجمهور الديناميكي، وهو ما يصعب على القائم بالاتصال جذب اهتمامه.

و يضاف إلى هذه الخصائص خاصة أخرى تتمثل في أن الجمهور يمتلك قرار إنهاء الاتصال، إذ يستطيع تجنب الرسالة التي لا تتفق مع وجهات نظره أو لا يريد التعرض لها، فمثلا يمكن للفرد أن يلقي بالصحيفة جانبا، أو يغلق جهاز الراديو أو التلفزيون وهكذا.

الأبعاد النفسية والاجتماعية للتلقي الإعلامي:

تولي نظرية التلقي عناية بالغة لسياق التلقي والمتلقي، وذلك من خلال إنتاج معاني وتأويل النصوص انطلاقاً من خبرات المتلقي وتكوينه الشخصي. لان فعل التلقي يختلف من قارئ لأخر حسب تكوينه النظري والميول والرغبات وحسب قدرته الاجتماعية والثقافية التي يحملها، وكل هذا يشكل مخزوناً أو مرجعيته الخاصة به. وعليه يجب الأخذ بعين الاعتبار أسباب التعرض لوسائل الإعلام، وما هي الاستخدامات والأشباع التي تحققها هذه الوسائل، فقد حدد كاتز وجو ريفيتش وهاس " Katz et Joe Revitch et Hass" الحاجات والاستعمالات الاتصالية بمعرفية، وعاطفية وهروبية، والاندماج الشخصي والاجتماعي، ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً من مصادر معرفتهم بالواقع بهدف الحصول على المعلومات لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة، كما يحتاج الى التسلية والترفيه كهدف أيضاً في نفس الوقت.¹

وتمثل معرفة الفرد محوراً أساسياً في بناء مدخل معالجة المعلومات الذي شكل أساس فرضية الاستثارة المعرفية التي تسببها وسائل الإعلام، وذلك في تحديده الوقت وكيفية تخزين و استرجاع الفرد لمعلوماته الجديدة، إذ قد يتعرض الأفراد على اختلافهم لرسالة إعلامية واحدة، ولكن تبدو اختلافاتهم بشأن إدراكهم لمضمونها اعتماداً على سابق خبراتهم ومعرفتهم بالقضية موضع الكلام.²

ويتصف الجمهور المستقبل للرسالة بخصائص تؤثر في مدى استجابته للرسالة القادمة من المرسل، وتنقسم هذه الخصائص إلى قسمين:

خصائص ديموغرافية تتصل بالعمر والتعليم والمهنة والحالة الاجتماعية ومكان الإقامة.

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 233
² بخوش نجيب، مرجع سبق ذكره، ص 60

خصائص سيكولوجية (نفسية) واجتماعية.

حالات المستقبل أو المتلقي:

أكد المختصون أن هناك أربعة احتمالات نتوقعها من المستقبل للرسالة وهي:

- فهم الرسالة فهما كاملا، بمعنى مشاركة المستقبل للمرسل في الأفكار والإحساسات التي تنقلها.

- فهم الرسالة فهما غير كامل، كأن يفهم أجزاء منها دون الأخرى.

- فهم الرسالة فهما خاطئا بسبب تفسير المستقبل للرموز المستخدمة في ضوء خبراته غير مشابهة لخبرات المرسل.

- عدم فهم الرسالة نهائيا، بسبب استخدام المرسل لرموز غير مألوف للمستقبل، كأن يستخدم المرسل كلمات صعبة تفوق المستوى اللغوي للمستقبل.¹

أنماط التلقي

وفي هذا يرصد ستيوارت هول ثلاثة أنماط من تلقي الرسائل او فك التشفير (d codage/codage):

1- النمط المهيمن: يتعادل فيه فك التشفير الذي يقوم به المتلقي مع تشفير المرسل.

2- النمط المفاوض والمغير لجزء من الدلالات المستخلصة من الرسائل. يتقبل المتلقي تعريف الواقع

الذي تنقله الرسالة، لكنه يكيّفه محليا، ويحد من مراميه، وحتى يعترض جزئيا عليه.

¹ الشريف مرزوق/ نظرية التلقي وأطروحاته/ جامعة ام البواقي الجزائر/ مجلة النص/ م07/ العدد01/ السنة 2021 ص 211/192.

3- النمط المعارض: ويظهر المرجعيات الأجنبية للتشهير من اجل معارضته. ويحدث المتلقي في

هذه الحالة تعارضا بين الايديولوجيا التي ينخرط فيها والايديولوجيا التي ينتقد تضميناتها.¹

المبحث الثالث: السلوك الانتقائي لدى الجمهور

البرامج التلفزيونية أثناء عرضها تصطدم ببعض العقبات من طرف المتلقي والتي تتمثل في:

- الاهتمام الانتقائي (selective interest): حسب مفهوم اللفظين، فالمستقبلين للبرامج التلفزيونية لا يهتمون بكل شيء يوجه لهم، بل إنهم إذا حاولوا ذلك فإنهم سيعانون ثقلا زائدا، ولذلك فإنهم يختارون أو يحرصون اهتمامهم في جزء محدود من الخيارات، وذلك وفقا لما يتناسب مع اهتمامهم ومصالحهم* من جهة، ودافعية المتلقي للمعرفة من جهة ثانية

وبالتالي، فإن الاهتمام الانتقائي يتمثل في تركيز العقل حول موضوع أو معنى معين، وهو ذلك التركيز الذي يوليه المتلقي لموضوع أو برنامج ما ومن ثمة حصر المنبه على الاهتمام الذي يشغل بالنا.

- الإدراك الانتقائي (selective perception): أي تفسير وتأويل الخطاب الإعلامي بأساليب وإمكانات تختلف من فرد لآخر ومن جماعة لأخرى وهذا انطلاقا من الخصائص النفسية والاجتماعية والسلوكية التي تتحكم في ذاتية الفرد المتلقي في حد ذاته.

- التذكر الانتقائي (selective retention): إذن فصياغة الخطاب الإعلامي تحتوي على مثيرات تضمن استمرار انتباه المتلقي وتشوقه لمتابعته، لذلك نجد أنواعا معينة من الخطاب الإعلامي لأنواع

¹ ايريك ميغري، سوسولوجيا الاتصال والميديا/ ترجمة نصر الدين العياضي، ط1، مكتبة 392، المنامة، 2018. ص247

معينة من الجمهور، حيث في هذه المرحلة يتذكر الجمهور المتلقي الخطاب الإعلامي ومن ثم استرجاع الرسالة التي جذبت اهتمامه سواء كانت تخدم مصالحه أم لا؛ فالتذكر هو عملية إدراك المواقف السابقة واسترجاعها وما تشتمل عليه من خبرات وأحداث تكون قد مرّت¹.

- مبدأ السلوك الانتقائي (selective behavior): إذن فالسلوك في الحقيقة هو الحلقة الأخيرة في السلسلة الانتقائية، فأفراد الجمهور يتباينون في ردود أفعالهم وتصرفاتهم ومواقفهم تجاه الخطاب الإعلامي، وهذا نتيجة لعوامل تتحكم فيها شخصية ونفسية الفرد في حد ذاته من جهة (الفروق الفردية)، وسلوكيات الجماعة والأطر المرجعية من جهة ثانية (الثقافات الفرعية والعلاقات الاجتماعية).

وانطلاقاً من هذه العوامل الأساسية والتي تتحكم في المشاهدة التلفزيونية، نستطيع القول أن المشاهدة التلفزيونية هي ذلك التعرض أو الاستهلاك التلفزيوني - المدة الزمنية - الذي يخصصه المتلقي لمتابعة وتلقي مختلف البرامج، وذلك انطلاقاً من اختياراته، وفقاً لما يخدم اتجاهاته وتلبية وإشباع حاجياته ورغباته.

¹محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص 147.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية في الفضائيات التلفزيونية

المبحث الأول: البرامج التلفزيونية الاجتماعية

المبحث الثاني: البث الفضائي العربي

المبحث الثالث: الفضائيات التلفزيونية الجزائرية

مقدمة

يعتبر التطور التكنولوجي في وسائل الاعلام والاتصال وخاصة البث الفضائي التلفزيوني العامل الاساسي في تنوع المحتوى، لذا اصبح القائم بالاتصال يسعى للوصول الى كل الفئات وشرائح المجتمع فتنوعت الفضائيات والبرامج التلفزيونية وأصبحنا نتحدث عن القنوات الإخبارية، الموضوعاتية والمتخصصة...

تحظى البرامج الاجتماعية بمساحة كبيرة في برمجة الفضائيات التلفزيونية باعتبارها تعمل على مخاطبة المجتمع وتمثل واقعه ومصدره في بناء الحقائق الاجتماعية، وفي هذا الفصل سنتطرق لماهية هذه البرامج الاجتماعية، وكذا مفهوم القنوات التلفزيونية، أهميتها، وأهمية البث الفضائي العربي والجزائري.

المبحث الأول: البرامج التلفزيونية الاجتماعية

1/ مفهوم البرامج الاجتماعية:

هي إحدى أنواع البرامج التلفزيونية الهادفة إلى تطوير الأفراد والجماعات، وهذا من خلال تقديم خدمات صحية تعليمية، تثقيفية... وغيرها، وتختلف البرامج الاجتماعية عن بعضها البعض من حيث الأهداف والحجم، ودرجة التنظيم والمدة الزمنية المحددة للتنفيذ.

هذا النوع من البرامج التلفزيونية يعنى بمعالجة القضايا والمشكلات النفسية والاجتماعية وتتناول في مضامينها ومحاورها عوامل التغيير سلبا أو إيجابا في البناء الاجتماعي وعوامل تماسك المجتمع، وتعالج الكثير من المشكلات الاجتماعية والنفسية التي يعيشها الفرد والأسرة في المجتمع ومناقشتها، ويعد هذا النوع من البرامج الأكثر تعددا إذ يشمل إضافة إلى برامج الأسرة والبرامج الاجتماعية، البرامج الفئوية الموجهة للشباب أو الأطفال أو المرأة وغيرها من البرامج المتعلقة بالأمور الصحية .

ومضمون هذه النوعية من البرامج التلفزيونية، يعتمد على الموضوع والفئة الموجه لها حسب الفروقات الفردية للجمهور المتلقي وسماته وخصائصه، إلا أن هذه البرامج في غالب الأحيان تقوم على مبدأ المشاركة الجماهيرية في إنتاجه من خلال المقابلات الميدانية التي يقوم بها البرنامج، ومن خلال الاتصالات الهاتفية أو الأقمار الصناعية ... الخ، لأن مضمون البرنامج الاجتماعي يكون محوره الأساسي الجمهور نفسه بواقعه ومشاكله وآرائه ووجهات نظره.¹

¹ عامر امال، اتجاهات الشباب الجزائري نحو البرامج التلفزيونية الاجتماعية وعلاقتها بالقيم الانسانية، دراسة استطلاعية على عينة من مشاهدي برنامج احكي حكايتهك بولاية غليزان، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس، المجلد 10، العدد 2، 2023، ص 242-

مفهوم البرامج الإجتماعية تعرف بأنها البرامج التي تتناول القضايا والمشكلات والأمور الاجتماعية التي تهتم المجتمع بصفة عامة لمناقشتها ووضع الحلول المناسبة لها، عن طريق عرض قضية أو مشكلة أو ظاهرة اجتماعية أو موضوع اجتماعي في صورة مرئية فنية، تقوم على الإفادة من إمكانيات الفن الإذاعي في إنماء الجانب الاجتماعي وتطويره والبحث عن أسباب المشكلات الاجتماعية لتفاديها أو المساهمة في التقليل منها، والبرامج الاجتماعية تتضمن حياة الناس اليومية والكثير من القضايا والمشكلات الاجتماعية التي تهتم شرائح واسعة من الجمهور وتشارك المشاهدين بأهم واجدد الاحداث الاجتماعية التي يعيشها المجتمع، وهي كثيرة ومتشعبة؛ فكم من قضايا اجتماعية تحتاج إلى معالجة توضح المفاهيم وتصحح المعتقدات الراسخة الخاطئة وتؤكد الصحيح منها¹.

يعد هذا النوع من البرامج الأكثر تعددا إذ يشمل إضافة إلى برامج الأسرة والبرامج التي تعالج المشاكل الاجتماعية البرامج الفئوية الموجهة للشباب أو الأطفال أو المرأة وغيرها من البرامج المتعلقة بالأسرة كالبرامج الصحية. إن مضمون البرامج الاجتماعية يعتمد على الموضوع والفئة الموجه لها، فالبرامج الموجهة للأطفال سيختلف في مضمونه وفقراته على ذلك الذي نعهده للشباب من حيث المفردات المستخدمة في الصياغة وعبارات المخاطبة وتوعية المادة التي يضمنها البرنامج، لكن البرامج الاجتماعية بمجملها تتصف بقربها من الجمهور المستهدف وتتناول المواضيع القريبة من الناس بما يتعلق بأموالهم الحياتية اليومية ومشاكلهم وطموحاتهم وأدائهم واجتهاداتهم. ويقوم البرنامج الاجتماعي في الغالب على مبدأ المشاركة الجماهيرية في إنتاجية من خلال المقابلات الميدانية التي يقوم بها مقدم البرنامج، ومن خلال الاتصالات الهاتفية أو الأقمار الصناعية أو الاتصالات من خلال الرسائل التي تصل إلى برنامج

¹ سلمى عبد الحميد، عبد المقصود عوده، البرامج الاجتماعية في التلفزيون ودورها في زيادة الوعي لدى المرأة، مجلة بحوث الشرق الاوسط، العدد99، 2024، https://mercjournals.ekb.eg/article_255091_3f5b9769589ddf8b6373095ee5ae749d.pdf

ما، وبقدر ما يعمل المعد على تخصيص فقرات من النجاح ذلك لأن مضمون البرنامج الاجتماعي يكون محوره الأساسي الجمهور نفسه بواقعه ومشاكله وآرائه ووجهات نظره.¹

1-1 أهمية البرامج الاجتماعية: تكمن أهمية البرنامج الاجتماعي فيما يلي:

- إعطاء طرق مثلي لحل المشاكل في الوسط المجتمعي.
- توعية الفرد بما يدور حوله .
- إبراز مكانة الفرد في المجتمع.
- خلق الوعي لدى الفرد.
- كسر الطابوهات المتواجدة في المجتمع.²

2-1 أهداف البرامج الاجتماعية:

- التعبير المباشر عن الناس من خلال مشاركتهم في طرح مشاكلهم وقضاياهم واهتمامهم وطموحاتهم.
- المبادرة بعرض القضايا المجتمعية وأفكار جديدة على الرأي العام وإثرائهم بعرض وجهات النظر المختلفة في شأنها.
- متابعة وتغطية الأحداث الجارية في سياق خبري.
- إتاحة الفرصة لمختلف فئات المجتمع في التفاعل مع الأحداث والقضايا العامة والمبادرات المطروحة.

¹ إبراهيم عزيز: تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2012، ص 197
² الكسندر بورتسيكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة اديب خصور، المكتبة الاعلامية، دمشق، 1990، ص 31

- منح فرصة أكبر للتعبير عن الشباب وتفاعلهم مع قضاياهم واهتماماتهم.
- التنوع بما يتيح الوصول إلى التعبير عن أكبر شريحة من المشاهدين.¹

3-1 أنواع البرامج الاجتماعية التلفزيونية:

1/ البرامج الحوارية:

تعود بدايات برامج الحوار إلى الظهور الأول للتلفزيون كوسيلة اتصال جماهيري في منتصف القرن الماضي. ورغم أن التلفزيون قد استعار هذا النوع من الإذاعة ، إلا أنه وبموجب الخصائص التي يتميز بها كوسيلة أفضى عليها بعداً اتصالياً جديداً ليتفاعل معها جمهور كبير من المشاهدين.

تلعب عوامل عديدة مثل أسلوب العرض والتقديم أو الإثارة، وكذلك القضايا والجمهور المستهدف دوراً مهماً في تحديد نوع هذه البرامج ومضمونها. وإذا جاز لنا أن نصنف هذه البرامج نستطيع أن نضعها تحت ثلاثة أنواع².

1-1 برامج الحوار المتخصصة : والتخصص هنا ينصرف إلى نوعين من حيث القضايا وطبيعة المواضيع

التي يتناولها البرنامج، مثل الطبخ، الرياضة والتسلية وبرامج التي تتناول قضايا المجتمع، أو من حيث الجمهور الذي تستهدفه وتحاول أن تستقطبه هذه البرامج، مثل البرامج المخصصة للمرأة أو الرجال أو

الشباب . . . الخ

1-2 البرامج المنوعة: وهي برامج تقدم مضمونا متنوعا لا يقتصر على مجال واحد، فهي تناقش القضايا

السياسية والاجتماعية بالإضافة إلى التسلية والأمور والمواضيع الغريبة والطريفة

¹فايزه طه عبد الحميد، البرامج الحوارية للقنوات الفضائية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية، المكتب العربي للمعارف، مصر، 2013 ص41

² جابر، جاسم محمد الشيخ، البعد الاتصالي لبرامج الحوار في التلفزيون: مقارنة نظرية، مجلة الإذاعات العربية، ع3، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2008، ص20-15 <http://demo.mandumah.com/Record/340849>

4-1 برامج الإثارة : Taploid وهذا النوع من برامج الحوار تنسب بداياته إلى الإعلامي الأمريكي

Donahue Phil ويطلق عليها أحيانا البرامج المسخ Freak أو برامج القمامة Trash TV وهي برامج تعتمد الإثارة والتحريض وتناقش مواضيع وقضايا مثيرة للجدل أو ذات طابع عاطفي وتستضيف أناسا يدلون باعترافات مثيرة. ورغم أن هذا النوع من البرامج قد سجل حضوراً بارزاً واستقطب جمهوراً كبيراً وحقت حلقاتها إيرادات إعلانية هائلة، إلا أن السنوات الأخيرة سجلت تراجعاً حاداً في نسب ومعدلات المشاهدة، والعديد من عقود هذا البرامج قد ألغيت أو تم الاستغناء عنها ... والسبب يعود إلى عاملين ؟ الأول، أنها قد استنفدت مواضيعها وباتت تكرر ذات القضايا، مما ولد الملل لدى المشاهدين وعزوفهم عن متابعتها . الثاني يعود إلى ظهور وتزايد النوع الجديد من برامج التلفزيون والذي يعرف بتلفزيون الواقع Reality TV الذي بات ينافس برامج الحوار ويستقطب نسبة غير قليلة من مشاهديها.

2/ برامج اجتماعية تعتمد على محاولة محاكاة الواقع من خلال مشاهد تمثيلية وإعادة تجسيد

الأحداث وهي تخضع لنفس عناصر القصة الخبرية وتستعمل بكثرة في المواضيع التي تتناول الجريمة بكل أنواعها.¹

4-1 الأسس الإعلامية للبرامج الاجتماعية:

لتقديم إعلام واعي كامل وهادف، يجب أن يكون هناك أسس منهجية تقوم عليها البرامج الاجتماعية نذكر منها:

- الأسس الاجتماعية والثقافية.

¹ جابر، جاسم محمد الشيخ، مرجع سبق ذكره.

• الأسس الأخلاقية

أ/ الأسس الإعلامية الاجتماعية الثقافية:

يقصد بالأسس الإعلامية الاجتماعية والثقافية مراعاة هوية المجتمع، وما يحكمه من ثقافات وعادات وتقاليد مع كافة شرائحه الاجتماعية وللإعلام الحق في انتقاد هذه العادات والتقاليد، وتنقية المجتمع من مساوئها أو ترشيدها وتصويبها نحو الارتقاء بالسلوكيات التي تخدم المعاملات الإنسانية، وهذا هو دور الإعلام المستنير الذي يعمل على دعم الأفكار والمفاهيم مشاركة منه في تنمية المجتمع وتطوره¹.

فوسائل الإعلام والاتصال تلعب دورا كبيرا في المحافظة على أصالة المجتمع وثقافته وأخلاقياته، لذا وجب على هذه المؤسسات وعلى الإعلاميين المشتغلين بها، حتى يقوموا بعملهم على أتم وجه الالتزام بمجموعة من الآداب، الضوابط المبادئ، وقواعد السلوك المهني والتي يُطلق عليها أخلاقيات العمل الإعلامي، وتضمن هذه الأخلاقيات حقوق الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام المختلفة وأهمها حق الوصول إلى المعلومات، كما تضمن حق الجمهور في الحصول على معلومة صحيحة وذات مصداقية، وتنظم كذلك هذه الأخلاقيات علاقة الإعلامي بمؤسسته ودوره في المجتمع الذي ينتمي إليه من خلال إلزامه بالمسؤولية الاجتماعية أثناء أدائه لعمله².

ب/ الأسس الإعلامية الأخلاقية:

تعتبر الأسس الإعلامية الأخلاقية خارطة طريق للعمل الإعلامي بصفة عامة والبرامج الاجتماعية بصفة خاصة لأنها تخاطب جميع شرائح المجتمع، لذا وجب على القائمين على هذه البرامج السير وفقا للقواعد وسلوك مواثيق الشرف وقوانين المهنة، والتي تكون الأساس في تاطير المهنة.

¹سلمى عبد الحميد عبد المقصود عوده، البرامج الاجتماعية في التلفزيون ودورها في زيادة الوعي لدى المرأة، مجلة بحوث الشرق الأوسط، العدد 29، مركز بحوث الشرق الأوسط، 2024

²بدر الدين بلمولاي، الأخلاق الإعلامية وكيفية تعزيزها، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، م13، ع2، جامعة قاصدي مرباح،

2021

وتمثل مسؤولية القائمين على البرامج الاجتماعية بشكل عام التوجه الأخلاقي في مجمل نشاطها نحو المبادئ التي ترشد وتوجه العمل الصحفي وقوانين الإعلام وتشريعاته، و التي تحدد ما يمكن القيام به في وضع معين¹.

كما يجب على القائم على البرامج الاجتماعية الالتزام بمجموعة القواعد المسيرة لمهنة الصحافة ومختلف المبادئ التي يجب ان يلتزم بها الصحفي أثناء أدائه لمهامه² وعليه كذلك التحلي بالصفات السلوكية الحسنة المطلوب تحلية النفس بها في مجال العمل المهني المشروع بعد تخليها عن الصفات السلوكية السيئة³

المبحث الثاني: البث الفضائي العربي

يعتبر البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية أكبر نجاح حققه التقدم العلمي والتكنولوجي في مجال تطوير وسائل الاتصال الجماهيري، وقد ساعد هذا التطور على ظهور عشرات القنوات التلفزيونية الفضائية، فلا يكاد يمر يوم إلا ونشهد فيه ميلاد قنوات فضائية جديدة، أو إعلان عن الشروع في البث عبر الأقمار الصناعية، وتحديد كيفية التقاط البث لهذه القنوات ومشاهدة برامجها.

تعرف القنوات الفضائية بأنها " لكل محطة إذاعية أو تلفزيونية قناة معينة تبث عبرها إرسالها وهي بمثابة الطريق الذي تسلكه الإشارة الإذاعية أو التلفزيونية من محطة الإرسال إلى أجهزة الاستقبال"

كما عرفت بأنها " قيام الأقمار الصناعية بالتقاط البث التلفزيوني في بلد من البلدان، وبثه مباشرة إلى أماكن أخرى تبعد عن مكان البث الأصلي مسافات بعيدة، تحول دون التقاط البث دون وسيط".

¹ بسام عبد الرحمان المشاقبة، اخلاقيات العمل الاعلامي، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن، 2012، ص119

² محمود عزت اللحام وآخرون، اخلاقيات المهنة الاعلامية، دار الاعصار العلمي، الاردن، 2015، ص30

³ سيف الدين حسن العوض، دراسات إعلامية معاصرة، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن، 2016، ص194

هي جميع القنوات الفضائية التي تستقبل من الفضاء الخارجي عبر الأطباق أو الشبكة العنكبوتية أو الجوال أو وسائل الاتصال الأخرى، وتبث بطريقة رسمية أو غير رسمية مفسوحة أو ممنوعة مشفرة أو غير مشفرة. ويقصد كذلك بالقنوات الفضائية المحطات التلفزيونية التي تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية والتي يتم استقبالها بواسطة هوائيات مقعرة.¹

تصنيفات القنوات الفضائية

مند أن ظهر التلفزيون في الوطن العربي في النصف الأخير من القرن الماضي وملكيته قاصرة على الحكومة لكن مع إطلاق العديد من الأقمار الصناعية في المنطقة العربية ورواج الخصخصة تحررت القنوات الفضائية من سيطرة الحكومة وأتاحت للأفراد والهيئات الغير الحكومية تأسيس وإنشاء القنوات الفضائية التي أصبحت تمثل تحدي كبيرا للقنوات الرسمية أرضية كانت أو فضائية إذ يمكن تصنيفها على النحو التالي:

1/ من حيث الملكية: قنوات حكومية ، قنوات خاصة

1-1 قنوات حكومية: وهي القناة التي تعود ملكيتها إلى الحكومة ويأتي أغلب تمويل هذه القنوات من ميزانية الدولة المالكة للقناة بغض النظر عن التمويل الذاتي وعن رسوم الاستهلاك على الأجهزة فالقناة العمومية هي القناة الحكومية.

1-2 قنوات خاصة: يقابل القناة العمومية من حيث الملكية والتمويل القناة الخاصة وهي القناة التي يأتي رأسمالها كليا أو في معظمة من القطاع الخاص وتكون ملكيتها لرأس المال الغالب، وقد يستعمل البعض كلمة حرة أو مستقلة في هذا المعنى.²

لكن نرى في استخدام هذين الكلمتين تجاوزا لمفهومي الحرية والاستقلالية التي تبقى نسبية في معظم الأحيان، ذلك أن مساهمة الحكومات في رأس مال هذه القنوات بشكل أو بآخر لا يكاد يغيب عن

¹ سعيد مراح، محمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، العدد 39، 2017
² المنصف العياري، محمد عبد الكافي، القنوات العربية المتخصصة، اتحاد إذاعات الدول العربية، 2006، تونس، ص 11

جل هذه القنوات ولكن كان الغموض يسود خارطة تمويل كل القنوات الخاصة كما أنه يكفي أن يتابع خطاب هذه القناة أو تلك حتى نلمس انتماؤها ولون الخطاب الذي تسعى لترويجه¹

2/ من حيث البرامج

2-1 قناة عامة: ويطلق عليها أيضا بالقنوات جامعة أو شمولية، عندما ظهرت القنوات التلفزيونية في القطاعين العمومي والخاص كانت كلها قنوات شمولية والقناة الجامعة أو الشمولية هي القناة التي تبث برامج تجمع بين أكثر من مجال اهتمام وتشتمل برمجتها على مواد مختلفة الأغراض والأهداف من إعلام وتثقيف وترفيه.

2-2 قناة متخصصة: وهي التي تخلت عن شمولية المضمون والقصد لتختص في مجال برامجي منفرد أو لتتوجه إلى جمهور محدد، إن القناة المتخصصة هي التي تركز اهتمامها على فرع واحد من فروع التخصصات التي يهتم بها نوع الجمهور، ويمكن تصنيف القنوات المتخصصة إما حسب البرنامج أو الجمهور المستهدف.

3/ حسب البرنامج :

3-1 القنوات الترفيهية: وهي القنوات التي تبث المادة الموسيقية والمسلسلات الدرامية والأشرطة السينمائية.

3-2 القنوات التثقيفية: وهي القنوات التي تبث برامج ثقافية أو وثائقية.

3-3 القنوات الإخبارية: وهي القنوات المتخصصة في مجال الأخبار والحوارات.

3-4 قنوات الخدمات: تقدم إعلانات وتقوم بدور وسيط بين المشاهد والمعلن في المجالات العقارية مثلا

أو في مجال التسويق التلفزيوني بالإضافة إلى قنوات الرياضية والاقتصادية، الصيد... إلخ²

¹سعيد مراح، محمد قارش، مرجع سبق ذكره.

²المنصف العياري، محمد عبد الكافي، مرجع سبق ذكره، ص11

- أهمية البث الفضائي العربي:

تتمثل أهمية الفضائيات التلفزيونية العربية، في كونها أعطت للجمهور العربي الفرصة لمتابعة الأحداث والوقائع في مختلف المناطق بشكل مباشر، رغم بعد المسافات وهو ما ساهم بشكل كبير في زيادة الرصيد المعرفي للجمهور العربي، حول مختلف القضايا في العالم، وأصبح هذا الجمهور بفضل هذه القنوات يتفاعل مع مختلف الأحداث، كالتي تحدث في فلسطين مثلا، كما حققت هذه الفضائيات اشباعا متعدد للجمهور العربي، متعلقة بالترفيه، ورفعت من مستوى الوعي الصحي لديه. كما أصبحت الفضائيات العربية اليوم، جزءا مهما في المشهد السياسي العربي، كما أنها تمثل مصدرا أساسيا لتشكيل اتجاهات الجماهير العربية نحو مختلف القضايا، وهو ما يمثل نهاية احتكار القنوات التلفزيونية الرسمية للساحة الإعلامية العربية.

وبالرغم مما قدمته هذه الفضائيات للجمهور العربي، تبقى هناك حاجة ضرورية لأن تلعب دورا إضافيا في تنمية المعارف التنموية والتقنية للجماهير، كما يجب عليها الرد على كل أشكال المساس بالثقافة العربية والإسلامية، وتعبئة الجماهير العربية لخدمة قضايا معينة¹.

المبحث الثالث: الفضائيات التلفزيونية الجزائرية

البث الفضائي في الجزائر:

الجزائر دخلت ميدان البث التلفزيوني الفضائي المباشر رسميا منذ منتصف الثمانيات وذلك من جراء إطلاق فرنسا لقمريها الصناعي الأول TDF1 الخاص بالبث المباشر في أكتوبر عام 1985، وقد كانت عملية استقبال البث الفضائي بالجزائر في البداية وقفا على الأماكن العمومية مثل دور السينما وقاعات

¹ خرفي يوسف، تلقي النخبة الجزائرية لمضامين قناة الجزيرة الإخبارية والاشباعات المحققة لديهم-دراسة مسحية على عينة من الأساتذة الجامعيين- أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص إذاعة وتلفزيون، 2021/2022 ص 82

الحفلات، وقد كان رياض الفتح بالجزائر العاصمة السباق لهذا النوع من الاتصال التلفزيوني، حيث جهز بهوائي كبير مكنه من التقاط أربع قنوات تلفزيونية وهي راى الايطالية، ميوزيك بوكس TV5 MUSIC BOX الفرنسية، وقناة أوروبا Europa système numérique وبعد إدخال النظام الرقمي ، الذي أتاح للمشاهد فرصة الاختيار الواسع للبرامج التلفزيونية ضمن الباقات المتنوعة، وهكذا اصبح المواطن الجزائري بإمكانه التقاط مئات القنوات الفضائية العالية بدون رقابة او وسيط.

