

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الانسانية والحضارة
قسم علوم اعلام واتصال



العنوان :

تشكيل الشخصية الدينية من خلال الأفلام الكرتونية ليحيى الفخراني
(دراسة ميدانية لعينة من تلاميذ سنة الخامسة لابتدائية أول نوفمبر الأغواط) أنموذجا

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر اعلام واتصال

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف :

د / بن عزوزي محمد

من إعداد الطلبة:

- سيف الدين علاوي
- علي كريدة

رئيسا	جامعة الأغواط	دكتور	تريخ محمد
مناقش	جامعة الأغواط	دكتور	شريف داودي
مشرف	جامعة الأغواط	دكتور	محمد بن عزوزي

الموسم الجامعي 2024/2023

شُكْرٌ وَعِرْفَانٌ

قال الله تعالى " فاذكروني أذكركم و أشكروني و لا تكفرون " و عملا بقوله صلى الله عليه و سلم: " من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

الحمد لله العظيم الكريم أحمده و اشكره و استرضيه على فضله وجزيل بذله، الذي وفقني لإنجاز هذا العمل.

أتقدم أولا بالشكر الجزيل إلى من مد يد المساعدة و ساهم معنا في تذليل ما واجهنا من صعوبات الأستاذ المشرف " بن عزوزي محمد " على مساعدته لنا دون أن يبخل علينا بتوجيهاته و نصائحه القيمة، وله منا خالص التقدير و الاحترام كما نتقدم بالشكر إلى كل أساتذة قسم علم الاعلام والاتصال ونشكر كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد و لم نذكره .

إهداء

" و قضي ربك ألا تعبدوا إلا إياه و بالوالدين احسان "

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من هي الأولى بصحبتني "أمي الغالية"

-إلى من رباني صغيرا و أشفق عليا كثيرا ، سندي العزيز "أبي الغالي"

-إلى اخوتي و أخواتي الذين كانوا سندا و داعمين و عوناً لي

في حياتي كلها و مسيرتي

و تحصيلي العلمي خاصة كل واحد باسمه

إلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد و لو بكلمة

فنسأل الله أن يبسر لنا عملنا هذا و يوفقنا فيه.



ملخص الدراسة:

نهدف من خلال دراستنا إلى الكشف عن مدى تشكيل الشخصية الدينية من خلال الأفلام الكرتونية لتلاميذ سنة الخامسة لابتدائية أول نوفمبر بالأغواط، حيث كانت التساؤلات كالآتي:

هل تساهم الأفلام الكرتونية لقصص الأنبياء يحيى الفخراي في بناء الشخصية الدينية لدى تلاميذ سنة الخامسة ابتدائي بمدرسة أول نوفمبر 1954 بالأغواط؟

هل للوسيلة الاعلامية دور في تشكيل الشخصية الدينية لدى تلاميذ سنة الخامسة ابتدائي بمدرسة أول نوفمبر 1954 بالأغواط من خلال الفلم الكرتوني لقصص الأنبياء يحيى الفخراي؟

وتطبيقا لإجراءات الدراسة استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وكانت العينة عرضية والموجهة لتلاميذ السنة الخامسة الذين يتعرضون لمحتوى يحيى الفخراي كما تم الاستعانة بأسلوب المسح الشامل وهذا حسب خصائص مجتمع البحث، كما اعتمدنا على أداة الاستبيان، وكانت أهم نتائج الدراسة كالآتي:

- توصلنا الى أن محتوى يحيى الفخراي سبب في بناء صورة ذهنية لشخصيات دينية وبالتالي الاقتداء بها.
- توصلنا الى أن للوسيلة الاعلامية دور كبير في استقطاب أكبر عدد من المتابعين وبالتالي درجة التأثير تكون أكبر.
- توصلنا الى أن الاستعانة بالشخصيات البارزة مثل يحيى الفخراي لها دور فعال في نجاح الأفلام الكرتونية.
- توصلنا من خلال المقاربة لنظرية الغرس الثقافي على قدرة التلفزيون في التأثير المباشر على تلاميذ السنة الخامسة ابتدائي وذلك في تشكيل الشخصية الدينية.
- توصلنا الى أن المدة الزمنية وكذا عنصر التكرار يعتبران عنصرتين أساسيين في عملية التأثير في بناء الشخصية الدينية لتلاميذ السنة الخامسة ابتدائي وهذا ما تفترضه نظرية الغرس الثقافي.

Abstract

Through our study, we aim to reveal the extent to which the religious personality is shaped through cartoon works. The questions of fifth-year students of November 1st primary school in Laghouat were as follows:

1. Do the cartoon works of Fakharani's Stories of the Prophets contribute to building the religious personality of fifth-year primary school students at the First of November 1954 School in Laghouat?

2. Does the media have a role in shaping the religious personality of fifth-year primary school students at the First of November 1954 School in Laghouat?

3. What is the role of the cartoon work of the Stories of the Prophets by Yahya Al Fakharani in application?

The researchers used a descriptive and analytical method, and the sample was cross-sectional and directed to Fakharani's content. The study procedures were as follows: First, a comprehensive survey method was also used, and this is according to the characteristics of the research community. We also relied on the questionnaire character tool, and the most important results of the study were as follows:

- We concluded that Yahya Al Fakharani's content has a reason to build a mental image of religious figures and thus influence them.
- We have concluded that the media has a major role in attracting the largest number of followers, and thus the degree of influence is greater.
- We have concluded that seeking the help of prominent figures such as Yahya Al Fakharani has an effective role in the success of cartoon works.
- Through the approach to cultural implantation theory, we have discovered the ability of television to directly influence fifth-year primary school students in forming the religious personality.

We concluded that the period of time and the element of repetition are considered essential elements in the process of influencing the building of the religious personality of fifth-year primary school students, and this is what the theory of cultural inculcation assumes.

الصفحة	فهرس العام للمحتويات
	الإهداء
	خطة البحث
أ	مقدمة
الجانب المنهجي	
15	I. أسباب اختيار الموضوع
15	II. أهداف الدراسة
16	III. أهمية الدراسة
17	IV. الإشكالية
19	V. تساؤلات الدراسة
19	VI. الدراسات السابقة
22	VII. تحديد المفاهيم
23	VIII المدخل النظري للدراسة

الاطار النظري للدراسة

الفصل الأول: الأفلام الكرتونية عبر التلفزيون واليوتيوب وعلاقتها بتشكيل الشخصية الدينية

تمهيد

27

المبحث الأول: التطور التكنولوجي للتلفزيون

28

المطلب الأول: ماهية التلفزيون

29

المطلب الثاني: تحولات التلفزيون

32

المطلب الثالث: الخصائص التأثيرية للتلفزيون وتقنياتها

34

المبحث الثاني: تكنولوجيا البث التفاعلي

37

المطلب الأول: تعريف الإعلام الجديد

39

المطلب الثاني: التفاعلية كتكنولوجيا جديدة ووسائل الاعلام

41

المطلب الثالث: ماهية اليوتيوب والوسائط المتعددة

44

المبحث الثالث: ماهية جمهور وسائل الاعلام

44

المطلب الأول: مفهوم جمهور وسائل الاعلام

44

المطلب الثاني: أنواع جمهور وسائل الاعلام

48

المطلب الثالث: خصائص جمهور وسائل الاعلام

50

المطلب الرابع: سمات جمهور وسائل الاعلام

52

المطلب الخامس: علاقة الجمهور بالوسيلة والرسالة

54	المبحث الرابع: أثر التلفزيون على شخصية الطفل
54	المطلب الأول: الخصائص الفنية للتلفزيون وتأثيرها على شخصية الأطفال
56	المطلب الثاني: علاقة التلفزيون بالطفل
57	المطلب الثالث: خصائص الدراسة العلمية لأثر التلفزيون على الطفل في بناء الشخصية
58	المبحث الخامس: الأفلام الكرتونية وتأثيرها على شخصية الطفل
58	المطلب الأول: نشأة الأفلام الكرتونية
60	المطلب الثاني: أهداف الأفلام الكرتونية
62	المطلب الثالث: خصائص الأفلام الكرتونية الموجهة للطفل في العام العربي
جانب الاجراءات الميدانية للدراسة	
66	منهج الدراسة
67	عينة الدراسة
68	أدوات جمع البيانات
70	عرض وتحليل نتائج الاستبيان
86	نتائج الدراسة
87	خاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
1	توزيع افراد عينة الدراسة وفق لمتغير الجنس	58
2	توزيع افراد عينة الدراسة وفقا لمتغير السن	59
3	توزيع افراد العينة حسبأى الوسائل التالية تفضل فيها المشاهدة للأعمال الدينية الكرتونية.	60
4	توزيع افراد العينة حول الدوافع التي تجعلك تختار وسيلة دون أخرى	61
5	توزيع افراد العينة حول المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدة الأفلام الكرتونية يوميا.	62
6	توزيع افراد العينة حول البرامج التي تفضل مشاهدتها أكثر	63
7	توزيع أفراد العينة حول سبب تفضيلك للمحتوى الديني (يحيى الفخراني).	64
8	توزيع أفراد العينة حول الأوقات التي كنت تشاهد فيها للمحتوى الديني (يحيى الفخراني).	65
9	توزيع أفراد العينة حول مشاهدتك بعض الأجزاء السابقة لهذه الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراني).	67
10	توزيع افراد العينة حول مع من تشاهد هذه الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراني).	68

69	توزيع افراد العينة حول أي الشخصيات التي تنال اعجابك.	11
71	توزيع افراد العينة حول تأثرك بالشكل الخارجي لشخصيات السلسلة الدينية (يحيى الفخراني).	12
72	توزيع افراد العينة حول تتناقش مع والديك عن الأفلام الكرتونية الدينية(يحيى الفخراني).	13
73	توزيع افراد العينة حول الجوانب التي يدور حولها النقاش في السلسلة الدينية (يحيى الفخراني).	14
74	توزيع افراد العينة حول أثرت فيك سلوكيات هذه الشخصيات في السلسلة الدينية (يحيى الفخراني).	15

قائمة التمثيلات البيانية

الصفحة	العنوان	رقم التمثيل البياني
58	توزيع افراد عينة الدراسة وفق لمتغير الجنس	1
59	توزيع افراد عينة الدراسة وفقا لمتغير السن	2
60	توزيع افراد العينة حسبأى الوسائل التالية تفضل فيها المشاهدة للأعمال الدينية الكرتونية.	3
61	توزيع افراد العينة حول الدوافع التي تجعلك تختار وسيلة دون أخرى	4
62	توزيع افراد العينة حول المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدة الأفلام الكرتونية يوميا.	5
63	توزيع افراد العينة حول البرامج التي تفضل مشاهدتها أكثر	6
64	توزيع أفراد العينة حول سبب تفضيلك للمحتوى الديني (يحيى الفخراني).	7
65	توزيع أفراد العينة حول الأوقات التي كنت تشاهد فيها للمحتوى الديني (يحيى الفخراني).	8
67	توزيع أفراد العينة حول مشاهدتك بعض الأجزاء السابقة لهذه الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراني).	9
68	توزيع افراد العينة حول مع من تشاهد هذه الأفلام الكرتونية	10

	الدينية (يحيى الفخراني).	
69	توزيع افراد العينة حول أي الشخصيات التي تنال اعجابك.	11
71	توزيع افراد العينة حول تأثرك بالشكل الخارجي لشخصيات السلسلة الدينية (يحيى الفخراني).	12
72	توزيع افراد العينة حول تتناقش مع والديك عن الأفلام الكرتونية الدينية(يحيى الفخراني).	13
73	توزيع افراد العينة حول الجوانب التي يدور حولها النقاش في السلسلة الدينية (يحيى الفخراني).	14
74	توزيع افراد العينة حول أثرت فيك سلوكيات هذه الشخصيات في السلسلة الدينية (يحيى الفخراني).	15

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

مقدمة:

أصبح في وقتنا الحالي من النادر وجود بيت من غير وسائل الإعلام والاتصال ومن بين هذه الوسائل نجد التلفزيون وما يتميز به من خصائص مادية فريدة، جعلته أبرز وسائل الإعلام من جهة، وما يقدمه من مضامين متنوعة ومشوقة لكل فئات المجتمع من جهة أخرى، إذ أصبح له تأثير واضح في حياة الناس سواء كان هذا التأثير إيجابيا أو سلبيا، ومن بين الفئات التي يقدم لها التلفزيون والأجهزة البثية محتوى خاص هي فئة الأطفال، ولا يخفى على أي مختص حساسية هذه المرحلة وتأثيرها على باقي مراحل حياة الإنسان في بناء الشخصية، فكان لزاما الاعتناء بها والانتباه إلى ما يتلقاه الطفل عبر هذه الوسائل.

فقد كانت عملية التنشئة للشخصية الدينية للطفل تنبني على ما تقدمه الأسرة والمدرسة للطفل، لتدخل فيما بعد عوامل طبيعية وسياسة واقتصادية واجتماعية تمثل في البيئة والمحيط الذي نشأ فيها الطفل، لكن اليوم مع التطور العلمي والتكنولوجي في المجال التقني، دخلت عملية التنشئة الاجتماعية مؤثرات أخرى تقوم بعملية التثقيف والإعلام والتوجيه والترفيه مثل التلفزيون وما يقدمه من برامج بالإضافة إلى تكنولوجيات الإعلام الجديدة مثل الهاتف النقال والأترنت ومواقع التواصل الاجتماعي. ومن الملاحظ أن تعليم الطفل يتكون مرتكزا على الأفلام الكرتونية، التي تؤثر في وعي وإدراك وعاطفة الطفل وما سيترتب على ذلك من حالة تماثل مع تلك الصور والمفاهيم التي يتلقاها ويستقبلها بصدر رحب، فتغرس فيه كل ما يريد القائم بالعملية الاتصالية تحقيقه.

لذلك تعتبر العروض الخاصة بالأطفال التي تقدم من خلال التلفزيون، وباقي الوسائط السمعية البصرية، قد أصبحت من المسلمات أنها أحد مرتكزات التثقيف الجليل اليوم بعد الأسرة والمدرسة، نظرا لما يقضيه الطفل اليوم من وقت لا يستهان به أمام شاشاتها، فتساهم في تكوينه النفسي والاجتماعي والثقافي.

وهكذا مع التطور الحاصل في العالم، أصبحت الأفلام الكرتونية من العناصر المكونة للبيئة الثقافية للطفل فهي تساهم في تكوين شخصيته الدينية وتشكيل مختلف مفاهيمه وقيمه وسلوكياته في الحياة عن طريق المضامين التي تقدمها والتي تتميز بقدرتها على تشكيل الصور الذهنية والنمطية لدى الطفل الذي يكون في فترة استكشافه للعالم الخارجي.

ولأن معظم برامج الرسوم المتحركة هي برامج مدبلجة إلى اللغة العربية ومنتجة أساسا من طرف شركات إعلامية غربية ونظرا للقوة التي تتمتع بها في غرس وتثبيت الأفكار وكذلك التعليم والتوجيه، كان ذلك سببا في أن تكون سلاحا ذو حدين، فيمكن لها أن تكون وسيلة تربوية تعليمية مفيدة للطفل وتغرس فيه المبادئ والأخلاق التابعة من بيئته العربية الإسلامية، كما يمكن أن تكون وسيلة للهيمنة والعولمة الثقافية التي تعود على الطفل بالسلب.

1) أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب الذاتية:

- الرغبة في التعرف على المضامين التي لها تأثير أقوى على الأطفال في بناء الشخصية الدينية من خلال الأفلام الكرتونية.
- الشغف العلمي والإهتمام الشخصي بالموضوع الخاص بالأطفال في بناء الشخصية الدينية.
- الميل الشخصي اتجاه المواضيع المتعلقة بالشخصية الدينية لدى الأطفال.

الأسباب الموضوعية:

- ارتباط الدراسة بتخصص الاعلام والاتصال.
- تزويد المكتبة الجامعية بدراسة تكون بمثابة أرضية خصبة لدراسات جديدة.
- جدة الموضوع واعتباره محط جدال، خاصة فيما يتعلق بتشكيل الشخصية الدينية لدى الأطفال.

1) أهداف الدراسة:

تهدف دراستنا الى معرفة مداخل النظرية لفهم ما مدى التأثير المضامين الأفلام الكرتونية في تشكيل الشخصية الدينية لدى الأطفال.

- تقديم دراسة علمية في بحوث الاعلام لجامعتنا.
- معرفة المضامين الخاصة بالأفلام الكرتونية وكذا الوسائل أكثر تأثير في تشكيل الشخصية الدينية لدى الأطفال.
- تعرف على دوافع وأسباب استخدام تكنولوجيا في عرض المضامين الدينية وذلك من حيث الوسيلة والرسالة.

(2) أهمية الدراسة:

ترجع أهمية دراسة تشكيل الشخصية الدينية لدى الأطفال من خلال الأفلام الكرتونية الى عدة عوامل من بينها:

- أن موضوعات تشكيل الشخصية الدينية لدى الأطفال لا بد له من تحديد واضح ولفهم استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديث في مجال تشكيل الشخصية الدينية لهذا فقد سعينا الى تحديد أبعاد كل وسيلة ومضمون كل رسالة.
- محاولة توضيح الإطار النظري لمفهوم تشكيل الشخصية الدينية.
- معرفة درجة التأثير خصائص الأفلام الكرتونية.

3) الإشكالية:

يعتبر الجمهور العمود الفقري لشتى وسائل الإعلامية إلا أن من أبرزها التلفزيون وكذى الوسائل الأخرى مثل الهاتف والحاسوب والذين يعتبرون من أهم وسائل الاتصال الجماهيرية إذ أن لكل وسيلة ميزة خاصة بها لجذب الانتباه.

فكما يذكر محمد لعقاب بأن " التفاعل هو نتائج المترتبة على المجتمع الإنساني من جراء استخدامه لوسائل اتصال ويطورها الى الأفضل وتقوم هذه الوسائل بدورها بالتأثير على المجتمع واحداث تحولات فيه " ¹، ومع التقدم المستمر في استخدام التقنيات أصبح لجهاز التلفزيون قناة مزدوجة ذات اتجاهين أي "قناة تفاعلية" والذي يريده وهذا يعني تقديم خيارات وطرح جديد للاتصال ومنح المشاهد القدرة على التحكم وجعله مشاركا للمادة التلفزيونية.