ومع بداية التسعينات تم انشاء قناة Canal Algerie التي كانت اداة تواصل مع الجالية الجزائرية في الخارج وقد كان ذلك في اكتوبر 1994، بدأت القناة ببث نشرة اخبار واحدة على الساعة السابعة مساء، وما هي الا سنوات قليلة لتعرف الجزائر ميلاد القناة التلفزيونية الثالثة عبر القمر الصناعي عرب سات وهو مشروع يعود الى نوفمبر 1998، تم تنفيذه في ديسمبر 1999 لتعرف القناة ميلادها الفعلي في 2002/07/05، وكذا القناة الامازيغية وقناة القران الكريم هذه الأخيرة تأسست عام 2009 وفي السنوات الموالية عرفت الجزائر ميلاد العديد من القنوات الفضائية الخاصة والعمومية نذكر منها بعض الفضائيات.¹

النهار تي في: قناة تابعة لصحيفة النهار الجديد، يديرها أنيس رحماني، انطلقت القناة ببيتها التجريبي في السادس من مارس 2012، واتخذت مقرها الرئيسي في العاصمة الأردنية عمان، وتهتم بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر، وهي صورة مصغرة لمضامين ومحتوى الجريدة، التي تتبنى خطاب السلطة بشكل كامل في برامجها.

الشروق تي في: وهي أيضا امتداد للجريدة الورقية "الشروق" وتبث بدورها من الأردن، في حين أن مقرها الرئيسي موجود في الجزائر، انطلق بثها التجريبي في عيد الثورة 1 نوفمبر 2011

¹سعيد مراح، مجد قارش، مرجع سبق ذكره

البلاد TV: هي قناة إخبارية جزائرية شرعت في البث رسميا في 19 مارس 2014، اشتهرت بالبرامج الحوارية والتحقيقات الحصرية وبرامج رياضية وثقافية واجتماعية وترفيهية عديدة، كما تقدم نشرات إخبارية على رأس كل ساعة، مقرها شارع 52 ديدوش مراد بالعاصمة¹.

¹ سعيد مزاح، محمد قارش، المرجع نفسه

الإطار التطبيقي

للدراسة

الفصل الأول: عرض وتحليل جداول الدراسة

المبحث الأول: عرض وتحليل جداول المجموعة الضابطة

المبحث الثاني: عرض وتحليل جداول المجموعة التجريبية

المبحث الأول: عرض وتحليل جداول المجموعة الضابطة

1/ عرض وتحليل جداول المحور الأول: الانتباه للمواضيع الاجتماعية التي تم عرضها على الطلبة

1/ البيانات الخاصة بالمبحوثين:

يمثل الجدول رقم(6) توزيع أفراد العينة الضابطة حسب متغير الجنس.

الجنس		
النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
40.0	8	ذكر
60.0	12	أنثى
100.0	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن توزيع العينة حسب متغير الجنس جاء بنسبة 60% إناث أي 12 مفردة من مجموع 20 وبنسبة 40% ذكور أي 8 مفردات، ويعود سبب توزيع العينة بهذا الشكل إلى طبيعة الدراسة التجريبية التي تقتضي أخلاقياتها أن يقبل المبحوثين التطوع في الدراسة ليكون العدد بالشكل الممثل في الجدول برغبة وتطوع المبحوثين.

الشكل رقم 1 يمثل توزيع افراد العينة الضابطة حسب متغير الجنس



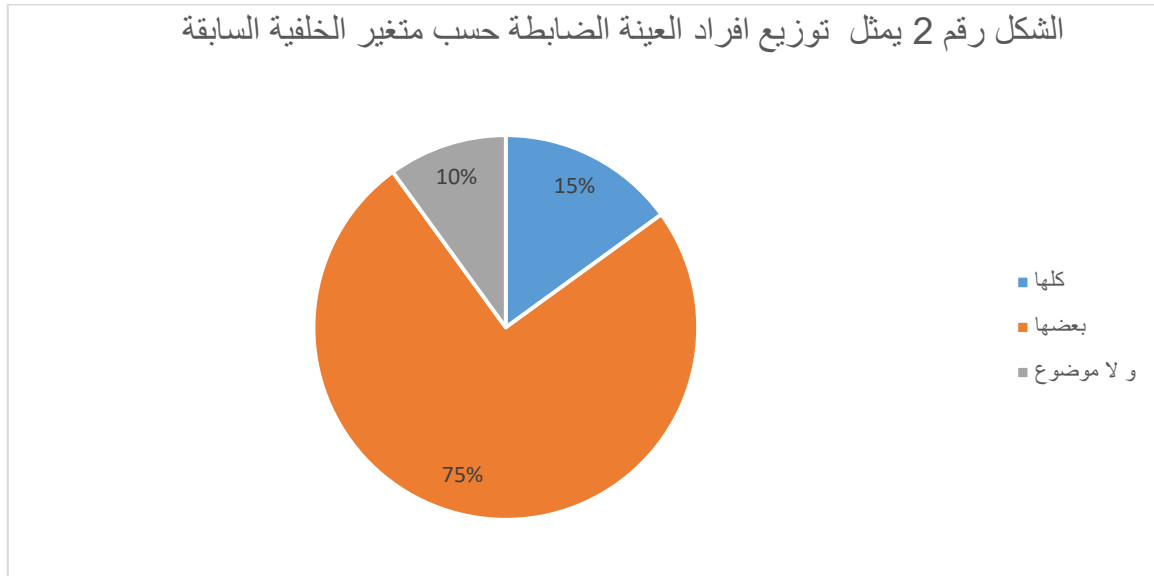
البيانات الخاصة بالمحتوى المشاهد:

يمثل الجدول رقم(7) توزيع أفراد العينة الضابطة حسب متغير الخلفية السابقة.

الخلفية السابقة				
الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
كلها	3	15.0	1.95	0.510
بعضها	15	75.0		
ولاموضوع	2	10.0		
المجموع	20	100.0		

من خلال الجدول الموضح أعلاه الخاص بمدى امتلاك أفراد العينة الضابطة للخلفية السابقة حول الحصص المعروضة فقد تبين أن نسبة 75% أي 15 مفردة تملك خلفية سابقة حول الحصص في حين 15% أي 3 مفردات من أصل 20 يملكون خلفية سابقة حول كل المواضيع أما 10% المتبقية أي مفردتين فقط ليست لديهم أي خلفية سابقة حول المحتوى الذي شاهده، لنقول أن الرأي السائد يقع في إجابة بعضها حيث بلغ المتوسط الحسابي 1.95

الشكل رقم 2 يمثل توزيع افراد العينة الضابطة حسب متغير الخلفية السابقة

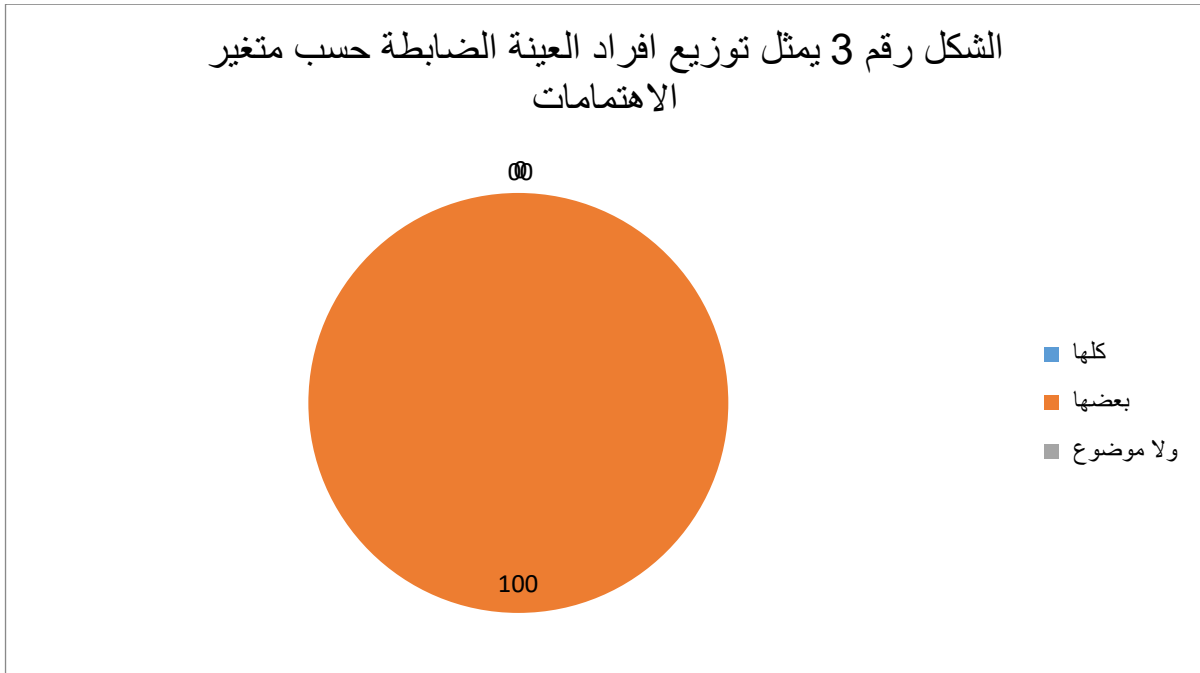


يمثل الجدول رقم (8) توزيع أفراد العينة الضابطة حسب متغير الاهتمامات.

الاهتمامات		
النسبة المئوية	التكرارات	الإجابة
0	0	كلها
100.0	20	بعضها
0	0	ولا موضوع
100.0	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه الخاص باهتمامات المبحوثين بالمحتوى الذي شاهدوه أن كل أفراد العينة الضابطة يولون اهتماما لبعض المواضيع فقط دون الأخرى وهذا بنسبة 100% وقد يكون هذا راجع للدوافع التي تختلف من فرد لآخر، مستوى الانتباه والفروقات الفردية والتجارب والخبرات السابقة.

الشكل رقم 3 يمثل توزيع افراد العينة الضابطة حسب متغير الاهتمامات

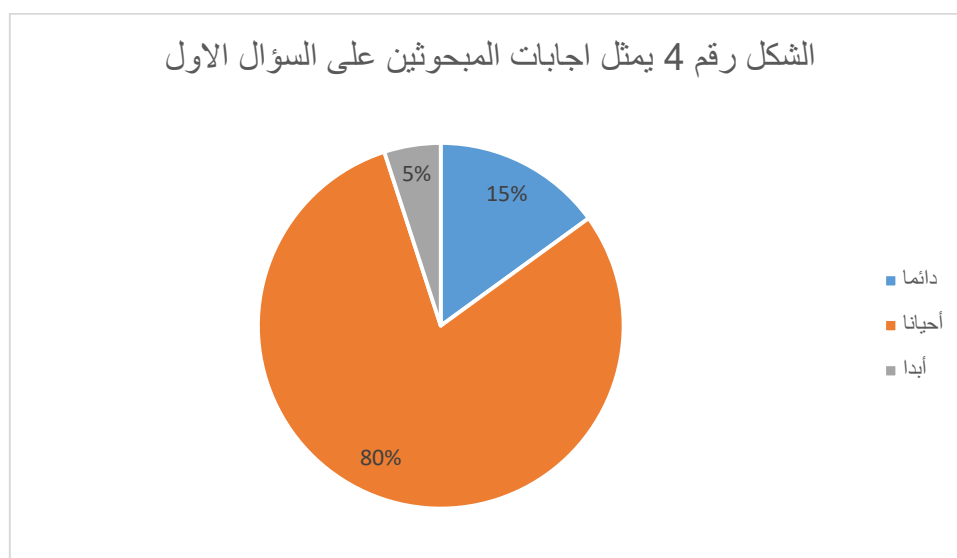


عرض وتحليل نتائج المحور الأول: الانتباه للمواضيع الاجتماعية التي تم عرضها على الطلبة

يمثل الجدول رقم (9) توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال مشاهدة البرامج الاجتماعية.

أنت من مشاهدي البرامج الاجتماعية التي تعرض على التلفزيون الجزائري العمومي والخاص				
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	الإجابة
0.447	1.90	15.0	3	دائما
		80.0	16	أحيانا
		5.0	1	أبدا
		100.0	20	المجموع

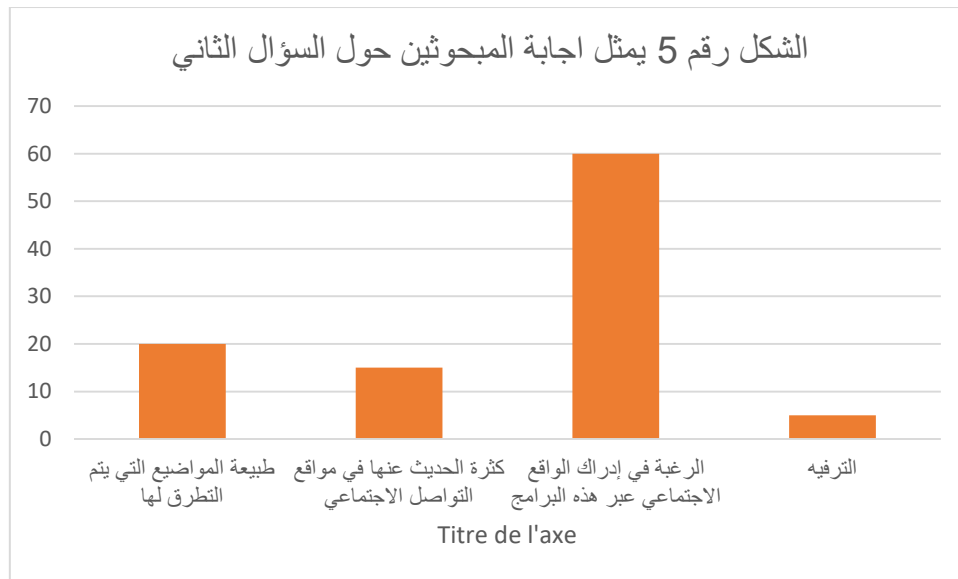
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن غالبية أفراد العينة يشاهدون البرامج الاجتماعية التي تعرض على التلفزيون الجزائري في بعض الأحيان فقط وذلك بنسبة 80% أي 16 مفردة من أصل 20 وهو الرأي السائد بمتوسط حسابي بلغ 1.90، في حين نسبة 15% أي 3 مفردات فقط تشاهد هذه البرامج بشكل دائم في حين إجابة عدم مشاهدتها مطلقا كانت بمفردة واحدة فقط بنسبة 5%



يمثل الجدول رقم(10) توزيع أفراد العينة الضابطة حسبسؤال سبب مشاهدة البرامج الاجتماعية.

سبب المشاهدة يعود إلى				
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	الإجابة
0.999	2.55	20.0	4	طبيعة المواضيع التي يتم التطرق لها
		15.0	3	كثرة التعرض لها في مواقع التواصل الاجتماعي
		60.0	12	الرغبة في إدراك الواقع الاجتماعي عبر هذه البرامج
		5.0	1	الترفيه
		100.0	20	المجموع

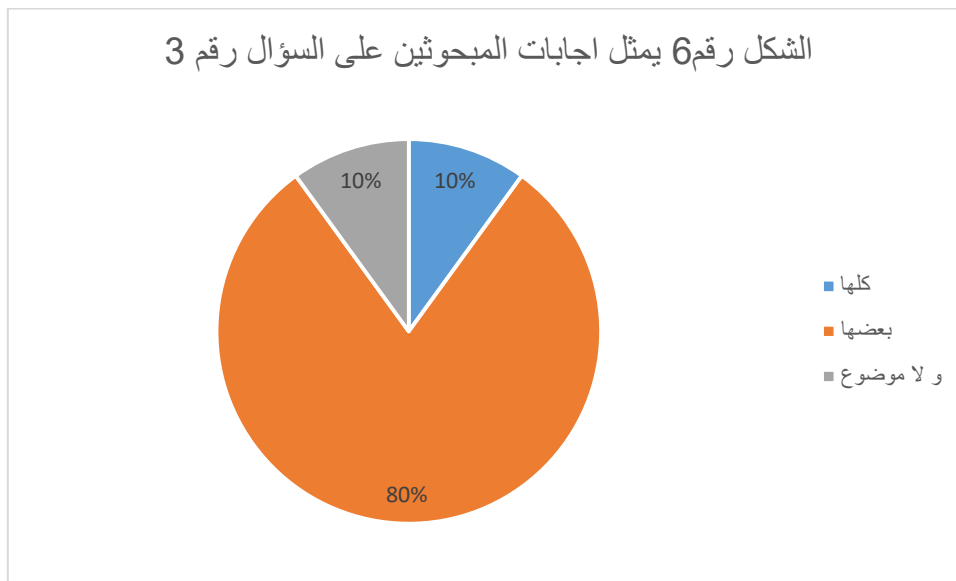
الجدول أعلاه يوضح إجابات المبحوثين في العينة الضابطة حول سبب مشاهدتهم للبرامج الاجتماعية، وقد أجاب غالبية أفراد العينة أن سبب المشاهدة يعود إلى الرغبة في إدراك الواقع الاجتماعي بنسبة 60% أي 12 مفردة من أصل 20 يليها طبيعة المواضيع التي يتم التطرق لها بنسبة 20% أي 4 مفردات ثم كثرة التعرض لها في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 15% أي 3 مفردات أما الترفيه فكانت إجابة واحدة بنسبة 5% ، وهذا ما يؤكد أن البرامج الاجتماعية تعالج المواضيع الاجتماعية من عمق الواقع الجزائري.



يمثل الجدول رقم(11) توزيع أفراد العينة الضابطة حسبسؤال ان سبق لهم مشاهدة المواضيع الاجتماعية المعروضة عليهم .

سبق لك وان شاهدت المواضيع الاجتماعية التي عرضت عليك				
الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
كلها	2	10.0	2.00	0.459
بعضها	16	80.0		
ولا موضوع	2	10.0		
المجموع	20	100.0		

الجدول أعلاه يوضح لنا أن 80% من أفراد العينة الضابطة قد سبق لهم وشاهدوا بعض البرامج التي تم عرضها عليهم أي 16 مفردة من أصل 20 في حين نسبة 10 من العينة شاهدوا كل البرامج المعروضة وبنفس النسبة أي 10 من أفراد العينة لم يشاهدوا المحتوى إطلاقاً أي مفردتين من أصل 20، ويعود هذا التباين إلى الاختلاف في الاهتمامات والدوافع إلى التعرض لهذا النوع من البرامج وكذا الفروقات الفردية بين أفراد الجمهور.

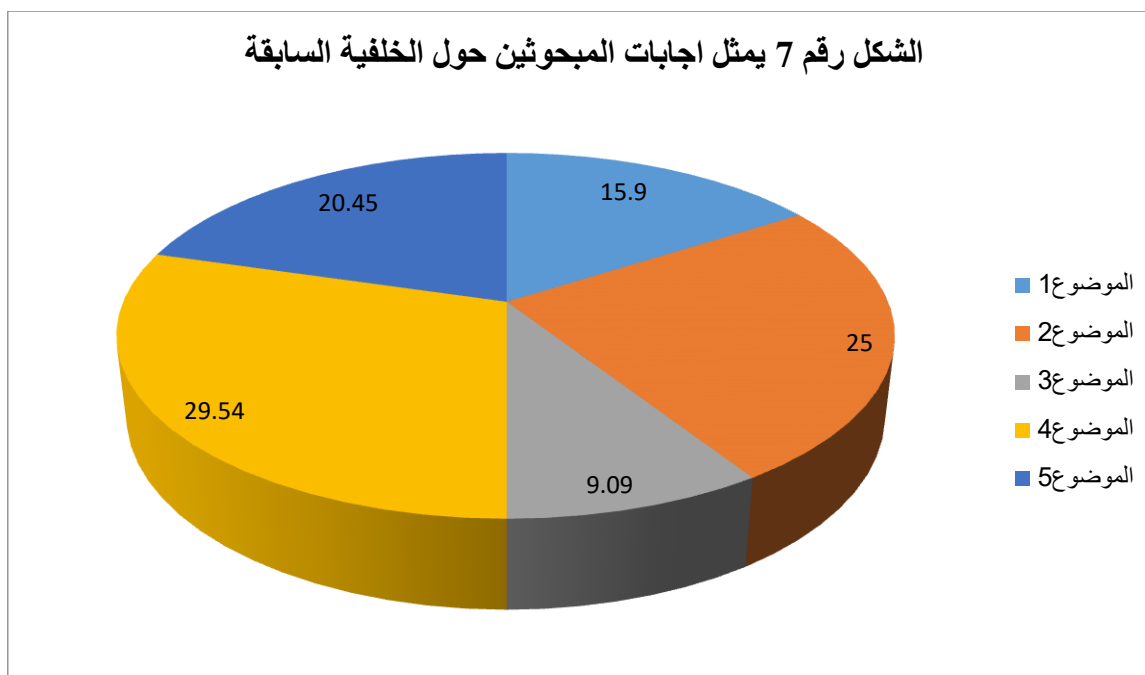


يمثل الجدول رقم(12) توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال الخلفية السابقة

الخلفية السابقة		الموضوع
النسبة	التكرار	
35%	7	الموضوع 1
55%	11	الموضوع 2
20%	4	الموضوع 3
65%	13	الموضوع 4
45%	9	الموضوع 5
100%	20	مجموع أفراد العينة:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان الموضوع رقم 4 وهو الخاص ب: تهريب الممنوعات هو أكثر المواضيع التي يملك أفراد العينة حولها خلفيات سابقة وكان ذلك بنسبة: 65% اي 13 مفردة من أصل 20 لديهم معرفة بالموضوع، ثم يليه موضوع رقم 2 وهو الموضوع الذي تطرق الى مساعدة الفقراء واعداد بناء منزلهم التي يعرض في حصة وافعلوا الخير، وكان ذلك بنسبة 55% يليه الموضوع رقم 5 وهو الخاص بالهجرة الغير شرعية (الحرقة)، بنسبة 45% ثم الموضوع رقم 1 والخاص بالفتاة مجهولة النسب بنسبة 35% وفي الأخير جاء الموضوع الثالث الخاص بزواج القصر في المرتبة الأخيرة بنسبة 20%، ويعود هذا الترتيب الى طبيعة المشاكل والقضايا داخل المجتمع واجابات المبحوثين تعكس تماما الواقع الاجتماعي فنلاحظ انه حقيقة انتشرت في الاوينه الاخيرة ظاهرة استهلاك والمتاجرة في الممنوعات بجميع انواعها واصبح مشكلا حقيقيا ينهش مجتمعنا و شبابنا، الا ان المجتمع الجزائري من ناحية اخرى معروف بالتكافل والتعاون الاجتماعي وقد انتشر مؤخرا في الفضائيات الجزائرية الكثير من البرامج التي تساعد الفقراء من خلال ترميم المنازل او بناء منازل جديدة او اقامة حفلات والاعراس، وبرنامج افعلوا الخير من بين البرامج الاكثر صيتا بمواضيعه الاجتماعية الانسانية، كذلك موضوع الحرقة هو الاخر يعتبر من اكثر المشكلات التي يعاني منها المجتمع الجزائري، وأصبحت جل الاسر الجزائرية يوجد من افرادها من هاجر بطريقة غير شرعية، واصبحت هذه الظاهرة غير مقتصرة على الفقراء فقط بل حتى الأغنياء أصبحوا يفضلون الهجرة الغير شرعية او ما يسمى بالعامية (الحرقة في السريع)، الا ان مواضيع مجهولي النسب مع انها موجودة في مجتمعنا ولكن بشكل قليل الانتشار ويعتبر موضوع من الطابوهات، كذلك ظاهرة زواج القصر فقد تراجعت في الجزائر و اصبحت مقتصرة على مناطق دون الاخرى.

الشكل رقم 7 يمثل اجابات المبحوثين حول الخلفية السابقة



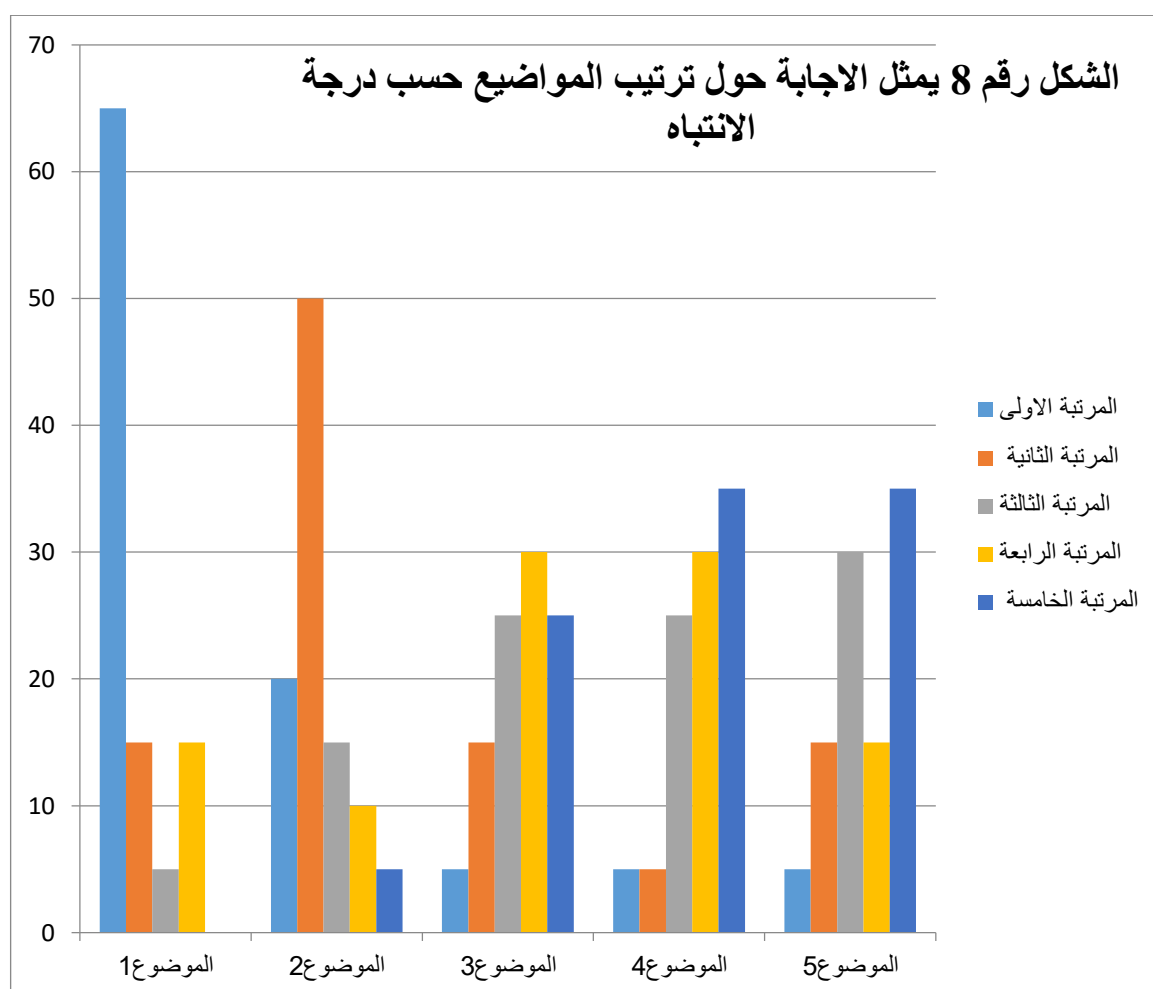
يمثل الجدول رقم (13) توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال ترتيب المواضيع حسب درجة الانتباه:

ترتيب المواضيع حسب درجة الانتباه										المواضيع
المرتبة 5		المرتبة 4		المرتبة 3		المرتبة 2		المرتبة 1		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0	0	15%	3	5%	1	15%	3	65%	13	1
5%	1	10%	2	15%	3	50%	10	20%	4	2
25%	5	30%	6	25%	5	15%	3	5%	1	3
35%	7	30%	6	25%	5	5%	1	5%	1	4
35%	7	15%	3	30%	6	15%	3	5%	1	5
100%				النسبة	20				المجموع	

من خلال الجدول أعلاه نجد أن أفراد العينة في ترتيبهم للمواضيع حسب درجة انتباههم قد نال الموضوع الأول الخاص بفتاة مجهولة النسب المرتبة الأولى بنسبة 65% اي بمجموع 13 مفردة من اصل 20 اختاروا الموضوع الاول الاكثر جذبا للاهتمام وهذا ما لا حظناه من خلال الملاحظة بالمشاركة ان العينة كان انتباهها كبير للموضوع الاول و واصلوا المشاهدة حتى نهاية العرض وتناقشوا فيما بينهم حول الموضوع وكيف ان الفتاة كانت تعرض مشكلتها بكل احترام كذلك لاحظنا ان من بين اسباب الانتباه هو شخصية الشابة والتي كانت فتاة حسنة المظهر تتكلم بطلاقة كبيرة، اما الموضوع الذي نال المرتبة الثانية في درجة الانتباه لدى الطلبة هو الموضوع الثاني، الخاص بالعمل الخيري، وقد نال نسبة 50% من

انتباه الطلبة، فيما يخص المرتبة الثالثة فقد كانت للمواضيع الثلاث: الثالث والرابع والخامس، فقد نال الموضوع الخاص بالحرقة نسبة 30% يليه كل من الموضوعين الخاصين بزواج القصر وتهريب الممنوعات بنسبة متساوية بلغت 25%، أما المرتبة الرابعة والخامسة فقد كانت بين المواضيع الثلاثة الأخيرة السالفة الذكر.

ما لاحظناه من خلال قراءة الجدول أن الانتباه كان أكثر في الموضوعين الخاصين بفتاة مجهولة النسب و موضوع مساعدة عائلة فقيرة وهي الموضوعين الأول والثاني وهذا ما يؤكد ان الانتباه يزيد في بدايته و هذا ما لاحظناه من تفاعل الطلبة مع الفتاة الشابة، ليقل الانتباه تدريجيا مع بقية المواضيع، كذلك يتأثر الانتباه بعدة عوامل وهنا في عينتنا فقد تأثر بطبيعة الموضوع وهو الأطفال الغير شرعيين وكذا تأثر بالعنصر النسوي الشبابي. ترتيب المواضيع حسب درجة الانتباه



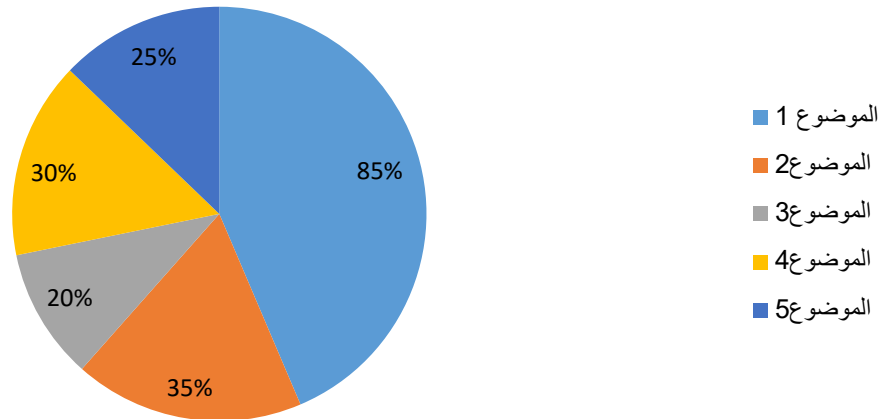
يمثل الجدول رقم(14) توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال المواضيع التي أثارت اهتمامك:

المواضيع التي أثارت اهتمامك		المواضيع
النسبة	التكرار	
85%	17	الموضوع 1
35%	7	الموضوع 2
20%	4	الموضوع 3
30%	6	الموضوع 4
25%	5	الموضوع 5
100%	20	مجموع العينة

الجدول أعلاه يوضح أن الموضوع الأكثر اهتماما هو الموضوع الأول الخاص بالفتاة مجهولة النسب وكان ذلك بنسبة 85% من مجموع العينة يليه الموضوع رقم 2 والخاص بمساعدة عائلة فقيرة وكان ذلك بنسبة 35%، أما الأقل اهتماما فهي كل من الموضوع رقم 4 الخاص بتهريب الممنوعات بنسبة 30%، يليه الموضوع رقم 5 الخاص بالهجرة الغير شرعية بنسبة 25% وقل اهتماما هو الموضوع رقم 3 الخاص بزواج القصر بنسبة 20%

ما لاحظناه أن الاهتمام والانتباه مرتبطان فيما بينهما فالمواضيع التي أثارت انتباه أفراد العينة هي نفسها المواضيع التي أثارت اهتمامهم.