فتفاعلية هي كمفهوم حديث مرتبط ارتباطا وثيقا بتكنولوجيا الاتصال الحديثة وهو سمة مفترضة بالنسبة لوسائل الاعلام الحديثة وفي مقدمتها موقع اليوتيوب, فجمهور على الويب ليس مستقبلا للمادة الإعلامية وإنما هو مستخدم لها في الوقت ذاته هذا ما يؤدي الى مرتفع في التفاعل.

وقد ربطت نظرية ماكلوهان بين الرسالة والوسيلة الإعلامية ففي الوقت الذي يرى فيه الباحثون الاعلاميون أن الرسالة هي المحددة لنوعية الاتصال وتأثيره فإن "ماكلوهان" يرى أن "الوسيلة هي الرسالة" وكما أشار الى أن طبيعة وسائل الاعلام المستخدمة في كل مرحلة تساعد على تشكيل المجتمع أكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل على تشكيله ² كما و أضاف في نظريته أن الكيفية التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية الموضوعات و الجمهور التي توجه له رسالتها يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل يرى في نظريته الحتمية التكنولوجية انه لا يمكن نظرا لمضمون وسائل الاعلام بعيدا عن

¹لعقاب محمد، مجتمع الإعلام والمعلومات، (أطروحة دكتوراة، الإعلام و الإتصال) قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام , جامعة الجزائر3, 2002, ص85

²جيهان احمد رشق, الأسس العلمية لنظريات الاعلام, دار الفكر العربي القاهرة, ط2, 1986, ص 56

الوسيلة الإعلامية، كما ركز ماكلوهان على أهمية الاختراعات التكنولوجية ومدى التأثير الذي تحدثه في المجتمعات، ونظرا لما تكتسيه مرحلة الطفولة من أهمية وكذا المدرسة حيث تمثلان الواجب دراسة ومعالجة كل العوامل التي تؤثر في هذه المرحلة، فبعد أن كانت الأسر العاملان الرئيسان في تشكيل ثقافة الطفل بصفة عامة والشخصية الدينية بصفة خاصة، نرى اليوم مع ظهور تكنولوجيات الإعلام والاتصال بروز عوامل أخرى مؤثرة، من بينها العروض ومختلف البرامج السمعية البصرية الموجهة إلى فئة الأطفال من التلفزيون ومواقع شبكة الإنترنت.

فقد أصبح طفل اليوم يولد في بيت يتمتع بكامل التقنيات ووسائل الاتصال، مما جعل الأسرة تعيش نوعا من القلق نتيجة لتدخل هذه الوسائل في حياة الطفل هذا وأصبح مشارك معها في عملية التربية والتعليم والتنشئة الاجتماعية للطفل، إضافة إلى عملية إنتاج الأفلام الإلكترونية وما تحمله هذه البرامج من أعمال دينية فهي ضمن نظرية الغرس الثقافي التي تقوم بها اتجاه جمهور الأطفال.

لذلك أصبحت عملية إنتاج وتوزيع ودبلجة الأفلام الكرتونية وخاصة الهادفة منها في الجانب الديني إلى مختلف اللغات، عملية ذات أهمية المواقع بالغة، تمثل المنتج الذي تقدمه المؤسسات الإعلامية وشركات الإنتاج العالمية للقنوات التلفزيونية والإلكترونية وتستعمله في الترويج وغرس الأفكار التي تريد نشرها، ويكون بذلك الطفل هو التربة الخصبة التي تستقبلها وتنمو عليها، فتصير بذلك مصدر تثقيف له ينافس الأسرة ومختلف المؤسسات التقليدية التي المعارف والمعلومات والتجارب، سواء كانت تساهم في عملية تشكيل الشخصية، وسواء كانت تتوافق مع خلفيته الاجتماعية ومرجعياته الثقافية العربية الإسلامية أم أنها تتعارض وتختلف معها، وتأتي دراستنا هذه للبحث في الجدل المتنامي في الحقل الأكاديمي حول مساهمة تلك المضامين الدينية الممنهجة والمدرسة مسبقا في تشكيل الشخصية الدينية وعليه فإنه قد تم صياغة الإشكال التالي:

- الى أي مدى تشكل الشخصية الدينية لدى تلاميذ الخامسة للطور الابتدائي بمدرسة أول نوفمبر بالأغواط من خلال العمل الكرتوني ليحيى الفخراي ؟

4) تساؤلات الدراسة:

- 1) هل تساهم الأفلام الكرتونية ليحيى الفخراي في بناء الشخصية الدينية لدى تلاميذ سنة الخامسة ابتدائي بمدرسة أول نوفمبر بالأغواط ؟
- 2) هل للوسيلة الاعلامية التي تبث العمل الكرتوني دور في تشكيل الشخصية الدينية لدى تلاميذ سنة الخامسة ابتدائي بمدرسة أول نوفمبر بالأغواط من خلال العمل الكرتوني ليحيى الفخراي ؟

6) الدراسات السابقة:

ان الدراسات السابقة تعد سجلا حافلا بالمعلومات التي يمكن من خلالها رصد وتحديد موقعها في التراث النظري من حيث الاهتمام بها كما تمثل الدراسة نقطة انطلاق للعديد من الدراسات والأبحاث التي تليها لذلك قمنا بجمع بعض الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة سواء المتغيرين معا أو كل متغير لوحده مع متغيرات أخرى ومن هذه الدراسات نجد ما يلي:

الدراسة الأولى:

دراسة "بسمة شوقي نصيف" حول القيم التشكيلية والتعبيرية لأفلام النحت بالصلصال ، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، أجريت هذه الدراسة سنة 2007.

بحيث انحصرت مشكلة الدراسة في التعرف على إلى أي مدى يمكن الاستفادة من القيم التشكيلية والتعبيرية لأفلام النحت بالصلصال في تنمية التشكيل النحتي لدى الأطفال في مرحلة الطفولة المتأخرة من سن 9 إلى 12 سنة ؟

كما جاء في الفرضية الرئيسية للدراسة:

هناك علاقة إيجابية بين التوصل للقيم التشكيلية والتعبيرية لأفلام النحت بالصلصال وبين الاستفادة منها في تنمية التشكيل النحتي لدى الأطفال الذين يترددون على المكاتب العامة في مرحلة الطفولة المتأخرة من سن 09 إلى 12 سنة.

- اقتضت طبيعة دراستهم استعمال منهج الوصفي التحليلي.

- كشفت نتائج الدراسة الى:

نحت الأطفال أشكال المصريين القدماء بدقة شديدة، فاهتموا بدراسة تفاصيل أزيائهم والقلادات التي كانوا يرتدونها

وظقوسهم الدينية أثناء الصلاة للآلهة من وضع اليدين الملاحظ بالصورة، إلى جانب حفاظهم على اتزان الشكل سواء واقفا أو جالسا.

الدراسة الثانية:

دراسة " منال رداوي " حول أثر مشاهدة برامج الأطفال التلفزيونية " الرسوم المتحركة " على إدراك الواقع الاجتماعي عند الطفل الجزائري دراسة تحليلية وميدانية "المحقق كونان نموذجاً" أجريت هذه الدراسة سنة 2019.

-انطلقت هذه الدراسة من الاشكالية الاتية:

هل تؤدي مشاهدة الطفل الجزائري للرسوم المتحركة اليابانية " المحقق كونان " إلى إدراك الواقع الاجتماعي بشكل مشابه لما يعرض في هذه الرسوم من أحداث وشخصيات؟

- هدفت هذه الدراسة الى:

-تحليل عينة من الرسوم المتحركة " المحقق كونان " والتعرف على الطابع الذي تتسم به سواء من حيث شكل عينة الدراسة التحليلية مدة العرض، دوريتها، توقيت العرض، الألوان، اللقطات أو من حيث مضمونه المشكلات، الشخصيات، المعلومات، الوسائل، القيم من أجل التعرف على الواقع الذي تنقله والذي يدركه الطفل فيما بعد.

-اختبار فروض نظرية العرس الثقافي من خلال التركيز على أهم فرض تقوم عليه وهو تأثير المشاهدة الكثيفة على إدراك الطفل للواقع الاجتماعي بشكل يشابه لما يعرض في الرسوم المتحركة المحقق كونان من أحداث وشخصيات، بالإضافة إلى معرفة العلاقات والفروقات بين مجموعة من المتغيرات المشاهدة النشطة، دوافع المشاهدة، المتغيرات الديمغرافية ممثلة في الجنس والسن.

- نذكر أهم ما جاءت به الدراسة من نتائج:

تم التوصل في الشق التحليلي من الدراسة نتائج دعمت من وجهة نظر الباحثة إجابات الطفل وعكست المضمون الذي قدمته هذه الرسوم، وما تتيحه من إمكانيات فنية من حيث التشويق مدى

الواقعية التي قدم والإثارة مستخدمة قدرة الدراما على تجسيد الواقع المعاش وكشف الظواهر السلبية، وحرصها على توضيح انتصار تمع ومشكلاته.

وتقديم القيم الايجابية الخير على الشر، وهو ما يكشف الدور الإيجابي للرسوم في تجسيد قضايا شخصيات الرسوم التي تتيح مجالاً للتوحد معها. إن كل العناصر السابقة تسهم في دعم ثقافة الطفل التي تتسم وتنمية جوانب التفكير والذكاء والإبداع.

من جهة أخرى توصلت الباحثة في الشق الميداني من الدراسة إلى أن مشاهدة الطفل الجزائري لهذه الرسوم " المحقق كونان " والتي تستغرق من 20 إلى 25 دقيقة في اليوم، يستهلكها الطفل ويصبح سعيداً، يدرك أن أحداثها ومضامينها هي عالم حقيقي يمكن أن تحدث في عالمه الطبيعي.

الدراسة الثالثة:

دراسة " مقالاتي منصف " حول أثر الرسوم المتحركة " ماشا و الدب " على ثقافة الطفل الجزائري دراسة ميدانية على عينة من أولياء الأطفال بمدينة قسنطينة -جامعة قسنطينة 03، أجريت هذه الدراسة سنة 2022.

-انطلقت هذه الدراسة من سؤالنا الرئيسي في تشكيل ثقافة الطفل القسنطيني من خلال الرسوم المتحركة ماشا والدب ؟

كما تلخصت أهمية هذه الدراسة في:

- تعتبر الرسوم المتحركة من أهم العروض في البرامج التلفزيونية التي تبني شخصية الطفل.

-أما المنهج المستخدم فهو المنهج الوصفي التحليلي، وكانت العينة قصدية، أما الأدوات فكان الاستبيان.

نذكر اهم ما جاءت به الدراسة من نتائج:

استخلصنا بالاستنتاجات خاصة بالعينة وفي الأخير كانت الإجابات عليها دراستنا فكانت اغلب الأمهات كانوا حريصين على مرتقتهم.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

من خلال الدراسات السابقة استفدنا من الناحية المنهجية من خلال تحديد المنهج المستخدم وتحديد العينة والتطرق للعينة واستخدامها كما تسمح بتحديد أدوات الدراسة.

7) تحديد المفاهيم اجرائيا:

- الشخصية الدينية:

- **التعريف الإجرائي:** وهي جميع المكتسبات المعرفية والدينية عبر الأفلام الكرتونية والتي تكون سببا في بناء شخصية الطفل ومنهاجه في الأمور التشريعية والعقدية.

-تعريف الأفلام الكرتونية:

- **التعريف الإجرائي:** هي عبارة عن نوع من البرامج التي تستخدم الرسوم ذات التتابع الحركي، لإيصال رسالة معينة بأسلوب مشوق، وقد تعتمد أحيانا على المبالغة في الملامح، وهدفها تشكيل شخصية دينية للطفل.

8) حدود الدراسة:

الحدود المكانية:

يقصد بها المجال المكاني الذي تجرى فيه الدراسة الميدانية، ويمكن حصر المجال المكاني في منطقة واحدة من الوطن ابتداءً من نوفمبر 1954 بالأغواط، التي تم إختيارها وعليه فنتائج الدراسة محدودة في نطاق ما تم تطبيق أداة الإستبيان عليهم.

الحدود الزمنية:

ونقصد بها الفترة الزمنية التي إستغرقتها الدراسة الميدانية، منذ بدأ تصميم أداة الدراسة الإستبيان بمراحله المتعددة بدءا بعرضه على الأستاذ المشرف على هذه الدراسة في صيغته الأولية، والتي أسفرت عنها مجموعة من التوجيهات القيمة والملاحظات في صميم الموضوع، ليتم فيما بعد تعديل الإستبيان وفق توجيهات الأستاذ المشرف، ثم عرضه على مجموعة من الأساتذة المحكمين ، إلى غاية الصياغة النهائية للإستبيان الذي تم إعماده بشكل نهائي في الدراسة الحالية، وتم توزيعه على مجموعة تجريبية

من المبحوثين، قبل توزيعه النهائي على عينة الدراسة، وذلك إبتداءً من تاريخ 2024/02/17 إلى غاية تاريخ 2024/06/15.

الحدود البشرية:

والمتمثلة في جل تلاميذ السنة الخامسة ابتدائي بمدرسة أول نوفمبر بالأغواط.

9) المقاربة النظرية:

نظرية الغرس الثقافي: تقوم هذه النظرية على قدرة التلفزيون في التأثير المباشر على المتلقين وذلك بتشكيل الأنماط الثقافية حيث تعبر أن مهمة وسائل الإعلام هي إعطاء صور عن طبيعة الواقع وتشكيل الصور الذهنية، وينظر لنظرية الغرس الثقافي على أنها من نظريات التأثير المعتدل حيث يقصد بذلك أنها تقف موقف وسط، دون سلط الضوء على العامل التراكمي في مبالغة أو استهانة في نفس الوقت، بدور وتأثير وسائل الإعلام، إذ أن مدة زمنية معتبرة لقياس ومعرفة تأثير وسائل الإعلام، ويعتبر عنصر التكرار أساسيا في عملية الغرس، الذي يعتبر نقطة القوة في هذه النظرية.¹

ويؤكد جرنبر النقطة التي من خلال دراسته يتحلى بها التلفزيون على غرار باقي وسائل الإعلام بترشيحه كمصدر رئيسي لبناء المفاهيم وتصورات الجمهور عن الواقع الاجتماعي، وهكذا يكون له الدور الكبير في تشكيل وتكوين الثقافة الجماهيرية، والتي تعتبر جزء هام في عملية التنشئة الاجتماعية للأفراد الذين ولدوا في زمن أصبح فيه التلفاز موجودا في كل بيت، عن طريق ما يقدمه من محتوى يقوم على التكرار وصناعة الصور النمطية.

تباعا لهذه النظرية حاولنا دراسة تأثير سلسلة الأفلام الكرتونية يحيى الفخراني عبر القنوات التلفزيونية وموقع اليوتيوب، من أجل معرفة انعكاساتها على الطفل الجزائري من حيث إدراكه وفهمه للواقع وأثرها في اكتسابه لمختلف الأفكار والقيم والسلوكيات التي لها علاقة بديننا الاسلام.

¹ مقالاتي منصف، أثر الرسوم المتحركة " ماشا و السدب' على ثقافة الطفل الجزائري دراسة ميدانية على عينة من أولياء الأطفال بمدينة قسنطينة، جامعة قسنطينة 03 ، 2022، ص 17.

تناقش نظرية الغرس الثقافي تأثير وسائل الإعلام وخصوصا التلفزيون على الجمهور الذي يتابع البرامج التلفزيونية بدرجة عالية، حيث يكون إدراكهم للواقع الاجتماعي مغايرا للذين يتعرضون لبرامج التلفزيوني تبدأ من خلال شاشة بدرجة أقل، كما تؤكد نظرية الغرس على أن عملية إدراك وفهم الواقع ثم تأتي بعدها مرحلة التعليم، وعليه يرى مورغان أن نظرية الغرس الثقافي نظرية ثقافية الغرض تلقي عن طريق فهم واستيعاب كيفية إدراكه للواقع منها هو دراسة قوة تأثير رسالة ما، ومدى تشابها مع الرسالة التي تلقاها باعتبار أن التلفزيون أحد الوسائل السمعية البصرية بالإضافة إلى الوسائط الأخرى، التي يعتمد عليه الأطفال في مشاهدة الأفلام الكرتونية الدينية والتي تتميز بقدرتها على إنشاء الأنماط الثقافية على جذب الصغار والكبار فتسهل عملية التعليم والغرس كما أن لها قدرة وتوحيدها بين جميع أعضاء المجتمع.¹

¹ مقالاتي منصف، نفس المرجع ، ص 18.

الإطار النظري وعلاقته

بالدراسة

تمهيد:

تعد التطورات التكنولوجية وبسبب التراكمية أدى الى تحولات في التلفزيون حيث انتقل من ميزة المشاهدة الى ميزة التفاعلية حيث كان للأترنت دور كبير في هذا التحول حيث أن لخصائص العرض دور في استقبال عدد كبير من المتلقين والتأثير فيهم.

المبحث الأول: التطور التكنولوجي للتلفزيون

المطلب الأول: لمحة عامة حول التلفزيون

يعرف التلفزيون بأنه مجموعة متكونة من عدة أجزاء هي مواد وبرامج وصور إضافة إلى بعض المعينات سواء كانت تعليمية أو غيرها، والتي يتم بثها من خلال المحطات التلفزيونية النوعية، وذلك بواسطة دوائر مغلقة داخل المدارس أو الجامعات أو المؤسسات التعليمية بشكل عام.¹

- تطورات التلفزيون:

ورث التلفزيون الكثير من تقاليد الراديو، وقد لعبت العديد من العوامل دورا هاما لتجعل من التطور التكنولوجي للتلفزيون وانتشاره في المجتمع الأمريكي عملية أكثر سرعة وأقل فوضوية مما حدث مع سلفه الراديو، والواقع أن تكنولوجيا التلفزيون كانت معقدة بالفعل قبل التوسع في صناعة الأجهزة وطرحها على نطاق واسع للبيع في السوق، وفي هذا المجال لا توجد فترة يمكن مقارنتها بما حدث في عصر التلفزيون من حيث سعة الانتشار، ولم تكن الوسيلة الإعلامية الجديدة مضطرة إلى التوصل لهيكل للسيطرة والإشراف مع الحكومة، فقانون الاتصالات الفيدرالي الذي تصفه لجنة الاتصالات الفيدرالية (FCC) والتشريعات المكتملة له ثم الاستيلاء عليها ببساطة من الراديو، وكانت الأسس المالية للتلفزيون واضحة منذ البداية، كما كان الجمهور معتادا تماما على الإعلانات التجارية، وكان التلفزيون يبشر بالمزيد من التأثير والفعالية كوسيلة لتنشيط المبيعات، ولم تكن هناك مشكلة موقعة بالنسبة لجلب أموال الإعلانات، كذلك لم تكن هناك مرحلة عداء مع الصحافة ووسائل الاتصال

¹ رفعت عارف الضبع، التلفزيون النوعي، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2011، ص11

السلكية فكل هذه الترتيبات امتدت ببساطة من الراديو إلى التلفزيون، وكانت فكرة الشبكات قد حققت شعبية بالفعل من أيام الراديو، كما كانت تكنولوجيا الكابل المتحد المحور (coaxial-cable) متاحة وموجودة وكل ما هو مطلوب هو بناء المنشآت المادية فقط، فالجمهور كان معتاداً بالفعل على الصور المتحركة ولم يكن من الصعب تقبلها بعد بثها وإذاعتها بالتلفزيون، ولهذا السبب لم يتوقع أحد سوى مقاومة محدودة من جانب الجمهور للوسيلة الإعلامية الجديدة.¹

أهمية الثورات للبث الفضائي :

يمثل البث الفضائي ثورة في ميدان الاتصال البشري ومنذ ظهور التلفزيون أعيد تصميم غرف الجلوس وظهرت في الأسواق كراسي خاصة به، وموائد صغيرة للأكل أثناء مشاهدته وأطعمة جيدة سريعة التجهيز وقد استطاع أن يشد إليه اهتمام الناس بدرجة هائلة عندما نقل إليهم سلسلة من العروض الحية والفورية التي حولت هذا الجهاز من لعبة غالية الثمن إلى ضرورة حقيقية.

إن التلفزيون أصبح يتميز بقدره خارقة على الاقناع والتأثير والسيطرة لقد أصبحت رمز السلطة وعصر الاتصال فالثورات والانقلابات تقوم اليوم بالاستيلاء على مقرات التلفزيون بدلا من القصور الرئاسية فلا توجد سلطة سياسية أو اقتصادية أو دينية لا تحلم بالسيطرة عليها أنها تكمن ببساطة من هيكله خيال الفرد والجماعة والتحكم في الرأي العام.²

المطلب الثاني: تحولات التلفزيون

1- ظهور تلفزيون الكابل:

الكابلات ثنائية المحور هي أسلاك مغلفة بالبلاستيك الذي يحيط به غطاء معدني لمنع ضياع الإشارة أو حدوث تداخل، ولقد دخلت هذه الكابلات بسرعة إلى حيز الاستخدام لبث البرامج

¹ ملفين ل. ديفلير وآخرون، نظريات وسائل الاعلام، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، ص168.169

² قاسي علاء الدين وآخرون، صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2017، ص55-54.

التلفزيونية عبر مسافات طويلة وأدت مهمتها هذه بنجاح ملحوظ، وكان استخدام الكابلات في نقل الإشارات التلفزيونية إلى المنازل.

وبالإضافة إلى ذلك أدت حقيقة أن الإشارة التلفزيونية تنتقل في خط مستقيم إلى التقليل من جودة الاستقبال أو حتى استحالة حدوثه فيها وراء المباني المرتفعة أو على الجانب الآخر من التلال أو الجبال وما أشبه ذلك.¹

وهناك بعض الجدل حول المكان الذي بدأ فيه استخدام الكابل للاستقبال التلفزيوني المنزلي، ويؤكد أحد الآراء أن ذلك حدث عام 1950 بمنطقة لانسفورد بولاية بنسلفانيا الأمريكية، فقد تلقى رويرث تارلتون، الذي كان يمتلك ورشة لإصلاح أجهزة الراديو والتلفزيون، العديد من الشكاوى حول الاستقبال.

أصبحت الكابلات قادرة على أن تقدم لمشركيها الإشارات التي يتم إرسالها من مدن أخرى على مسافات أبعد، وبالنسبة لمحطة الإرسال المحلية، كان ذلك عملاً غير مرغوب فيه وغير عادل، وكانت النتيجة عدد من القضايا والدعوى القانونية.

ومن هذا الصراع، خرج مبدأ أن الكابل التلفزيوني يخضع لقانون لجنة الاتصالات الفيدرالية « FCC » مثله في ذلك مثل إذاعة الإشارات عبر الأثير، وأدى هذا الحكم القانوني إلى وقف تطوير الكابل التلفزيوني من الناحية العملية، وقد فرضت لوائح معقدة بالنسبة لما يمكن وما لا يمكن بثه عبر الهوائي التلفزيوني المحلي العام (CATV) أو غير ذلك من أنظمة الكابلات الأخرى ورغم ذلك، فبحلول عام 1979، بدأت لجنة الاتصالات الفيدرالية « FCC » تخفف العديد من هذه القيود. ومنحت لحكومات المحلية سلطة منح شركات الكابل الخاصة امتيازات خاصة لتشغيل أنظمتها في مناطقها، وفي مقابل ذلك، احتفظت الحكومة بحقها في فرض شروط عديدة والسيطرة على ما يتم نقله عبر الأسلاك، واليوم يتغير هذا الموقف باستمرار في ضوء القضايا التي تنظرها المحاكم.

¹ ملفين ل. ديفليير وآخرون، نظريات وسائل الاعلام، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، ص173.

وقد راحت هذه الفكرة وانتشرت بسرعة وأصبحت مشروعات الهوائي التلفزيوني العام Community Antenna Television تغطي جميع أنحاء البلاد، وكان معظمها مجرد مشروعات صغيرة وحتى بعد عشر سن الأسر الأمريكية التي لديها جهاز التلفزيون هي فقط تستقبل الإرسال بهذه الطريقة في المناطق النائية ولا يتجاوز عدد المشتركين فيه مئات قليلة. وحتى بعد عشر سنوات وفي عام 1960 كان أقل من 2% من الأسر الأمريكية التي لديها جهاز التلفزيون.

مقابل للإشارات التي توزعها على المشتركين ولكنها رغم ذلك تخص بينما كان عدد الشركات التي تقدم خدمة الكابل تصل إلى 640 شركة، ورغم ذلك فمع توسع هذه الأنظمة انضم إليها وأصلاً تعترض فكانت ترى في هذه الشركات مجرد كيانات طفيلية لا تدفع لت على أرباح مالية والأكثر من ذلك أنه مع زيادة تعقد التكنولوجيا أصبحت الكابلات قادرة على أن تقدم لمشركيها الإشارات التي يتم إرسالها من مدن أخرى على مسافات أبعد، وأما بالنسبة لمحطة الإرسال المحلية كان ذلك عملاً غير مرغوب فيه وغير عادل، وبدأت المحطات التي تبث الإشارات التلفزيونية.

2- التلفزيون التفاعلي:

التلفزيون التفاعلي هو وسيط ثنائي الاتجاه Two way يمنح المشاهد الفرصة في الاختيار والتعديل بجدول البرامج ومواعيدها كي يتلاءم مع مواعيده وأذواقه فهو بهذه الحالة يزيد من المشاركة بين المرسل والمستقبل ويمنح عملية الاتصال المرونة المطلوبة، والتلفزيون التفاعلي هو نفسه التلفزيون الرقمي فالرقمية هي التي منحت التفاعلية إذا فالتلفزيون التفاعلي يجب أن يكون رقمياً فالنظام الرقمي هو ضرورة التفاعل لقدرته على توفير خصائص ومستحقات رقمية في الإنتاج والعرض والتقديم ودعم المشاركة في الاتصال، (فالسمة التفاعلية التي يتمتع بها التلفزيون الرقمي تجعل منه مشهيداً يمكن المشاهد من التدخل في المحتوى الإعلامي واختيار ما يروقه والتحكم في مجريات الأحداث).¹

¹ يسرى خالد إبراهيم، التلفزيون الرقمي والتلفزيون التفاعلي تقنيات عملية الاتصال وتطورها، دراسة نظرية في بنية الاتصال الحديثة، ديوان مطبوعات جمعية، 2010، ص251.

ويعتمد عمل التلفزيون التفاعلي على قاعدتين أساسيتين هما:

1. توفير التفاعلية مع البرامج والقنوات أثناء المشاهدة بحيث يتحول المشاهد إلى مشارك وتنتهي فكرة المشاهد السلبي.
2. إلغاء التزامن بين العرض والمشاهدة الذي يفيد المشاهد بخريطة العرض ويكون أمام خيار واحد هو أن يشاهد ما يرغب في وقت العرض حسب خريطة العرض وزمنه، فقد أنهت التفاعلية أسطورة احتكار المعلومة.

3- البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية (Satellite TV Broadcasts)

عرف البث المباشر في مجال الإذاعة أنه كل مادة تبث حية أي غير مسجلة، ويقصد به نوعية من البرامج التي تبث على الهواء، أو التي يكون المشاهد عنصراً رئيسياً مشاركاً فيها، أما البث المباشر من خلال الأقمار الصناعية فهو ظاهرة حديثة نسبياً، وهو إمكانية وصول الإشارة إلى أجهزة الاستقبال التلفازي في البيوت مباشرة بعد تركيب معدات صغيرة إضافية دون مرور بمحطات أرضية للاستقبال.

ووفقاً لهذا التعريف فإن البث المباشر يشمل الاستقبال الفردي أو الجماعي، ويقصد بالاستقبال الفردي إمكانية تلقي الفرد للإشارة من قمر الاتصالات بوسائل بسيطة ولاسيما الهوائيات الصغيرة، في حين يقصد بالاستقبال الجماعي استقبال الاشارات عن طريق تجهيزات للاستقبال معقدة وهوائيات أكبر من التي يستخدمها الفرد من أجل استخدام مجموعة من الأفراد أو للاستخدام العام في منطقة محدودة أو بنظام توزيع يغطي منطقة معينة.¹

وأقمار الاتصال (Communication Satellite) هي أساس الشبكات الفضائية ولها قنوات مرئية وصوتية تختلف طاقاتها باختلاف الغرض الذي أطلقت من أجله والرقعة المطلوب تغطيتها والمجالات التي تستخدمها.

¹ سميرة شيخاني، الاعلام الجديد في عصر المعلومات، جامعة دمشق، 2، دمشق، 2010، ص468.

أدى استخدام أرقام الاتصال في مجال التلفاز إلى حدوث تغير ملموس في البث التلفازي، فقد أمكن التغلب على المشاكل التي كانت تعوق نقل البرامج التلفازية إلى مناطق بعيدة، واصبحت القنوات التلفازية قادرة على توصيل برامجها إلى جميع أنحاء العالم، إلا أن التطور الأكبر الذي أحدثته أرقام الاتصال هو القدرة على تحقيق الآنية في نقل الأخبار والمعلومات والبرامج من دول العالم المختلفة، وهذا أدى إلى تقديم المادة الإعلامية في زمن حدوثها، وسهل للتلفاز الوصول إلى إدراك المشاهد وجعله يتعايش مع الأحداث بشكل مباشر.

المطلب الثالث: الخصائص التأثيرية للتلفزيون وتقنياتها

1- الخصائص الإتصالية ذات الطبيعة التأثيرية للتلفزيون:

أتاحت خصائص وميزات التلفزيون قدرات كبيرة له في التأثير على قطاعات واسعة من الجمهور فضلاً عن القدرة على تناول الكثير من الموضوعات التي تعجز الوسائل الإعلامية الأخرى عن تناولها بالطريقة المؤثرة نفسها وهذه الميزات التي يمتلكها هذا الصندوق السحري لم تأت من فراغ أو حكم عشوائي بل اثبتت عبر دراسات وبحوث اشارت الى أن الفرد يتذكر 10 % مما يقرؤه ، ويتذكر 7.20 % مما يسمع ، ويتذكر 7.30% مما يرى ، ويتذكر 7.50% مما يسمع ويرى ، و 7.70 % مما يقول و 90 % مما يقول ويفعل، وأشار العالم الأميركي (ولتر لبيان) إلى أن وسائل الاعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجمهور، وتقدم أحياناً (صورة زائفة) للواقع.¹

وقال عالم الاتصال الأميركي (ولبر شرام) في هذا الشأن " إن التلفزيون امكانات والظروف التي يستطيع بها أن يأسر انتباه المشاهد ويشجعه على الاستغراق مع البرامج ، وذهب باحثون آخرون إلى أن التلفزيون ينتج عملية الاقناع عبر أربع طرائق مختلفة تلقي بآثارها على الجمهور وهي تمكين الناس من الاحاطة بما يجري في العالم اسلوب التعلم وتحديد القضايا والاحداث السياسية المهمة أو مشاكل

¹ غالب كاظم جياذ الدعيمي، التلفزيون وصناعة الرأي العام، دار أمجد للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2016، ص94.

الساعة (أسلوب ترتيب الأحداث)، وأداء دور تأثيري في تحديد السياسيين الذين ينبغي لومهم أو مكافاتهم بشأن الموضوعات والأحداث التي توردها الأخبار.

وعلى وفق هذا فإن القدرة التأثيرية التي يتميز بها التلفزيون ناتجة من خصائصه الفنية كوسيلة ، ومن المضمون الذي ينتجه ، فضلا عن طبيعة جمهوره ، وتتجلى صدقية الصورة في مقدمة الخصائص الفنية التي تعزز من قدرة التلفزيون في عملية الاقناع والتأثير على الجمهور على حد سواء.

2- التقنيات التلفزيونية الحديثة:

شكلت وسائل الاتصال منذ نشأتها وحتى اليوم قنوات للمعرفة الإنسانية، وأهميتها تتزايد باستمرار نتيجة التطور الذي تشهده تقنيات الاتصال ، الأمر الذي جعلها تقع في دائرة اهتمام الجمهور الذي بات يخصص من وقته ساعات طويلة لتلقي المضامين الاتصالية التي تبث على مدار 24 الساعة ويعد استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة في تغطية النشرات الإخبارية مهمة أساسية في صناعة الخبر التلفزيوني ، الأمر الذي منحها أهمية بالغة تمثلت في عملية انتقاء الأحداث التلفزيونية والمفاضلة بينها وبثها ، وذلك للفت انتباه وأنظار المشاهدين والمهتمين بهذا المجال ، والسعي إلى دراستها والكشف عنها ، وبيان مدى أهمية كل منها بالنسبة لبيئة النظام السياسي الذي نتج منه، وإمكانية قدرتها على تلبية حاجاته ورؤيته لمهام الأخبار والمضامين التي تحملها.¹

إن أبرز التقنيات الحديثة المستخدمة في مجال التلفزيون والهادفة إلى جذب المتابعين وزيادة أعدادهم تتمثل بما تستخدمه إدارة القنوات الفضائية من برمجيات ومعدات خاصة ، بهدف إخراج العمل الإعلامي بأعلى مستويات الجودة وذلك لنقل كل ما هو جديد من خلال هذه التقنيات.

¹ مالك رحاب محمود العزة، استخدام التقنيات الحديثة وتأثيرها على زيادة متابعة مراهدة البرامج الاخبارية في التلفزيون الاردني،(رسالة ماجستير، تخصص اعلام)، قسم الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، الأردن، 2017، ص 11-10-9.

كما أن أهم هذه التقنيات تتجلى في المؤثرات البصرية والمؤثرات السمعية، حيث تعد أجهزة نقاء الصورة وأجهزة تسجيل وعرض الفيديو وأجهزة المونتاج ، بالإضافة إلى أجهزة مزج الصورة والمؤثرات الرقمية والرسومات والتصميم أجهزة مهمة تساهم في نقل الصور بأحسن حال للمشاهد، أما المؤثرات السمعية والتي يمكن الإشارة إليها في المايكروفونات والسماعات ومزجات الأصوات ،بالإضافة إلى أجهزة التسجيل الصوتي المغناطيسي وأجهزة قياس الصوت وغيرها، لها القدرة على الوصول إلى مسامع المشاهدين والتأثير فيهم قدر الإمكان.

المبحث الثاني: تكنولوجيا البث التفاعلي

المطلب الأول: تعريف الاعلام الجديد

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة أن الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصف بأنه - النعاج الكمبيوتر وشبكت الكمبيوتر و الوسائط المتعددة.

وبحسب اليستر: الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر و الوسائل التقليدية للاعلام و الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت و الفيديو ويعرفه قاموس الكمبيوتر أن:

1 - الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات الشر الإلكتروني على الأقراص بانواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت، وهو يشل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية و النقالة بالإضافة إلى التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق ، ويخدم أي نوع من أنواع الكومب وتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي Digital Convergence يمكن تشغيل الصوت و الفيديو في الوقت الذي يمكن فيه ايضا معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفية وغيرها مباشرة من أي كومبيوتر.¹

¹ عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد، دراسة في مداخلة النظرية وخصائصه العامة، ص65.

عوامل ظهور الإعلام الجديد:

تقف وراء ظهور الإعلام الجديد عدد من العوامل ، منها ما يرتبط بالتطور التقني ، وأخرى تتناغم مع حاجات الجمهور وهكذا النوع من الإعلام ورغبة منه في ممارسة الإعلام بنفسه ، فضلا عن العوامل الاقتصادية والسياسية ، ويمكن تحديد هذه العوامل فيما يأتي :

1. **العامل الاقتصادي:** من بين أسباب ظهور الإعلام الجديد هو عولمة الاقتصاد وانفتاح الأسواق العالمية التي أدت إلى إزالة الحدود الدولية وما يتطلبه من سرعة حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب الإسراع في تدفق المعلومات وتداول الإعلان للسلع والخدمات بين المستهلكين ، وليس هذا مجرد كون المعلومات قاسيا مشتركا يدعم الأنشطة الاقتصادية جميعها من دون استثناء ، بل لكون المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاضد أهميتها يوما بعد آخر ، بمعنى أن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية العولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب والبرامج تلفزيونية.¹

2. **العامل التقني:** جاء ظهور الإعلام الجديد بعد التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر من تجهيزاته وبرامجه وتكنولوجيا الاتصالات خصوصا فيما يتعلق بالأقمار الاصطناعية وشبكات الألياف الضوئية، إذ أدى التطور التقني والتكنولوجي إلى ظهور الإنترنت الذي يعد الوسيط الذي يحتوي على الإعلام الجديد، فضلا عن أنه يمكن للمستخدم الدخول إلى وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة، الإذاعة، التلفزيون عبر الإنترنت، وقد أدى ذلك إلى انكماش العالم مكانا وزمانا وسقطت الحواجز بين القريب والبعيد، إذ انعكس الإعلام الجديد على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها، واستطاعت الجماهير بوساطة التطور التكنولوجي أن تحول الواقع الخيالي إلى حقيقة عبر التواصل مع العديد من الأشخاص على اختلاف قومياتهم وثقافتهم ودولهم.