الشكل رقم 9 يمثل اجابات المبحوثين حول المواضيع التي اثارته اهتمامهم



عوامل جذب الانتباه:

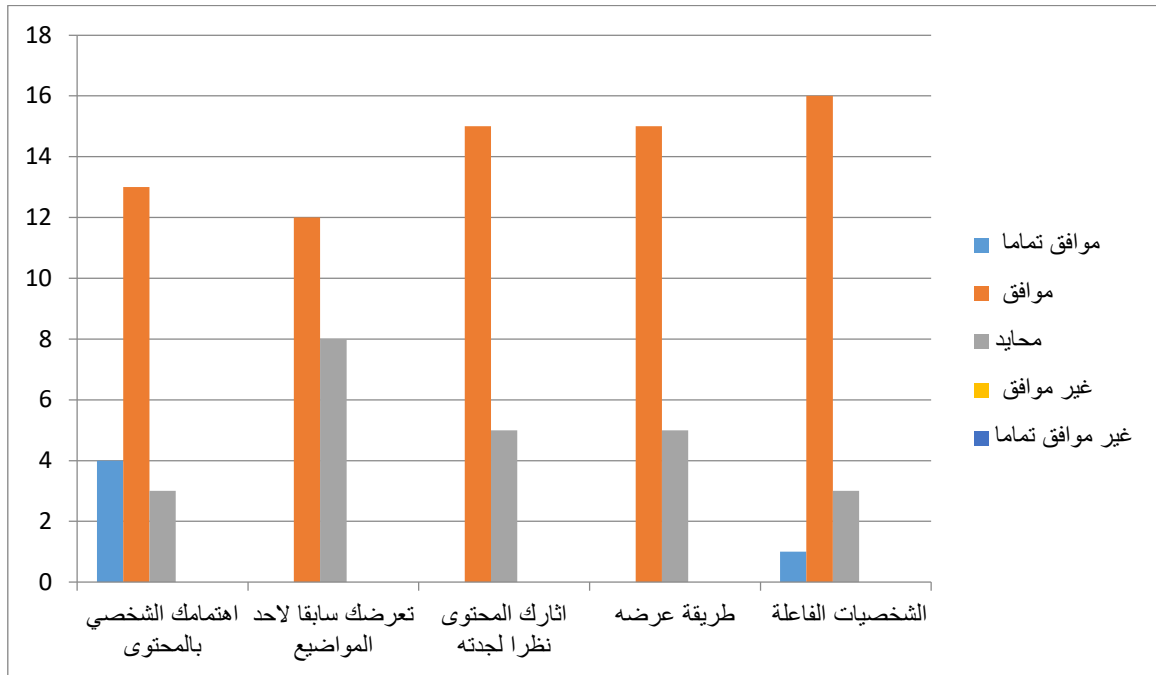
عند تعرضك للمحتوى الاجتماعي، ما هو العامل الذي كان سببا في جذب انتباهك؟

يمثلا لجدول رقم (15) توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال عوامل جذب الانتباه

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		غير موافق تماما		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماما		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
0.605	4.05	100,0	20	-	-	-	-	15.0	3	65.0	13	20.0	4	اهتمامك الشخصي بالمحتوى
0.503	3.60	100,0	20	-	-	-	-	40.0	8	60.0	12	-	-	تعرضك سابقا لأحد المواضيع والرغبة في معرفة تطوراتها
0.444	3.75	100,0	20	-	-	-	-	25.0	5	75.0	15	-	-	أثارك المحتوى نظرا لجذته
.444	3.75	100,0	20	-	-	-	-	25.0	5	75.0	15	-	-	طريقة عرض المواضيع
0.447	3.90	100,0	20	-	-	-	-	15.0	3	80.0	16	5.0	1	الشخصيات الفاعلة في المحتوى
المتوسط الحسابي = 3.81														

من خلال الجدول الموضح أعلاه نجد أن: الرأي السائد في في عوامل جذب الانتباه هو موافق بمتوسط حسابي يساوي 3.81، خاصة فيما تعلق الأمر بالشخصيات الفاعلة في المحتوى وكان ذلك بنسبة 80، أي ان افراد العينة قد انجذبوا اكثر للمحتوى بسبب الشخصيات الفاعلة فيه يليه طريقة عرض المواضيع وكان ذلك بنسبة 75، وبنفس النسبة نظرا لجدة المحتوى بالنسبة للعينة، أما الاهتمام الشخصي بالمحتوى

فكان بنسبة 65 وتليها بنسبة اقل اي 60 التعرض السابق لأحد أو كل المواضيع والرغبة في معرفة تطوراتها.



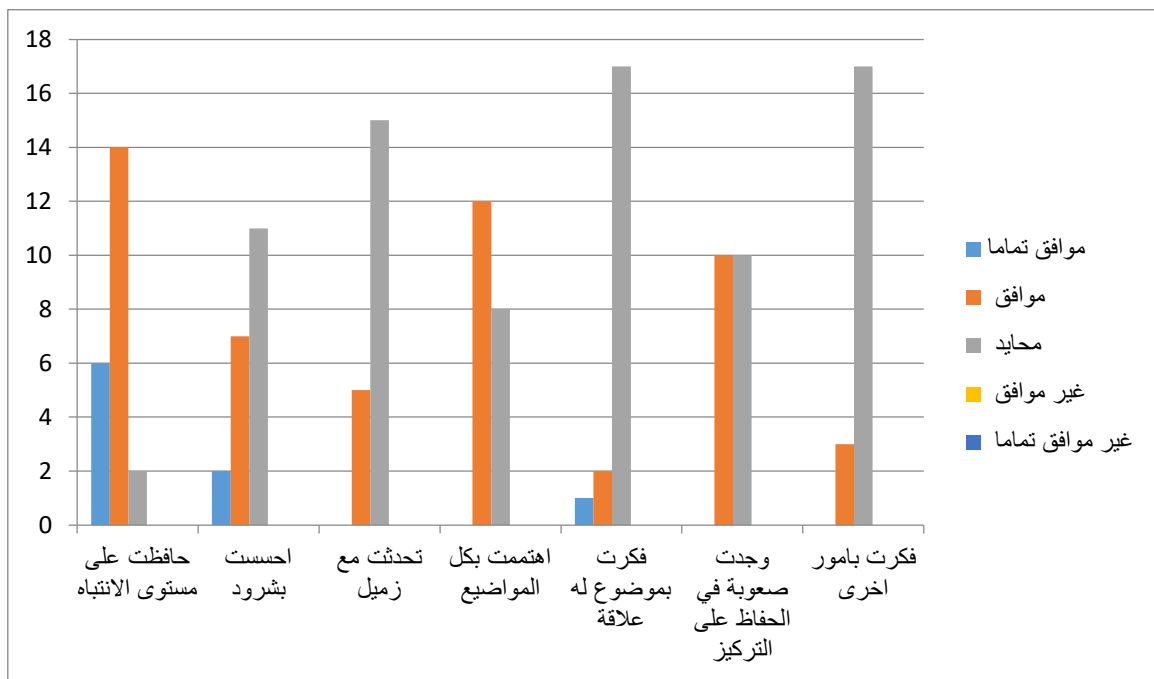
الشكل رقم 10 يمثل إجابات المبحوثين حول عوامل جذب الانتباه

مستوى الانتباه: أثناء مشاهدتك للمحتوى المعروض عليك، هل؟

يمثل الجدول رقم (16) توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال مستوى الانتباه

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		غير موافق تماما		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماما		الإجابة
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
.470	4.30	100,0	20	-	-	-	-	-	-	70.0	14	30.0	6	حافظت على مستوى انتباهك حتى نهاية العرض
0.686	3.55	100,0	20	-	-	-	-	55.0	11	35.0	7	10.0	2	احسست بشروء ذهني
0.444	3.25	100,0	20	-	-	-	-	75.0	15	25.0	5	-	-	تحدثت مع زميل
0.503	3.60	100,0	20	-	-	-	-	40.0	8	60.0	12	-	-	اهتمت بكل المواضيع المعروضة
0.523	3.20	100,0	20	-	-	-	-	85.0	17	10.0	2	5.0	1	فكرت بموضوع له علاقة بالمحتوى
0.513	3.50	100,0	20	-	-	-	-	50.0	10	50.0	10	-	-	وجدت صعوبة في الحفاظ على تركيزك
0.366	3.15	100,0	20	-	-	-	-	85.0	17	15.0	3	-	-	كنت تفكر بأمور أخرى
الرأي السائد: موافق بمجموع المتوسطات الحسابية = 3,50														

من خلال الجدول الموضح أعلاه نجد أن: الرأي السائد في مستوى الانتباه هو موافق بمتوسط حسابي يساوي 3.50، وقد بلغت نسبة اجابات المبحوثين فيما يخص المحافظة على مستوى الانتباه الى غاية نهاية العرض 70% اما 30% المتبقية فقط حافظت بشكل كامل على انتباهها حتى نهاية العرض في بعض المواضيع، بينما وجدوا صعوبة بنسبة 50% في الحفاظ على التركيز في مواضيع اجتماعية اخرى وقد بلغت نسبة الاهتمام بكل المواضيع التي تم عرضها 60% وهذا ما يبين الاختلافات الموجودة بين افراد العينة في مستويات الانتباه والتي تخضع الى الاهتمام الشخصي، وعناصر الجذب والانتباه والدوافع للاستمرار في المشاهدة.

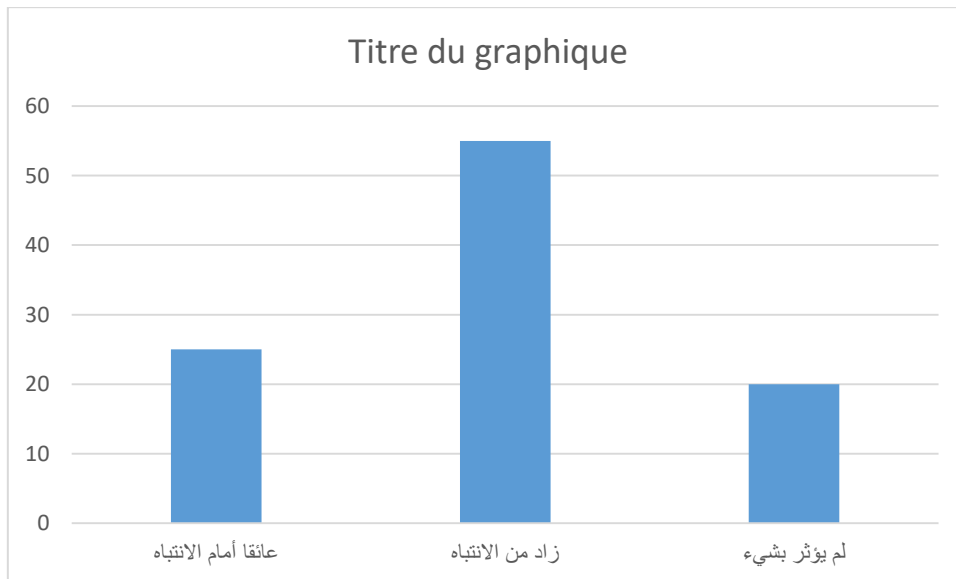


الشكل رقم 11 يمثل إجابات المبحوثين حول مستوى الانتباه

يمثل الجدول رقم(17) توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال المشاهدة رفقة زملاء

مشاهدتك للمحتوى رفقة زملاءك كان عائقا أمام انتباهك للمحتوى أو انه زاد من انتباهك				
الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
عائقا أمام الانتباه	5	25.0	1.95	0.686
زاد من الانتباه	11	55.0		
لم يؤثر بشيء	4	20.0		
المجموع	20	100.0		

من خلال اجابات المبحوثين نلاحظ ان اغليبيتهم وجدت المشاهدة مع الجماعة عامل لزيادة الانتباه وذلك بنسبة 55% في حين نسبة 25% اعتبرته عائقا أي 5 مفردات من اصل 20 و نسبة 20% اعتبرته لم يؤثر في شئ وقد برر افراد العينة اجاباتهم بان المشاهدة الجماعية تحفز اكثر على الاهتمام بالمحتوى، وانها تحفز على معرفة اراء ووجهة نظر الزملاء، كذلك ان الزملاء قد ساعدوا بعضهم البعض في فهم المواضيع، الا ان البعض الاخر يبرر ان المشاهدة مع الزملاء كانت عائقا بسبب حساسية بعض المواضيع، وان التواجد مع الزملاء عائقا امام التعبير عن الشعور كالرغبة في البكاء، وكذلك هناك من يرى ان الجماعة كانت مصدرا للتشويش وهو عائق للتركيز في المواضيع



الشكل رقم 12 يمثل إجابات المبحوثين حول المشاهدة رفقة الزملاء

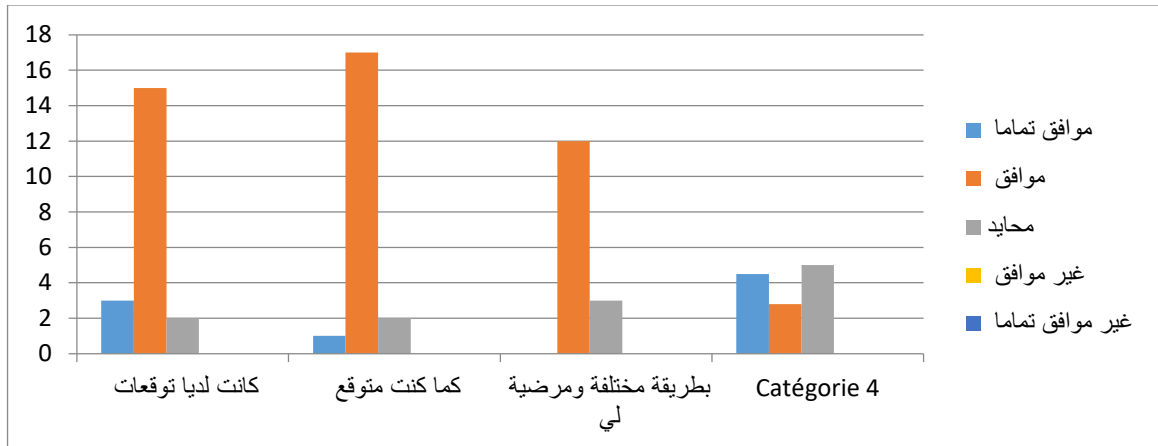
المحور الثاني: إدراك وتذكر الأحداث الواردة في البرامج الاجتماعية المعروضة:

1/ أفق التوقعات: هل تطابقت توقعاتك مع تطورات الأحداث في المحتوى المعروض؟

يمثل الجدول رقم (18) توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال أفق التوقعات

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		غير موافق تماما		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماما		الإجابة
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
0.510	4.05	100,0	20	-	-	-	-	10.0	2	75.0	15	15.0	3	كانت لديها توقعات
0.394	3.95	100,0	20	-	-	-	-	10.0	2	85.0	17	5.0	1	كما كنت متوقع
0.503	3.60	100,0	20	-	-	-	-	40.0	8	60.0	12	-	-	بطريقة مختلفة ومرضية لي

من خلال الجدول أعلاه نجد الاتجاه السائد هو موافق بمتوسط حسابي = 3.86 وأن معظم أفراد العينة الضابطة كانت لديهم توقعات من المحتوى بنسبة 75% وان نسبة 85% منهم تطابقت توقعاته مع المحتوى في بعض المواضيع المشاهدة، في حين نسبة 60% منهم كانت لديهم توقعات أخرى ولكن تطور الأحداث كان مرضي لهم مع انه لم يتطابق مع توقعاتهم في مواضيع أخرى من المحتوى الذي تمت مشاهدته.



الشكل رقم 13 يمثل إجابات المبحوثين حول أفق التوقعات

2/ الانسجام وفهم الأحداث:

خلال المشاهدة كنت قادرا على؟

يمثل الجدول رقم(19) توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال الانسجام وفهم الأحداث

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		غير موافق تماما		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماما		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
0.598	4.40	100,0	20	-	-	-	-	5.0	1	50.0	10	45.0	9	فهم الأحداث بسهولة
0.410	3.80	100,0	20	-	-	-	-	20.0	4	80.0	16	-	-	لم أجد صعوبة في فهم تطورات الأحداث
.513	3.50	100,0	20	-	-	-	-	50.0	10	50.0	10	-	-	فهمني للشخصيات واضح
0.605	3.45	100,0	20	-	-	-	-	60.0	12	35.0	7	5.0	1	بذلت مجهودا ذهنيا لفهم المواضيع والتركيز فيها

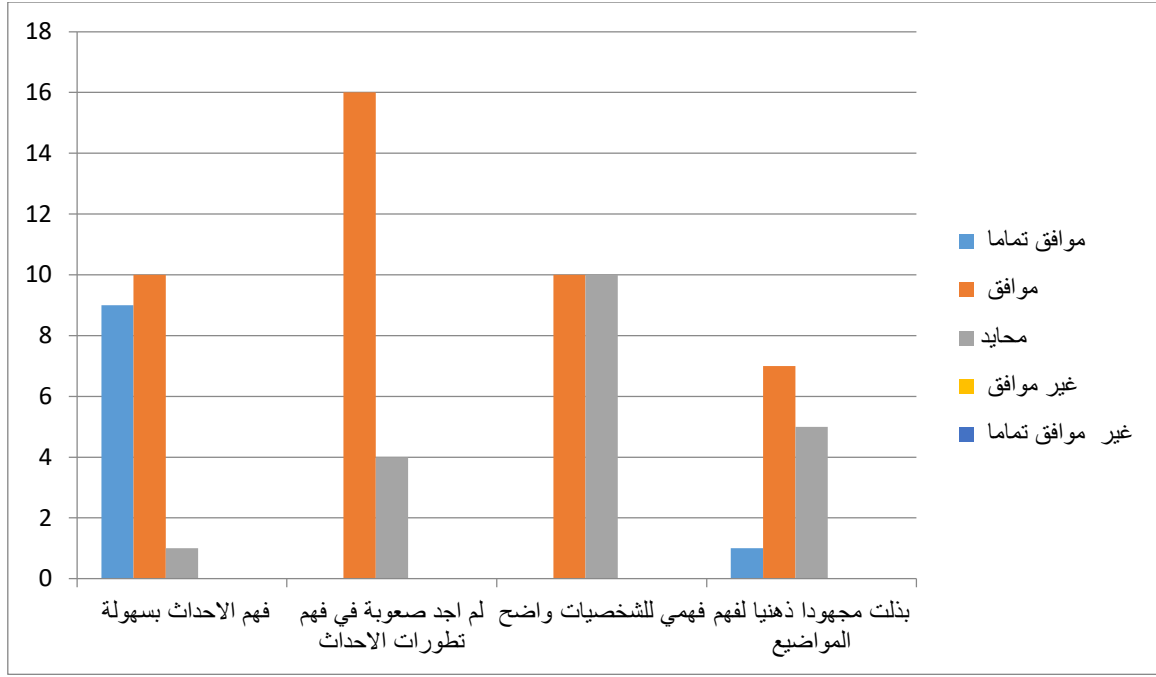
يبين الجدول أعلاه إجابات الباحثين من العينة الضابطة فيما يخص الانسجام وفهم الأحداث، نجد

أنالرأي السائد في المجموعة هو موافق، منهم 50 فهم الأحداث بسهولة و45 منهم موافق وبشدة على

سهولة فهمه للأحداث، ونسبة 80 من العينة لم تجد صعوبة في فهم تطورات الأحداث، إلاأن 50 من

أفراد العينة لم يفهموا بشكل جيد الشخصيات في المحتوى و50 الآخرين كان فهمهم واضح للشخصيات

ونسبة 60 لم تبذل أي جهد في فهم المواضيع أما 35 فقد حاولوا فهم المحتوى ببذلهم لجهد ذهني.



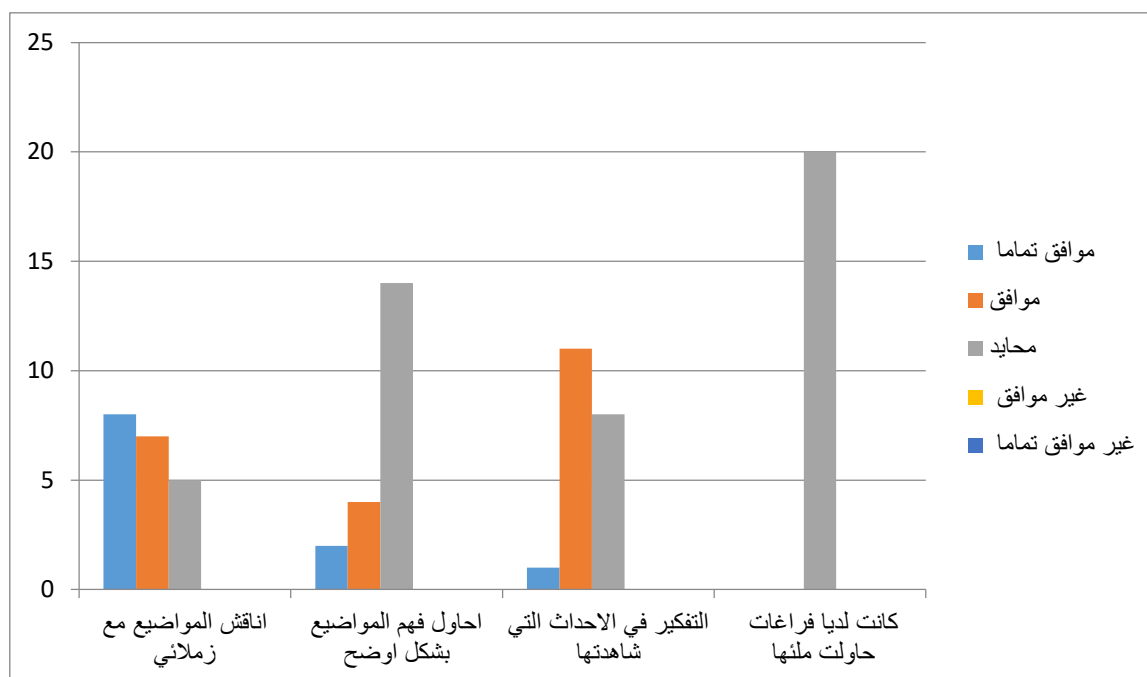
الشكل رقم 14 يمثل إجابات المبحوثين حول الانسجام وفهم الأحداث

3/ إعادة بناء الأحداث (التذكر): في مرحلة معينة من العرض كنت أود أن؟

يمثل الجدول رقم (20) توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال إعادة بناء الأحداث

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		غير موافق تماما		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماما		
		%	التكرار	%	التكرار			%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
0.813	4.15	100,0	20	-	-	-	-	25.0	5	35.0	7	40.0	8	أناقش المواضيع مع زملائي
0.681	3.40	100,0	20	-	-	-	-	70.0	14	20.0	4	10.0	2	أحاول فهم المواضيع بشكل أوضح
0.587	3.65	100,0	20	-	-	-	-	40.0	8	55.0	11	5.0	1	التفكير في الأحداث التي شاهدها
0.000	3.00	100,0	20	-	-	-	-	100.0	20	-	-	-	-	كانت لدينا فراغات حاولت ملئها

من خلال الجدول اعلاه نجد ان معظم افراد العينة يلجؤون في التذكر عن طريق اعادة بناء الاحداث الى تدعيم اراءهم بأراء زملاءهم وقد بلغ ذلك بمجمل 75% بن موافق تماما وموافق وهو الراي السائد بمتوسط حسابي بلغ 4.15، وكذلك نسبة 60% من العينة اضافة الى مناقشتها للمواضيع مع الزملاء يعيدون التفكير في المواضيع لربطها بتجاربهم السابقة او خبراتهم.



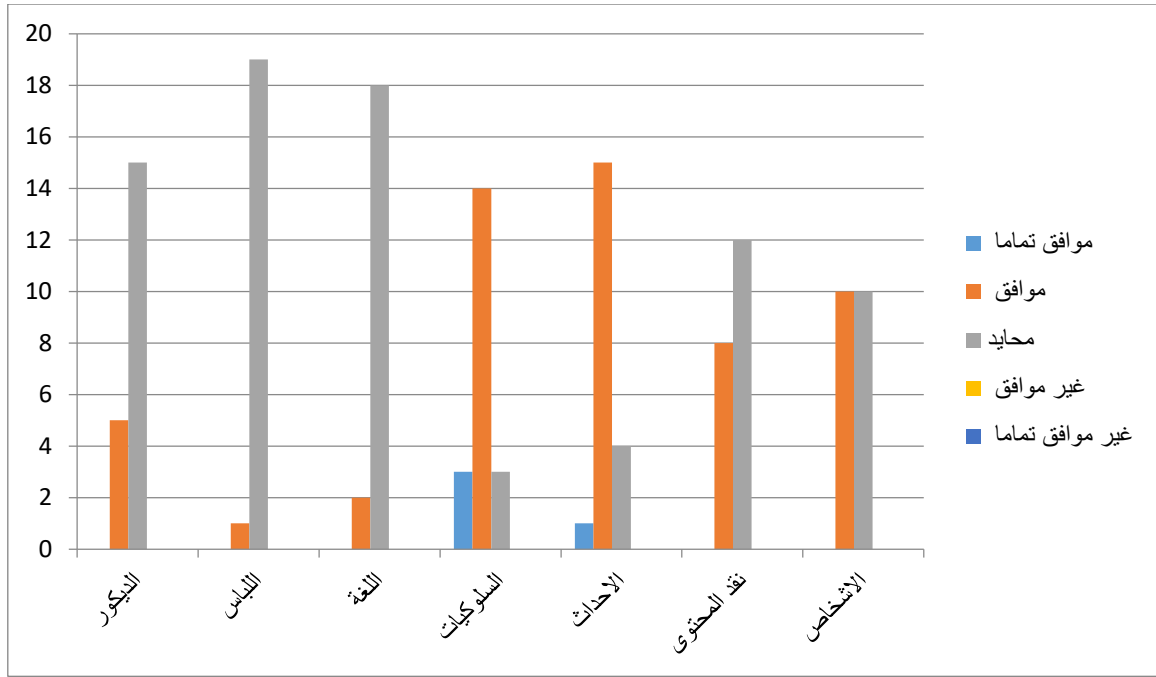
الشكل رقم 15 يمثل إجابات المبحوثين حول إعادة بناء الأحداث

4/ الفهم والتذكر من خلال شكل ومضمون العرض: إذا حدث وإن تناقشت مع زملاءك فهل دار الحديث حول؟

يمثل الجدول رقم(21) توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال الفهم والتذكر

من ناحية الشكل (طريقة العرض)														
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		غير موافق تماما		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماما		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
.444	3.25	100,0	20	-	-	-	-	75.0	15	25.0	5	-	-	الديكور او المكان
0.224	3.05	100,0	20	-	-	-	-	95.0	19	5.0	1	-	-	اللباس
0.308	3.10	100,0	20	-	-	-	-	90.0	18	10.0	2	-	-	اللغة
0.562	4.00	100,0	20	-	-	-	-	15.0	3	70.0	14	15.0	3	السلوكيات
من ناحية المضمون (مستوى المعالجة)														
0.489	3.85	100,0	20	-	-	-	-	20.0	4	75.0	15	5.0	1	الأحداث
0.503	3.40	100,0	20	-	-	-	-	60.0	12	40.0	8	-	-	نقد محتوى البرنامج
0.513	3.50	100,0	20	-	-	-	-	50.0	10	50.0	10	-	-	الأشخاص الفاعلون

يمثل الجدول اعلاه اجابات المبحوثون حول التذكر عن طريق الفهم والذي قسمناه الى الفهم من خلال الشكل اي طريقة العرض والفهم من خلال المضمون اي مستوى المعالجة حيث اجاب المبحوثون بنسبة 70 بان سلوكيات الاشخاص الفاعلين هي العامل الذي ساعدهم اكثر في فهم المحتوى وتذكر احداث معينة، اما من ناحية المضمون فالأحداث هي التي ساعدت افراد العينة على الفهم والتذكر بنسبة 75 تليها الشخصيات الفاعلة في المحتوى المشاهد بنسبة 50، وعليه نقول ان افراد العينة اضافة الى المحتوى الذي عرضت عليهم كانت لديهم عوامل اخرى تدخلت في فهمهم وتذكرهم للأحداث.