¹ وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد التحولات الاتصالية ورؤى معاصرة، دار للكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2017، ص68.

3. **العامل السياسي:** تغيير السياسات الدولية والقوانين المنظمة للعمل الإعلامي مع بدء تطبيق ظاهرة العولمة وتطور تقنيات الاتصال جعل من العالم قرية صغيرة كما يقال، وتمكنت الدول النامية والمجتمعات المتخلفة من التعبير عن ذاتها أثر شيوع مفهوم الديمقراطية، وأدى ذلك كله إلى إدخال عمليات الإصلاح لوسائل الإعلام التقليدية وتشجيع انتشار وسائل الإعلام الجديدة خصوصا شبكات التواصل الاجتماعي، ومن أسباب زيادة انتشار وسائل الإعلام الجديد هي الحرية التي توفرها للجماهير في نشر ومناقشة الموضوعات السياسية كافة وإمكانية إيصال أصواتهم لجميع بلدان العالم مما دفع العديد من الجماهير إلى زيادة الاهتمام بتلك الوسائل الجديدة، فضلا عن استخدام القوى والأحزاب السياسية والحكومات لوسائل الإعلام التقليدية وفرض هيمنتها عليها أدى إلى سعي الجماهير للبحث عن وسائل إعلام بديلة أو جديدة تستطيع عبرها التعبير عن آرائها وتوجهاتها تجاه الأحداث والقضايا السياسية ورغبة منها في ممارسة الضغط على الحكومات وإسقاط الأخرى مثل : ثورات الربيع العربي التي قادتها الجماهير في تونس ومصر، إذ لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في تحريك الجماهير عبر نشر ومشاركة الصور والرسائل التشجيعية على التجمع والتظاهر ، فاستطاعت الجماهير أن توصل صوتها وتعبّر عن آرائها عبر وسائل الإعلام الجديد.

4- **العامل الاجتماعي:** أدى تغيير ثقافات الدول وعاداتهم وتقاليدهم والاهتمام بالقضايا الاجتماعية من المواطنين إلى اجتذاب الناس نحو وسائل الإعلام الجديد للحصول على الأخبار والمعلومات سواء كانت محلية أم عالمية، مثل مواقع الأخبار أو صفحات مواقع التواصل الاجتماعي أو التطبيقات الإعلامية على الهواتف المحمولة خاصة وان نمط الحياة السريع يتطلب الوصول بشكل أسهل وأسرع للمعلومة ، فضلا عن رغبة الجمهور في التواصل الاجتماعي وإقامة علاقات صداقة أشخاص لا يمكنهم الالتقاء لولا توفر وسائل الإعلام الجديدة.¹

¹ نفس المرجع، ص70.

- خصائص الإعلام الجديد:

للإعلام الجديد عددا من الخصائص منها ما يشترك فيها مع وسائل الإعلام التقليدية ومنها ما يمتاز به عن بقية وسائل الإعلام ، ومن هذه الخصائص هي:

1. **التفاعلية** : عد التفاعلية من أهم خصائص الإعلام الجديد ، إذ أتاحت للمتلقي أن يشارك في مناقشة المادة التي تعرضها هذه الوسائل سواء كانت خبرة أم إعلانا أم معلومة ويدلي برأيه فيها ويعلق عليها ، إذ يستطيع المتلقي للادة الإعلامية في وسائل الإعلام الجديد أن يتحاور مباشرة مع صانع المادة الإعلامية عن طريق الدردشة أو عن طريق التعليق على المضمون الذي يوفره هذا النوع من الإعلام ، فبعد أن كان دور الجمهور يقتصر على تلقي الرسالة الإعلامية من دون التفاعل معها ، أصبح بإمكانه أن يصبح مشاركة في هذا الإعلام عن طريق التفاعل مع ما ينشر عبر هذه الوسائل.¹

2. **اندماج الوسائل** : أدت تكنولوجيا الإعلام الجديد إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى ، بحيث أنها ألغت الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل ، فالتلفزيون والانترنت اندمجا بشكل شبه كامل بحيث أصبح كل جهاز يؤدي وظيفة الجهاز الآخر

3- **الحرية الواسعة** : بعد أن كانت وسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون خاضعة لتدخل الحكومات بالسماح المنع لما ينشر في هذه الوسائل ، جاء بعد ذلك الإعلام الجديد بوسائله المتعددة وقدرته على اختراق الحواجز الحدودية والزمانية ليعطي حرية أوسع بكثير في تناول القضايا الداخلية والخارجية كافة التي تم الوطن والمواطن ودفعت المواطنين المعرفة العديد من القضايا والأخبار التي لا يمكن أن يعلم بها لولا هذه الوسائل.

¹ - وسام فاضل راضي ومهند حميد التميمي ، مرجع سابق، ص99.

4- الكونية وعالمية الوصول : ارتباط الإعلام الجديد بالشبكة العنكبوتية (الإنترنت) جعل بإمكان أي شخص أن يصبح ناشرا وان يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر ، فضلا أن الإعلام الجديد يجمع المستخدمين من جميع أنحاء العالم على اختلاف ثقافتهم وعاداتهم وتقاليدهم ، إذ لا تقف المساحات الجغرافية والحدود حائلا من دون تلقي وإرسال الرسائل

5- اللاتزامنية : وهي أن الإعلام الجديد يوفر إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ، إذ لا يتطلب من المستخدمين جميعهم أن يكونوا موجودين في الوقت نفسه ، وأن المستخدم للإعلام الجديد يستطيع أن يرسل الرسائل ويستقبلها سواء كان الشخص المستقبل متصل بالانترنت أم غير متصل، فضلا أن الإعلام الجديد وفر لمستخدميه إمكانية الحصول على المعلومات والأخبار في الوقت الذي يريده.

6- الفورية أو الأنية : من أهم ما يميز الإعلام الجديد هي السرعة التي تتسم بها عملية التبادل الإعلامي بين المرسل والمستقبل ، فضلا عن السرعة في الوصول إلى الخبر أو الرأي أو المعلومة بحيث لا يتطلب انتظار وقت العرض وخريطة البرامج كما في التلفزيون .

7. الوسائط المتعددة : أحدثت وسائل الإعلام الجديد ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي والتي استطاعت أن تمزج النصوص والصور وملفات الصوت ومقاطع الفيديو ، إذ انتشر مصطلح عن الوسائط المتعددة مع بزوغ ثورة الاتصال التي أحدثها الإعلام الجديد ، فضلا . أن الإعلام الجديد من الجمهور من نشر و مشاركة وتبادل الوسائط المتعددة (الصور والأصوات و مقاطع الفيديو) مع بعضهم البعض .

8- التحديث : يقدم الإعلام الجديد ميزة التحديث المستمر للمضمون الذي يتم نشره، إذ أن الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام الجديد يستطيع تحديث المحتوى الإعلامي باستمرار المسيرة أو مواكبة الطبيعة الفورية لشبكة الإنترنت فيتم التعديل والتصحيح وفقا للمستجدات الآنية.¹

¹ نفس المرجع،ص100.101.

المطلب الثاني: التفاعلية كتكنولوجية جديدة في وسائل الاعلام

مفهوم التفاعلية من حيث الوسيلة: صفة الأجهزة والبرامج وظروف الاستغلال التي تسمح بأفعال متبادلة في نمط الحوار بين المستخدمين أو بين الأجهزة في الوقت الفعلي.¹

تعرف التفاعلية على أنها ميزة الوسيلة التي يكون فيها المستعمل قادرا على التأثير في شكل أو محتوى عرض وساطي أو تجريه إذن تعد التفاعلية عاملا نفسيا وإعلاميا تتغير وفقا لتقنيات الاتصال أو بناءا على الوسيلة الإتصالية والمحتوى الاتصالي وإدراك الجمهور لها.

ولقد تم تعريف مفهوم التفاعلية أيضا من قبل الباحثين على أنه أحد إمكانيات القوة الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الإعلام الجديدة New media إن التفاعلية هي أكثر الخواص التي يشار إليها غالبا والمستخدممة التمييز الانترنت عن وسائل الإعلام الأخرى وتعتبر التفاعلية الخاصة الوحيدة ذات الأهمية البالغة بالنسبة للانترنت.

فالتفاعلية ليس مفهوما متناغما، بعبارة أخرى فقد تكون التفاعلية بين المرسلين والمستقبلين، أو بين الإنسان والآلة، أو بين الرسالة وقراءها.

العلاقة بين المرسل والمتلقي: يقول نصر الدين لعياضي عن التفاعلية أنها مفهوم ابتكر في البداية للدلالة عن شكل خاص من العلاقة بين السمعى البصرى والمشاهد، ويهدف إلى تحويل المشاهد الساكن والسلبى إلى عنصر فعال ونشيط، بشكل يؤثر في البرمجة لكن الاستخدام التدريجى و المتعدد لهذا المفهوم، أصبح يدل على كل أنواع مشاركة المتلق و في الرسالة ، سواء أحدثت الصدى أو لم تحدث².

¹ مصطفى يوسف كافي، الاعلام التفاعلي، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016، ص. 49.

² نفس المرجع، ص50.

- مستويات التفاعلية وأساليبها:

ويمكن التمييز بين أربعة مستويات يتيحها النشر الفوري للتفاعلية في استخدام الصحيفة الفورية.¹

1- التفاعل بين المستخدم والمحرر وأبرز الأمثلة التطبيقية على هذا المستوى هو " البريد الإلكتروني "

2- التفاعل بين المستخدم وغيره من المستخدمين مثل " استخدام جماعات المناقشة والنشرات الإلكترونية".

3- أن المستخدم نفسه مصدرا وذلك حين تتاح له الإمكانية للتعليق على المادة ونشر رأيه، أو أيا كانت الإضافة التي يريد عرضها على الآخرين.

4- التفاعل بين المستخدم والمادة نفسها من خلال تحكمه في محاور وأشكال المعلومات التي يتعرض لها.

لقد أصبح الحكم على مدى نجاح موقع على الانترنت أو عدمه يتعلق أو يرتبط بما يقدمه خدمات تفاعلية بين مستخدمي .

- السمات العامة للتفاعلية :

هناك عدد من السمات التي تحدد مدى توفر التفاعلية في العملية الاتصالية ، وهذه السمات هي:

1- توفر اتصال ثنائي الاتجاه عبر وسيلة الاتصال نفسها .

2- تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل .

3- سرعة عملية الاتصال بين المرسل والمستقبل .

4- قد يكون القائم بالاتصال إنسان أو آلة .

5- يستطيع المتلقي أن يؤثر في شكل ومضمون الرسالة .

¹ سهيلي لامية، (التفاعلية في المواقع الاخبارية، مذكرة ماستر، صحافة مكتوبة)، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة

محمد بوضياف المسيلة، 2015، ص.56.

المطلب الثالث: ماهية اليوتيوب والوسائط المتعددة

1- عصر الأنترنت:

على الرغم من مستوى الإبحار الذي وصلت إليه التغيرات في التلفزيون على مدى العقدين الماضيين فإنها تتضاءل بالمقارنة مع تأثير الإنترنت.

فكما ذكرنا سابقا، كان ثلاثة أرباع الأسر في الولايات المتحدة يستطيعون الاتصال بالإنترنت بحلول عام 2009، وكان لدى نصف هذا العدد إنترنت عالي السرعة في منازلهم.

وفي أي يوم من أيام عام 2007، كان ما يقرب من ثلاثة أرباع الأمريكيين البالغين الذين يمتلكون اتصال بالإنترنت يتصلون بالشبكة.

وبحلول عام 2007 كان ما يقرب من ثلاثة من كل أربعة أمريكيين تزيد أعمارهم على 18 عاما يستخدمون الإنترنت.

التعريف بموقع يوتيوب هو أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وعنوانه:

www.youtube.com

تعريف اليوتيوب: هو موقع الكتروني متخصص بمشاركة الفيديوهات وتخزينها وإنشاء صفحات متخصصة داخل الموقع لكل راغب في ذلك.

2- تاريخ موقع اليوتيوب: تأسس موقع يوتيوب بواسطة هؤلاء الثلاثة في بداية عام 2005 إلتقوا جميعا في حفلة عشاء في منزل شين وقاموا بإلتقاط بعض الفيديوهات لكنهم واجهوا مشكلة فنشرها عبر موقع خاص بهم هنا تولدت الفكرة والإصدار.¹

¹ وسام فاضل راضي ومهند حميد التميمي، مرجع سبق ذكره، ص 182.181.

في مايو 2005 تم إطلاق النسخة التجريبية من الموقع وبعد 6 شهور وفي نوفمبر 2005 تم إطلاق النسخة الرسمية وفي أكتوبر 2006 كانت أهم اللحظات في تاريخ الموقع حيث قامت شركة جوجل بالاستحواذ على موقع يوتيوب بصفقة ضخمة بلغت قيمتها 65 مليار دولار والآن يقدم الموقع خدماته كأحد الخدمات الفرعية لشركة جوجل، ويقع مقر الشركة الحالي في مدينة سان برونو بولاية كاليفورنيا.

3- تأثير الموقع على الشبكة العالمية :

- قام موقع يوتيوب بإحداث طفرة في عالم الإنترنت فقبله كان مستخدموا الإنترنت لا يستطيعوا نشر فيديوهاتهم أو عرضها للمشاهدة أونلاين فقد كان المتاح هو إرسالها عبر البريد الإلكتروني بحد أقصى ثوان معدودة ولكن مع موقع يوتيوب فقد أصبح من السهل نشر ومشاركة الفيديوهات ليشاركها كل مستخدم الإنترنت حول العالم وأصبح كل شخص حتى من الهواة يمكنه عمل قناة خاصة في أي مجال سواء كانت كوميدية، علمية موسيقية أو سياسية بدون أية قيود ورقابة.¹

4- سهولة محتوى موقع يوتيوب:

من السمات الرئيسية لموقع (يوتيوب) إمكانية مشاهدة المقاطع المنشورة في يوتيوب عن طريق مواقع أخرى كأشرطة فيديو، كما يمكن للمستخدم تحميل المقاطع وحفظها وإعادة إرسالها إلى مستخدمين آخرين، كما يمكن المشاركة بالمقطع ونشره على صفحات مختلفة كالفيس بوك-مثلا- كما يدعم الموقع البحث عن المقاطع المراد مشاهدتها، وهذه الجوانب أضيفت على يوتيوب مميزات يمكن تلخيصها فيما يأتي:

-خاصية إضافة ملفات الفيديو إلى المدونات والشبكات الاجتماعية الكبرى والمواقع لتتم مشاهدتها بشكل فوري.

-تصنيف ملفات الفيديو إلى خاصة وعامة، وتحديد صلاحيات مشاهدتها.

¹ نفس المرجع، ص64.

- خاصية الالتقاط السريع التي تسكن أي مستخدم يملك كاميرا ويب من تسجيل ملفات الفيديو التي يرغب بمشاركتها إلى سيرفرات الموقع مباشرة دون المرور بجهازه الشخصي.
- معظم مقاطع الفيديو تمكن المستخدمين من ترك التعليقات، وجذب الانتباه لهذه الجوانب السلبية على حد سواء من حيث الشكل والمضمون.
- ومع كل المميزات التي يتمتع بها موقع يوتيوب إلا أن هناك بعض العيوب التي عانى منها وجعلت منها مجالاً للمناقشة، ومنها:
- عدم مراعاة قوانين حقوق النشر والتأليف، حيث يتلقى موقع (يوتيوب) نقداً بسبب فشله في إخضاع محتوياته المعروضة على الإنترنت للقوانين حقوق النشر والتأليف.¹

¹ حصة بنت عبد الكريم الزيد، أثر استخدام الانترنت على الفتيات في مجال الدعوة، مجلة الجامعة الاسلامية، العدد 166، ص. 361. 362.

المبحث الثالث: ماهية جمهور وسائل الاعلام

المطلب الأول: ¹ جمهور وسائل الإعلام

إن الحديث عن ماهية الإعلام والاتصال باعتبارهما كعملية يتم من خلالها نقل الأفكار والمعلومات والأخبار وحتى تبادل الخبرات عن طريق وسائل مختلفة ومتباينة الخصائص والمميزات، يقودنا إلى الحديث عن تلك الفئة المستهدفة من خلال هذه العملية والتي تقصد بها هنا مجموع المتلقين أو جمهور وسائل الإعلام، فغاية المرسل أو القائم بالاتصال تبقى متجهة دائما إلى تحقيق هدف معين يسعى من خلاله إلى تعديل سلوك أو التأثير على اتجاهات ومواقف المتلقي، هذا الأخير الذي يستقبل الرسالة ويقوم بتفسير الرموز وإدراك المعاني في إطار العمليات العقلية التي يقوم بها من خلال تعرضه لمضامين وسيلة إعلامية، أو بوصفه كأحد أطراف العملية الاتصالية.²

المطلب الثاني: أنواع جمهور وسائل الاعلام:

-**الجمهور العام**: ويأتي هذا النوع في طليعة الجماهير عددا إلا أنه متباعد مكانيا ويتصل في كونه يتفاعل ازاء قضية أو ظاهرة متصلة بالحياة العامة للمجتمع وهو جمهور عام متنوع من حيث الثقافة والتعليم والجنس و المهنة وعرفه (ديوي) بأنه تجمع سياسي لمجموعة من الافكار يشكلون وحدة اجتماعية عبر الاعتراف المتبادل بوجود مشكلات مشتركة ينبغي إيجاد حلول مشتركة لها

-**الجمهور الخاص**: يميز أفراد هذا النوع من الجمهور انهم يربطون بوشاح تجمعهم مع بعضهم كالإنتماء إلى نقابة أو مؤسسة أو يجمعهم الاهتمام المشترك بقضية من القضايا أو انتمائهم الى فئة العمرية نفسها (اطفال/ وشباب/وكهول) أو على أساس جغرافي أو نوعي (نساء/ورجال) أو على أساس مهني (فلاحين، عمال، صحفيين، أطباء) وغيرها من التقسيمات أخرى التي تتبع من وجود علاقة تجمع هذا النوع من الجمهور مع بعضه دون غير من الأنواع أخرى .

¹ نفس المرجع، ص44.

² -صرف الحاج، (تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي، مذكرة ماجستير، اعلام واتصال)، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية

العلوم الانسانية والحضارة الاسلامية، جامعة وهران، 2007، ص.30.

وقدم الباحث الأمريكي (كلوس) عددا لجمهور وسائل الاعلام تتصل بمستوى اسهامه وكما يلي :

أ-الجمهور الخاص : يوصف هذا النوع من الجمهور بانه الجمهور الذي يمتلك أجهزة تلفزيون أو راديو ويواظب على قراءة الصحف ومن ثم يستطيع استقبال الرسالة الاعلامية، الا أن هناك صعوبات تواجه الباحثين في معرفة وتحديد الجمهور المفترض الذي يستقبل الرسائل الاعلامية عبر الانترنت فضلا عن بروز حالة جديدة وهي لجوء الجماهير إلى الاستعانة بأكثر من وسيلة اعلامية للحصول على المعلومات ومن ثم تتبلور صعوبات في المعرفة وتعيين الجمهور المفترض لكل وسيلة بمعزل عن الأخرى.¹

ب -الجمهور الفعلي:

وهو حصيلة مجموع الجمهور الذي يتعرض لمضمون الوسيلة الاعلامية ويشمل أفراد الجمهور المواظب على متابعة برنامج معين في التلفزيون أو وسائل الاعلام الأخرى .

ج-الجمهور المتعرض أو المستهدف :

يعد جزءا من الجمهور الفعلي الذي تعرض للرسالة الاعلامية بغض النظر عن الاستجابة لها، فهناك من يستجيب للرسالة وهناك من يستخف بها أو يتجاهلها لتعارض مضمونها مع معتقداته وأفكاره .

د-الجمهور الفعال او النشط:

وهو جزء من الجمهور يستجيب للرسالة الاعلامية ويكون محط اهتمام السياسيين ورجال الأفلام ويتم توجيه برامج متنوعة تستهدف تغيير قناعاته أو كسب وده في الحصول على صوته الانتخابي أو دفعه لشراء سلع دون اخرى بتعريضه إلى إعلانات متنوعة .

¹ غالب كاظم جواد الدعمي، مرجع سابق، ص.67.

وقسم (دينيس هوويت) الجمهور على :

أ- **الجمهور العنيد** : يتميز هذا الجمهور بوعي ثقافي كبير وعدم تقبله مضمون الرسائل الاعلامية بسهولة وهو دائما يعرضها للنقاش والحوار مع نفسه قبل قبولها أو رفضها فضلا عن دور المعتقدات التي يؤمن بها والتي يكون لها مدخلية كبيرة في تدعيم قبول الرسالة أو رفضها .

ب- **الجمهور الحساس** : إن تأثير وسائل الاعلام في الجمهور ليس مطلقا بل هناك حدود لهذا التأثير وتباين درجة تأثير من شخص إلى آخر فالاطفال والمراهقون هم أكثر عرضة للتأثير من غيرهم وهناك أشخاص بطبيعتهم يتميزون بشخصية حساسة مرهقة قد تكون أكثر استجابة لمضمون الرسائل الاعلامية ¹.

ج- **الجمهور اللامبالي** : يتميز هذا الجمهور بعدم اهتمامه بما يعرض في الوسائل الاعلام ولا يمكن لنا أن نصفه مع الجمهور العنيد أو الجمهور الحساس بل هو جمهور سلبي و غير مهتم اصلا بالرسالة التي تبثها الوسيلة الاعلامية .

د- **الجمهور الاستراتيجي** :

ويمثل هذا الجمهور تأييدا او دعما للمؤسسة و يتكون من جمهور محلي او خارجي او دولة او وسائل اعلام وربما يكون جمهورا استراتيجيا الان وربما في المستقبل .

و- **الجمهور الدائم** :

وهو جمهور الثابت في ولائه و تأكيده و حياديته وفي الغالب يكون منضوبا تحت النظام السياسي و تعمل وسائل الاعلام على تنمية و ترسيخ ولائه للنظام ومن الصعوبة تغيير قناعاته إلا في حالات نادرة مثل الانقلابات و الثورات.

¹ نفس المرجع، ص 68.

ه- الجمهور المعارض :

يمثل هذا الجمهور تهديدا مباشرا للنظام السياسي ولا بد لقادة الرأي العام أو النخبة من فهم نوع الجمهور الذي يستهدف فليس المهم أن نتحدث بل المهم أن نجد من يستمع لرسالتك ويفهمها ويستجيب لها.

ي- الجمهور المتغير :

بمعنى أن الجمهور الذي يصنف على أنه جمهور دائم استراتيجي ربما يتغير في المستقبل الى جمهور اخر بمقتضى المصلحة العامة فلكل زمن جمهور ورسالة مناسبة تتوافق مع متبنياته ،فإدراك ماهية الجمهور يوفر فرصة للقائم بالاتصال اختيار الرسالة المناسبة له .

وهناك تقسيمات أخرى للجمهور منها ما ذهب اليها (غوستاف لوين)، اذا قسم الجمهور على جماهير متجانسة وأخرى غير متجانسة ويدرج في الاولى الوظائف (الدينية، السياسية، وغيرها) و الرمز(العسكرية، والعمالية، وغيرها) والطبقات (البرجوازية، والفلاحية، وغيرها) فيما يدرج في الثانية (الجماهير المغفلة)، وهناك من قسمهما على جمهور ذواق، وجمهور مثقف، وجمهور غاضب، وجمهور جاهل، وجمهور بسيط، وجمهور سلمي ، وجمهور متردد.

في حين تعرف النخبة بأنها "شريحة مؤثرة ومفكرة تناقش ما يعرض في الرسائل الاتصال من منطلقات فكرية وعلى أسس مرجعية بسبب اهتماماتها و انتماءاتها المهنية وهذا يتفق مع رؤية (لوين) الذي عد النخب (جزء من كائن كبير اسمه الجماهير) هي التي تقوده بما تملكه من وعي ثقافي وتعليمي واتفق ماركس مع لوين في أن بعض شرائح الجماهير قد تتحول إلى قوة تدمير كبيرة وسلبية في المجتمع.¹

¹ نفس المرجع ،ص 70.

المطلب الثالث: خصائص الجمهور :

1- الخصائص الظاهرية للجمهور

أ- الحجم الواسع : حيث يتخذ شكل الجمهور والجماهيري حجما أكبر من اشكال المجتمعات الأخرى .

ب- التباعد: يتواجد أشخاص في أوضاع وأماكن متباعدة خاصة مع استعمال مكثف لتكنولوجيات الاتصال الحديثة كالبث الفضائي و الانترنت و الذي يعطي بعدا كونيا للجمهور .

ج- عدم التجانس : حيث تتمايز افراد الجمهور في ميزتها و احتياجاتها و مصالحها و اهتماماتها وبالتالي في السلوك الاتصال .

د- عدم التعارف : حيث ان الافراد معروفين بذواتهم و مجهولين ببعضهم البعض ، وعند القائم بالاتصال .

هـ- غياب التنظيم الاجتماعي : نظرا لتباعد وعدم تعارف افراد الجمهور يفقد القدرة على تشكيل تنظيمات اجتماعية بهذه الصفات .

و- التغيير : حيث يمتاز افراد الجمهور بعدم الاستقرار الزمان و المكان .¹

2- الخصائص الضمنية (الديموغرافية) للجمهور :

مع تنوع وسائل الاعلام و إتساع حجم الجمهور واحتياجاته و اهتماماته في اطار البعد الدعائي و التجاري التسويقي لوسائل الاعلام و الاتصال ، اوضحت دراسات تعتمد على تحديد حجمه ووصف تركيبته و تجزئته الى فئات فرعية على اساس سمات ديموغرافية مثل السن و الجنس و الوظيفة التي تتفاعل

¹ زواوي الحاج سعد، (اتجاهات الجمهور نحو البرامج الاخبارية لقناة الجزيرة، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع)، قسم العلوم الاجتماعية، كلية علوم اجتماعية والانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013، ص.69.

مع عناصر سيكولوجية والسوسيولوجية تأثر في السلوك الاتصالي وتصف هذه السمات الى نوعين هما:

أ- أولية أو أساسية: وهي سمات غير قابلة للتغيير مثل السن ، الجنس

ب- مكتسبة أو ثانوية: وهي سمات قابلة للتغيير مثل : الوظيفة ، المستوى التعليمي ، مكان اقامة و تستخدم الدراسات الاعلامية هذه السمات او البيانات العامة تبعا لطبيعة البحث حيث نجد اغلب السمات استعمالا فئة العمر والجنس و المستوى التعليمي والمهنة والدخل ، نظرا لدورها في تشكيل خبرات الفرد وتوجهاته وتوقعه في سياق الحياة الخاصة والاجتماعية و بالتالي سلوك الاتصالي، ولهذا ستتطرق دراسة لتوضيح الفئة الاهم فيما يلي :

-النوع أو جنس : ويتم تقسيم الجمهور إلى إناث اعتمادا على العوامل الفيسيولوجية و النفسية ، نظرا لثبوت تباين في استجابة كل نوع لرسالة الاعلامية و تباين الاهتمامات .

-العمر أو السن : استخدمت البحوث المبكرة على وسائل الاعلام الفئات العمرية العشرية حسب طبيعة وأهداف الدراسة حيث استخدم (لازار سفيلد) فئة (21-29) ، (30-39) ، (40-49) ، (50-59) ، (60 فما فوق) لاهتمامه بسلوك التخاطبي لقراء الصحافة، ويعتبر توزيع الفئة العمرية العشرية الخماسية أكثر استعمالا في البحوث الاجتماعية العامة، حيث يستخدم علماء الاحصاء السكان هذه الفئة لبيان الهرم السكاني في دراسة التركيب العمري لسهولة تصنيفها و تبويبها واستخدامات البريطانية في دراسة استكشاف تأثير افلام العنف التلفزيوني على الأطفال والمراهقين في السبعينيات القرن الماضي الفئات العمرية الرباعية من مؤسسة (bbc) ، وهذا الامر طبيعي في دراسة تستهدف مجتمع ذا فئات عمرية ليست بالطويلة.

(9-5)،(10-14)،(15-19).¹

¹ نفس المرجع،ص 70

المطلب الرابع: السمات الخاصة بجمهور وسائل الاعلام.

1- السمات الاجتماعية والفردية وعلاقتها بالرضى والاشباع لدى جمهور وسائل الاعلام:

ان العوامل الاساسية في ديناميكية تأثير وسائل الاعلام، استشارة الحاجات

والدوافع، و التحريض اذا الاستجابة بتلبية الرسائل الاعلامية لحاجات الفرد ورغباته.¹

ذلك ان اي فرد لديه مجموعة من الدوافع و الحاجات تجعل الفرد يستجيب لرسالة مؤيدا لها ، اذا ما جاءت ملبية لهذه الدوافع و الحاجات .

وعند هذه المرحلة يتحقق عند الفرد الرضى عن وسائل الاعلام ومفرداتها ومحتواها ،عندما تحقق اشباعا لهذه الدوافع و الحاجات ،تدعم استخدامه لهذه الوسائل، وسلوكه المأيد نحوها .

وقد ترتب على فشل الكثير من البحوث في تقديم الدليل على التأثير المباشر لوسائل الاعلام كما سبق أن ذكرنا من قبل الى البحث في العوامل و المتغيرات المرتبطة بتحقيق حاجات الفرد و دوافعه، والتركيز على ما تقوم به وسائل الاعلام من وظائف تأثر في اهتمام الافراد بوسائل الاعلام

واستخدامهم لها.

وقدمت نتائج هذه البحوث مدخلا الى دراسة العلاقة بين التباين في السمات الاجتماعية والفردية التي تمثل السياق الاجتماعي والنفسي للأفراد المتساوي تعرض الاستخدام ،ورضا الافراد عن الوظائف التي تقوم بها وسائل الاعلام او المحتوى الذي تقدمه.²

ففي عام 1959 افترض (كات) أن القيم الأفراد واهتماماتهم ومشاركاتهم ودورهم الاجتماعي تسيطر على عملية التعرض، وتوجه اختيارات الناس الى ما يرونه أو يشاهدونه، ووجد دافينسون أيضا أن

¹ محمد عبد الحميد، دراسة جمهور بحوث الاعلام، دار النشرعلاء للكتب، القاهرة، ط1، 1993، ص.61

² نفس المرجع، ص62.

تأثير يمكن أن يفسر في اطار دور الذي يتوسمه الافراد حول العلاقة الاكثر رضا بين أنفسهم والعام المحيط بهم.

وقبل هذه الدراسات كانت هناك بعض البحوث التي اهتمت بالرضى عن بعض مواد وسائل الاعلام ،ووجد هيرزوج في عام 1944 ان الرضى و الاشباع عند السيدات يختلف باختلاف الظروف الفردية ومشاكلها.

وأكد هنري هذه النتائج ووجد أن الراديو يكافئ الزوج و الام عندما يساعدها في زيادة احساسها بالأمن، ورضاهها عن موقعها في المجتمع ولاحظ وولف وفيسك في عام 1949 أن هناك ثلاث وظائف لكوميديا الاطفال وهي وظيفة التجول في العالم الغريب أو الخيالي ،تقدم صورة البطل الذي لا يقهر ،تقدم المعلومات حول العالم الحقيقي ووجدوا أن كلا من هذه الرسائل تمثل مرحلة من مراحل التطور و الاحتياجات الخاصة به.

وغير ذلك من البحوث والدراسات التي تهتم بالظروف الاجتماعية وسمات الفردية وتوضع في الاعتبار عند دراسة حاجة الجمهور أو تأثيرات الاتصال.

ووجد ماكويل في استعداته لعديد من الدراسات ان هناك قدرا من الاتفاق بين مختلف الباحثين فيما يتعلق بطبيعة ومستويات التعرض والاشباع ،وانتهت هذه الدراسات الى أن الرضى والاشباع في استخدام وسائل الاعلام يظهر عند الافراد فيما تحققه هذه الوسائل من حاجات مرتبطة بالظروف الاجتماعية والنفسية للافراد مثل اكتساب الاخبار والمعلومات عن البيئة المحيطة بالفرد ،الاستعداد المسبق للهروب الى عام الخيال والاندماج مع الأبطال والبطولة في أحوال قلق، العزلة، الاضطرابات ، المتاعب الشخصية، وكذلك دعم السلوك والاتجاهات، زيادة تقدير الذات، قيام وسائل الاعلام في المساعدة على التفاعل الجماعي ودعم الألفة مع البيئة .

المطلب الخامس: الجمهور وعلاقته بالوسيلة والرسالة.

1- علاقة الجمهور بالوسيلة :

لقد ظلت الاتجاهات المهيمنة في اجراء ابحاث الاتصال الجماهيري حول الجمهور ولاسيما الأبحاث المبكرة تنظر الى آثار الوسائل الاعلامية المباشرة على الجمهور وسادة التصورات التي ترى أن هذا الجمهور متفرق، سلمي ذو طبيعة غير شخصية، كما اكدت على قابليته الشديدة لتأثر وسط الحشد بمحفزات ووسائل الاعلام غير أن هذه الراهة قد استبعدت الان لتحل محلها وجهات نظر أكثر تطور وتعقيدا تنظر لطبيعة الجمهور المشيدة اجتماعيا وسادة تأكيد على نتائج السياق الاجتماعي وعلى العلاقات العامة القائمة بين الاعضاء من جماعات اجتماعية مختلفة في المجتمع ومنتجات ووسائل الاعلام والجماهيرية، حتى يسهم ذلك في تفسير السياق وتاويل علاقة وسائل الاعلام بجمهورها.¹

ولقد أصبحت الوسائل اليوم ضرورية لاتتم عملية الاتصال دونها، فالأحزاب والشخصيات السياسية لا تتوجه الى الجماهير بصفة مباشرة مثلما كان الأمر قبل الحرب العالمية الثانية وبعدها بقليل ولأكنها تتوجه اليها عن طريق وسائل الاتصال والاعلام كما أن المعلنين يعتمدون بشكل كبير على هذه الوسائل في التعريف والترويج لمنتجاتهم وخدماتهم .

¹ سمار نجاة، مدفوني مريم، (إستخدام القارئ الجزائري للاعلانات في صحافة المكتوبة، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال)، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن المهدي ام البواقي، 2015، ص، 138. 139.

2- علاقة الجمهور بالرسالة:

ان وسائل الاعلام الجماهيرية تتلاقى مع جمهورها من خلال عملية اختيار متبادلة في الجمهور اختيار من بين وسائل الاعلام على اساس المضمون الذي تقدمه وفي المقابل تختار وسائل الاعلام جمهورها ايضا عن طريق مضمونها ولذلك ينبغي على القائم بالاتصال تكييف رسالته وفق خصائص الجمهور ولتحقيق ذلك لا بد ان يجيب القائم بالاتصال المرسل على الاسئلة التالية :

1- هل سيكون الجمهور قادرا على الامام بالموضوع على نحو جديد ؟

2- هل سبق وان تعرض لمدى اتصالية حول نفس الموضوع؟

3- ما هي الصعوبات التي تواجه الجمهور عند محاولته فهم الرسالة؟

ويمكن تقسيم فئات مضمون أية وسيلة اعلامية في علاقتها بالجمهور الى ثلاث فئات أساسية هي:

1- مضمون اتسم بانخفاض الذوق والمضمون الذي تتعرض له جماهير نفيرة ويتم توزيعه على نطاق واسع و هذا المضمون هو الذي يثير دائما غضب النقاد.

2- المضمون الذي لا تختلف عليه وجهات النظر.

3- المضمون الذي يتسم بالذوق الرفيع وهو المضمون الذي يوزع على نطاق واسع ولكن لا يتعرض له عدد كبير من الجمهور وهذا المضمون هو الافضل من الناحية الذوق فهو تعليمي ويرفع من مستويات الاخلاقية كما انه ملم بشكل ما.¹

¹ محمد عبد الحميد، مدونات الاعلام البديل، دار علاء للكتب، القاهرة، ط1، 2009، ص37.