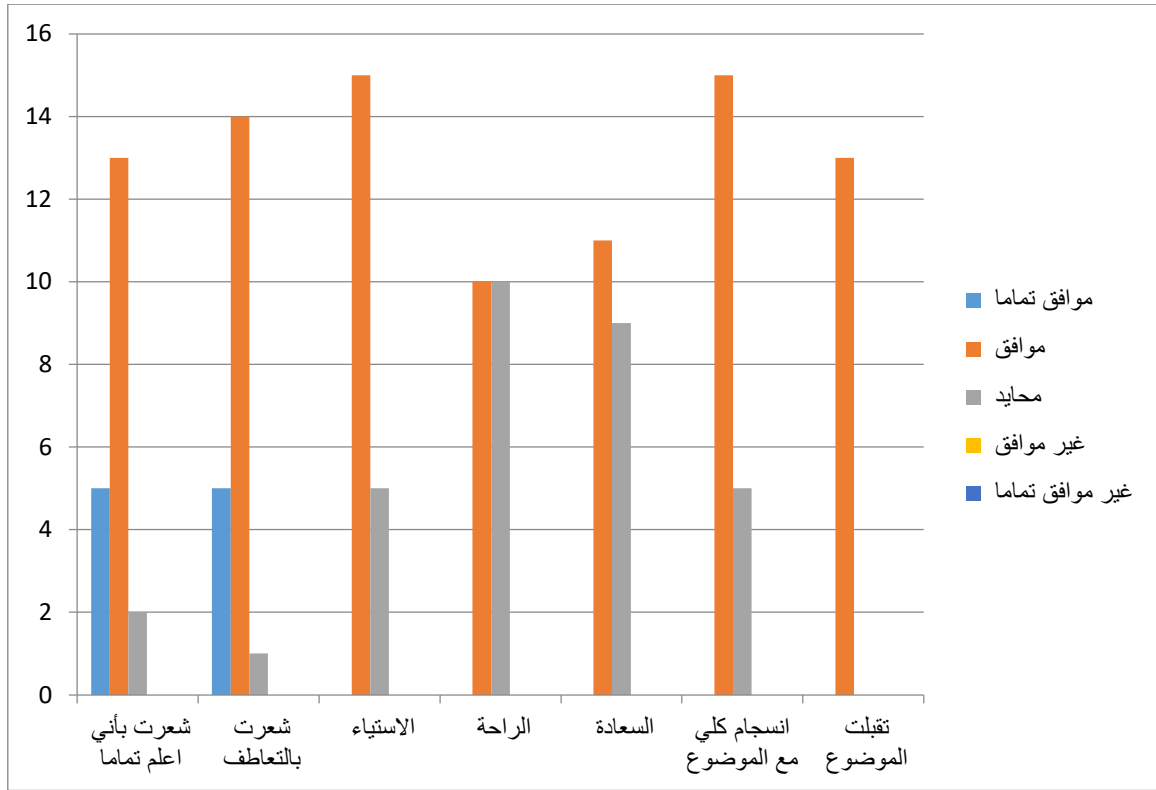
الشكل رقم 16 يمثل إجابات المبحوثين حول الفهم والتذكر

5/ النشاط الانفعالي (أنماط التفاعل): كيف كان شعورك أثناء المشاهدة؟

يمثل الجدول رقم(22) توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال النشاط الانفعالي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		غير موافق تماما		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماما		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
0.587	4.15	100,0	20	-	-	-	-	10.0	2	65.0	13	25.0	5	شعرت بانني اعلم تماما ما كانت تمر به الشخصيات من مشاعر وأحاسيس
0.523	4.20	100,0	20	-	-	-	-	5.0	1	70.0	14	25.0	5	شعرت بالتعاطف
0.444	3.75	100,0	20	-	-	-	-	25.0	5	75.0	15	-	-	شعرت بالاستياء
0.513	3.50	100,0	20	-	-	-	-	50.0	10	50.0	10	-	-	شعرت بالراحة
0.510	3.55	100,0	20	-	-	-	-	45.0	9	55.0	11	-	-	شعرت بالسعادة
0.444	3.75	100,0	20	-	-	-	-	25.0	5	75.0	15	-	-	انسجام كلي مع الموضوع
0.489	3.65	100,0	20	-	-	-	-	35.0	7	65.0	13	-	-	تقبلت الموضوع

الجدول اعلاه يوضح توزيع افراد العينة حسب انماط التفاعل مع المحتوى والذي من خلاله نلاحظ ان ادراك الاحداث عند اراد العينة يكون عن طريق معايشة احاسيسهم والاستغراق في المشاهدة ما ادى الى انغماسهم في الاحداث فكان الراي السائد هو موافق، حيث اجاب المبحوثين بانهم شعروا تماما بما كانت تمر به الشخصيات من مشاعر وأحاسيس بنسبة 65% موفق و 25% موافق تماما، اما انماط التفاعل فقد اختلفت باختلاف المحتوى، فالشعور بالتعاطف كان بنسبة 70% موفق و 25% موافق جدا، اما الشعور بالاستياء والانسجام مع المواضيع فكان بنسبة 75%، فيما يخص الشعور بالراحة كان 50% والسعادة 55%



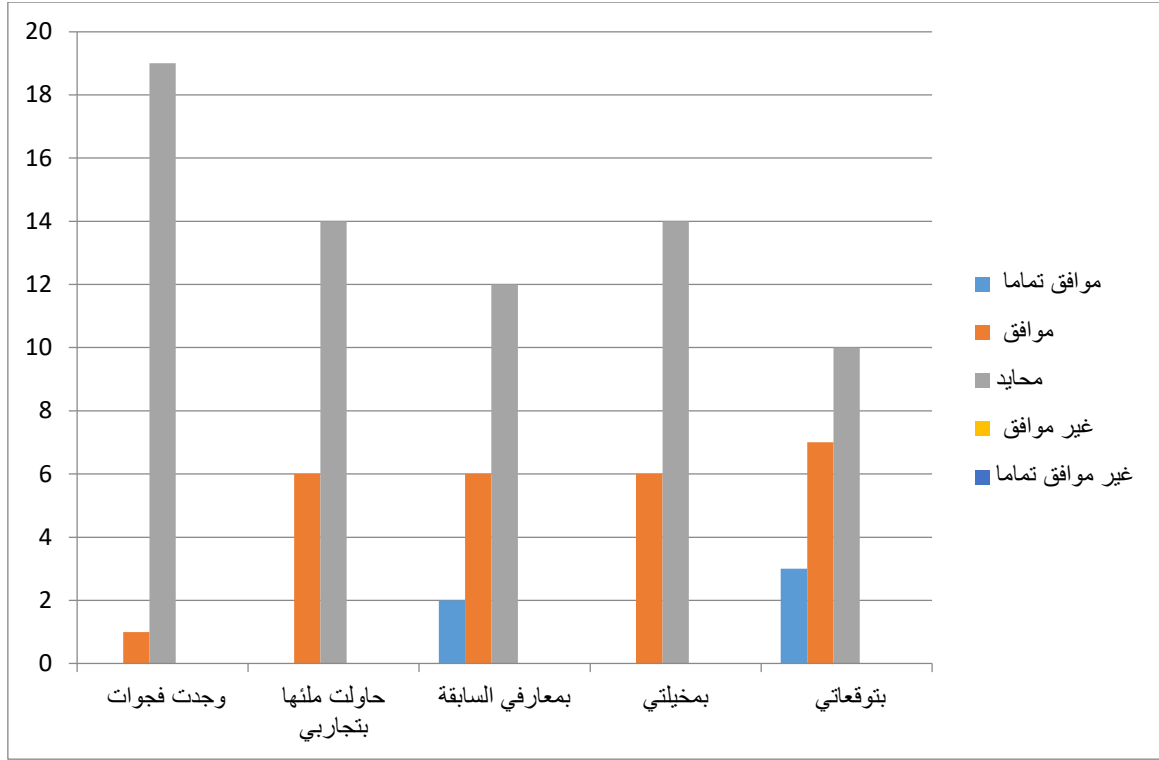
الشكل رقم 17 يمثل إجابات المبحوثين حول النشاط الانفعالي

6/ الفجوات والفراغات (التعرف والاستدعاء) ، أثناء المشاهدة؟

يمثل الجدول رقم(23) توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال الفجوات والفراغات

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		غير موافق تماما		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماما		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
0.224	4.05	100,0	20	-	-	-	-	95.0	19	5.0	1	-	-	وجدت فجوات و فراغات في المحتوى
0.470	3.30	100,0	20	-	-	-	-	70.0	14	30.0	6	-	-	حاولت ملئ الفراغات بتجاريبي السابقة
0.688	3.50	100,0	20	-	-	-	-	60.0	12	30.0	6	10.0	2	بمعارفي السابقة
0.470	3.30	100,0	20	-	-	-	-	70.0	14	30.0	6	-	-	بمخيلتي
0.745	3.65	100,0	20	-	-	-	-	50.0	10	35.0	7	15.0	3	بتوقعاتي

من خلال الجدول نلاحظ ان العينة لم تجب فجوات وفرغات في المحتوى المشاهد، الا ان بعض افراد العينة قد ربطوا المحتوى بتجاربهم السابقة اي 30% من افراد العينة وبنفس النسبة استخدموا معارفهم السابقة حول الموضوع، وهناك من استخدم مخيلته للمقابلة بينها وبين المحتوى، كذلك هناك من استخدم توقعاته حول الموضوع، وهنا تكمن الفروقات الفردية بين افراد العينة في ملئ الفراغات بين التجربة والمعارف السابقة والمخيلة والتوقعات.

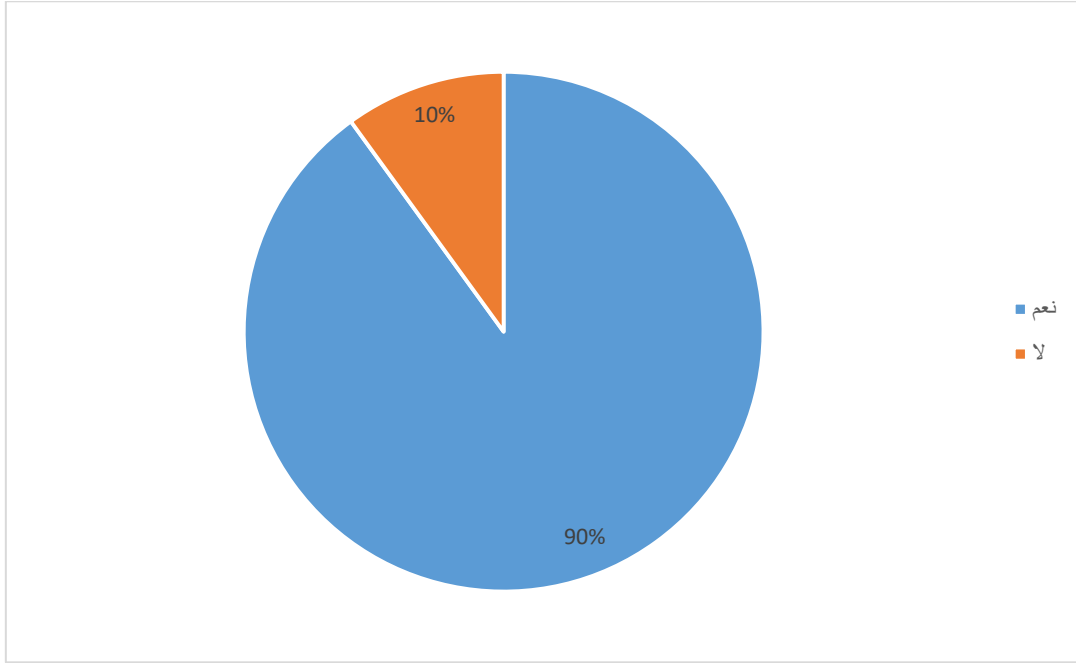


الشكل رقم 18 يمثل إجابات المبحوثين حول الفجوات والفراغات

يمثل الجدول رقم(24) توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال اكتساب المعلومات

هل اكتسبت معلومات جديدة بعد المشاهدة				
الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
نعم	18	90.0	1.10	0.308
لا	2	10.0		
المجموع	20	100.0		

من خلال الجدول نجد أن 90% من أفراد العينة قد اكتسبوا معلومات جديدة من المحتوى الذي شاهدوه وهذا ما يؤكد أن فعلا البرامج الاجتماعية تساعد جمهورها في فهم وإدراك الواقع الاجتماعي من خلال ما تنشره من وقائع وأحداث من المجتمع وقد اجاب الطلبة حول المعلومات التي اكتسبوها انهم تعلموا الجانب الايجابي من المشاكل، فهم ورؤية المجتمع لبعض الفئات الهشة في الجزائر، وانهم ادركوا النعم التي يعيشون فيها بعد تعرضهم لقضايا المجتمع.



الشكل رقم 19 يمثل إجابات المبحوثين حول اكتساب المعلومات الجديدة

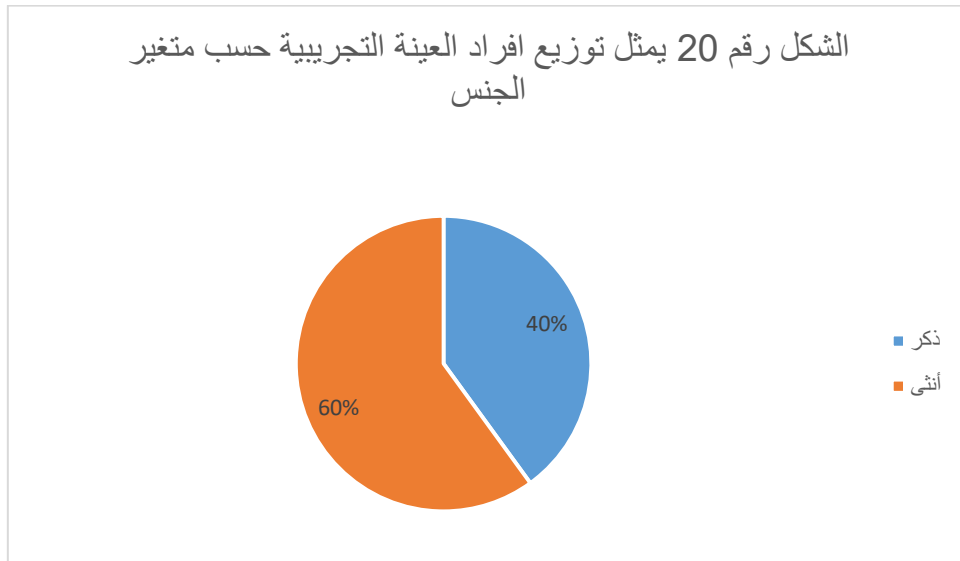
المبحث الثاني: عرض وتحليل جداول المجموعة التجريبية

1/ البيانات الشخصية:

يمثل الجدول رقم(25)توزيع أفراد العينة التجريبية حسب متغير الجنس

الجنس		
النسبة المئوية	التكرارات	
40.0	8	ذكر
60.0	12	أنثى
100.0	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن توزيع العينة حسب متغير الجنس جاء بنسبة 60% إناث أي 12 مفردة من مجموع 20 وبنسبة 40% ذكور أي 8 مفردات، ويعود سبب توزيع العينة بهذا الشكل إلى طبيعة الدراسة التجريبية التي تقتضي أخلاقياتها أن يقبل المبحوثين التطوع في الدراسة ليكون العدد بالشكل الممثل في الجدول برغبة وتطوع المبحوثين وكذا تماثل العينة التجريبية مع العينة الضابطة.

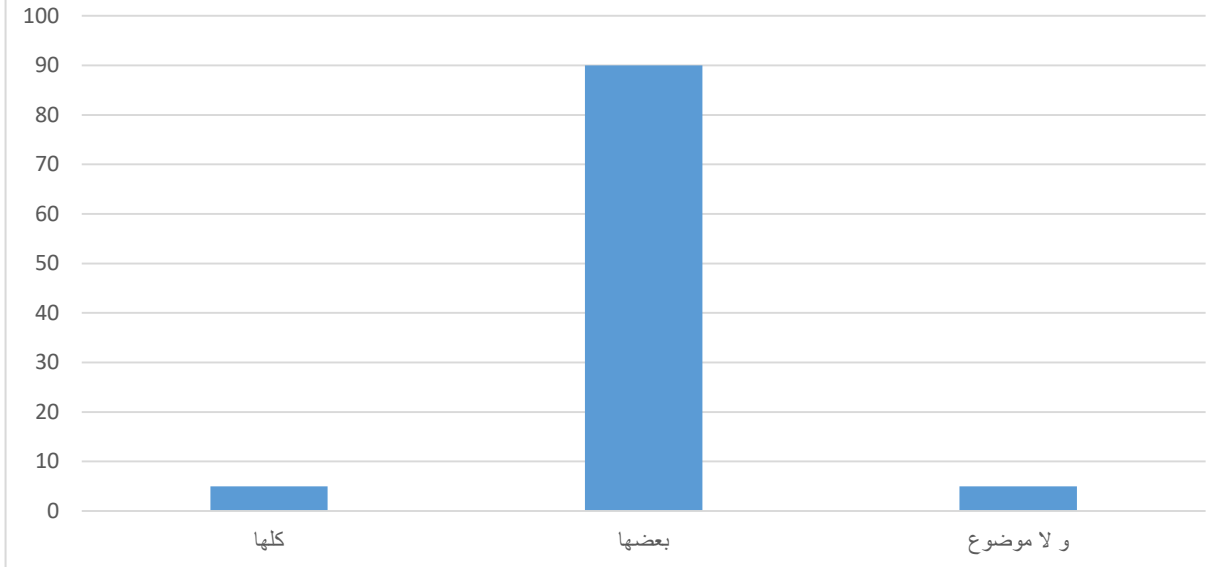


يمثل الجدول رقم (26) توزيع أفراد العينة التجريبية حسب متغير الخلفية السابقة

الخلفية السابقة				
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	
0.324	2.00	5.0	1	كلها
		90.0	18	بعضها
		5.0	1	ولاموضوع
		100.0	20	المجموع

من خلال الجدول الموضح أعلاه الخاص بمدى امتلاك أفراد العينة التجريبية للخلفية السابقة حول الحصص المعروضة فقد تبين أن نسبة 90% أي 18 مفردة تملك خلفية سابقة حول الحصص في حين 5% أي مفردة واحدة من أصل 20 يملكون خلفية سابقة حول كل المواضيع أما 5% المتبقية أي مفردة فقط ليست لديها أي خلفية سابقة حول المحتوى الذي شاهده، لنقول أن الرأي السائد يقع في إجابة بعضها حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.00

الشكل رقم 21 يمثل توزيع افراد العينة التجريبية حسب متغير الخلفية السابقة

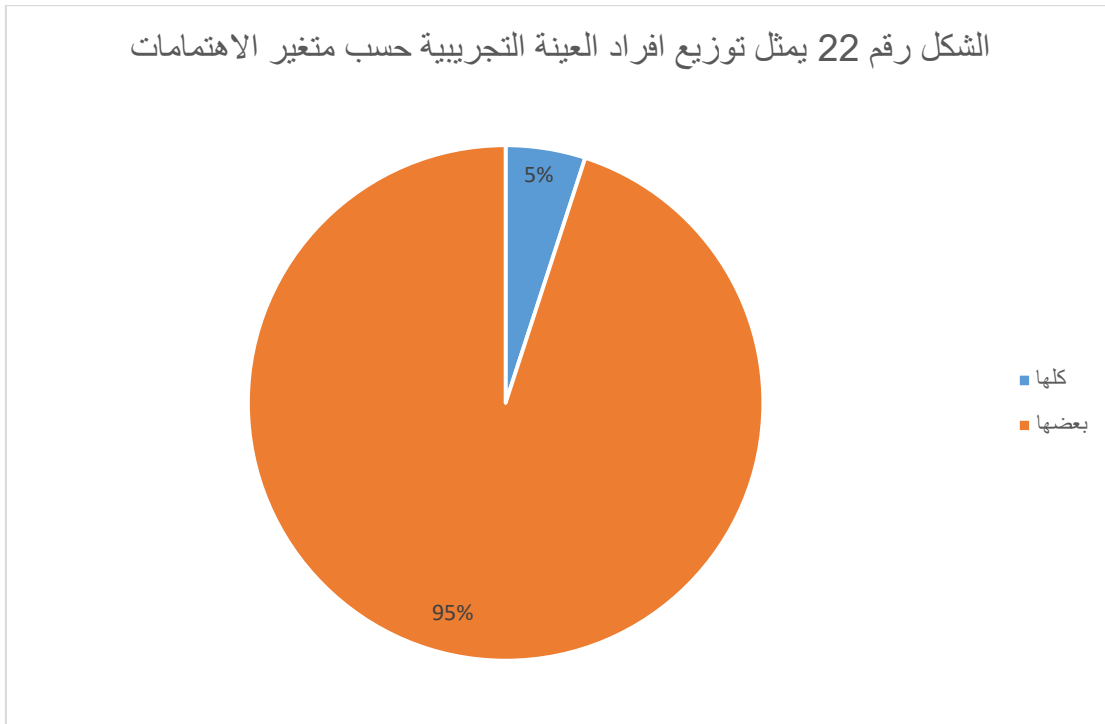


يمثل الجدول رقم(27) توزيع أفراد العينة التجريبية حسب متغير الاهتمامات

الاهتمامات				
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	الاجابة
0.224	1.95	5.0	1	كلها
		95.0	19	بعضها
		100.0	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه الخاص باهتمامات المبحوثين بالمحتوى الذي شاهدوه أن اغلب أفراد العينة التجريبية يولون اهتماما لبعض المواضيع فقط دون الأخرى وهذا بنسبة 95% وقد يكون هذا راجع للدوافع التي تختلف من فرد لأخر، مستوى الانتباه والفروقات الفردية والتجارب والخبرات السابقة.

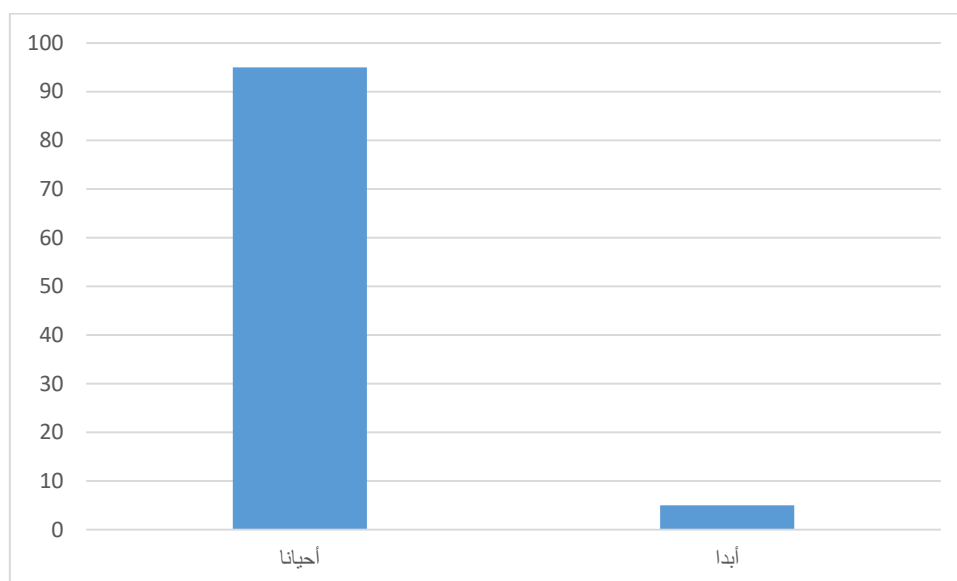
الشكل رقم 22 يمثل توزيع افراد العينة التجريبية حسب متغير الاهتمامات



يمثل الجدول رقم(28) توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال مشاهدة البرامج الاجتماعية

أنت من مشاهدي البرامج الاجتماعية التي تعرض على التلفزيون الجزائري العمومي والخاص				
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	
0.224	2.05	95.0	19	أحيانا
		5.0	1	أبدا
		100.0	20	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن غالبية أفراد العينة يشاهدون البرامج الاجتماعية التي تعرض على التلفزيون الجزائري في بعض الأحيان فقط وذلك بنسبة 95% أي 19 مفردة من أصل 20 وهو الرأي السائد بمتوسط حسابي بلغ 2.05، في حين نسبة 5% أي مفردة فقط لا تشاهد هذه البرامج مطلقا

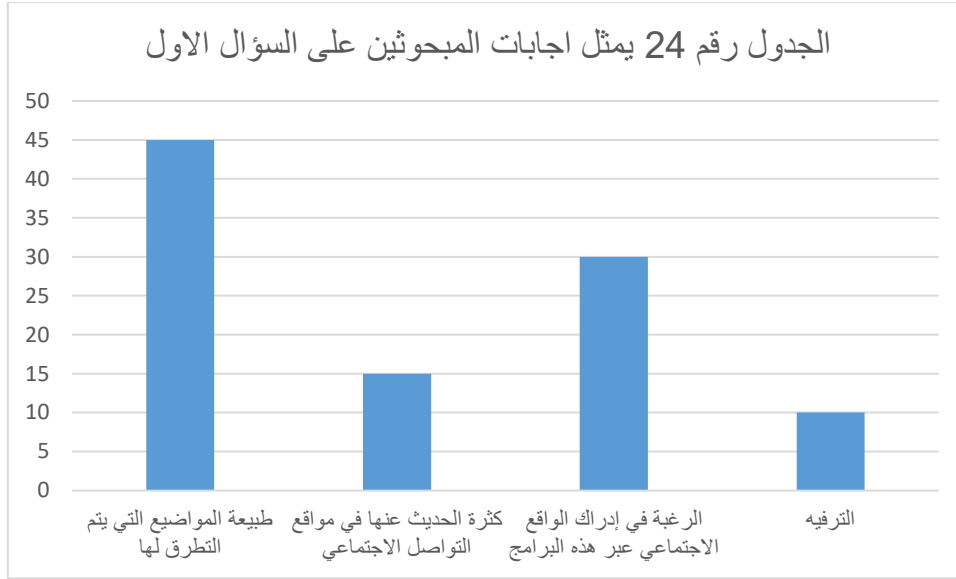


الشكل رقم 23 يمثل إجابات المبحوثين حول مشاهدة البرامج الاجتماعية

يمثل الجدول رقم(29) توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال سبب مشاهدة البرامج الاجتماعية

يعود سبب المشاهدة إلى				
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	
1.309	2.15	45.0	9	طبيعة المواضيع التي يتم التطرق لها
		15.0	3	كثرة الحديث عنها في مواقع التواصل الاجتماعي
		30.0	6	الرغبة في إدراك الواقع الاجتماعي عبر هذه البرامج
		10.0	2	الترفيه
		100.0	20	المجموع

الجدول أعلاه يوضح إجابات المبحوثين في العينة التجريبية حول سبب مشاهدتهم للبرامج الاجتماعية، وقد أجاب أفراد العينة أن سبب المشاهدة يعود إلى طبيعة المواضيع التي يتم التطرق لها بنسبة 45% يليها الرغبة في إدراك الواقع الاجتماعي أي 6 مفردات من أصل 20 بنسبة 30% ثم كثرة التعرض لها في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 15% أي 3 مفردات أما الترفيه فكانت بنسبة 10% ، وهذا ما يؤكد أن البرامج الاجتماعية تعالج المواضيع الاجتماعية من عمق الواقع الجزائري.

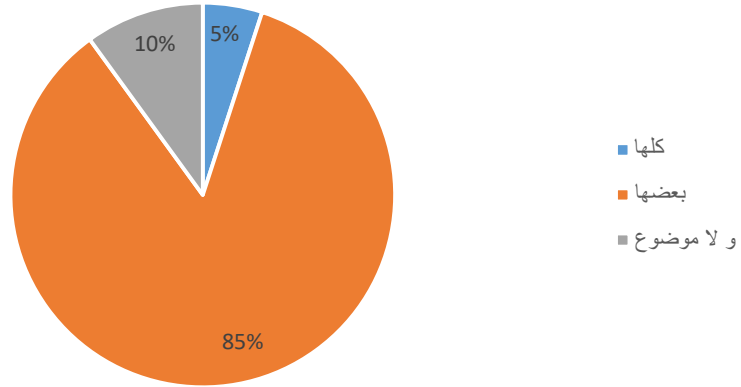


يمثل الجدول رقم(30) توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال ان سبق لهم مشاهدة المواضيع الاجتماعية المعروضة عليهم

سبق لك وان شاهدت المواضيع الاجتماعية التي عرضت عليك				
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	
0.394	2.05	5.0	1	كلها
		85.0	17	بعضها
		10.0	2	ولاموضوع
		100.0	20	المجموع

الجدول أعلاه يوضح لنا أن 85% من أفراد العينة التجريبية قد سبق لهم وشاهدوا بعض البرامج التي تم عرضها عليهم أي 17 مفردة من أصل 20 في حين نسبة 10% من العينة لم يشاهدوا ولا موضوع و بنسبة 5% من أفراد العينة شاهدوا كل المحتوى، ويعود هذا التباين إلى الاختلاف في الاهتمامات والدوافع إلى التعرض لهذا النوع من البرامج وكذا الفروقات الفردية بين أفراد الجمهور.

الجدول رقم 25 يمثل اجابات المبحوثين على السؤال الثاني



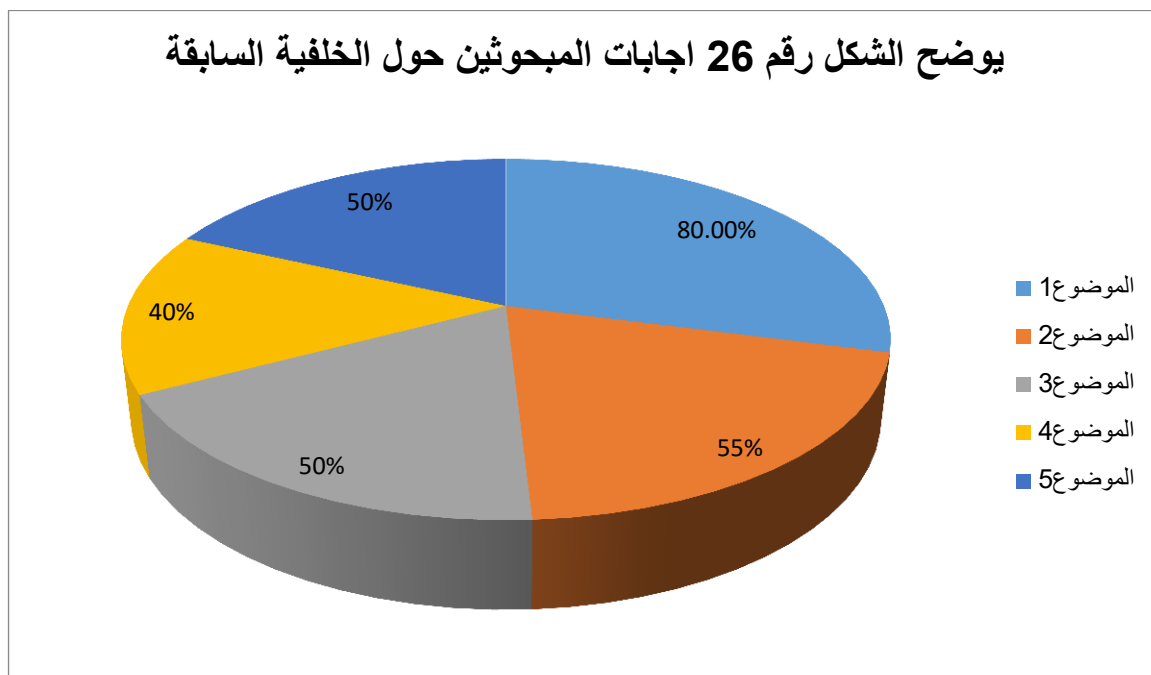
4/ الخلفية السابقة:

يمثل الجدول رقم (31) توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال الخلفية السابقة

الخلفية السابقة		الموضوع
النسبة	التكرار	
80%	16	الموضوع 1
55%	11	الموضوع 2
50%	10	الموضوع 3
40%	8	الموضوع 4
50%	10	الموضوع 5
100%	20	مجموع مفردات العينة
النسبة:		

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان الموضوع رقم 1 وهو الخاص ب: عقوق الوالدين من طرف شاب هو أكثر المواضيع التي يملك أفراد العينة حولها خلفيات سابقة وكان ذلك بنسبة: 80% اي 16 مفردة من أصل 20 لديهم معرفة بالموضوع، ثم يليه موضوع رقم 2 وهو الموضوع الذي تطرق الى الخيانة الزوجية

والتي تنتهي بقتل الزوج وكان ذلك بنسبة 55% يليه الموضوع رقم 3 الخاص بالسحر والشعوذة والموضوع رقم 5 والخاص بعقوق الوالدين من طرف شابة بنسبة 50% وفي الأخير جاء الموضوع الرابع الخاص بشجار ينتهي باحتراق رضيعين بنسبة 40%.

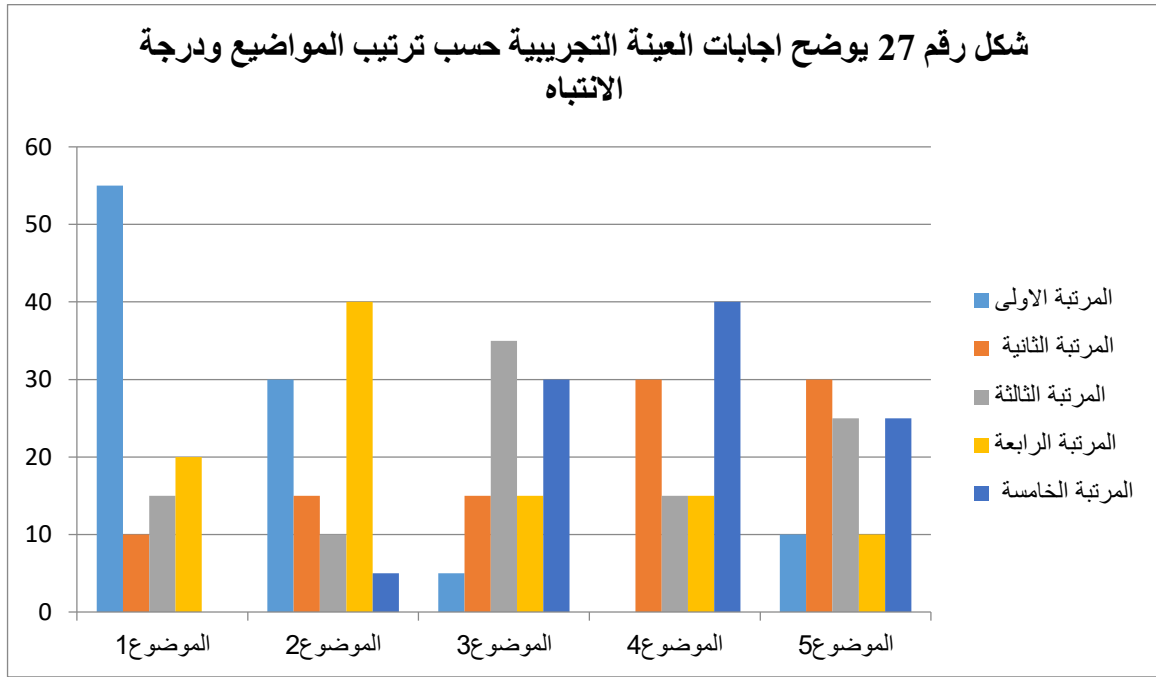


5/ ترتيب المواضيع حسب درجة الانتباه:

يمثل الجدول رقم (32) توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال ترتيب المواضيع حسب درجة الانتباه:

ترتيب المواضيع حسب درجة الانتباه										المواضيع
المرتبة 5		المرتبة 4		المرتبة 3		المرتبة 2		المرتبة 1		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0	0	20%	4	15%	3	10%	2	55%	11	1
5%	1	40%	8	10%	2	15%	3	30%	6	2
30%	6	15%	3	35%	7	15%	3	5%	1	3
40%	8	15%	3	15%	3	30%	6	0	0	4
25%	5	10%	2	25%	5	30%	6	10%	2	5
100%				النسبة	20					المجموع

من خلال الجدول أعلاه نجد أن أفراد العينة في ترتيبهم للمواضيع حسب درجة انتباههم قد نال الموضوع الأول الخاص بعقوق الوالدين من طرف شاب المرتبة الأولى بنسبة 55% اي بمجموع 11 مفردة من اصل 20 اختاروا الموضوع الاول ، اما الموضوع الذي نال المرتبة الثانية في درجة الانتباه لدى الطلبة هو كل من الموضوع الرابع الخاص باحتراق الرضع، والموضوع الخامس والخاص بعقوق الوالدة من طرف شابة، وقد نالا نسبة 30% من انتباه الطلبة، فيما يخص المرتبة الثالثة فقد كانت للموضوع الثالث الخاص بالسحر والشعوذة، يليه في المرتبة الرابعة الموضوع الثاني الخاص بجريمة الخيانة الزوجية، بنسبة 40%.



6/ المواضيع التي أثارت اهتمامك:

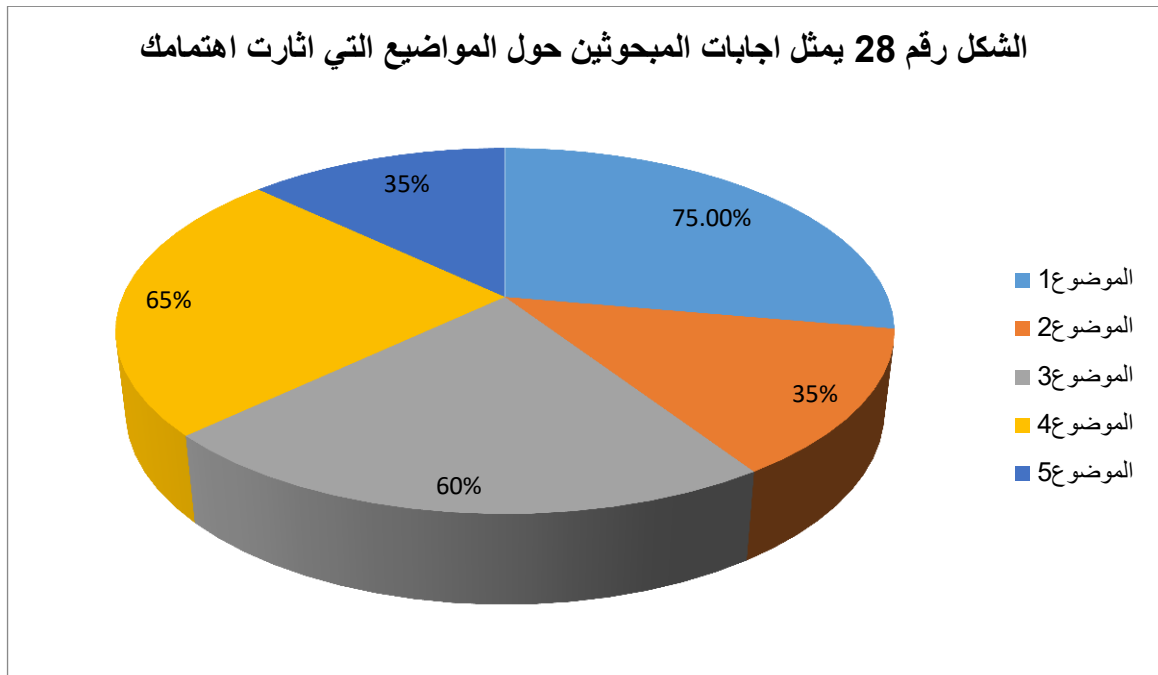
يمثل الجدول رقم (33) توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال المواضيع التي أثارت الاهتمام:

المواضيع التي أثارت اهتمامك		المواضيع
النسبة	التكرار	

الموضوع 1	15	57%
الموضوع 2	7	35%
الموضوع 3	12	6%
الموضوع 4	13	65%
الموضوع 5	7	35%
مجموع العينة	20	100%

الجدول أعلاه يوضح أن الموضوع الأكثر اهتماما هو الموضوع الأول الخاص بعقوق الوالدة من طرف شاب وكان ذلك بنسبة 57% من مجموع العينة يليه الموضوع رقم 4 والخاص باحتراق الأطفال وكان ذلك بنسبة 65%، ثم الموضوع رقم 3 الخاص بالسر والشعوذة بنسبة 60، أما الأقل اهتماما فهي كل من الموضوع رقم 2 الخاص بالقتل بسبب الخيانة الزوجية، والموضوع رقم 5 الخاص بالعقوق من طرف شابة بنسبة 35%.

الشكل رقم 28 يمثل اجابات المبحوثين حول المواضيع التي اثارته اهتمامك



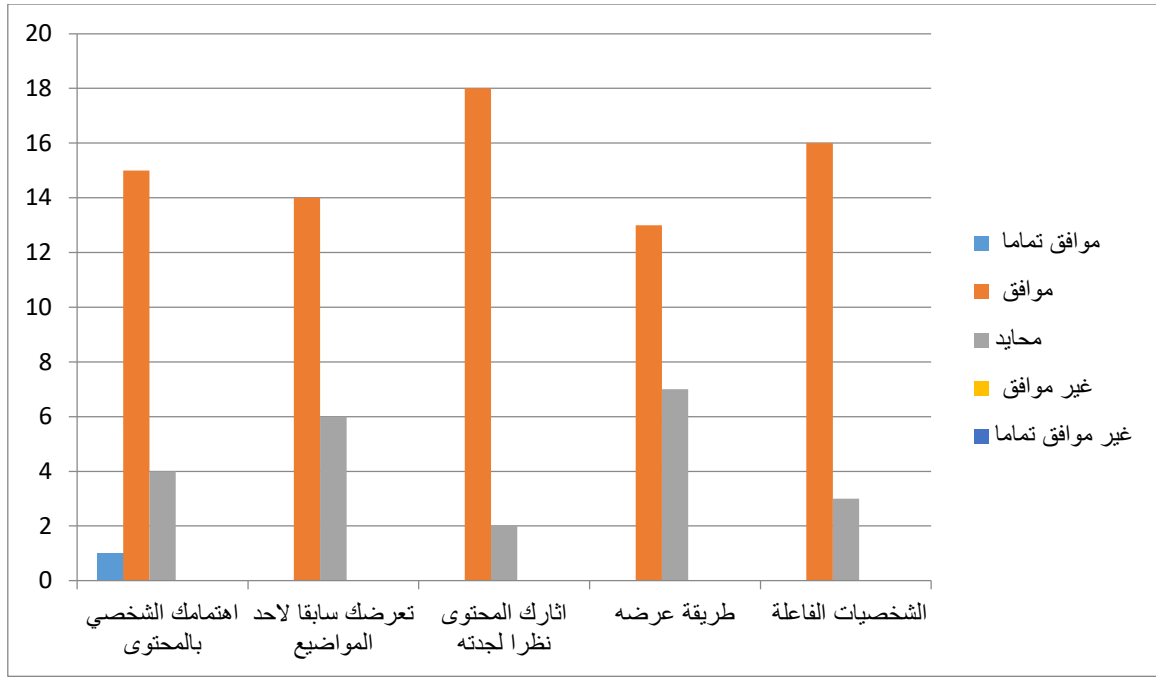
7/ عوامل جذب الانتباه:

عند تعرضك للمحتوى الاجتماعي، ما هو العامل الذي كان سببا في جذب انتباهك؟

يمثل الجدول رقم(34) توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال عوامل جذب الانتباه

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		غير موافق تماما		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماما		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
0.489	3.85	100,0	20	-	-	-	-	20.0	4	75.0	15	5.0	1	اهتمامك الشخصي بالمحتوى
0.470	3.70	100,0	20	-	-	-	-	30.0	6	70.0	14	-	-	تعرضك سابقا لأحد المواضيع والرغبة في معرفة تطوراته
0.308	3.90	100,0	20	-	-	-	-	10.0	2	90.0	18	-	-	أثارك المحتوى نظرا لجذته
0.489	3.65	100,0	20	-	-	-	-	35.0	7	65.0	13	-	-	طريقة عرض المواضيع
0.366	3.85	100,0	20	-	-	-	-	15.0	3	85.0	17	-	-	الشخصيات الفاعلة في المحتوى

من خلال الجدول الموضح أعلاه نجد أن: الرأي السائد في عوامل جذب الانتباه هو موافق بمتوسط حسابي يتراوح ما بين 3.65-3.85، خاصة فيما تعلق الأمر بجدة المحتوى بالنسبة للعينة التجريبية، فقد انتبه أفراد العينة بنسبة 90%، يليها الشخصيات الفاعلة في المواضيع بنسبة 85% أما الاهتمام الشخصي بالمحتوى فكان بنسبة 75% وتليها بنسبة اقل أي 70% التعرض السابق لأحد أو كل المواضيع والرغبة في معرفة تطوراته، وفي الأخير جاءت طريقة عرض المحتوى وكان ذلك بنسبة 65%.



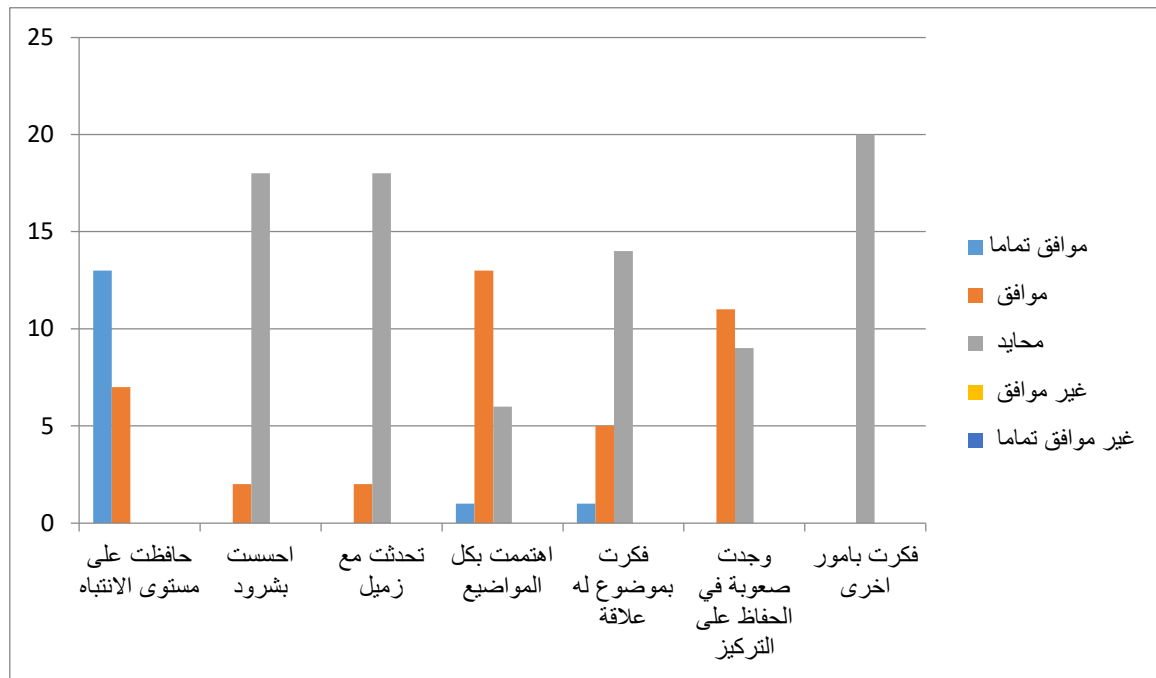
الشكل رقم 29 يمثل إجابات المبحوثين على السؤال عوامل جذب الانتباه

8/ مستوى الانتباه: أثناء مشاهدتك للمحتوى المعروض عليك، هل؟

يمثل الجدول رقم(35) توزيع أفراد العينة التجريبية حسبسؤال مستوى الانتباه

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		غير موافق تماما		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماما		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
0.489	4.65	100,0	20	-	-	-	-	-	-	35.0	7	65.0	13	حافظت على مستوى انتباهك حتى نهاية العرض
0.308	3.10	100,0	20	-	-	-	-	90.0	18	10.0	2	-	-	احسست بشرود ذهني
0.308	3.10	100,0	20	-	-	-	-	90.0	18	10.0	2	-	-	تحدثت مع زميل
0.550	3.75	100,0	20	-	-	-	-	30.0	6	65.0	13	5.0	1	اهتمت بكل المواضيع المعروضة
0.587	3.35	100,0	20	-	-	-	-	70.0	14	25.0	5	5.0	1	فكرت بموضوع له علاقة بالمحتوى
0.510	3.55	100,0	20	-	-	-	-	45.0	9	55.0	11	-	-	وجدت صعوبة في الحفاظ على تركيزك في بعض المواضيع
0.000	3.00	100,0	20	-	-	-	-	100.0	20	-	-	-	-	كنت تفكر بأمور أخرى

من خلال الجدول الموضح أعلاه نجد أن: الرأي السائد في مستوى الانتباه هو موافق، وقد بلغت نسبة اجابات المبحوثين فيما يخص المحافظة على مستوى الانتباه الى غاية نهاية العرض 65% اما 35% المتبقية فقط حافظت بشكل كامل على انتباهها حتى نهاية العرض في بعض المواضيع وقد بلغ المتوسط الحسابي 4.65، بينما وجدوا صعوبة بنسبة 55% في الحفاظ على التركيز في مواضيع اجتماعية اخرى وقد بلغت نسبة الاهتمام بكل المواضيع التي تم عرضها 65% وهذا ما يبين الاختلافات الموجودة بين افراد العينة في مستويات الانتباه والتي تخضع الى الاهتمام الشخصي، وعناصر الجذب والانتباه والدوافع للاستمرار في المشاهدة.

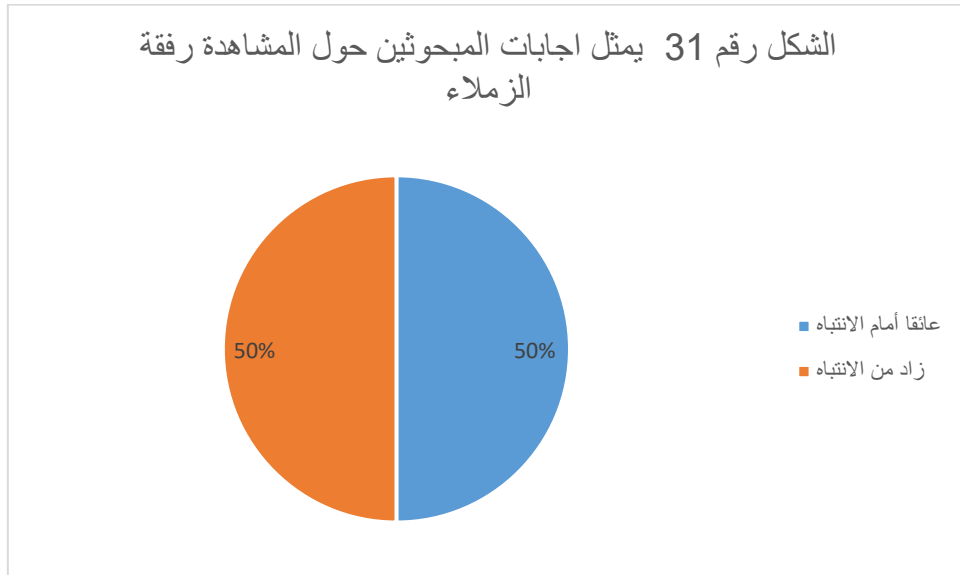


الشكل رقم 30 يمثل إجابات المبحوثين حول مستوى الانتباه

يمثل الجدول رقم(36) توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال المشاهدة رفقة زملاء

مشاهدتك للمحتوى رفقة زملاءك كان عائقا أمام انتباهك للمحتوى أو انه زاد من انتباهك				
الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
عائقا أمام الانتباه	10	50.0	1.50	0.513
زاد من الانتباه	10	50.0		
المجموع	20	100.0		

من خلال اجابات المبحوثين نلاحظ ان افراد العينة التجريبية بنسب متساوية يرون ان المشاهدة رفقة زملاء عائقا امام الانتباه بنسبة 50% وبنفس النسبة يجيدون انها عامل لزيادة الانتباه وقد برر افراد العينة اجاباتهم بان المشاهدة الجماعية تحفز اكثر على الاهتمام بالمحتوى، وانها تحفز على معرفة اراء ووجهة نظر الزملاء، كذلك ان الزملاء قد ساعدوا بعضهم البعض في فهم المواضيع، الا ان البعض الاخر يبرر ان المشاهدة مع الزملاء كانت عائقا بسبب حساسية بعض المواضيع، وان التواجد مع الزملاء عائقا امام التعبير عن الشعور كالرغبة في البكاء.



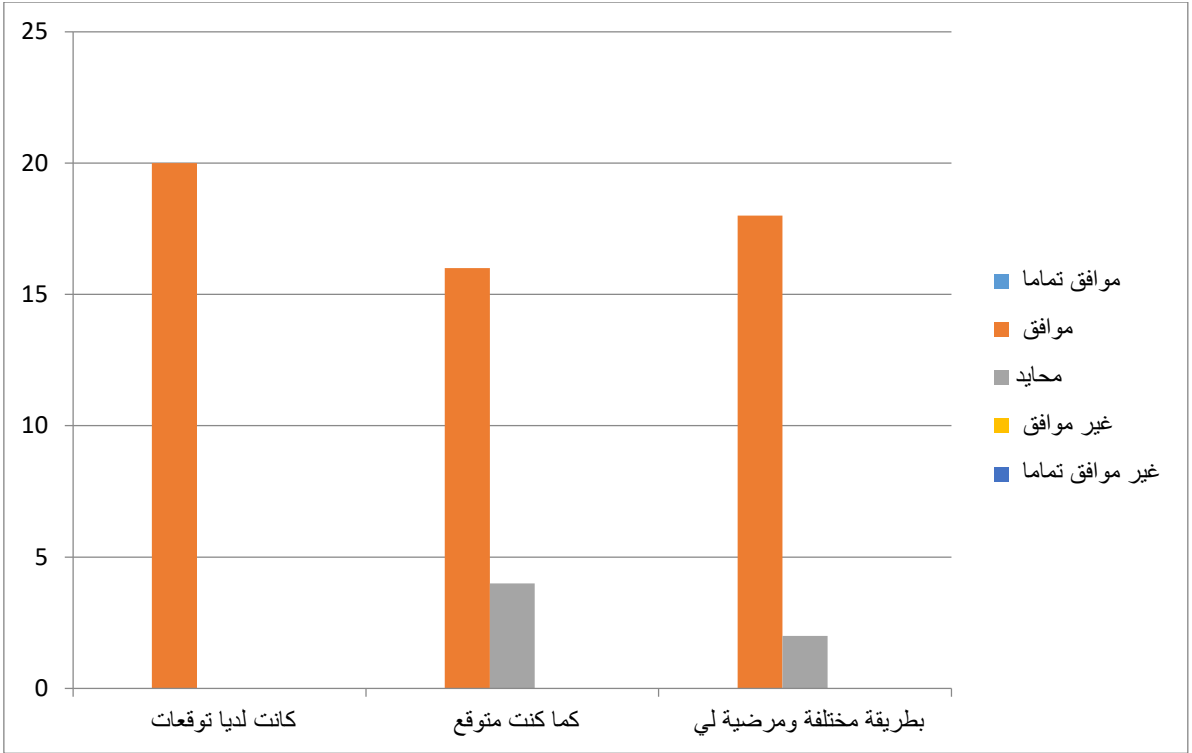
المحور الثاني: إدراك وتذكر الأحداث الواردة في البرامج الاجتماعية المعروضة:

1/ أفق التوقعات: هل تطابقت توقعاتك مع تطورات الأحداث في المحتوى المعروض؟

يمثل الجدول رقم(37) توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال أفق التوقعات

الفقرة	موافق تماما		محايد		غير موافق		غير موافق تماما		المجموع		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
كانت لدي توقعات	-	-	100.0	20	-	-	-	-	100.0	20	4.00	0.000
كما كنت متوقع	-	-	80.0	16	20.0	4	-	-	100.0	20	3.80	0.410
بطريقة مختلفة ومرضية لي	-	-	90.0	18	10.0	2	-	-	100.0	20	3.90	0.308

من خلال الجدول أعلاه نجد الاتجاه السائد هو موافق بمتوسط حسابي = 4.00 وأن كل أفراد العينة التجريبية كانت لديهم توقعات من المحتوى بنسبة 100% وان نسبة 80% منهم تطابقت توقعاته مع المحتوى في بعض المواضيع المشاهدة، في حين نسبة 90% منهم كانت لديهم توقعات أخرى ولكن تطور الأحداث كان مرضي لهم مع انه لم يتطابق مع توقعاتهم في مواضيع أخرى من المحتوى الذي تمت مشاهدته.



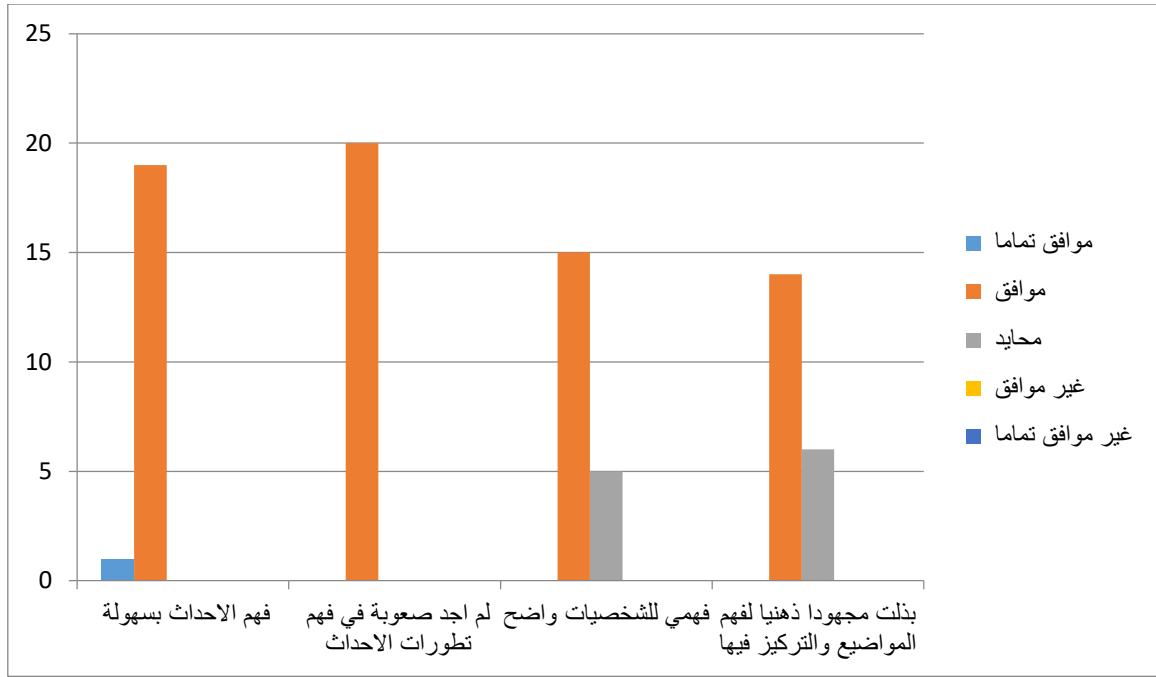
الشكل رقم 32 يمثل إجابات المبحوثين حول أفق التوقعات

2/ الانسجام وفهم الأحداث: خلال المشاهدة كنت قادرا على؟

يمثل الجدول رقم (38) توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال الانسجام وفهم الأحداث

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		غير موافق تماما		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماما		الفقرات
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
0.224	4.05	100,0	20	-	-	-	-	-	-	95.0	19	5.0	1	فهم الأحداث بسهولة
0.000	4.00	100,0	20	-	-	-	-	-	-	100.0	20	-	-	لم أجد صعوبة في فهم تطورات الأحداث
0.444	3.75	100,0	20	-	-	-	-	25.0	5	75.0	15	-	-	فهمني للشخصيات واضح
0.470	3.70	100,0	20	-	-	-	-	30.0	6	70.0	14	-	-	بذلت مجهودا ذهنيا لفهم المواضيع والتركيز فيها

يبين الجدول أعلاه إجابات المبحوثين من العينة التجريبية فيما يخص الانسجام وفهم الأحداث، نجد أن الرأي السائد في المجموعة هو موافق، منهم 95% فهم الأحداث بسهولة ، ونسبة 100% من العينة لم تجد صعوبة في فهم تطورات الأحداث، ونسبة 75% من أفراد العينة كان فهمهم بشكل جيد الشخصيات في المحتوى ونسبة 70% فقد حاولوا فهم بعض المواضيع من المحتوى والتركيز فيها ببذلهم جهد ذهني.



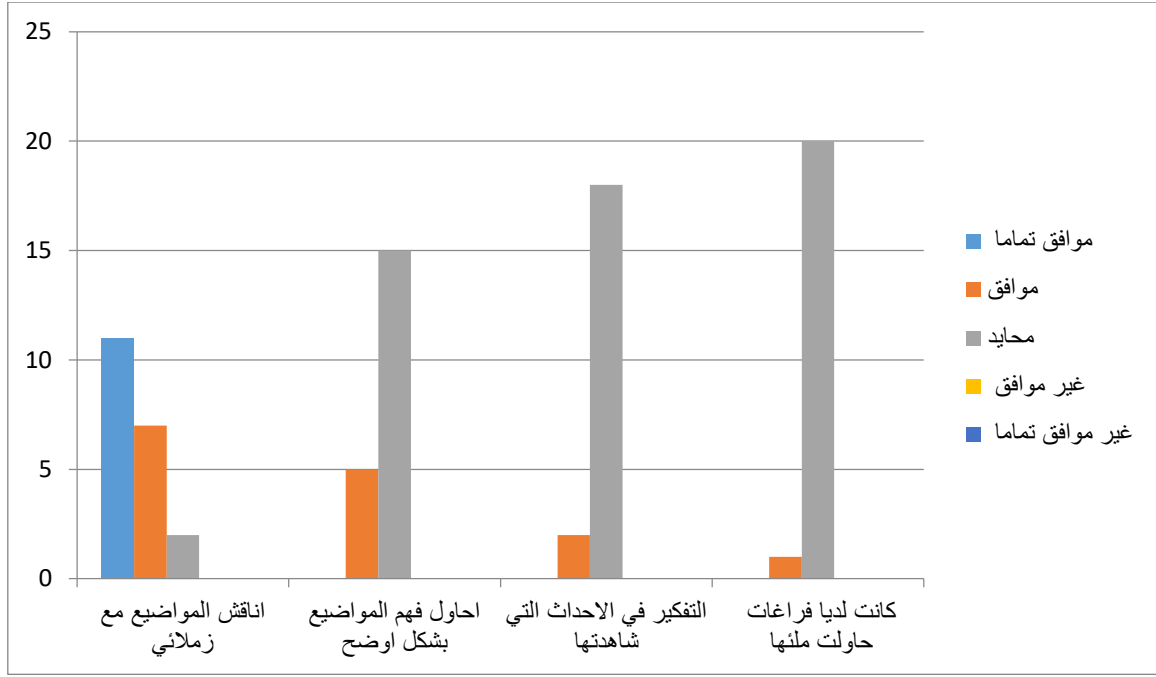
الشكل رقم 33 يمثل إجابات المبحوثين حول الانسجام وفهم الاحداث

3/ إعادة بناء الأحداث (التذكر): في مرحلة معينة من العرض كنت أود أن؟

يمثل الجدول رقم (39) توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال إعادة بناء الأحداث

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		غير موافق تماما		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماما		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
0.686	4.45	100,0	20	-	-	-	-	10.0	2	35.0	7	55.0	11	أناقش المواضيع مع زملائي
0.444	3.25	100,0	20	-	-	-	-	75.0	15	25.0	5	-	-	أحاول فهم المواضيع بشكل أوضح
0.308	3.10	100,0	20	-	-	-	-	90.0	18	10.0	2	-	-	التفكير في الأحداث التي شاهدتها
0.224	3.05	100,0	20	-	-	-	-	95.0	19	5.0	1	-	-	كانت لدينا فراغات حاولت ملؤها

من خلال الجدول اعلاه نجد ان معظم افراد العينة يلجؤون في التذكر عن طريق اعادة بناء الاحداث الى تدعيم اراءهم بآراء زملاءهم وقد بلغ ذلك بمجمل 90% بن موافق تماما وموافق وهو الراي السائد بمتوسط حسابي بلغ 4.45.