المبحث الرابع: أثر التلفزيون على شخصية الطفل

المطلب الأول: الخصائص الفنية للتلفزيون وتأثيرها على شخصية الأطفال

كان الاعتقاد السائد في بداية ظهور هذا الجهاز أنه ما هو إلا وسيلة من وسائل التسلية التي ليست لها آثار باكرة على الأطفال أو أنها آثار تافهة، إلا أن الكم الهائل من البحوث التي أجريت على مدى السنين الماضية في مجال علم النفس والإعلام تشير نتائجه بأن التلفزيون له بالفعل بعض الآثار على الأطفال، ومع أن هذه الآثار عادة ما تنشأ في بادئ الأمر طفيفة جدا إلا أنها تتكون بطريقة تراكمية وتنامى تدريجيا أهمية التلفزيون إلى الدرجة التي أصبح معها يحتل المرتبة الثالثة في حياة الأطفال بعد النوم والمدرسة، وترجع هذه الأهمية التي يتميز بها التلفزيون في حياة الأطفال لكونه ينفرد بمجموعة من الخصائص الفنية التي تميزه عن غيره من وسائل الإعلام، ويمكن توضيح هذه الخصائص فيما يلي:

اعتماده على الصوت والصورة ويعتمد التلفزيون في مخاطبته للجماهير على الصوت والصورة في آن واحد، الأمر الذي يؤدي إلى عرض الأحداث بطريقة مشوقة وتقديم الثقافة والمعرفة في صور جذابة مبسطة، ومن المعروف أن الوسيلة التي تعتمد على أكثر من حاسة من حواس الطفل تكون أكثر جذبا لانتباهه وأصل أثرا عن غيرها من وسائل الإعلام التي تعتمد على حاسة واحدة فقط، بالإضافة إلى أن حاسة البصر تتقدم بقية الحواس الأخرى في حصول الإنسان على المعلومات ولاسيما الأطفال، حيث تفصل الأطفال على ثمانية أعشار معلوماتهم عن طريق حاسة البصر، كما أن درجة استيعاب الأفراد ومنهم الأطفال للمعلومات يزداد بنسبة 35% عند استخدام حاسي السمع والبصر في نفس الوقت، وتطول مدة الاحتفاظ بهذه المعلومات بنسبة 55%، وتضفي الصورة التلفزيونية الصدق والثقة على الرسائل والمضامين التي يقدمها التلفزيون مما يجعل الأطفال يصدقون معظم ما يقدم لهم على شاشة التلفزيون¹.

استخدام الألوان والحركة أدى استخدام التلفزيون العنصري الحركة واللون إلى ازدياد قدرته على الإقناع والتأثير على الأطفال بشكل قوي، وتحقق عصر اللون عدة مزايا منها أن الألوان تضفي الواقعية على الأشياء كما هي في الطبيعة، كما أنها تساعد على التعرف على الخصائص المميزة للأشياء مما يؤدي

¹ منال رداوي، حول أثر مشاهدة برامج الأطفال التلفزيونية" الرسوم المتحركة" على إدراك الواقع الاجتماعي عند الطفل الجزائري دراسة تحليلية وميدانية"المحقق كونا نموذجاً، جامعة الجزائر 03، 2019، ص 95.

إلى سهولة التفريق بينها، هذا بالإضافة إلى أن الألوان تساعد الأطفال على تذكر ما يشاهدونه في حين أن استخدام الصورة المتحركة في التلفزيون تحمله الوسيلة الأكثر ملائمة للقدرات العقلية عند الأطفال في هذه الرحلة، فالحركة في العصر الذي يجذب اهتمام الطفل لما يعرضه التلفزيون وتزيد من قدرته على التذكر، كما أن استخدام الحركة في الصورة التلفزيونية تجعله من الوسائل الناجحة في تعليم الأطفال مهارات معينة كتعليم الحروف التي تتطلب مهارات يدوية أو فنية.

استخدام المؤثرات الصوتية والبصرية يضفي استخدام للمؤثرات الصوتية والبصرية الإحساس بالألفة والواقعية كما أنها تعظم من قدرة التلفزيون على التأثير في مشاهديه من الأطفال، ولعل استخدام التلفزيون لعناصر مثل القطع المزج، حركة الكاميرا إلى الأمام وإلى الخلف والاستعراض الرأسي والأفقي، وانقسام الشاشة والاقتراب السريع يؤدي إلى توصيل المعلومات إليهم بشكل لا يدعوهم إلى الملل.

ويبدو أن جذب انتباه الأطفال للبرامج التلفزيونية يعتمد على حدود الحركة في المضمون المقدم والسرعة في تغيير المشاهد، وحجم استخدام المؤثرات الصوتية والقطع والمونتاج، ولا تؤثر هذه المتغيرات على انتقاء واختيار الأطفال للمضامين المختلفة فقط، ولكنها تؤثر أيضا على استمرار انتباههم لهذه المضامين¹.

المطلب الثاني: علاقة التلفزيون بالطفل

يعد التلفزيون نافذة نطل بها على شعوب وبلاد أخرى، وهو الصديق الذي يرافق الطفل في كل وقت وفي كل زمان وأكثر من ذلك، فالتلفزيون بالنسبة للطفل أول وأهم الوسائل الترفيهية التي تقدم له عديدا من الأفلام والمسلسلات والأغاني وغيرها من المواد التي تسليه وتشبع رغباته في الترويح عن النفس وإدخال البهجة في قلبه، ومع ظهور التلفزيون ظهرت وسائل إعلامية أخرى ساعدت على زيادة معرفة الطفل وإدراكه لما حوله، ومن هذه الوسائل الفيديو والانترنت بعد ظهور الأقمار الصناعية، ولكن يصعب إنكار أن التلفزيون له الزيادة الأولى في هذا الأمر قبل كل الوسائل التي تتبعه

¹ منال رداوي، نفس المرجع، ص96.

وذلك لرخص ثمنه من ناحية وسهولة استخدامه والتعامل معه مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى من ناحية أخرى.

ويعتبر التلفزيون أول وسيلة اتصال جماهيري يبدأ معها الأطفال اتصالا مباشرا دون وسيط، ذلك أن العالم المحيط الإنسان منذ الولادة يظهر كثيرا من السلوك الموجه هو العالم الخارجي الذي ينجم عنه تراكم في المعلومات، ولقد أصبح من الحقائق المعروفة أن الأطفال في الأسابيع الأولى من حياتهم يتبنون عيونهم على أي مصدر براق للضوء، حيث يبدوون في استقبال المعلومات التي يرونها حولهم، وتعد هذه اللقطات السريعة عن التي تسجل في المخ من خلال حاسة النظر أولى المصادر عن المعلومات، وقد ذكر بعض الخواء أن المرء يحصل على المعلومات أو المعرفة الإنسانية عموما عن طريق الحواس الخمس، وبعد عدة تجارب وجدوا أن الإنسان يحصل وفي دراسة أخرى أجريت على الأطفال وجدت أن الأخبار التي يشاهدها الأطفال مصورة في التلفزيون تكون أكثر جاذبية وواقعية وهي تساهم في اكتساب للمعرفة لأنها تأتي عرضا وليس بشكل مقصود كما هو الحال بالنسبة للواقع التعليمية والثقافية الصرفة¹.

أما "ماكوبي" فإنها حددت في قولها إننا حين تقرر أن التلفزيون يفيد الطفل أو يمتعه، فإننا تصدر حكما ليس فقط حول برامج التلفزيون بل على المشاهد أيضا، لأن هذا البرنامج عندما يكون مفيدا أي أنه يضرب على وتر استجابة معينة لدى الأطفال بمختلف شخصياتهم، هذا يعني الوصول إلى فهم مشكلة التفاعل بين برامج التلفزيون وبين أطفال.

¹ منال رداوي، نفس المرجع، ص 97.

المطلب الثالث: خصائص الدراسة العلمية لأثر التلفزيون على الطفل

يمارس التلفزيون تأثيره حينما يعرض الصور والآراء مرارا وتكرارا ولاسيما حين يتم ذلك في الإطار التمثيلي، ولما كانت التسلية التلفزيونية تقوم على إبراز المتناقضات، ولما كان الطفل يشاهد العديد من البرامج فإنه من المحتمل أن يكون أثر البرنامج منفردا ضعيفا، ولكن كلما تكررت الصور وكلما عرضت المسلسلات المختلفة على سبيل المثال نفس القيم والآراء كان تأثيرها أشد فعالية.

وفيما يلي بعض المعايير وهي من نتائج البحث الذي قامت به الباحثة "هيلدت هيملويت" يمكن يفضلها التنبؤ بالأثر التراكمي المحتمل للتلفزيون على نظرة الأطفال للعالم من حولهم، حيث يزداد تعرض الأطفال للتأثر كلما تكرر التعرض.¹

¹ منال رداوي، نفس المرجع، ص98.

المبحث الخامس: الأفلام الكرتونية في التلفزيون وتأثيرها على شخصية الطفل

المطلب الأول: نشأة الأفلام الكرتونية وتطورها

تعد الأفلام الكرتونية من الفنون الحديثة ولهم محاولات الفنان المختلفة عبر العصور للتعبير عن الحركة من خلال أعماله الفنية، فالحركة هي الحياة بمعنى أن كل شيء يتحرك فهو يملك الحياة في كيانه . ومن الجدير بالذكر أن معظم برامج الرسوم المتحركة التلفزيونية المبكرة تكونت من أفلام قصيرة أنتجت أصلا للسينما، فأفلام الكارتون السينمائية تشكل مرحلة مسبقة في تاريخ الرسوم المتحركة التي ظهرت في التلفزيون.

ففي الثلاثينات والأربعينات كان كل فيلم تقريبا يعرض في سينما هوليوود يصاحبه فيلم كارتوني ترجع أولى محاولات تحريك الرسوم حين كان الإنسان البدائي يرسم الحيوانات في أوضاع تغير عن استعدادها للهجوم على الخصم، والثيران وهي تجري في قرار جماعي، أما بداية الرسم للتحرك بالمفهوم الذي تعرفه فكان عبارة عن رسوم الطواحين هواء في حالة دوران لبيير فانمو شنبروك "عام 1736 وكان سابقا لزمه إلى حد بعيد حيث تم عرض أول فيلم سينمائي بعدها بأكثر من مائتي وخمسين عاما .وفن الرسوم المتحركة هو فن تحليل الحركة اعتمادا على نظرية بقاء الرؤية على شبكية العين لمدة 10/1 من الثانية بعد زوال الصورة الفعلية، وهي نفس النظرية العلمية التي بنيت عليها صناعة الفيلم السينمائي الفكرة الرئيسية التي انبثقت منها أفلام الرسوم المتحركة كانت في القرن السابع عشر مع اختراع الفانوس السحري على يد الحاخام اليهودي الناسيوس كيرتشر "والجهاز عبارة عن تركيب بسيط يتكون من صندوق معدني فيه لمبة للإضاءة من الداخل وتوجد عدسة تظهر من خلال فتحة صغيرة على أحد جوانب هذا الصندوق وتمر الضوء المنبعث من مصدر الإضاءة عبر صورة موضوعة على شريحة زجاجية، ويتم تعليق هذه الصورة خلف العدسة¹

¹ مقالاتي منصف، أثر الرسوم المتحركة " ماشا و الدب" على ثقافة الطفل الجزائري، جامعة قسنطينة 03، 2022، ص 25.

مباشرة وفي مواجهتها، بحيث يتم العرض بهذه الطريقة، وفي نهاية القرن الثامن عشر اهتم الناس عامة بالفانوس السحري، فقدمت في فرنسا عروضاً باستخدامه بطريقة متطورة على سحب من الدخان والمرايا وشرائح من الأقمشة.

وفي عام 1834 اخترع الإنجليزي "وليم هورنر" جهازاً أطلق عليه اسم (Zoetrope) عرف باسم عجلة الحياة، ويتم من خلالها عرض سلسلة متتابعة من الرسوم يدويا والتي تم رؤيتها من خلال فتحات طويلة بحيث تقوم العين بمزج الصور معاً، وهي الوظيفة ذاتها التي يؤديها حاجب الرؤية الموجود بآلة العرض السينمائي.

المطلب الثاني: أهداف الأفلام الكرتونية:

تعتبر الأفلام الكرتونية وسيلة متميزة لنقل أو غرس القيم والمفاهيم الأخلاقية والثقافية والاجتماعية وتلعب المعلومات دوراً هاماً وأساسياً في تكوين الاتجاهات عند الطفل، وقد توصل الباحثون إلى أن برامج الرسوم المتحركة تلعب دوراً مهماً في تربية وتنشئة الأطفال .

-أهداف الرسوم المتحركة بالنسبة للأطفال:

يعتبر الهدف الأساسي لأي طفل في مشاهدة الرسوم المتحركة هو التسلية والترفيه بالدرجة الأولى لكن هذا لا يمنع من أن يستفيد الطفل من عدة جوانب أخرى فمشاهدة الرسوم المتحركة تزود الـ بالمعلومات وتوسع مجال أفكاره حيث أظهرت النتائج ان الاطفال قادرون على التعلم المعرفي من الرسوم المتحركة وأنهم يستخدمون مهارات تفكيرية عالية لقبول تلك المعلومات، كما تتناول بعض الرسوم المتحركة مواضيع تحتوي على جغرافية وقضايا علمية تعطي الطفل معرفة ومعلومات واقعية توسع رصيده المعرفي.¹

¹ مقالتي منصف، نفس المرجع، ص 26.

كما تساهم الرسوم المتحركة في مرحلة ما قبل الدراسة بأن تزيد الرصيد اللغوي لدى الطفل بتكرار مشاهدته، فتزداد عدد مفرداته التي تساعد في تركيب جمل مفيدة وبما ان اللغة هي الأداة للنمو المعرفي فيمكن القول بأن الرسوم المتحركة من هذا الجانب تسهم اسهاما معتبرا في نمو المعرفي .

كما تساهم الرسوم المتحركة في تعليم الأخلاق والقيم وتلبي بعض احتياجات الطفل النفسية.

إذ تنتقل بعض اللهجات واللغات المحلية، كالأمازيغية وتعتبر كل من اللغة الإنكليزية والفرنسية من اللغات الأجنبية المتداولة في الدول العربية لأسباب تاريخية أو علمية، واللغة هي البوابة التي يدخل منها الاختراق الثقافي فكلما ضعفت اللغة الأم عند أهلها، كلما تعرضوا للاختراق الثقافي.

العرف والعادات والتقاليد: يكتسب الإنسان خلال معيشتة في بيئته الاجتماعية كثيرا من التصورات والأفكار التي تزوده بها ثقافة المجتمع، وتعمل هذه المعايير الاجتماعية على إقامة نسق من التبريرات ويقاس على أساسها سلوك الفرد والجماعة، فكثير من العادات الاجتماعية تعتبر بمثابة قوانين كالإجراءات الخاصة بالزواج.

- ثقافة الأطفال كفرع خاص:

تتواجد داخل المجتمع نفسه مجموعه من الثقافات الفرعية التي تميز قطاعات رئيسية في المجتمع و من الثقافة الكلية في المجتمع، وثقافة الأطفال تعتبر من هذه الثقافات الفرعية فالأطفال لهم مفردات متميزة وعادات وقيم ومعايير ومواقف واتجاهات ولهم اساليبهم الخاصة في التعبير عن أنفسهم وفي حاجاتهم أي أن لهم خصائص ثقافية ينفردون بها ولهم اسلوب حياه خاص بهم فثقافه الاطفال هي ثقافه المجتمع.

ونعني بها كذلك محصله الخبرات العلمية والنظرية التي تشكل شخصيه الأطفال، التي اكتملت طريق التجربة الحسية والعملية التربوية والتعليمية والتي تلعب الرسوم المتحركة باعتبارها مشاهدتها يومي للطفل دورا مهما في تكوينها ونموها¹.

ويمكن القول أيضا أن ثقافة الطفل ترتبط بالبناء الثقافي العام في المجتمع، حيث يرسم هذا الحد كبير الإطار العام لثقافة الطفل، ذلك أن كل مجتمع يعمل عادة على نقل ثقافته للأطفال.

- دور الثقافة في تشكيل شخصيه الطفل:

رغم تعدد المذاهب في النظر الى الشخصية وتعريفها الا انه يمكن القول عنها انها أسلوب نسبي لنماذج السلوك والاتجاهات والمعتقدات والقيم والعادات وهذا الأسلوب العام هو محصله خبرات الشخص في بيئة ثقافيه معينه وتشكل من خلال التفاعل الاجتماعي، وعلى هذا فان الشخصية لا ولاده الطفل، بل يكتسبها بفعل تفاعليه واتصاله ببيئته قبل كل شيء، لذا تتخذ شخصيه الطفل الصيغ تطبعها بها المؤثرات الثقافية أي أن شخصيه الطفل تتحدد له بفضل ما يمتصه من مجمل العناصر. اذا فان هذه الشخصية هي وليده الثقافة اولا وهذا يعني انه لولا البيئة الثقافية لما تبلورت شخصيات ومع أن شخصيات الأطفال الثقافة الواحدة تتشابه في طابعها العام الا انها تتفاوت في خصائص وسمات أخرى، ويرجع ذلك الى أسباب عده من أبرزها خلاف الأطفال في خصائصهم الموروثة بيولوجيا في النوع وكم وطبيعة ما يمتصونه من عناصر الثقافة.

- مؤسسات التنشئة الاجتماعية وتشكيل ثقافة الطفل:

المؤسسات التنشئة الاجتماعية دور مهم في تشكيل ثقافة الطفل حيث نذكر منها ما يلي:

¹ مقالتي منصف، نفس المرجع، ص 27

1. الأسرة:

تعمل الأسرة على تنشئة وتشكيل الطفل ابان حياته الأولى فهي تنقل اليه المعارف والافكار والمهارات والقيم السائدة في مجتمعه ولكي ندرك ثقافه الطفل يجب ان نراعي مجموعه من الامور وهي ثقافة الوالدين ووعيمهم بأساليب التربية المستوى الثقافي للمجتمع درجه ذكاء الطفل كما يجب على الوالدين أن يكونا على وعي كافي بأهمية الدور الذي ينبغي القيام به من اجل تكوين ثقافه الطفل متزنة.

2. المدرسة:

المدرسة دور حقيقي اتجاه ثقافه الطفل لذلك هناك ضرورة تربية تفرض على المربين تنميته وترشيد مناس الفكر حتى ترقى ثقافه الطفل وكذلك يجب احترام المناهج والاسس وطريقة بناء هذه الثقافة.