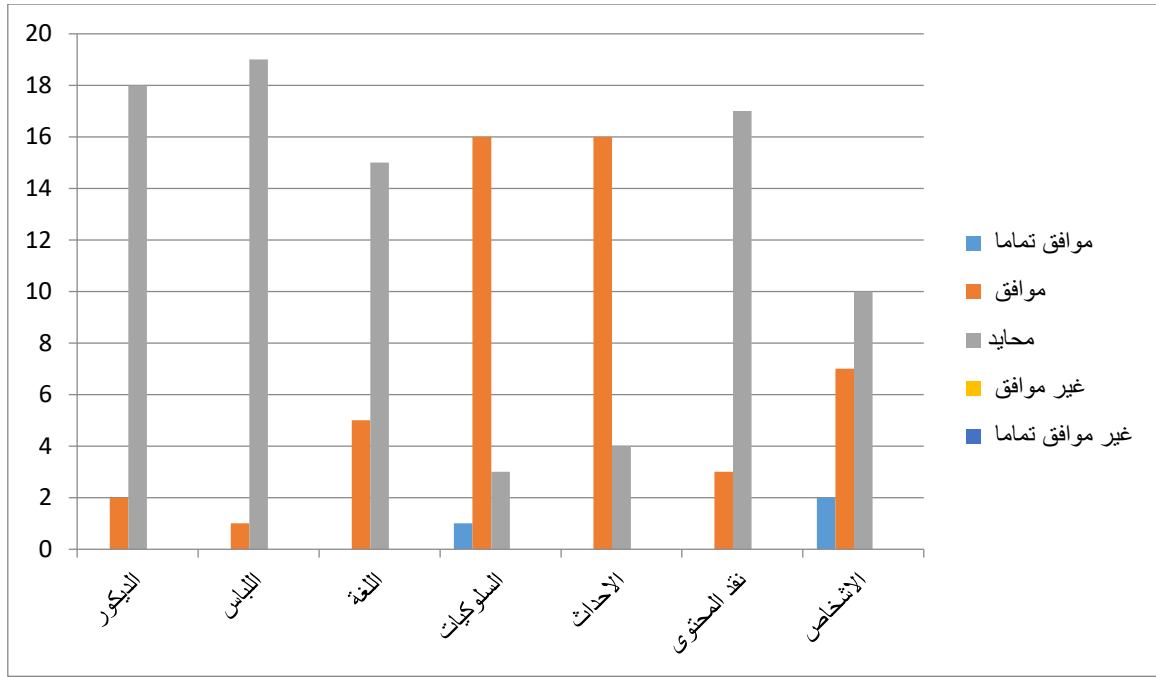
الشكل رقم 34 يمثل إجابات المبحوثين حول إعادة بناء الأحداث

4/ الفهم والتذكر من خلال شكل ومضمون العرض: إذا حدث وإن تناقشت مع زملاءك فهل دار الحديث حول؟

يمثل الجدول رقم(40) توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال الفهم والتذكر من خلال شكل ومضمون العرض

من ناحية الشكل (طريقة العرض)														
الإجابة	موافق تماما		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق تماما		المجموع		الانحراف المعياري	
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
الديكور او المكان	-	-	10.0	2	90.0	18	-	-	-	-	100,0	20	3.10	0.308
اللباس	-	-	5.0	1	95.0	19	-	-	-	-	100,0	20	3.05	0.224
اللغة	-	-	25.0	5	75.0	15	-	-	-	-	100,0	20	3.25	0.444
السلوكيات	5.0	1	80.0	16	15.0	3	-	-	-	-	100,0	20	3.90	0.447
من ناحية المضمون (مستوى المعالجة)														
الأحداث	-	-	80.0	16	20.0	4	-	-	-	-	100,0	20	3.80	0.410
نقد محتوى البرنامج	-	-	15.0	3	85.0	17	-	-	-	-	100,0	20	3.15	0.366
الأشخاص الفاعلون	10.0	2	35.0	7	55.0	11	-	-	-	-	100,0	20	3.55	0.686

يمثل الجدول اعلاه اجابات المبحوثون حول التذكر عن طريق الفهم والذي قسمناه الى الفهم من خلال الشكل اي طريقة العرض والفهم من خلال المضمون اي مستوى المعالجة حيث اجاب المبحوثون بنسبة 80 بان سلوكيات الاشخاص الفاعلين هي العامل الذي ساعدهم اكثر في فهم المحتوى وتذكر احداث معينة، اما من ناحية المضمون فالأحداث هي التي ساعدت افراد العينة على الفهم والتذكر بنسبة 80 تليها الشخصيات الفاعلة في المحتوى المشاهد بنسبة 45، وعليه نقول ان افراد العينة اضافة الى المحتوى الذي عرضت عليهم كانت لديهم عوامل اخرى تدخلت في فهمهم وتذكرهم للأحداث.



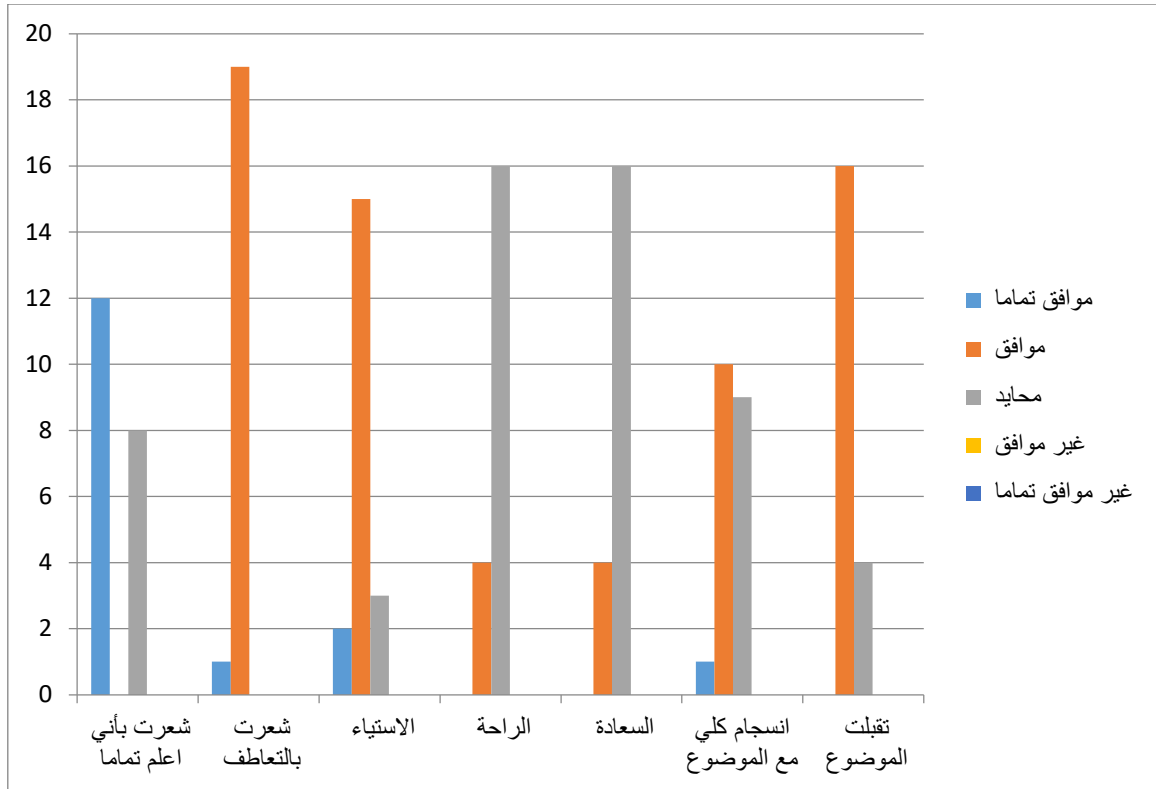
الشكل رقم 35 يمثل إجابات المبحوثين حول الفهم والتذكر

5/ النشاط الانفعالي (أنماط التفاعل): كيف كان شعورك أثناء المشاهدة؟

يمثل الجدول رقم (41) توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال النشاط الانفعالي

الإجابة	موافق تماما		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق تماما		المجموع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار			
شعرت بانني اعلم تماما ما كانت تمر به الشخصيات من مشاعر وأحاسيس	60.0	12	40.0	8	-	-	-	-	-	-	100,0	4.20	1.005
شعرت بالتعاطف	5.0	1	95.0	19	-	-	-	-	-	-	100,0	4.05	0.224
شعرت بالاستياء	10.0	2	75.0	15	15.0	3	-	-	-	-	100,0	3.95	0.510
شعرت بالراحة	-	-	20.0	4	80.0	16	-	-	-	-	100,0	3.20	0.410
شعرت بالسعادة	-	-	20.0	4	80.0	16	-	-	-	-	100,0	3.20	0.410
انسجام كلي مع الموضوع	5.0	1	50.0	10	45.0	9	-	-	-	-	100,0	3.60	0.598
تقبلت الموضوع	-	-	80.0	16	20.0	4	-	-	-	-	100,0	3.80	0.410

الجدول اعلاه يوضح توزيع افراد العينة حسب انماط التفاعل مع المحتوى والذي من خلاله نلاحظ ان ادراك الاحداث عند افراد العينة يكون عن طريق معايشة احاسيسهم والاستغراق في المشاهدة ما ادى الى انغماسهم في الاحداث فكان الراي السائد هو موافق، حيث اجاب المبحوثين بانهم شعروا تماما بما كانت تمر به الشخصيات من مشاعر وأحاسيس بنسبة 60% ، اما انماط التفاعل فقد اختلفت باختلاف المحتوى، فالشعور بالتعاطف كان بنسبة 100% بين موافق وموافق جدا، اما الشعور بالاستياء فكان بنسبة 75% موافق تماما والانسجام مع المواضيع فكان بنسبة 50%، فيما يخص تقبل المواضيع فكان بنسبة 80%



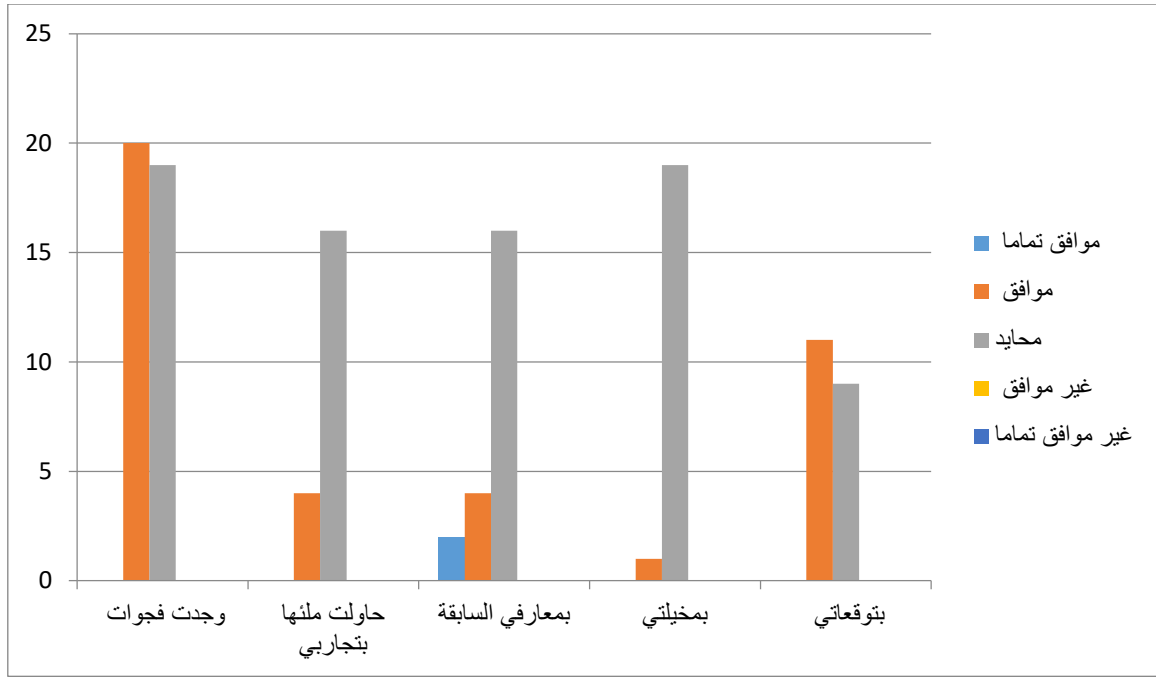
الشكل رقم 36 يمثل إجابات المبحوثين حول النشاط الانفعالي

6/ الفجوات والفراغات (التعرف والاستدعاء) ، أثناء المشاهدة؟

يمثل الجدول رقم(42) توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال الفجوات والفراغات

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		غير موافق تماما		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماما		الإجابة
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
0.000	4.00	100,0	20	-	-	-	-	-	-	100.0	20	-	-	وجدت فجوات و فراغات في المحتوى
0.410	3.20	100,0	20	-	-	-	-	80.0	16	20.0	4	-	-	حاولت ملئ الفراغات بتجاريبي السابقة
0.410	3.20	100,0	20	-	-	-	-	80.0	16	20.0	4	-	-	بمعارفي السابقة
0.224	3.05	100,0	20	-	-	-	-	95.0	19	5.0	1	-	-	بمخيلتي
0.510	3.55	100,0	20	-	-	-	-	45.0	9	55.0	11	-	-	بتوقعاتي

من خلال الجدول نلاحظ ان العينة وجدت فجوات وفراغات في المحتوى المشاهد بنسبة 100%، وقد حاول ملئها بتجاريبيهم السابقة 20% من افراد العينة وبنفس النسبة استخدموا معارفهم السابقة حول المواضيع، وهناك من استخدم مخيلته للمقابلة بينها وبين المحتوى اي بنسبة 5%، اما التوقعات فقد كانت بنسبة 55% ، وهنا تكمن الفروقات الفردية بين افراد العينة في ملئ الفراغات بين التجربة والمعارف السابقة والمخيلة والتوقعات

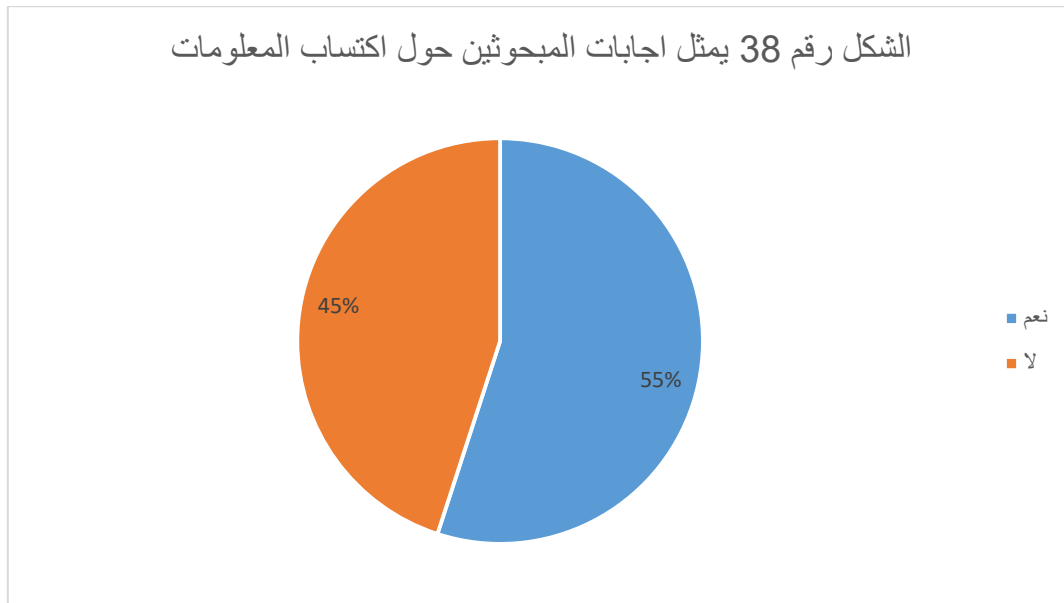


الشكل رقم 37 يمثل إجابات المبحوثين حول الفجوات والفراغات

يمثل الجدول رقم(43) توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال اكتساب معلومات جديدة

هل اكتسبت معلومات جديدة بعد المشاهدة				
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	الإجابة
0.510	1.45	55.0	11	نعم
		45.0	9	لا
		100.0	20	المجموع

من خلال الجدول نجد أن 55% من أفراد العينة قد اكتسبوا معلومات جديدة من المحتوى الذي شاهدوه وتتمثل هذه المعلومات في كونهم تعرفوا على مواضيع اعتبروها جديدة تمثل معاناة المجتمع الجزائري، في حين 45% من أفراد العينة التجريبية لم يكتسبوا اي معلومات جديدة.



اختبار

الفرضيات

الفصل الثاني: اختبار فرضيات الدراسة

المبحث الأول: اختبار الفرضيات الخاصة بمتغير الجنس

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعة الضابطة والمجموعة التجريبية فيما يخص الانتباه في علاقتها بمتغيرات الجنس، الخلفية المعرفية و اهتمامات المبحوثين.

الفرضية الجزئية 1: الانتباه

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية.

الجدول رقم 44 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 1

الانتباه	عدد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الخطأ المعياري
ضابطة	20	43.6000	1.72901	0.38662
تجريبية	20	43.4500	1.35627	.303270

الانتباه	قيمة ت المحسوبة t	درجة الحرية ddl	مستوى الدلالة Sig	اختلاف المتوسطات	فاصل الثقة للاختلاف عند 95 %
	.305	38	.762	.15000	القيمة العليا
					القيمة الدنيا
					1.14473
					-

	.84473				
--	--------	--	--	--	--

المصدر: اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.762 أكبر من 0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية و نرفض الفرضية البديلة ونقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الانتباه بين العينة الضابطة و التجريبية

الفرضية الجزئية 1-1:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية و علاقتها بمتغير الجنس.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية و علاقتها بمتغير الجنس.

الجدول رقم 45 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 1-1

عدد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الخطأ المعياري
16	42.8125	1.22304	.305760
24	44.0000	1.56038	.318510

الانتباه	قيمة ت المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة Sig	اختلاف المتوسطات	فاصل الثقة للاختلاف عند 95 %
	-2.561	38	.015	-1.18750	القيمة الدنيا القيمة العليا
					- -
					2.12621 .24879

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.015 أصغر من 0.05 فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة و نقول انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الانتباه بين العينة الضابطة و التجريبية حسب متغير الجنس

الفرضية الجزئية 1-2:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه للمجموعة الضابطة و متغير الجنس.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه للمجموعة الضابطة و متغير الجنس.

الجدول رقم 46 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 1-2

عدد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الخطأ المعياري
8	42.3750	1.06066	.37500
12	44.4167	1.62135	.46804

الانتباه	قيمة t المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة Sig	اختلاف المتوسطات	فاصل الثقة للاختلاف عند 95 %
	-3.129	18	.006	-2.04167	القيمة الدنيا القيمة العليا
					-3.41264 -.67070

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.006 أصغر من 0.05 فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة و نقول انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الانتباه في العينة الضابطة حسب متغير

الجنس

الفرضية الجزئية 1-3:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه للمجموعة التجريبية و متغير الجنس.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه للمجموعة التجريبية و متغير الجنس.

الجدول رقم 47 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 1-3

عدد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الخطأ المعياري
8	43.2500	1.28174	.45316
12	43.5833	1.44338	.41667

الانتباه	قيمة t المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة Sig	اختلاف المتوسطات	فاصل الثقة للاختلاف عند 95 %
	-528	18	.604	-.33333	القيمة الدنيا القيمة العليا
					-1.65931 .99265

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.604 أكبر من 0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية و نرفض الفرضية البديلة و نقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الانتباه في العينة التجريبية و متغير الجنس.

الفرضية الجزئية 2: الإدراك

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية.

الجدول رقم 48 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 2

الإدراك	عدد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الخطأ المعياري
ضابطة	20	77.4500	2.98196	.66679
تجريبية	20	77.0000	2.82843	.63246

الإدراك	قيمة ت المحسوبة t	درجة الحرية ddl	مستوى الدلالة Sig	اختلاف المتوسطات	فاصل الثقة للاختلاف عند 95 %	
					القيمة العليا	القيمة الدنيا
	.490	38	.627	.45000	2.31047	-1.41047

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.627 أكبر من 0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية و نرفض الفرضية البديلة و نقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الإدراك بين العينة الضابطة و التجريبية.

الفرضية الجزئية 1-2:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية و علاقتها بمتغير الجنس.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية و علاقتها بمتغير الجنس.

الجدول رقم 49 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 1-2

عدد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الخطأ المعياري
16	75.6250	2.47319	.61830
24	78.2917	2.66179	.54334

الانتباه	قيمة t المحسوبة	درجة الحرية ddf	مستوى الدلالة Sig	اختلاف المتوسطات	فاصل الثقة للاختلاف عند 95 %
	-3.191	38	.003	-2.66667	القيمة الدنيا -4.35823 القيمة العليا -.97510

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.003 أصغر من 0.05 فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة و نقول انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الإدراك بين العينة الضابطة و التجريبية حسب

متغير الجنس

الفرضية الجزئية 2-2:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك للمجموعة الضابطة و متغير الجنس.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك للمجموعة الضابطة و متغير الجنس.

الجدول رقم 50 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 2-2

عدد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الخطأ المعياري
8	75.0000	1.92725	.68139
12	79.0833	2.39159	.69039

الانتباه	قيمة t المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة Sig	اختلاف المتوسطات	فاصل الثقة للاختلاف عند 95 %
	-4.025	18	.001	-4.08333	القيمة الدنيا -6.21463 القيمة العليا -1.95203

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.001 أصغر من 0.05 فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة و نقول انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الإدراك في العينة الضابطة حسب متغير الجنس.

الفرضية الجزئية 2-3:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك للمجموعة التجريبية ومنتغير الجنس.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك للمجموعة التجريبية ومنتغير الجنس.

الجدول رقم 51 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 2-3

عدد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الخطأ المعياري
8	76.2500	2.91548	1.03078
12	77.5000	2.77980	.80246

الادراك	قيمة t المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة Sig	اختلاف المتوسطات	فاصل الثقة للاختلاف عند 95 %
	-0.967	18	0.347	-1.25000	القيمة الدنيا -3.96698 القيمة العليا 1.46698

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.347 أكبر من 0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية و نرفض الفرضية البديلة و نقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الإدراك في العينة التجريبية و منتغير الجنس.

الفرضية الجزئية 3: التذكر

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية.

الجدول رقم 52 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 3

.....	عدد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الخطأ المعياري
ضابطة	20	32.0000	1.94666	.43529
تجريبية	20	30.8500	.87509	.19568

.....	قيمة ت المحسوبة t	درجة الحرية ddf	مستوى الدلالة Sig	اختلاف المتوسطات	فاصل الثقة للاختلاف عند 95 %
	'2.410	38	'0.021	'1.15000	القيمة الدنيا القيمة العليا
					2.11613 .18387

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.021 أقل من 0.05 فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة ونقول انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة التذكر بين العينة الضابطة و التجريبية.

الفرضية الجزئية 3-1:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية و علاقتها بمتغير الجنس.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية و علاقتها بمتغير الجنس.

الجدول رقم 53 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 3-1

عدد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الخطأ المعياري	
16	30.5625	.89209	.22302	ذكر
24	32.0000	1.71945	.35098	أنثى

الانتباه	قيمة t المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة Sig	اختلاف المتوسطات	فاصل الثقة للاختلاف عند 95 %	
					القيمة الدنيا	القيمة العليا
	-.071	38	.004	-143750	-2.38514	-.48986

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.004 أصغر من 0.05 فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة و نقول انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة التذكر بين العينة الضابطة و التجريبية حسب متغير الجنس.

الفرضية الجزئية 2-3:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر للمجموعة الضابطة ومتغير الجنس.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر للمجموعة الضابطة ومتغير الجنس.

الجدول رقم 54 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 2-3

عدد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الخطأ المعياري
8	30.6250	.91613	.32390
12	32.9167	1.92865	.55675

الانتباه	قيمة t المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة Sig	اختلاف المتوسطات	فاصل الثقة للاختلاف عند 95 %
	-3.114	18	.006	-2.29167	القيمة الدنيا -3.83777 القيمة العليا -.74557

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.006 أصغر من 0.05 فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة و نقول انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة التذكر في العينة الضابطة حسب متغير الجنس.

الفرضية الجزئية 3-3:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر للمجموعة التجريبية و متغير الجنس.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر للمجموعة التجريبية و متغير الجنس.

الجدول رقم 55 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 3-3

عدد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الخطأ المعياري
8	30.6250	.91613	.32390
12	32.9167	1.92865	.55675

.....	قيمة t المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة Sig	اختلاف المتوسطات	فاصل الثقة للاختلاف عند 95 %
	-3.114	18	.006	-2.29167	القيمة الدنيا القيمة العليا
					-3.83777 -.74557

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة أكبر من 0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية و نرفض الفرضية البديلة و نقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة التذكر في العينة التجريبية و متغير الجنس.

المبحث الثاني: اختبار الفرضيات الخاصة بمتغير الخلفية السابقة

الفرضية 4: الخلفية السابقة

الفرضية الجزئية 4-1: الانتباه

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية و علاقتها بمتغير الخلفية السابقة.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية و علاقتها بمتغير الخلفية السابقة.

الجدول رقم 56 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 4-1

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	أقيمة ف المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
بين المجموعات	.316	2	.158	.064	.938
داخل المجموعات	91.659	37	2.477		
المجموع	91.975	39	-		

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.938 أكبر من 0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية و نرفض الفرضية البديلة و نقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الانتباه بين العينة الضابطة و التجريبية حسب متغير الخلفية السابقة.

الفرضية الجزئية 4-2:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه للمجموعة الضابطة و متغير الخلفية السابقة.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه للمجموعة الضابطة و متغير الخلفية السابقة.

الجدول رقم 57 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 2-4

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	أقيمة ف المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
بين المجموعات	1.900	2	.950	.294	.749
داخل المجموعات	54.900	17	3.229		
المجموع	56.800	19			

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.749 أكبر من 0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية و نرفض الفرضية البديلة و نقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الانتباه في العينة الضابطة حسب متغير الخلفية السابقة.

الفرضية الجزئية 3-4:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه للمجموعة التجريبية و متغير الخلفية السابقة.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه للمجموعة التجريبية و متغير الخلفية السابقة.

الجدول رقم 58 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 3-4

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	أقيمة ف المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
بين المجموعات	4.506	2	2.253	1.258	.309
داخل المجموعات	30.444	17	1.791		
المجموع	34.950	19			

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.309 أكبر من 0.05 فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة و نقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الانتباه في العينة التجريبية و متغير الخلفية السابقة.

الفرضية 1-5: الإدراك

الفرضية الجزئية 1-5:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية و علاقتها بمتغير الخلفية السابقة.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية و علاقتها بمتغير الخلفية السابقة.

الجدول رقم 59 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 1-5

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	أقيمة ف المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
بين المجموعات	2.025	1	2.025	.240	.627
داخل المجموعات	320.950	38	8.446		
المجموع	322.975	39			

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.627 أكبر من 0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية و نرفض الفرضية البديلة ونقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الإدراك بين العينة الضابطة و التجريبية حسب متغير الخلفية السابقة

الفرضية الجزئية 5-2:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك للمجموعة الضابطة و متغير الخلفية السابقة.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك للمجموعة الضابطة و متغير الخلفية السابقة.

الجدول رقم 60 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 5-2

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	أقيمة ف المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
بين المجموعات	10.550	2	5.275	.566	.578
داخل المجموعات	158.400	17	9.318		
المجموع	168.950	19			

المصدر: اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.578 أكبر من 0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة ونقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الإدراك في العينة الضابطة حسب متغير الخلفية السابقة.

الفرضية الجزئية 5-3:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك للمجموعة التجريبية و متغير الخلفية السابقة.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك للمجموعة التجريبية و متغير الخلفية السابقة.

الجدول رقم 61 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 3-5

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	أقيمة ف المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
بين المجموعات	26.389	2	13.194	1.786	.198
داخل المجموعات	125.611	17	7.389		
المجموع	152.000	19			

المصدر: اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.198 أكبر من 0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة ونقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الإدراك في العينة التجريبية ومتغير الخلفية السابقة.

الفرضية 6-1: التذكر

الفرضية الجزئية 6-1:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية و علاقتها بمتغير الخلفية السابقة.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية و علاقتها بمتغير الخلفية السابقة.

الجدول رقم 62 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 6-1

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	أقيمة ف المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
بين المجموعات	13.225	1	13.225	5.806	.021
داخل المجموعات	86.550	38	2.278		
المجموع	99.775	39			

المصدر: اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.021 أصغر من 0.05 فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة و نقول انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة التذكر بين العينة الضابطة و التجريبية حسب متغير الخلفية السابقة.

الفرضية الجزئية 6-2:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر للمجموعة الضابطة و متغير الخلفية السابقة.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر للمجموعة الضابطة و متغير الخلفية السابقة.

الجدول رقم 63 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 6-2

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	أقيمة ف المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
بين المجموعات	.000	2	.000	.000	1.000
داخل المجموعات	72.000	17	4.235		
المجموع	72.000	19			

المصدر: اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 1.000 أكبر من 0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية و نرفض الفرضية البديلة و نقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة التذكر في العينة الضابطة حسب متغير الخلفية السابقة.

الفرضية الجزئية 6-3:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر للمجموعة التجريبية ومتغير الخلفية السابقة.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر للمجموعة التجريبية ومتغير الخلفية السابقة.

الجدول رقم 64 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 6-3

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	أقيمة ف المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
بين المجموعات	.050	2	.025	.029	.971
داخل المجموعات	14.500	17	.853		
المجموع	14.550	19			

المصدر: اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.029 أكبر من 0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية و نرفض الفرضية البديلة ونقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة التذكر في العينة التجريبية ومتغير الخلفية السابقة.

المبحث الثالث: اختبار الفرضيات الخاصة بمتغير الاهتمامات

متغير الاهتمامات:

الفرضية 1-7: الانتباه

الفرضية الجزئية 1-7:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية و علاقتها بمتغير الاهتمامات.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية و علاقتها بمتغير الاهتمامات.

الجدول رقم 65 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 1-7

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	أقيمة ف المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
بين المجموعات					
داخل المجموعات					
المجموع					

المصدر: اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.938 أكبر من 0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية و نرفض الفرضية البديلة ونقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الانتباه بين العينة الضابطة والتجريبية حسب

متغير الاهتمامات

الفرضية الجزئية 7-2:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه للمجموعة الضابطة ومتغير الاهتمامات.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه للمجموعة الضابطة ومتغير الاهتمامات.

الجدول رقم 66 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 7-2

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	أقيمة ف المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
بين المجموعات	1.900	2	.950	.294	.749
داخل المجموعات	54.900	17	3.229		
المجموع	56.800	19			

المصدر: اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.749 أكبر من 0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة ونقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الانتباه في العينة الضابطة حسب متغير الاهتمامات.

الفرضية الجزئية 7-3:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه للمجموعة التجريبية ومتغير الاهتمامات.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الانتباه للمجموعة التجريبية ومتغير الاهتمامات.

الجدول رقم 67 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 3-7

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	أقيمة ف المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
بين المجموعات	4.506	2	2.253	1.258	.309
داخل المجموعات	30.444	17	1.791		
المجموع	34.950	19			

المصدر: اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.309 أكبر من 0.05 فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة ونقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الانتباه في العينة التجريبية و متغير الاهتمامات.