3. المؤسسات الدينية:

حيث تلعب دور مهم هذه الأخيرة في تكوين الثقافة لدى الطفل العربي فهي تربيته على السلوك الحسن وسائر المقومات الثقافية الأخرى كتعليمه الصلاة والخلق الكريم وتثقيف الطفل في مختلف أمور مجتمعه.

4. وسائل الإعلام:

يؤكد عالم الاتصال والبر شرام 1907-1987 أن الفرد يتعرض في المجتمع الذي فيه وسائل الاتصال الجماهيري لحوالي ثلاث ساعات متابعة في المتوسط يوميا، ليطلع بذلك من خلال مختلف ألوان الثقافة.

ويعتبر التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر استقطابا للجمهور عامة وللأطفال خاصة وبذل المحتوى الذي يقدمه أحد أهم المؤثرات في تشكيل ثقافة الطفل¹.

¹ مقلاقي منصف، نفس المرجع، ص 29.

5. الأفلام الكرتونية:

تتأثر مرحلة الطفولة لكل شخص تبعا لظروف وأوضاع ونظام مجتمعه، لكن في عصرنا هذا القائم على التكنولوجيا، فقد أصبحت مرحلة الطفولة تتأثر إلى حد بعيد بأجهزة الاتصال. ويعتبر التلفزيون واحد من أكثر وسائل الاتصال انتشارا، ويتميز بمؤثرات خاصة، حيث يجذب التلفزيون انتباه الاطفال باستخدام عالمه الحيوي الذي يعج بالألوان.

وتوفر مسلسلات وعروض الرسوم المتحركة للأطفال مجموعة كبيرة من الأفكار الجديدة، مما يسمح لهم بإثراء عالمهم الخيالي، وتطوير وتحسين لغتهم ومفرداتهم، وتعليمهم مهارات وألعاب جديدة.

ومع التكرار ووفق منظور نظرية الغرس فإن الأفكار والمبادئ التي يتلقاها الطفل من خلال الرسوم المتحركة تتحول لاحقا إلى سلوكيات دائمة، وبما أن برامج الرسوم المتحركة تعكس وتنشر القيم الثقافية للبلد المنتج لها، بالتالي فإن ذلك يجعل الاطفال يتأثرون بثقافات تلك البلدان وعلى سبيل المثال في دراسة حول الرسوم المتحركة تبين كيف يتم الترويج لثقافة البلد المنتج ولعاداته وعلاقاته الأسرية، وملابسهم وطعامهم التقليدي.

ولقد لاحظ المختصون أنه ومنذ سن مبكر يبحث دماغ الطفل دائما عن تجارب جديدة في سيناريوهات الرسوم المتحركة، فمع السيناريو المكتوب جيدا والتأثيرات السمعية البصرية المناسبة كلها عوامل تساهم في مهمة وقوع الطفل في حب هذه البرامج و التأثير ببطئها ومحاولة تقليده.

المطلب الثالث: خصائص ومميزات الأفلام الكرتونية الموجه للطفل في العالم العربي.

تمتاز الرسوم المتحركة بمجموعة من الميزات والخصائص الخصها في النقاط التالية:

- أن الكثير منها واحد : بمعنى أنه ليس صناعة أصيلة تابعة من مؤسسات عربية ذات خلفية اجتماع مشتركة مع الأطفال المتلقين له، بل هي مستوردة من مؤسسات غربية¹.

¹ مقالتي منصف، نفس المرجع، ص 30.

- أن معظمها مدبلجة: بمعنى أن لغة المنتج الأصلية ليست عربية، حيث تقوم المؤسسات العرب الخاصة بالدبلجة أو المؤسسات الاصلية المنتجة للرسوم المتحركة بترجمة ودبلجة العروض إلى العربية.
- أنها تحمل رسائل وأفكار وفلسفات الجهات المنتجة لها: مثل العولمة والحرية المطلقة وغيرها الإيديولوجيات الغربية.
- أنها تعتمد على الخيال أكثر من اعتمادها على الواقع: مما يجعلها سهلة التأثير على الطفل تنك إلى الخوف أو الحب أو الكره وهي عواطف لا تستطيع وسائل الاتصال الأخرى أن تولدها بسهولة.
- أنها تمتاز: بالصورة المعبرة والألوان الجذابة والقصص المشوقة والبطولات الخارقة والطفل بطيب مرحلته يجب كل ذلك كما انها تتناسب مع طبيعة العمليات العقلية والانفعالية عند الطفل.
- وفي الاخير إن فن الرسوم المتحركة يعتبر من الفنون الخطيرة التأثير لأنه يعطي إمكانية محدودة للفنان فيذهب بخيال الطفل في عوالم غريبة قد تكون خيالية وغير متوقعة.
- تعزيز المفاهيم الدينية:

تقدم مفاهيم دينية مبسطة عن طريق قصص الحيوانات في القرآن الكريم بالرسوم المتحركة ويمكن غرس القيم الدينية بصورة لا ينساها الطفل¹.

¹ مقالتي منصف، نفس المرجع، ص31.

الفصل الثالث

الاطار الميداني للدراسة

منهج الدراسة:

إن من أهم الخطوات التي يتبعها الباحث لإنجاز بحثه هو انتقاء منهج ملائم كونه أداة لاختبار الفروض ولا تتم أي دراسة بحثية الا به.

كما تعد منهجية البحث من أهم أسباب نجاح البحث العلمي، لذا يوليها الباحث أهمية عظمى، قصد اختيار منهج يلائم طبيعة العمل والموضوع في آن واحد، وتختلف المناهج باختلاف المواضيع فلكل منهج وظيفته وخصائصه التي يستخدمها كل باحث في ميدان اختصاصه.¹

لذا أدرجت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية لطبيعة الموضوع الذي يتطلب ذلك، فلمنهج الوصفي هو " المنهج الذي يهدف إلى جمع الحقائق والبيانات عن الظاهرة أو موقف معين مع محاولة تفسير هذه الحقائق تفسيراً كافياً والبحوث الوصفية لا تنحصر أهدافها في مجرد جمع الحقائق، بل ينبغي ان تتجه تصنيف البيانات والحقائق وتحليلها تحليلًا دقيقًا كافياً ثم الوصول إلى التعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة موضوع الدراسة»².

كما أنه "تصوير للوضع الراهن وتحديد للعلاقات التي توجد بين الظواهر والاتجاهات "

¹عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات

الجامعية، 1995، ص 92

²عصام حسن احمد الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، البحث العلمي اسسه و مناهجه، دار الرضوان للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى،

عمان، 2014، ص 149

عينة الدراسة:

تعرف العينة بأنها " ذلك الجزء من مجتمع البحث الذي سنجمع من خلالها المعطيات، في ميدان العلم، ونتطلع أن تسمح لنا العينة المتكونة من بعض العشرات، المئات أو الآلاف من العناصر وذلك حسب الحالة، والمأخوذة من مجتمع بحث معين بالوصول إلى التقديرات التي يمكن تعميمها على كل مجتمع البحث الأصلي، أي مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين " ¹ اذ تمثلت عينة دراستنا في جل تلاميذ سنة الخامسة بابتدائية أول نوفمبر 1954 بالأغواط بنية توزيع استمارة الاستبيان كما كان مخطط له في السابق، والذي بلغ مجملهم 26 مفردة.

كما قد تمت الاستعانة بأسلوب المسح الشامل اذ تعرف أنها المسوحات التي تشمل كافة مفردات مجتمع البحث.

ويقصد بالمجتمع، مجموع وحدات البحث أو الدراسة التي يراد الحصول على معطيات عنها سواء أكانت وحدة العد إنسانا أو نباتا أو جمادا. إلا أن عملية العد الكامل (المسوحات الشاملة) باهظة التكاليف سواء من الناحية المالية أو الوقت، وتتعرض لأخطاء كبيرة، كأخطاء الحذف والازدواجية، وأخطاء التسجيل، وأخطاء تجهيز المعطيات وغير ذلك التي من شأنها أن تؤثر على جودة العمل وتنبع هذه الأخطاء أساسا من صعوبة الإشراف السليم على مثل هذه العمليات الإحصائية الكبيرة.

لذا فكثيرا ما تسفر مسوحات العينة عن نتائج أكثر دقة من التعدادات، لان المسح بالعينة يتيح الوقت للإشراف الدقيق على الأفلام الميدانية وتجهيز النتائج وتقليل الأخطاء البشرية وشهدت السنين الأخيرة تناقصا تدريجيا في عدد المسوحات الشاملة نتيجة العوامل التالية:

¹ موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ت: بوزيد صحراوي واخرون، دار القصبه للنشر طبعة الثانية منقحة،

- التطور الكبير في العمل الإداري وما أدى ذلك من انتظام السجلات الإدارية وسهولة الحصول على المعطيات الإحصائية.
- زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي للأفراد وإدراكهم أهمية إعطاء المعطيات الصحيحة، لزيادة حاجتهم إلى الخدمات الرسمية التي تتوقف على الحصول على معطيات مدونة عن الأفراد وممتلكاتهم وأسرتهم وعناوينهم وما إلى ذلك.
- تقدم الأدوات الإحصائية والرياضية من أجل شيوع استنتاجات العينة وتأسيس التوقعات والتقدير، وقد ساعد على ذلك بدرجة كبيرة التوسع في استخدام الحاسب الآلي.¹

أدوات جمع البيانات:

يتوقف نجاح أي دراسة علمية على مدى استعداد الباحث على استغلال العقلاني للتقنيات والأدوات المنهجية التي تدخل في مجال البحث حتى يكون بحثه متكاملًا موضوعيًا إلى حد ما، إذ تتطلب الدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية من الباحث الاستعانة بأدوات معينة لجمع المعلومات الضرورية الخاصة بدراسته وتختلف أهمية هذه الأدوات بالنسبة للباحث وذلك لارتباطها بطبيعة مشكلة البحث وفروض الدراسة والأهداف المتوخى تحقيقها من هذه الدراسة لذلك يستعين الباحث بأداة أو أدوات معينة دونما غيرها من الأدوات. وعليه قد استخدمنا لدراسة تشكيل الشخصية الدينية من خلال الأفلام الكرتونية على استمارة الاستبيان حيث تعرف على أنها " في شكلها الأكثر شيوعًا بسبر الآراء تقنية مباشرة ل طرح الأسئلة على الافراد وبطريقة موجهة، ذلك لان صيغ الإجابات تحدد مسبقا، هذا ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية بهدف اكتشاف علاقات رياضية وإقامة مقارنات كمية.

¹مدحت جمال، البلداوي، عبد الحميد عبد المجيد (2007). أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي: التخطيط للبحث وجمع

وتحليل البيانات يدوياً وباستخدام SPSS. عمان: دار الشروق. <https://www.maktabtk.com/>. آخر زيارة للموقع في

ان الاستبار هي وسيلة للدخول في اتصال بالمخبرين بواسطة طرح أسئلة عليهم واحدا واحدا وبنفس الطريقة، بهدف استخلاص اتجاهات وسلوكيات مجموعة كبيرة من الافراد، انطلاقا من الأجوبة المتحصل عليها.¹

كون نفس الأسئلة تطرح على كل مخبر وبنفس الصيغة، وان كل واحد منهم يمكنه ان يختار من ضمن نفس قائمة الإجابات، فإننا نستطيع القيام بالمقارنات بأكثر سهولة مما هو عليه الحال في مقابلة البحث، وكذا القيام بتجميع الرقمي وحساب نسب مئوية في علاقاتها بهذا أو ذاك المتغير المتضمن في فرضية الانطلاق، هكذا فكلما طبقت المعيارية على الأسئلة كلما اتسع مجال المقارنة.

¹موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ت: بوزيد صحراوي واخرون، دار القصة للنشر طبعة الثانية منقحة، الجزائر 2004-2006، ص 204.

المحور الأول : محور البيانات الشخصية.

للتعرف على توزيع مفردات الدراسة حسب خصائص الديموغرافية تم حساب التكرارات والنسب المئوية وجاءت النتائج كما يلي:

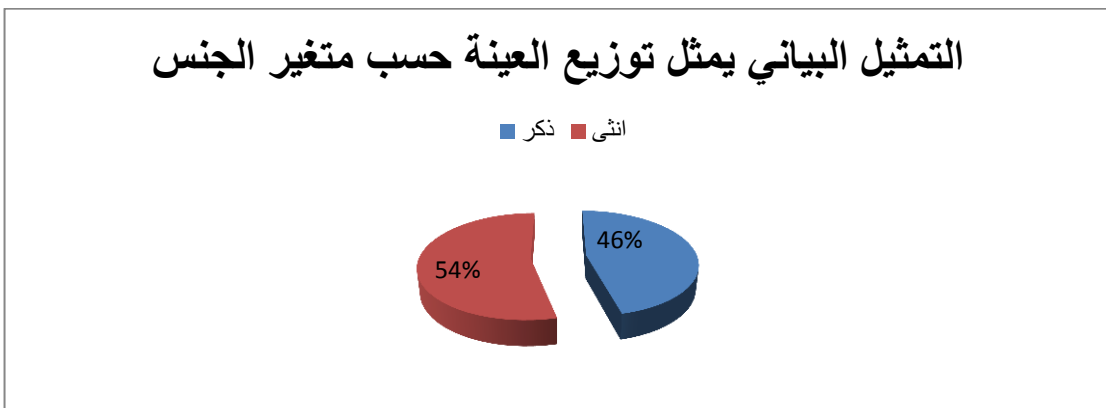
1- توزيع أفراد عينة الدراسة وفق لمتغير الجنس:

الجنس	التكرار	التكرار النسبي
ذكر	12	%46
انثى	14	%54
المجموع	26	%100

جدول رقم 01: توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس.

- تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس أن نسبة التلاميذ الذكور أقل بقليل بالنسبة للإناث %46 مقابل %54 كما هو موضح.

التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير الجنس.



تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس أن نسبة التلاميذ الذكور أقل بقليل بالنسبة للإناث %46 مقابل %54 كما هو موضح في التمثيل البياني الآتي وهذا راجع إلى عدد الكبير للإناث في أقسام السنة الخامسة.

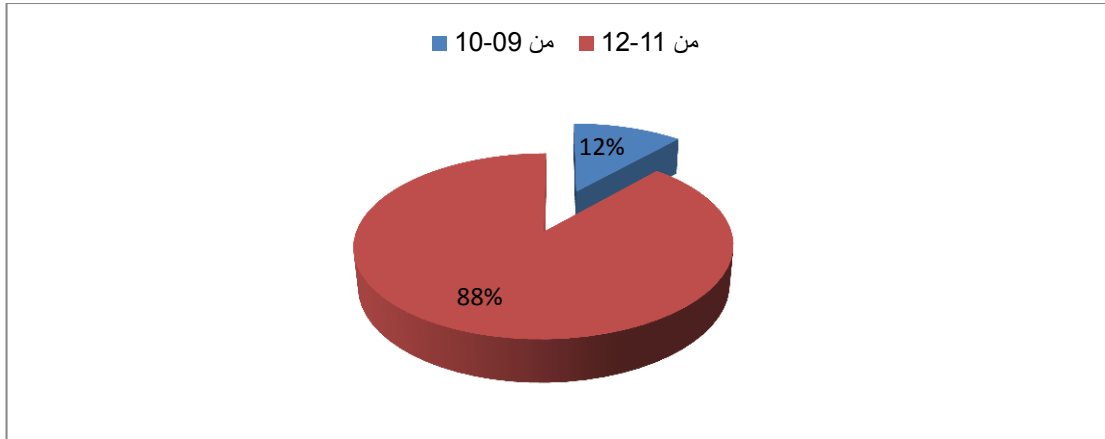
2- توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير السن:

جدول رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

السن	التكرار	التكرار النسبي
من 10-09	03	12 %
من 12-11	23	88 %
المجموع	26	100%

-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير السن بأن أكبر نسبة التلاميذ الذين تتراوح أعمارهم من 12-11 حيث بلغت نسبة 88 %، تليها التلاميذ التي تتراوح أعمارهم 10-09 سنة والتي تمثل الفئة العمرية الأصغر تشكل نسبة 12 %.

التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير السن.



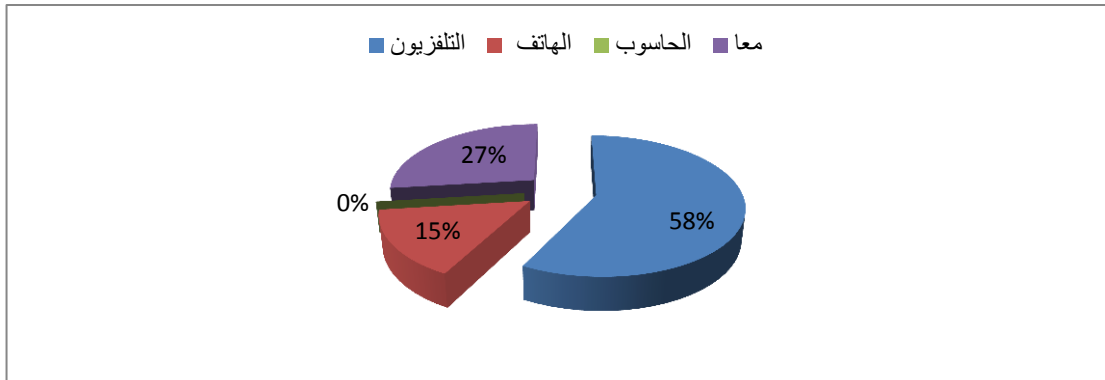
-تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حسب متغير السن بأن أكبر نسبة التلاميذ الذين تتراوح أعمارهم من 12-11 حيث بلغت نسبة 88 %، تليها التلاميذ التي تتراوح أعمارهم 10-09 سنة والتي تمثل الفئة العمرية الأصغر تشكل نسبة 12 % وهذا راجع الى أن جل التلاميذ يندمجون في التعليم في سن 6 سنوات، الى أن هناك فئات قليلة تدمج أبنائها في سن 5 سنوات.

المحور الثاني: عادات ونمط مشاهدة كلا من البثين التلفزيوني والتفاعلي (اليوتيوب).

3 جدول رقم: أي الوسائل التالية تفضل فيها المشاهدة للأعمال الدينية الكرتونية.