الفرضية 1-8 : الإدراك

الفرضية الجزئية 1-8:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك بين المجموعة الضابطة والمجموعة التجريبية و علاقتها بمتغير الاهتمامات

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك بين المجموعة الضابطة و المجموعة التجريبية و علاقتها بمتغير الاهتمامات

الجدول رقم 68 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 1-8

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	أقيمة ف المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
بين المجموعات	.052	1	.052	.006	.938
داخل المجموعات	322.923	38	8.498		
المجموع	322.975	39			

المصدر: اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.938 أكبر من 0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية و نرفض الفرضية البديلة ونقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الإدراك بين العينة الضابطة والتجريبية حسب متغير الاهتمامات.

الفرضية الجزئية 8-2:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك للمجموعة التجريبية ومتغير الاهتمامات.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإدراك للمجموعة التجريبية ومتغير الاهتمامات.

الجدول رقم 69 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 8-2

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	أقيمة ف المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
بين المجموعات	.000	1	.000	.000	1.000
داخل المجموعات	152.000	18	8.444		
المجموع	152.000	19			

المصدر: اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 1.000 أكبر من 0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية و نرفض الفرضية البديلة ونقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الإدراك في العينة التجريبية ومتغير الاهتمامات.

الفرضية 9-1: التذكر

الفرضية الجزئية 9-1:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر بين المجموعة الضابطة والمجموعة التجريبية وعلاقتها بمتغير الاهتمامات

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر بين المجموعة الضابطة والمجموعة التجريبية وعلاقتها بمتغير الاهتمامات.

الجدول رقم 70 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 9-1

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	أقيمة ف المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
بين المجموعات	.185	1	.185	.071	.792
داخل المجموعات	99.590	38	2.621		
المجموع	99.775	39			

المصدر: اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.792 أصغر من 0.05 فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة ونقول انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة التذكر بين العينة الضابطة والتجريبية حسب متغير الاهتمامات

الفرضية الجزئية 9-2:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر للمجموعة الضابطة ومتغير الاهتمامات.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر للمجموعة الضابطة ومتغير الاهتمامات

- بما أن إجابات المبحوثين كانت كلها نفس الإجابة وهي (بعضها) فلا يمكن حسابها إحصائياً لان عدد مجموعات متغير التذكر اقل من اثنين*

الفرضية الجزئية 9-3:

الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر للمجموعة التجريبية و متغير الاهتمامات.

الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التذكر للمجموعة التجريبية و متغير الاهتمامات.

الجدول رقم 71 يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 9-3

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	أقيمة ف المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
بين المجموعات	.024	1	.024	.029	.866
داخل المجموعات	14.526	18	.807		
المجموع	14.550	19			

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى الدلالة 0.866 أكبر من 0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة ونقول انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة التذكر في العينة التجريبية و متغير الاهتمامات.

الفرضية الرئيسية الرابعة:

- توجد علاقات ارتباطيه بين عمليات التلقي (الانتباه، الإدراك، التذكر) في مجموعتي الدراسة التجريبية.

* Le nombre de groupes de la variable dépendante est inférieur à deux. Les statistiques ne sont pas calculées.

الجدول رقم 72 يمثل اختبار العلاقة الارتباطية بين مجموعتي الدراسة

نوع العلاقة			
قوية	.799**	معامل الارتباط بيرسون	الانتباه
	.000	مستوى الدلالة	
	40	مجموع العينة	
قوية جدا	.900**	معامل الارتباط بيرسون	الادراك
	.000	مستوى الدلالة	
	40	مجموع العينة	
قوية	.740**	معامل الارتباط بيرسون	التذكر
	.000	مستوى الدلالة	
	40	مجموع العينة	

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه واعتمادا على معامل الارتباط بيرسون باستخدام برنامج SPSS نجد أن هناك علاقة قوية بين مجموعتي الدراسة في كل من الانتباه والتذكر، وعلاقة قوية جدا فيما يخص الإدراك.

الفرضيات الفرعية:

- توجد علاقات ارتباطية بين عمليات التلقي (الانتباه، الإدراك، التذكر) في المجموعة الضابطة.

الجدول رقم 73 يمثل اختبار العلاقة الارتباطية بين المجموعة الضابطة

نوع العلاقة			
قوية جدا	.801**	معامل الارتباط بيرسون	الانتباه
	.000	مستوى الدلالة	

	20	مجموع العينة	
قوية جدا	.897**	معامل الارتباط بيرسون	الادراك
	.000	مستوى الدلالة	
	20	مجموع العينة	
قوية جدا	.851**	معامل الارتباط بيرسون	التذكر
	.000	مستوى الدلالة	
	20	مجموع العينة	

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه واعتمادا على معامل الارتباط بيرسون باستخدام برنامج SPSS نجد أن هناك علاقة قوية جدا بين كل من الانتباه، الإدراك والتذكر في المجموعة الضابطة.

- توجد علاقات ارتباطية بين عمليات التلقي (الانتباه، الإدراك، التذكر) في المجموعة التجريبية.

الجدول رقم 74 يمثل اختبار العلاقة الارتباطية بين المجموعة التجريبية

نوع العلاقة			
قوية جدا	.811**	معامل الارتباط بيرسون	الانتباه
	.000	مستوى الدلالة	
	20	مجموع العينة	
قوية جدا	.932**	معامل الارتباط بيرسون	الادراك
	.000	مستوى الدلالة	
	20	مجموع العينة	
ضعيفة	.450 ⁺	معامل الارتباط بيرسون	التذكر
	.047	مستوى الدلالة	
	20	مجموع العينة	

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه واعتمادا على معامل الارتباط بيرسون باستخدام برنامج SPSS نجد أن هناك علاقة قوية جدا بين كل من الانتباه والإدراك وعلاقة ضعيفة فيما يخص التذكر في المجموعة التجريبية.

الفصل الثالث: نتائج الدراسة التجريبية

المبحث الأول: نتائج تحليل جداول الدراسة

المبحث الثاني: نتائج اختبار الفرضيات

المبحث الثالث: توصيات الدراسة

المبحث الأول: نتائج تحليل جداول الدراسة

من خلال دراستنا هاته توصلنا إلى جملة من النتائج وهي:

1/ مستوى الانتباه:

- تعالج البرامج الاجتماعية عبر الفضائيات التلفزيونية الجزائرية مواضيع مستمدة من الواقع الاجتماعي الجزائري وهذا ما اكده معظم المبحوثين من العينة الضابطة والذين يشاهدون البرامج الاجتماعية رغبة في ادراك الواقع الاجتماعي عبر هذه البرامج، اما افراد العينة التجريبية فاضافة الى رغبتهم في ادراك الواقع الاجتماعي، فان مشاهدتهم لهذه البرامج راجع كذلك لطبيعة المواضيع التي يتم التطرق لها.

- هناك اختلافات بين أفراد العينتين في مستويات الانتباه حسب الاهتمام الشخصي، وعناصر جذب الانتباه والدوافع للاستمرار في المشاهدة، فنجد ان افراد العينة الضابطة قد حافظوا على انتباههم في بداية المشاهدة ليقبل الانتباه في المواضيع الأخيرة، وكذلك تأثرهم بالعنصر النسوي الشاب، اما افراد العينة التجريبية فقد حافظوا على انتباههم حتى نهاية العرض وهذا راجع لكون اغلب المواضيع طابوهات اجتماعية، وكذلك انجذابهم للشخصيات الفاعلة في المحتوى المعروض.

- تتأثر درجة الانتباه بعدة عوامل وهذا ما لاحظناه في دراستنا، بداية بطبيعة المواضيع المعروضة هل تحتوي على عنصر الاثارة ام لا، مدة العرض، ترتيب المواضيع وكذا المحتوى فلما كانت المواضيع جديدة يزيد الانتباه وكلما كانت في البداية يزيد الانتباه ويقل شيئا فشيئا حتى يتلاشى وكذلك الشخصيات الفاعلة من العوامل التي تشكل دافعية لاستمرار المشاهدة.

- كذلك ما توصلنا إليه في دراستنا هذه أن الاهتمام والانتباه مرتبطان فيما بينهما فالمواضيع التي أثارت انتباه أفراد العينة هي نفسها المواضيع التي أثارت اهتمامهم.
- أفراد العينة الضابطة يفضلون مشاهدة الجماعة لأنها تحفزهم أكثر على الاهتمام بالمحتوى و الانتباه أكثر، ومعرفة آراء ووجهة نظر الزملاء، كذلك ان الزملاء قد ساعدوا بعضهم البعض في فهم المواضيع، اما افراد العينة التجريبية والذين تعرضوا لبرامج اثارة اجتماعية يعتبرون ان مشاهدة مع الزملاء كانت عائقا امام التركيز والانتباه بسبب حساسية بعض المواضيع، وان التواجد مع الزملاء عائقا امام التعبير عن الشعور كالرغبة في البكاء، وكذلك هناك من يرى ان الجماعة كانت مصدرا للتشويش وهو عائق للتركيز في المواضيع.

2/ الإدراك والتذكر:

✓ أفق التوقع:

- أثبتت الدراسة أن مشاهدي البرامج الاجتماعية التلفزيونية عادة ما تكون لهم توقعات من المحتوى المشاهد وهذا ما أكدته العينة الضابطة بنسبة 75% والعينة التجريبية بنسبة 100%، وان استمرارية مشاهدة من اجل معرفة مدى تطابق هذه التوقعات وتطور الأحداث المشاهدة، ويرتبط أفق التوقع بالتجارب الشخصية والخبرات السابقة للأفراد.

✓ الانسجام وفهم الأحداث:

- معظم أفراد العينتين الضابطة والتجريبية لم يجدوا صعوبة في الفهم والانسجام مع الأحداث وكذا مع تطور هذه الأخيرة، كما أن للسياق الجماعي دور في فهمهم للأحداث من خلال تأثرهم بآراء زملاءهم في إعادة بناء الأحداث وكان ذلك بنسبة 75% لدى العينة الضابطة، و نسبة

90% لدى العينة التجريبية، وعليه فإن الإدراك من خلال الفهم والانسجام يتأثر بالسياق الجماعي للمشاهدة.

✓ الفهم والتذكر من خلال شكل ومضمون العرض:

- أفراد العينتين الضابطة والتجريبية في فهم وتذكر الأحداث اعتمد اغلبهم على سلوكيات الأشخاص الفاعلين في المحتوى المشاهد من ناحية الشكل، أما من ناحية المضمون فقد تابعوا تطور الأحداث للفهم وتذكر التجارب والخبرات السابقة.

✓ النشاط الانفعالي:

- يتدخل في إدراك الأحداث عند أفراد العينتين كذلك معايشة الوقائع عن طريق النشاط الانفعالي والأحاسيس التي يتأثر من خلالها بالمحتوى، وقد أجاب أفراد العينة الضابطة بنسبة 90% بأنهم شعروا تماما بما كانت تمر به الشخصيات من مشاعر وأحاسيس، اما افراد العينة التجريبية فقد اجابوا بنسبة 100% بأنهم شعروا بالتعاطف مع الأحداث.

✓ الفجوات والفراغات (التعرف والاستدعاء)

- فيما يخص مبحوثي العينة الضابطة فلم يجدوا فجوات وفراغات في المحتوى المشاهد، الا ان افراد العينة التجريبية قد وجدوا فجوات وفراغات في المحتوى بنسبة 100% وقد حاول افراد العينة ملئها بتجاربههم السابقة بنسبة 20% ومعارفهم السابقة بنفس النسبة اما توقعاتهم فبنسبة 55% في حين اعتمد 5% منهم على مخيلته.

- 90% من أفراد العينة الضابطة قد اكتسبوا معلومات جديدة من المحتوى الذي شاهدوه وهذا ما يؤكد أن فعلا البرامج الاجتماعية تساعد جمهورها في فهم وإدراك الواقع الاجتماعي من خلال ما تنشره من وقائع وأحداث من المجتمع وقد أجاب الطلبة حول المعلومات التي اكتسبوها أنهم تعلموا الجانب الايجابي من المشاكل، فهم ورؤية المجتمع لبعض الفئات الهشة في الجزائر، وأنهم أدركوا النعم التي يعيشون فيها بعد تعرضهم لقضايا المجتمع، في حين أفراد العينة التجريبية 55% فقط منهم من اكتسب معلومات جديدة وهي التعرف على مشاكل اعتبروها جديدة بالنسبة لهم عن معاناة المجتمع الجزائري.

✓ نتائج الملاحظة بالمشاركة:

- تؤكد الملاحظة بالمشاركة النتائج المتوصل إليها في الجانب الوصفي للدراسة في النقاط التالية:
- يعتبر السياق الجماعي عاملا من عوامل الفهم والإدراك لدى مجموعتي الدراسة وهذا ما لاحظناه بين أفراد العينتين، وعائقا أمام التعبير عن الأحاسيس والتفاعل مع المحتوى.
 - كما لاحظنا الانجذاب والتعاطف مع العنصر النسوي الشبابي أكثر من باقي الشخصيات.
 - نبوع المواضيع من عمق المجتمع الجزائري من خلال ردات الفعل و تعابير الوجه الخاصة بالمبحوثين خاصة في مواضيع الإثارة الاجتماعية وحتى محاولات انسحاب من التجربة وكذا بكاء المبحوثين والحديث عن وضعياتهم المشابهة لنفس المواضيع المعروضة.
 - مواضيع الإثارة الاجتماعية تثير الانتباه أكثر وتحافظ على مستوى الانتباه أكثر من المواضيع الاجتماعية العادية.
 - كما نؤكد من خلال الملاحظة بالمشاركة أن الإدراك يتدخل فيه آراء الآخرين من خلال أن الطلبة استعانوا ببعضهم البعض في الفهم وتسجيل المعلومات.

- كما لاجنا أن الإناث أكثر انتباها وتأثرا مقارنة بالذكور.
- كما لاحظنا جدية الطلبة في هذه الدراسة، وهذا ما يعكس أهمية إجراء الدراسات التجريبية والتي تسمح بمراقبة المبحوثين دون التدخل في ظروف الدراسة.

المبحث الثاني: نتائج اختبار الفرضيات

أما فيما يخص اختبار الفرضيات فقد توصلنا إلى انه:

الفرضية الرئيسية الأولى:

تم إثبات انه:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة انتباه المبحوثين للمواضيع المختارة من البرامج الاجتماعية بين مجموعتي الدراسة، اي المجموعة الضابطة والتي عرضت عليها مواضيع اجتماعية بدون إثارة اجتماعية، والمجموعة التجريبية التي عرضت عليها مواضيع اثارة اجتماعية، حسب متغير الجنس.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة إدراك المبحوثين للمحتوى المعروض بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير الجنس

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تذكر المبحوثين للمواضيع الاجتماعية المعروضة بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير الجنس

الفرضية الرئيسية الثانية:

- توصلنا في اختبار الفرضية الرئيسية الثانية الى انه:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة انتباه المبحوثين للمواضيع المختارة من البرامج الاجتماعية بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير الخلفية المعرفية السابقة.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة إدراك المبحوثين للمحتوى المعروض بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير الخلفية المعرفية السابقة.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تذكر المبحوثين للمواضيع الاجتماعية المعروضة بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير الخلفية المعرفية السابقة.

الفرضية الرئيسية الثالثة:

- تم نفي وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة انتباه المبحوثين للمواضيع المختارة من البرامج الاجتماعية بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير اهتمامات المبحوثين.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة إدراك المبحوثين للمحتوى المعروض بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير اهتمامات المبحوثين.
- تم إثبات وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تذكر المبحوثين للمواضيع الاجتماعية المعروضة بين مجموعتي الدراسة، حسب متغير اهتمامات المبحوثين.

الفرضية الرئيسية الرابعة:

- توصلنا بعد اختبار الفرضية الى وجود علاقات ارتباطية قوية بين عمليات التلقي (الانتباه، الإدراك، التذكر) في مجموعتي الدراسة التجريبية.
- توجد علاقات ارتباطية قوية جدا بين عمليات التلقي (الانتباه، الإدراك، التذكر) في المجموعة الضابطة.

- توجد علاقات ارتباطية قوية بين عمليات التلقي (الانتباه، الإدراك،) وعلاقة ضعيفة مع التذكر في المجموعة التجريبية.

المبحث الثالث: توصيات الدراسة

على مستوى الدراسات العلمية:

- نوصي الباحثين في دراسات التلقي الاطلاع على التخصصات الأخرى ودمجها مع علوم الإعلام والاتصال وخص بالذكر علم النفس، لفهم الظاهرة الاتصالية بشكل أعمق و التعرف على الظروف النفسية للجمهور أثناء التلقي.

- كما نوصي القائمين على مناهج علوم الإعلام والاتصال بضرورة وأهمية تكوين طلبة (الليسانس، ماستر، دكتوراه) في مجال الإحصاء.

على مستوى القائمين بالاتصال على البرامج الاجتماعية:

- نوصي القائمين بالاتصال بالتحلي بروح المسؤولية الأخلاقية أمام الجمهور والابتعاد على كل أشكال الإثارة وتقديم إعلام اجتماعي هادف يقدم خدمة عمومية لفائدة الصالح العام.

الخاتمة

من خلال دراستنا التجريبية التي أجريت بعنوان: تلقي برامج الإثارة الاجتماعية لدى جمهور الفضائيات التلفزيونية الجزائرية، دراسة تجريبية على عينة من مشاهدي البرامج الاجتماعية، والتي حاولنا من خلالها الإجابة على إشكالية كيفية تلقي البرامج الاجتماعية بين غياب وحضور الإثارة الاجتماعية معتمدين في الإجابة على إشكالتنا على المنهج التجريبي باستخدام التجربة كأداة للبحث توصلنا إلى أن:

عملية التلقي الإعلامي للبرامج الاجتماعية، عملية معقدة تتداخل فيها العديد من العمليات العقلية الإدراكية، بداية بالانتباه والذي يشكل أساس المشاهدة ومرتبطة ارتباطا وثيقا ومعقدا بباقي العمليات العقلية المتمثلة في الإدراك والتذكر، كما انه بدوره مرتبطة بالاهتمام وعوامل جذب الانتباه التي تتضمنها المادة الإعلامية المقدمة، ويتوقف مستوى الانتباه و استمراريته على العديد من العوامل المؤثرة كموقع المادة الإعلامية، المدة التي تعرض فيها، الشخصيات الفاعلة في المحتوى، وكذا مدى الإثارة التي يتضمنها هذا المحتوى وهنا نقصد بالإثارة الاجتماعية أي عرض مواضيع دخيلة على المجتمع او طابوهات اجتماعية.

أما الإدراك فإضافة الى ارتباطه بالانتباه فهو مرتبط بالتذكر هو الآخر ويقصد بذلك أن المشاهد أثناء عملياته الإدراكية يقوم باستدعاء وتذكر تجاربه وخبراته السابقة ويقوم بمقابلتها مع العالم الواقعي والتخيلي لبناء أفق توقع قد يتوافق مع ما يشاهده أو لا يتوافق وبذلك يقوم المشاهد إما بنفي ما تعرض له من محتوى أو يكتسب معارف جديدة، كما ان النشاط الانفعالي المكون من الأحاسيس

والمشاعر هو الآخر يتدخل في العملية الإدراكية من خلال تأثر المشاهد بما يتعرض له من محتوى ويقوم بفعل اتجاهه كالبراء، التضامن، السعادة، الاشمئزاز...

كذلك لسياق المشاهدة دور كبير في العمليات الثلاث السالفة الذكر أي الانتباه، الإدراك والتذكر وهذا ما توصلنا اليه في دراستنا فالسياق الجماعي للمشاهدة يسمح بتبادل الأفكار ما يساعد في الفهم والانسجام مع الأحداث ويتدخل حتى في إدراك أحداث المحتوى.

وفي الاخير نقول ان هذه الدراسة جاءت كمحاولة لفهم الواقع الاتصالي عن طريق استخدام منهج نادر العمل به في علوم الاعلام والاتصال، الا انها محاولة تتطلب استمرارية البحث في نتائجها وكذا استخدام المنهج التجريبي في اشكاليات اعلامية اخرى.

قائمة المراجع

الكتب:

- 1) بيرنار مبيج، الفكر الاتصالي من التأسيس الى منعطف الالفية الثالثة، ترجمة: احمد القصور، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، 2011
- 2) فرج الكامل، تأثير وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي الأسس النفسية والاجتماعية والنظريات العلمية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2023
- 3) منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014
- 4) احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2005
- 5) شيماء ذو الفقار، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط6، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2023
- 6) شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات في تشكيل اتجاهات الراي العام، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004
- 7) إحسان محمد الحسن، مناهج البحث الاجتماعي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005
- 8) موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، ط2، دار القصبية، 2006

9) عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2،

2010

10) محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة: عالم الكتب، 1993

11) يوسف تمار، العينة في الدراسات الإعلامية الاتصالية، منشورات البغدادي، الجزائر

12) بركات عبد العزيز، مقدمة في التحليل الإحصائي لبحوث الإعلام، الدار المصرية اللبنانية،

القاهرة، 2014

13) محمد عبد الحميد، تحليل المضمون في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 2010

14) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة،

القاهرة، مصر، ط 02، 2004

15) مخلوف بوكروح، التلقي في الثقافة والإعلام، الجزائر، مقامات للنشر والتوزيع، 2011

16) اسعيداني سلامي، ليلي فقيري، التلفزيون الجزائري وقائع وتحديات تكنولوجية، ديوان المطبوعات

الجامعية، 2019.

17) بسام عبد الرحمان المشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن،

2012

18) محمود عزت اللحام وآخرون، أخلاقيات المهنة الإعلامية، دار الإعصار العلمي، الأردن،

2015

19) سيف الدين حسن العوض، دراسات إعلامية معاصرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن،

2016

(20) علي قسايسية، جمهور وسائل الاتصال ومستخدموها من المترجمين إلى المبحرين الافتراضيين:

دراسة نقدية لأبحاث تلقي الرسائل في المجتمعات الانتقالية وفي الجزائر، الجزائر: دار الورسم

للنشر والتوزيع، 2011

(21) ناظم عودة خضر، الأصول المعرفية لنظرية لتلقي، دار الشروق، 1997

(22) حسن بيزاري، سؤال التلقي الجمالي للمعلقات/، دار الامان، الرباط/2014

(23) بشرى موسى صالح، نظرية التلقي اصول وتطبيقات، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2001

(24) سليمان عبد الواحد يوسف، الفروق الفردية في العمليات العقلية المعرفية، دار المسيرة، عمان،

2011

(25) فتحي مصطفى الزيات، الاسس المعرفية للتكوين العقلي المعرفي وتجهيز المعلومات، ط2، دار

النشر للجامعات، مصر، 2006

(26) شذى عبد الباقي محمد، مصطفى محمد عيسى، اتجاهات حديثة في علم النفس المعرفي، دار

المسيرة، عمان، 2011.

(27) سليمان عبد الواحد يوسف ابراهيم، المخ واضطراب الانتباه رؤية في اطار علم النفس العصبي

المعرفي، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2012، ص89

(28) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية،

القاهرة، 1998

(29) ايريك ميغري، سوسيولوجيا الاتصال والميديا/ ترجمة نصر الدين العياضي، ط1، مكتبة 392،

المنامة، 2018

(30) محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003

31) إبراهيم عزيز: تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث،

الجزائر، 2012، ص 197

32) الكسندر بورتسيكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق،

1990

33) فايزه طه عبد الحميد، البرامج الحوارية للقنوات الفضائية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين

بالأحداث الجارية، المكتب العربي للمعارف، مصر، 2013

34) المنصف العياري، محمد عبد الكافي، القنوات العربية المتخصصة، اتحاد إذاعات الدول العربية،

2006، تونس

المقالات:

35) سعيد مراح، محمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة،

العدد 39، 2017

36) العيفة جمال، القراءة والمشاهدة في عصر تكنولوجيا الاتصال السمعية البصرية، دراسة ميدانية

على عينة من طلبة جامعة باجي مختار عنابة، المجلة الجزائرية للاتصال، م10، العدد 19،

2005، ص 127/198

37) الشريف مرزوق، نظرية التلقي وأطروحاته، مجلة النص، م07، العدد 01، جامعة أم البواقي،

الجزائر، 2021، ص 192/211.

38) عامر آمال، اتجاهات الشباب الجزائري نحو البرامج التلفزيونية الاجتماعية وعلاقتها بالقيم

الإنسانية، دراسة استطلاعية على عينة من مشاهدي برنامج احكي حكايتك بولاية غليزان، المجلة

الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس، المجلد 10، العدد 2، 2023

39) ابتسام غانم، مكانة عملية الذاكرة في منظومة العمليات العقلية المعرفية، مجلة طبنة للدراسات

العلمية الأكاديمية، م5، ع1، المركز الجامعي بريك، 2022، ص849-870

40) طاهر حورية، الخصوصية وقيم المجتمع في الفضائيات الخاصة بالجزائر، دراسة تحليلية

لمضامين البرامج الاجتماعية (الخط البرتقالي-خط احمر- ما وراء الجدران)، مجلة الحكمة

للدراسات الإعلامية والاتصالية، ع11 (عدد خاص)، 2017

41) نصر الدين لعياضي، ماذا بقي من نظرية التلقي الإعلامي لدراسة الميديا الرقمية؟ ، مجلة الباب

للدراسات الإستراتيجية والإعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، العدد 10، الدوحة، 2021

42) سعاد عبد الله العنزلي/ تحليل مقالة "موت المؤلف" لرولان بارث: إضاءة محفزاتها وأثارها الايجابية

في فتح النصوص للقراءات الحرة، قسم اللغة العربية كلية الآداب جامعة الكويت

43) سلمى عبد الحميد، عبد المقصود عوده، البرامج الاجتماعية في التلفزيون ودورها في زيادة الوعي

لدى المرأة، مجلة بحوث الشرق الاوسط، العدد99،

44) جابر، جاسم محمد الشيخ، البعد الاتصالي لبرامج الحوار في التلفزيون: مقارنة نظرية، مجلة

الإذاعات العربية، ع3، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2008.

45) بدر الدين بلمولاي، الأخلاق الاعلامية وكيفية تعزيزها، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية

والاجتماعية، م13، ع2، جامعة قاصدي مرباح، 2021

الأطروحات:

46) علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي: دراسة نقدية لأبحاث الجمهور في

الجزائر 1995-2006، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم

علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007.

47) السعيد بومعيزة، اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب "دراسة استطلاعية بمنطقة البليلة" اطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2006

48) نجيب بخوش، آليات التلقي الإعلامي لدى جمهور وسائل الإعلام، دراسة تجريبية على عينة من مشاهدي النشرات الإخبارية التلفزيونية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2015/2014

49) بوزيد رملي، النمذجة الاتصالية في مجال التنشيط التلفزيوني من خلال البرمجة اللغوية العصبية، دراسة تجريبية على عينة من منشطي المؤسسة العمومية للتلفزيون وقناة الشروق TV الجزائريين، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2016/2015

50) وهيبة مسامح، المعالجة الاعلامية للقضايا الاجتماعية في البرامج التفاعلية في الفضائيات العربية، دراسة تحليلية لبرنامج قمر2 على قناة MBC1، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اشهار وعلاقات عامة، جامعة سطيف2، 2021/2020.

51) خرفي يوسف، تلقي النخبة الجزائرية لمضامين قناة الجزيرة الإخبارية والاشباعات المحققة لديهم- دراسة مسحية على عينة من الأساتذة الجامعيين - أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص إذاعة وتلفزيون، 2022/2021

ماجستير:

(52) حنان شعبان، اثر الفواصل الاشهارية في عملية التلقي، دراسة استطلاعية لجمهور الطلبة

الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، 2008-

2009، جامعة الجزائر بن يوسف بن خده، قسم علوم الإعلام والاتصال

(53) نصيرة عقبي، جمهور التلفزيون ونظرية الاستخدامات والاشباع "دراسة مسحية في الاستعمال

والإشباع على عينة من الأسر في الجزائر العاصمة، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم

السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2007

(54) عمر نبيل سعيد، تلقي الفيلم الوثائقي والفيلم الروائي المبني على قصة واقعية، دراسة تجريبية

مقارنة، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2016

مطبوعات بيداغوجية:

(55) حفيظة محلب، دراسات جمهور وسائل الإعلام، مطبوعة بيداغوجية، جامعة الجزائر 3، كلية علوم

الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، 2021-2022

(56) نجيب بخوش، محاضرات في الإحصاء الوصفي، السنة أولى ماستر إعلام واتصال، جامعة محمد

خضير بسكرة، 2015/2016

(57) مجموعة محاضرات في مقياس علم النفس تنظيم وعمل، جامعة محمد خضير بسكرة، عبر منصة

مودل

مواقع الكترونية:

[https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D8%AB%D8%A7%D8%B1%D8%A9_\(%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9\)](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D8%AB%D8%A7%D8%B1%D8%A9_(%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9))

https://www.aqlantech.com/2020/12/Download-filmora-9.html#google_vignette

<https://blog.ajsrp.com/%D9%85%D8%B9%D8%A7%D9%85%D9%84-%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D8%A8%D8%A7%D8%B7-%D8%A8%D9%8A%D8%B1%D8%B3%D9%88%D9%86-spss/>

https://jssa.journals.ekb.eg/article_20776.html

https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/12/12_2020_02_29!07_49_15_P_M.docx

<http://archive.univ-biskra.dz/moodle2020/mod/resource/view.php?id=54897&forceview=1>

https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/9/9_2021_02_20!09_48_42_PM.docx

https://mercj.journals.ekb.eg/article_255091_3f5b9769589ddf8b6373095ee5ae749d.pdf

<http://demo.mandumah.com/Record/340849>

المراجع باللغة الأجنبية:

58) Emmanuel PEDLER, Enquête de Réception: Le Deuxième Cercle, Approche sociologique et culturelle du fait artistique, Réseaux, N°68, CENT, 1994

59) Jean-Maxence Granier ,La télévision comme je la regarde » : les études qualitatives et le discours du téléspectateur ordinaire , Editions Esprit 2003 Stable URL: <https://www.jstor.org/stable/24279400>

60) Richard Jackson Harris and Fred W. Sanborn; A Cognitive Psychology of Mass Communication ; Sixth Edition ; Simultaneously published in the USA and Canada by Routledge; New York. 2014.

61) *Fernande Saint-Martin* ; SÉMIOLOGIE DU LANGUAGE VISUEL ; Presses de l'Université du Québec ; 1994

62) Christine Servais : Les théories de la réception en SIC ; In *Les Cahiers de la Sfsic n°8*, 2012 Université de Liège

الملحق رقم (1)

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

استمارة استبيان

في إطار القيام بدراسة علمية (دكتوراه) حول: تلقي برامج الإثارة الاجتماعية لدى جمهور الفضائيات التلفزيونية الجزائرية نطلب منكم مساعدتنا بالإجابة على أسئلة الاستمارة التالية والخاصة بالمحتوى الاجتماعي الذي تعرضت له.

تتكون الاستمارة من مجموعة من الأسئلة، يرجى الإجابة عنها بكل موضوعية ودقة.

ونحيطكم علما أن هذه الاستمارة لن تستخدم إلا لأغراض علمية

المطلوب منكم:

القراءة المتأنية للسؤال

وضع علامة (X) في خانة الإجابة المناسبة

شكرا على حسن تعاونكم

إشراف الأستاذة:

سراي سعاد

إعداد الطالبة:

أسماء بن ساعد

السنة الجامعية: 2023/2022

بيانات خاصة بالمبحوث

الجنس: ذكر أنثى
المجموعة الضابطة المجموعة التجريبية

بيانات خاصة بالمحتوى المشاهد

الخلفية السابقة: كلها بعضها ولا موضوع
الاهتمامات: كلها بعضها ولا موضوع

المحور الأول: الانتباه للمواضيع الاجتماعية التي تم عرضها على الطلبة

1/ هل أنت من مشاهدي البرامج الاجتماعية التي تعرض على التلفزيون الجزائري العمومي والخاص؟

دائما

أحيانا

أبدا

2/ إن كنت من مشاهدي البرامج الاجتماعية، يعود سبب المشاهدة إلى:

طبيعة المواضيع التي يتم التطرق لها

كثرة التعرض لها في مواقع التواصل الاجتماعي

الرغبة في إدراك الواقع الاجتماعي عبر هذه البرامج

لديك تجارب وخبرات سابقة مشابهة للمواضيع التي تشاهدها

الترفيه

3/ هل سبق لك وإن شاهدت المواضيع الاجتماعية التي عرضت عليك؟

كلها

بعضها

ولا موضوع

4/ إن حدث وإن شأهتها حدد الموضيع التي لديك خلفية سابقة حولها:

الموضوع	خلفية سابقة
الموضوع 1	
الموضوع 2	
الموضوع 3	
الموضوع 4	
الموضوع 5	

5/ رتب الموضيع التي تعرضت إليها تصاعديا حسب درجة انتباهك :

الموضوع	الرتبة
الموضوع 1	
الموضوع 2	
الموضوع 3	
الموضوع 4	
الموضوع 5	

6/ ما هي الموضيع التي أثارت اهتمامك أكثر:

- الموضوع 1
- الموضوع 2
- الموضوع 3
- الموضوع 4
- الموضوع 5

7 / عوامل جذب الانتباه:

عند تعرضك للمحتوى الاجتماعي، ما هو العامل الذي كان سببا في جذب انتباهك؟

غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	الفقرة
					اهتمامك الشخصي بالمحتوى
					تعرضك سابقا لأحد المواضيع والرغبة في معرفة تطوراته
					أثارك المحتوى نظرا لجدته
					طريقة عرض المواضيع
					الشخصيات الفاعلة في المحتوى

8 / مستوى الانتباه: أثناء مشاهدتك للمحتوى المعروض عليك، هل؟

غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	الفقرة
					حافظت على مستوى انتباهك حتى نهاية العرض
					احسست بشرود ذهني
					تحدثت مع زميل
					اهتمت بكل المواضيع المعروضة
					فكرت بموضوع له علاقة بالمحتوى
					وجدت صعوبة في الحفاظ على تركيزك
					كنت تفكر بأمر آخرى

9/ هل مشاهدتك للمحتوى رفقة زملاءك كان عائقا أمام انتباهك للمحتوى أو انه زاد من انتباهك؟

عائقا أمام الانتباه

زاد من الانتباه

لم يؤثر بشئ

برر إجابتك

المحور الثاني: إدراك وتذكر الأحداث الواردة في البرامج الاجتماعية المعروضة:

1/ أفق التوقعات: هل تطابقت توقعاتك مع تطورات الأحداث في المحتوى المعروض؟

غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	الفقرة
					كانت لديا توقعات
					كما كنت متوقع
					بطريقة مختلفة ومرضية لي

2/ الانسجام وفهم الأحداث: خلال المشاهدة كنت قادرا على؟

غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	الفقرة
					فهم الأحداث بسهولة
					لم أجد صعوبة في فهم تطورات الأحداث
					فهمي للشخصيات واضح
					بذلت مجهودا ذهنيا لفهم المواضيع والتركيز فيها

3/ إعادة بناء الأحداث (التذكر): في مرحلة معينة من العرض كنت أود أن؟

غير موافق تماماً	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً	الفقرات
					أناقش المواضيع مع زملائي
					أحاول فهم المواضيع بشكل أوضح
					التفكير في الأحداث التي شاهدها
					كانت لدي فراغات حاولت ملئها

4/ الفهم والتذكر من خلال شكل ومضمون العرض: إذا حدث وان تناقشت مع زملاءك فهل دار الحديث حول؟

من ناحية الشكل (طريقة العرض)					
غير موافق تماماً	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً	الفقرات
					الديكور او المكان
					اللباس
					اللغة
					السلوكيات
من ناحية المضمون (مستوى المعالجة)					
					الأحداث
					نقد محتوى البرنامج
					الأشخاص الفاعلون

5/ النشاط الانفعالي (أنماط التفاعل): كيف كان شعورك أثناء المشاهدة؟

غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	الفقرات
					شعرت بانني اعلم تماما ما كانت تمر به الشخصيات من مشاعر وأحاسيس
					شعرت بالتعاطف
					شعرت بالاستياء
					شعرت بالراحة
					شعرت بالسعادة
					انسجام كلي مع الموضوع
					تقبلت الموضوع

6/ الفجوات والفراغات (التعرف والاستدعاء) ، أثناء المشاهدة؟

غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	الفقرة
					وجدت فجوات و فراغات في المحتوى
					حاولت ملئ الفراغات بتجاربي السابقة
					بمعارفي السابقة
					بمخيلتي
					بتوقعاتي

7/ إذا حدث وان تذكرت تجارب أو أحداث سابقة مررت بها أثناء المشاهدة، اكتب ما خطر في بالك:

الموضوع	التعليق
1	
2	
3	
4	
5	

8/ هل اكتسبت معلومات جديدة بعد المشاهدة؟

نعم

لا

• إذا كانت إجابتك بنعم فيما تتمثل؟

.....

الملاحق رقم (2)

Test T

Statistiques de groupe

	نوع المجموعة	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الانتباه	ضابطة	20	43.6000	1.72901	.38662
	تجريبية	20	43.4500	1.35627	.30327

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes					Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Inférieur	Supérieur
الانتباه	Hypothèse de variances égales	1.298	.262	.305	38	.762	.15000	.49137	-.84473	1.14473
	Hypothèse de variances inégales			.305	35.961	.762	.15000	.49137	-.84659	1.14659

Test T

Statistiques de groupe

	الجنس	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الانتباه	ذكر	16	42.8125	1.22304	.30576
	أنثى	24	44.0000	1.56038	.31851

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes				Intervalle de confiance de la différence à 95 %		
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Inférieur	Supérieur
الانتباه	Hypothèse de variances égales	3.421	.072	-2.561	38	.015	-1.18750	.46370	-2.12621	-.24879
	Hypothèse de variances inégales			-2.690	36.888	.011	-1.18750	.44152	-2.08219	-.29281

Test T

Statistiques de groupe

	الجنس	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الانتباه	ذكر	8	42.3750	1.06066	.37500
	أنثى	12	44.4167	1.62135	.46804

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes				Intervalle de confiance de la différence à 95 %		
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Inférieur	Supérieur
الانتباه	Hypothèse de variances égales	1.730	.205	-3.129	18	.006	-2.04167	.65256	-3.41264	-.67070
	Hypothèse de variances inégales			-3.404	18.000	.003	-2.04167	.59974	-3.30168	-.78165

Test T

Statistiques de groupe

	الجنس	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الانتباه	ذكر	8	43.2500	1.28174	.45316
	أنثى	12	43.5833	1.44338	.41667

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes				Intervalle de confiance de la différence à 95 %		
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Inférieur	Supérieur
الانتباه	Hypothèse de variances égales	.458	.507	-.528	18	.604	-.33333	.63114	-1.65931	.99265
	Hypothèse de variances inégales			-.541	16.386	.595	-.33333	.61560	-1.63586	.96919

Test T

Statistiques de groupe

	نوع المجموعة	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الانتباه	ضابطة	20	43.6000	1.72901	.38662
	تجريبية	20	43.4500	1.35627	.30327

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes					Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Inférieur	Supérieur
الانتباه	Hypothèse de variances égales	1.298	.262	.305	38	.762	.15000	.49137	-.84473	1.14473
	Hypothèse de variances inégales			.305	35.961	.762	.15000	.49137	-.84659	1.14659

Test T

Statistiques de groupe

	الجنس	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الانتباه	ذكر	16	42.8125	1.22304	.30576
	أنثى	24	44.0000	1.56038	.31851

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes				Intervalle de confiance de la différence à 95 %		
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Inférieur	Supérieur
الانتباه	Hypothèse de variances égales	3.421	.072	-2.561	38	.015	-1.18750	.46370	-2.12621	-.24879
	Hypothèse de variances inégales			-2.690	36.888	.011	-1.18750	.44152	-2.08219	-.29281

Test T

Statistiques de groupe

	الجنس	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الانتباه	ذكر	8	42.3750	1.06066	.37500
	أنثى	12	44.4167	1.62135	.46804

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes					Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Inférieur	Supérieur
الانتباه	Hypothèse de variances égales	1.730	.205	-3.129	18	.006	-2.04167	.65256	-3.41264	-.67070
	Hypothèse de variances inégales			-3.404	18.000	.003	-2.04167	.59974	-3.30168	-.78165

Test T

Statistiques de groupe

	الجنس	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الانتباه	ذكر	8	43.2500	1.28174	.45316
	أنثى	12	43.5833	1.44338	.41667

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes						
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
									Inférieur	Supérieur
الانتباه	Hypothèse de variances égales	.458	.507	-.528	18	.604	-.33333	.63114	-1.65931	.99265
	Hypothèse de variances inégales			-.541	16.386	.595	-.33333	.61560	-1.63586	.96919

Test T

Statistiques de groupe

	الجنس	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الادراك	ذكر	8	75.0000	1.92725	.68139
	أنثى	12	79.0833	2.39159	.69039

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes					Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Inférieur	Supérieur
الادراك	Hypothèse de variances égales	1.435	.247	-4.025	18	.001	-4.08333	1.01446	-6.21463	-1.95203
	Hypothèse de variances inégales			-4.210	17.209	.001	-4.08333	.97001	-6.12800	-2.03867

Test T

Statistiques de groupe

	نوع المجموعة	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الأدراك	ضابطة	20	77.4500	2.98196	.66679
	تجريبية	20	77.0000	2.82843	.63246

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes					Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Inférieur	Supérieur
الأدراك	Hypothèse de variances égales	.332	.568	.490	38	.627	.45000	.91902	-1.41047	2.31047
	Hypothèse de variances inégales			.490	37.894	.627	.45000	.91902	-1.41064	2.31064

Test T

Statistiques de groupe

	الجنس	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الأدراك	ذكر	16	75.6250	2.47319	.61830
	أنثى	24	78.2917	2.66179	.54334

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes					Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Inférieur	Supérieur
الأدراك	Hypothèse de variances égales	.464	.500	-3.191	38	.003	-2.66667	.83559	-4.35823	-.97510
	Hypothèse de variances inégales			-3.240	33.920	.003	-2.66667	.82311	-4.33957	-.99377

Test T

Statistiques de groupe

	الجنس	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الادراك	ذكر	8	76.2500	2.91548	1.03078
	أنثى	12	77.5000	2.77980	.80246

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes				Intervalle de confiance de la différence à 95 %		
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Inférieur	Supérieur
الادراك	Hypothèse de variances égales	.013	.912	-.967	18	.347	-1.25000	1.29323	-3.96698	1.46698
	Hypothèse de variances inégales			-.957	14.635	.354	-1.25000	1.30631	-4.04039	1.54039

Test T

Statistiques de groupe

	نوع المجموعة	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
التذكر	ضابطة	20	32.0000	1.94666	.43529
	تجريبية	20	30.8500	.87509	.19568

Test des échantillons indépendants

	Test de Levene sur l'égalité des variances	Test t pour égalité des moyennes								
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
									Inférieur	Supérieur
التذكر	Hypothèse de variances égales	21.188	.000	2.410	38	.021	1.15000	.47725	.18387	2.11613
	Hypothèse de variances inégales			2.410	26.378	.023	1.15000	.47725	.16969	2.13031

Test T

Statistiques de groupe

	الجنس	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
التذكر	ذكر	16	30.5625	.89209	.22302
	أنثى	24	32.0000	1.71945	.35098

Test des échantillons indépendants

	Test de Levene sur l'égalité des variances	Test t pour égalité des moyennes								
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
									Inférieur	Supérieur
التذكر	Hypothèse de variances égales	11.998	.001	-3.071	38	.004	-1.43750	.46811	-2.38514	-.48986
	Hypothèse de variances inégales			-3.457	36.259	.001	-1.43750	.41585	-2.28067	-.59433

Test T

Statistiques de groupe

	الجنس	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
التذكر	ذكر	8	30.6250	.91613	.32390
	أنثى	12	32.9167	1.92865	.55675

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes					Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Inférieur	Supérieur
التذكّر	Hypothèse de variances égales	5.529	.030	-3.114	18	.006	-2.29167	.73591	-3.83777	-.74557
	Hypothèse de variances inégales			-3.558	16.700	.002	-2.29167	.64412	-3.65250	-.93084

Test T

Statistiques de groupe

		الجنس	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
التذكّر	ذكر		8	30.6250	.91613	.32390
	أنثى		12	32.9167	1.92865	.55675

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes					Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Inférieur	Supérieur

التذكر	Hypothèse de variances égales	5.529	.030	- 3.114	18	.006	-2.29167	.73591	-3.83777	-.74557
	Hypothèse de variances inégales			- 3.558	16.700	.002	-2.29167	.64412	-3.65250	-.93084

ANOVA

الانتباه

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	.316	2	.158	.064	.938
Intragruppes	91.659	37	2.477		
Total	91.975	39			

ANOVA

الانتباه

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	1.900	2	.950	.294	.749
Intragruppes	54.900	17	3.229		
Total	56.800	19			

ANOVA

الانتباه

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	4.506	2	2.253	1.258	.309
Intragruppes	30.444	17	1.791		
Total	34.950	19			

ANOVA

الادراك

	Somme des carrés	ddl	Carrémoyen	F	Sig.
Intergroupes	2.025	1	2.025	.240	.627
Intragroupes	320.950	38	8.446		
Total	322.975	39			

ANOVA

الادراك

	Somme des carrés	ddl	Carrémoyen	F	Sig.
Intergroupes	10.550	2	5.275	.566	.578
Intragroupes	158.400	17	9.318		
Total	168.950	19			

ANOVA

الادراك

	Somme des carrés	ddl	Carrémoyen	F	Sig.
Intergroupes	26.389	2	13.194	1.786	.198
Intragroupes	125.611	17	7.389		
Total	152.000	19			

ANOVA

التذكر

	Somme des carrés	ddl	Carrémoyen	F	Sig.
Intergroupes	13.225	1	13.225	5.806	.021
Intragroupes	86.550	38	2.278		
Total	99.775	39			

ANOVA

التذكر

	Somme des carrés	ddl	Carrémoyen	F	Sig.
Intergroupes	.000	2	.000	.000	1.000
Intragroupes	72.000	17	4.235		
Total	72.000	19			

ANOVA

التذكر

	Somme des carrés	ddl	Carrémoyen	F	Sig.
Intergroupes	.050	2	.025	.029	.971
Intragroupes	14.500	17	.853		
Total	14.550	19			

ANOVA

الادراك

	Somme des carrés	ddl	Carrémoyen	F	Sig.
Intergroupes	.052	1	.052	.006	.938
Intragroupes	322.923	38	8.498		
Total	322.975	39			

ANOVA

الادراك

	Somme des carrés	ddl	Carrémoyen	F	Sig.
Intergroupes	.000	1	.000	.000	1.000
Intragroupes	152.000	18	8.444		
Total	152.000	19			

ANOVA

التذكر

	Somme des carrés	ddl	Carrémoyen	F	Sig.
Intergruppes	.185	1	.185	.071	.792
Intragruppes	99.590	38	2.621		
Total	99.775	39			

ANOVA

التذكر

	Somme des carrés	ddl	Carrémoyen	F	Sig.
Intergruppes	.024	1	.024	.029	.866
Intragruppes	14.526	18	.807		
Total	14.550	19			

Corrélations

	مج	الانتباه	الادراك	التذكر
مج	1	.799**	.900**	.740**
		.000	.000	.000
	40	40	40	40
الانتباه	.799**	1	.576**	.502**
	.000		.000	.001
	40	40	40	40
الادراك	.900**	.576**	1	.463**
	.000	.000		.003
	40	40	40	40
التذكر	.740**	.502**	.463**	1
	.000	.001	.003	
	40	40	40	40

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

		مج	الانتباه	الادراك	التذكر
مج	Corrélation de Pearson	1	.801**	.897**	.851**
	Sig. (bilatérale)		.000	.000	.000
	N	20	20	20	20
الانتباه	Corrélation de Pearson	.801**	1	.547*	.625**
	Sig. (bilatérale)	.000		.013	.003
	N	20	20	20	20
الادراك	Corrélation de Pearson	.897**	.547*	1	.617**
	Sig. (bilatérale)	.000	.013		.004
	N	20	20	20	20
التذكر	Corrélation de Pearson	.851**	.625**	.617**	1
	Sig. (bilatérale)	.000	.003	.004	
	N	20	20	20	20

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

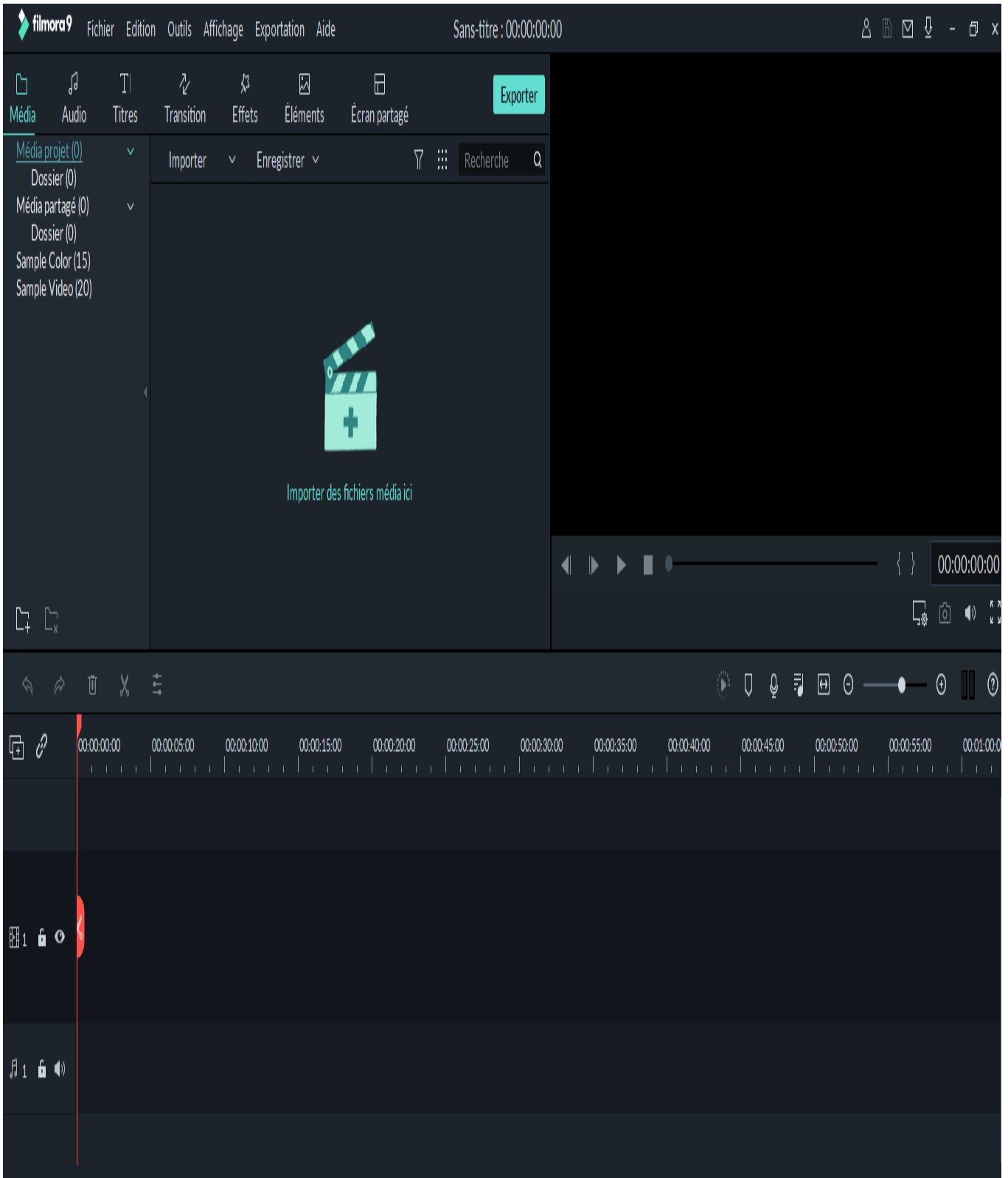
Corrélations

		مج	الانتباه	الادراك	التذكر
مج	Corrélation de Pearson	1	.811**	.932**	.450*
	Sig. (bilatérale)		.000	.000	.047
	N	20	20	20	20
الانتباه	Corrélation de Pearson	.811**	1	.617**	.282
	Sig. (bilatérale)	.000		.004	.229
	N	20	20	20	20
الادراك	Corrélation de Pearson	.932**	.617**	1	.213
	Sig. (bilatérale)	.000	.004		.368
	N	20	20	20	20
التذكر	Corrélation de Pearson	.450*	.282	.213	1
	Sig. (bilatérale)	.047	.229	.368	
	N	20	20	20	20

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

واجهة برنامج Filmora 9 المستخدم في تعديل الحصص الاجتماعية



فهرس الجدول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	توزيع مجموعات الدراسة	32
2	بطاقة تقنية للبرامج المختارة	34
3	عينة البرامج المعروضة على المجموعة الضابطة	35
4	عينة البرامج المعروضة على المجموعة التجريبية	36
5	درجات مقياس ليكرت الخماسي	40
6	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب متغير الجنس	123
7	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب متغير الخلفية السابقة	124
8	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب متغير الاهتمامات	125
9	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال مشاهدة البرامج الاجتماعية	126
10	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال سبب مشاهدة البرامج الاجتماعية	127
11	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال ان سبق لهم مشاهدة المواضيع الاجتماعية المعروضة عليهم	128
12	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال الخلفية السابقة	129
13	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال ترتيب المواضيع حسب درجة الانتباه	130
14	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال المواضيع التي أثارت اهتمامك	131
15	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال عوامل جذب الانتباه	132
16	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال مستوى الانتباه	133
17	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال المشاهدة رفقة الزملاء	135
18	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال أفق التوقعات	137
19	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال الانسجام وفهم الأحداث	138
20	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال إعادة بناء الأحداث	139
21	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال الفهم والتذكر	142
22	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال النشاط الانفعالي	144
23	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال الفجوات والفراغات	146

147	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب سؤال اكتساب المعلومات	24
149	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب متغير الجنس	25
150	أفراد العينة التجريبية حسب متغير الخلفية السابقة	26
151	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب متغير الاهتمامات	27
152	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال مشاهدة البرامج الاجتماعية	28
153	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال سبب مشاهدة البرامج الاجتماعية	29
154	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال ان سبق لهم مشاهدة المواضيع الاجتماعية المعروضة عليهم	30
155	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال الخلفية السابقة	31
156	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال ترتيب المواضيع حسب درجة الانتباه	32
157	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال المواضيع التي أثارت الاهتمام	33
159	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال عوامل جذب الانتباه	34
161	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال مستوى الانتباه	35
163	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال المشاهدة رفقة الزملاء	36
164	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال أفق التوقعات	37
166	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال الانسجام وفهم الأحداث	38
168	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال إعادة بناء الأحداث	39
170	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال الفهم والتذكر من خلال شكل ومضمون العرض	40
172	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال النشاط الانفعالي	41
174	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال الفجوات والفراغات	42
176	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب سؤال اكتساب معلومات جديدة	43
178	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 1	44
179	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 1-1	45
180	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 1-2	46
181	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 1-3	47
182	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 2	48
183	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 1-2	49
184	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 2-2	50

185	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 2-3	51
186	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 3	52
187	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 3-1	53
188	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 3-2	54
189	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 3-3	55
190	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 4-1	56
191	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 4-2	57
191	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 4-3	58
192	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 5-1	59
193	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 5-2	60
194	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 5-3	61
194	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 6-1	62
195	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 6-2	63
196	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 6-3	64
197	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 7-1	65
198	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 7-2	66
199	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 7-3	67
199	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 8-1	68
200	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 8-2	69
201	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 9-1	70
202	يمثل اختبار الفرضية الجزئية رقم 9-3	71
203	يمثل اختبار العلاقة الارتباطية بين مجموعتي الدراسة	72
204	يمثل اختبار العلاقة الارتباطية بين المجموعة الضابطة	73
204	يمثل اختبار العلاقة الارتباطية بين المجموعة التجريبية	74

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
123	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب متغير الجنس	1
124	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب متغير الخلفية السابقة	2
125	توزيع أفراد العينة الضابطة حسب متغير الاهتمامات	3
126	إجابات المبحوثين على السؤال الأول	4
127	إجابات المبحوثين على السؤال الثاني	5
128	إجابات المبحوثين على السؤال رقم 3	6
130	إجابات المبحوثين حول الخلفية السابقة	7
131	الإجابة حول ترتيب المواضيع حسب درجة الانتباه	8
132	إجابات المبحوثين العينة الضابطة حول المواضيع التي اثارت اهتمامهم	9
134	إجابات المبحوثين حول عوامل جذب الانتباه	10
136	إجابات المبحوثين حول مستوى الانتباه	11
137	إجابات المبحوثين حول المشاهدة رفقة الزملاء	12
138	إجابات المبحوثين حول أفق التوقعات	13
140	إجابات المبحوثين حول الانسجام وفهم الأحداث	14
141	إجابات المبحوثين حول إعادة بناء الأحداث	15
143	إجابات المبحوثين حول الفهم والتذكر	16
145	إجابات المبحوثين حول النشاط الانفعالي	17
147	إجابات المبحوثين حول الفجوات والفراغات	18
148	إجابات المبحوثين حول اكتساب المعلومات الجديدة	19
المجموعة التجريبية		
149	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب متغير الجنس	20
150	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب متغير الخلفية السابقة	21
151	توزيع أفراد العينة التجريبية حسب متغير الاهتمامات	22
152	إجابات المبحوثين حول مشاهدة البرامج الاجتماعية	23
154	إجابات المبحوثين على السؤال الأول	24
155	إجابات المبحوثين على السؤال رقم 2	25

156	إجابات المبحوثين حول الخلفية السابقة	26
157	إجابات العينة التجريبية حسب ترتيب المواضيع ودرجة الانتباه	27
158	إجابات المبحوثين حول المواضيع التي أثارت اهتمامك	28
160	إجابات المبحوثين حول عوامل جذب الانتباه	29
162	إجابات المبحوثين حول مستوى الانتباه	30
163	إجابات المبحوثين حول المشاهدة رفقة الزملاء	31
165	إجابات المبحوثين حول أفق التوقعات	32
167	إجابات المبحوثين حول الانسجام وفهم الأحداث	33
169	إجابات المبحوثين حول إعادة بناء الأحداث	34
171	إجابات المبحوثين حول الفهم والتذكر	35
173	إجابات المبحوثين حول النشاط الانفعالي	36
175	إجابات المبحوثين حول الفجوات والفراغات	37
176	إجابات المبحوثين حول اكتساب المعلومات الجديدة	38

فهرس المحتويات

كلمة شكر

الإهداء

ملخص باللغة العربية

ملخص باللغة الفرنسية

ملخص باللغة الانجليزية

مقدمة..... أ،ب، ج، د

الإطار المنهجي للدراسة:

إشكالية الدراسة ص 13

تساؤلات الدراسة..... ص 15

فرضيات الدراسة..... ص 16

أسباب اختيار الموضوع..... ص 18

أهداف الدراسة ص 20

أهمية الدراسة ص 20

التحديد الإجرائي للمفاهيم والمصطلحات ص 21

نوع الدراسة ص 25

منهج الدراسة وأدواتها ص 26

مجتمع البحث وعينة الدراسة	ص30
المعالجة الإحصائية للبيانات	ص37
اختبارات الصدق والثبات	ص39
الدراسات السابقة	ص41

الإطار النظري للدراسة:

الفصل الأول: تطور المقاربات النظرية للتلقي الإعلامي

1- الخلفية النظرية لدراسات التلقي	ص61
- الدراسات الأولى في التلقي.....	ص61
- إسهامات (ياوس وإيزر) في نظرية التلقي.....	ص63
- أطروحة أفق الانتظار.....	ص65
- إسهامات (فولفغانغ آيزر).....	ص66
- العمليات الأساسية في التلقي.....	ص67
2- تطور دراسات التلقي الإعلامي	ص70
- إشكالية تلقي المنتجات الثقافية من ريشارد هوغارت الى ديفيد مورلي.....	ص71
- نقد نظرية التلقي.....	ص74
3- التفسير المعرفي للتلقي الإعلامي	ص76
- الانتباه.....	ص77
- الإدراك.....	ص83

- التذكر..... ص 85

الفصل الثاني: جمهور وسائل الإعلام

1- تطور مقاربات وأبحاث جمهور وسائل الإعلام.....ص 90

- مراحل تطور مفهوم جمهور وسائل الإعلام.....ص 87

2- المحددات الأساسية في تعريف جمهور وسائل الإعلام..... ص 96

- السمات العامة..... ص 97

- السمات الاجتماعية والفردية..... ص 97

- الانتماء والتفاعل الاجتماعي..... ص 98

- خصائص البنية الظاهرية للجمهور..... ص 101

- الأبعاد النفسية والاجتماعية للتلقي الاعلامي.....ص 103

- حالات المستقبل او المتلقي..... ص 104

3- السلوك الانتقائي لدى جمهور وسائل الإعلام..... ص 105

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية في الفضائيات التلفزيونية

1- البرامج التلفزيونية الاجتماعية..... ص 109

- مفهوم البرامج الاجتماعية..... ص 109

- أهمية البرامج الاجتماعية..... ص 111

- أهداف البرامج الاجتماعية..... ص 111

- أنواع البرامج الاجتماعية التلفزيونية.....ص 112
- الأسس الإعلامية للبرامج الاجتماعية.....ص 114
- 2- البث الفضائي العربي.....ص 115
- 3- الفضائيات التلفزيونية الجزائرية.....ص 118

الإطار التطبيقي للدراسة:

الفصل الأول: عرض وتحليل جداول الدراسة

- 1- عرض وتحليل جداول المجموعة الضابطة.....ص 123
- 2- عرض وتحليل جداول المجموعة التجريبية.....ص 149

الفصل الثاني: اختبار فرضيات الدراسة

- 1- اختبار الفرضيات الخاصة بمتغير الجنس.....ص 179
- 2- اختبار الفرضيات الخاصة بمتغير الخلفية السابقة.....ص 190
- 3- اختبار الفرضيات الخاصة بمتغير الاهتمامات.....ص 197

الفصل الثالث: نتائج الدراسة التجريبية

- 1- نتائج تحليل جداول الدراسة.....ص 207
- 2- نتائج اختبار الفرضيات.....ص 211
- 3- توصيات الدراسة.....ص 213

الخاتمة ص 214

قائمة المراجع ص 216

الملاحق ص 225

فهرس الجداول والاشكال ص 257