الوسيلة المفضلة للمتابعة فيها	التكرار	التكرار النسبي
التلفزيون	15	58 %
الهاتف	04	15 %
الحاسوب	00	00 %
معا	07	27 %
المجموع	26	100 %

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الوسيلة المفضلة للمتابعة فيها بأن أكبر نسبة التلاميذ الذين يفضلون المتابعة على التلفاز حيث بلغت نسبة 58 %، تليها الفئة التي تفضل المتابعة في كل الوسائل بنسبة 27 %، تليها الفئة التي تفضل المتابعة في الهاتف بنسبة 15 %، تليها الفئة التي تفضل المتابعة في الحاسوب بنسبة 00 %.



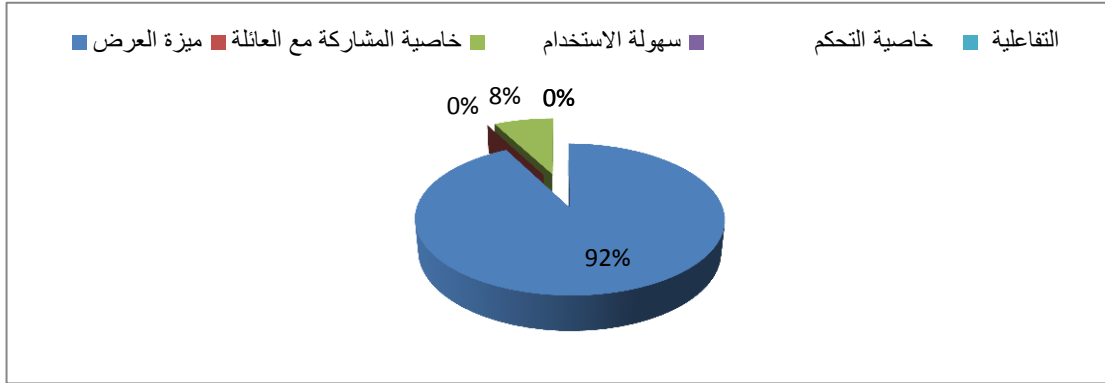
تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حسب متغير الوسيلة المفضلة للمتابعة فيها بأن أكبر نسبة التلاميذ الذين يفضلون المتابعة على التلفاز حيث بلغت نسبة 58 %، تليها الفئة التي تفضل المتابعة في كل الوسائل بنسبة 27 %، تليها الفئة التي تفضل المتابعة في الهاتف بنسبة 15 %، تليها الفئة التي تفضل المتابعة في الحاسوب بنسبة 00 % وهذا يرجع الى أوليائهم في اعطائهم الوسيلة التي يستطيعون التحكم بها والرقابة عليها.

4- ماهي الدوافع التي تجعلك تختار وسيلة دون أخرى.

جدول رقم 04: توزيع افراد العينة حول الدوافع التي تجعلك تختار وسيلة دون أخرى.

الدوافع التي تجعلك تختار وسيلة دون أخرى	التكرار	التكرار النسبي
ميزة العرض	24	92 %
خاصية المشاركة مع العائلة	00	00 %
سهولة الاستخدام	02	08 %
خاصية التحكم	00	00 %
التفاعلية	00	00 %
المجموع	26	100 %

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب الدوافع التي تجعلك تختار وسيلة دون أخرى بأن أكبر نسبة التلاميذ الذين يختارون ميزة العرض حيث بلغت نسبة 92 %، تليها الفئة التي يختارون سهولة الاستخدام بنسبة 08 %، تليها باقي الفئات بنسبة 00 %.



تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حسب الدوافع التي تجعلك تختار وسيلة دون أخرى بأن أكبر نسبة التلاميذ الذين يختارون ميزة العرض حيث بلغت نسبة 92 %، تليها الفئة التي يختارون سهولة الاستخدام بنسبة 08 %، تليها باقي الفئات بنسبة 00 % وهذا

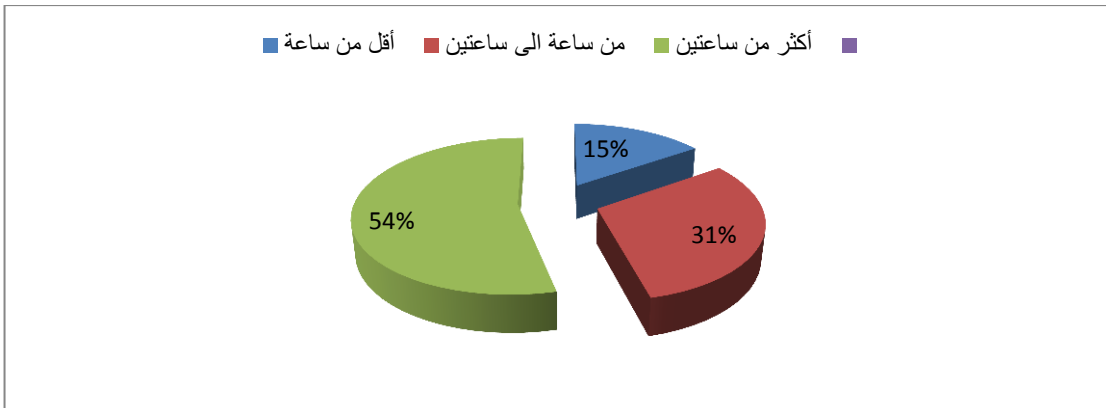
ما يجذب التلاميذ في تلك المرحلة فهم مشاهدين فقط ينبهون بالوسيلة فقط ولا يركزون على المضامين بل يتأثرون بها كلها.

5- ما هي المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدة الأفلام الكرتونية يوميا:

جدول رقم 05: توزيع افراد العينة حول المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدة الأفلام الكرتونية يوميا.

التكرار النسبي	التكرار	المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدة الأفلام الكرتونية يوميا
15 %	04	أقل من ساعة
31 %	08	من ساعة الى ساعتين
54 %	14	أكثر من ساعتين
100 %	26	المجموع

- تظهر نتائج الجدول توزيع افراد العينة حول المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدة الأفلام الكرتونية يوميا ان اكبر نسبة 54 % من افراد العينة المستجوبة صرحوا أكثر من ساعتين ، تليها نسبة 31 % صرحوا من ساعة الى ساعتين في حين ان النسبة الأقلية والمتمثلة في 15 % كانت اجاباتهم أقل من ساعة.



- تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع افراد العينة حول المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدة الأفلام الكرتونية يوميا ان اكبر نسبة 54 % من افراد العينة المستجوبة صرحوا أكثر من ساعتين، تليها نسبة 31 % صرحوا من ساعة الى ساعتين في حين ان النسبة الأقلية والمتمثلة في 15 % كانت اجاباتهم أقل من ساعة وهذا ناتج عن ترك الأبناء يقضون وقتهم في مشاهدة المضامين الدينية بدلا من اقتضاها في أمور أخرى.

المحور الثالث: عادات وأنماط مشاهدة الأفلام الدينية الكرتونية (يحيى الفخراني).

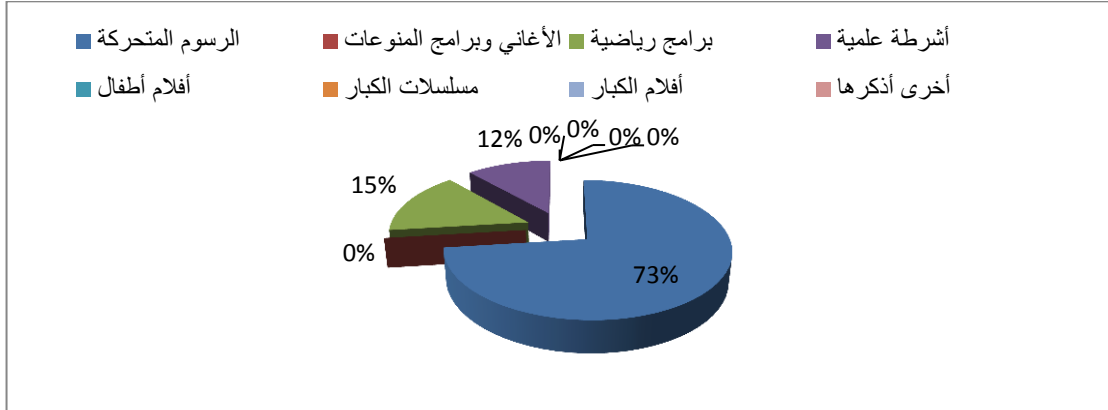
6 ما هي البرامج التي تفضل مشاهدتها أكثر؟

جدول رقم 06: توزيع افراد العينة حول البرامج التي تفضل مشاهدتها أكثر.

البرامج التي تفضل مشاهدتها أكثر.	التكرار	التكرار النسبي
الرسوم المتحركة	19	73 %
الأغاني وبرامج المنوعات	00	00 %
برامج رياضية	04	15 %
أشرطة علمية	03	12 %
أفلام أطفال	00	00 %
مسلسلات الكبار	00	00 %
أفلام الكبار	00	00 %
أخرى أنكرها	00	00 %
المجموع	26	100 %

-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول البرامج التي تفضل مشاهدتها أكثر أن أكبر نسبة 73% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بالرسوم المتحركة، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 15% و 12 % صرحوا بالبرامج الرياضية والأشرطة العلمية، أما الفئات الأخرى لم يصرحوا بها.

التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب البرامج التي تفضل مشاهدتها أكثر



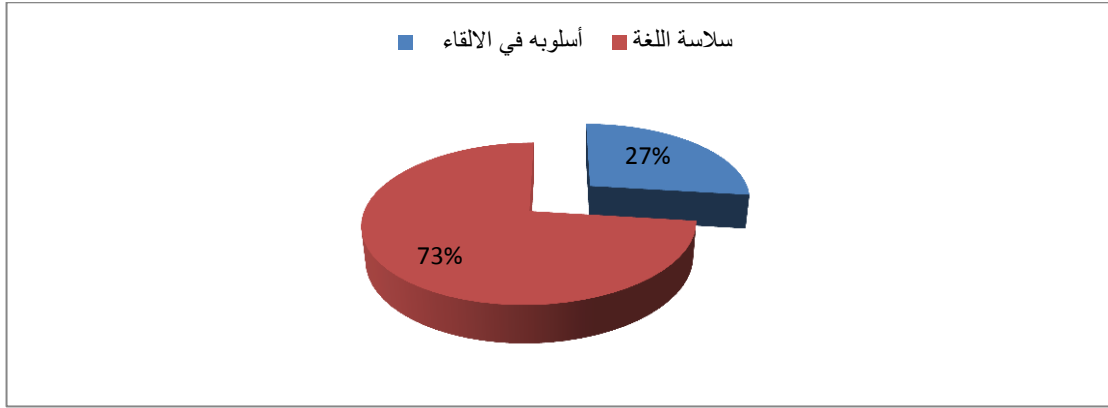
تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حول البرامج التي تفضل مشاهدتها أكثر أن أكبر نسبة 73% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بالرسوم المتحركة، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 15% و 12% صرحوا بالبرامج الرياضية والأشربة العلمية، أما الفئات الأخرى لم يصرحوا بها وهذا راجع لميولات التلاميذ في تلك المرحلة.

7 ما هو سبب تفضيلك للمحتوى الديني (يحيى الفخراني).

جدول رقم 07: توزيع أفراد العينة حول سبب تفضيلك للمحتوى الديني (يحيى الفخراني).

التكرار النسبي	التكرار	سبب تفضيلك للمحتوى الديني (يحيى الفخراني)
27%	07	أسلوبه في الالقاء
73%	19	سلاسة اللغة
100%	26	المجموع

-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول سبب تفضيلك للمحتوى الديني (يحيى الفخراني)، إن أكبر نسبة موضحة 73% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بأسلوبه في اللقاء ، في حين أن النسبة الأقلية والمتمثلة في 27% كانت اجاباتهم سلاسة اللغة.



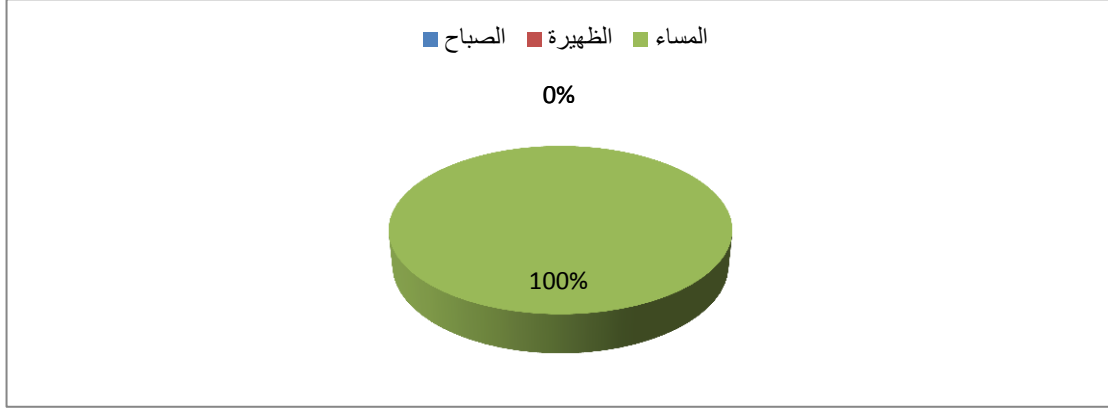
تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حول سبب تفضيلك للمحتوى الديني (يحيى الفخراني)، إن أكبر نسبة موضحة 73% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بأسلوبه في اللقاء، في حين أن النسبة الأقلية والمتمثلة في 27% كانت اجاباتهم سلاسة اللغة وهذا لمحبة التلاميذ لأسلوب اللقاء فهم يتأثرون بها حتي في بناء الشخصية.

8- ما هي الأوقات التي كنت تشاهد فيها للمحتوى الديني (يحيى الفخراني)؟

جدول رقم 08: توزيع أفراد العينة حول الأوقات التي كنت تشاهد فيها للمحتوى الديني (يحيى الفخراني).

الأوقات التي كنت تشاهد فيها للمحتوى الديني (يحيى الفخراني).	التكرار	التكرار النسبي
الصباح	00	00%
الظهيرة	00	00%
المساء	26	100%
المجموع	26	100%

- تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول الأوقات التي كنت تشاهد فيها للمحتوى الديني (يحيى الفخراني)، فكانت أكبر نسبة مشاهدة وهي الفترة المسائية بنسبة 100 %، أما الفترة الصباحية والظهرية بنسبة 00 %.



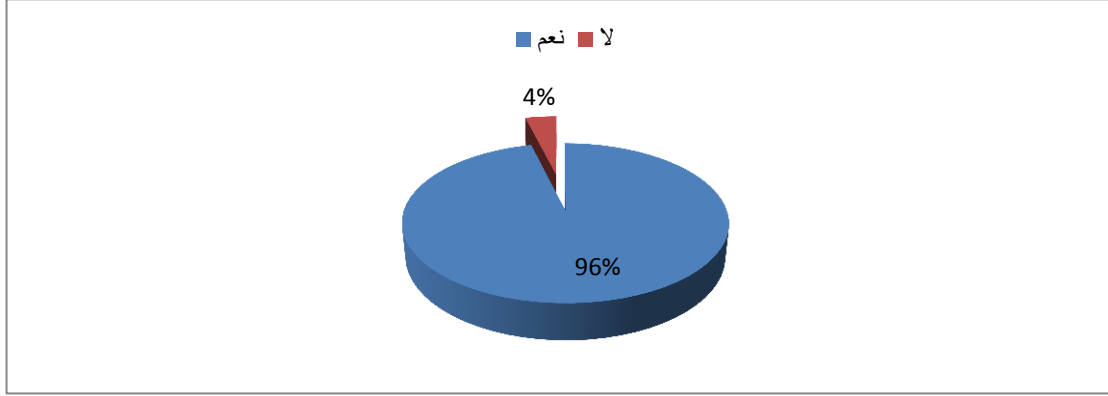
- تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حول الأوقات التي كنت تشاهد فيها للمحتوى الديني (يحيى الفخراني)، فكانت أكبر نسبة مشاهدة وهي الفترة المسائية بنسبة 100 %، أما الفترة الصباحية والظهرية بنسبة 00 % ويرجع ذلك لأنها فترة الراحة للتلميذ مقارنة بالفترة الصباحية وكذا الظهرية التي هي وقت المدرسة.

9- هل شاهدت بعض الأجزاء السابقة لهذه الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراني)؟

جدول رقم 09: توزيع أفراد العينة حول مشاهدتك بعض الأجزاء السابقة لهذه الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراني).

التكرار النسبي	التكرار	مشاهدتك بعض الأجزاء السابقة لهذه الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراني).
96 %	25	نعم
04 %	1	لا
100 %	26	المجموع

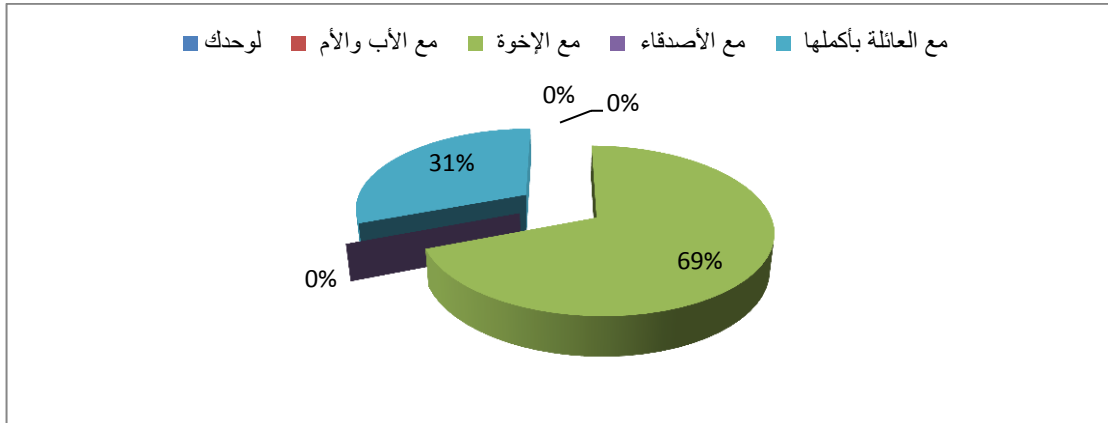
-تظهر نتائج الجدول توزيع افراد العينة حول مشاهدتك بعض الأجزاء السابقة لهذه الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراي) فكانت أكبر نسبة موصحة صرحوا بنعم بنسبة 96 %، وكانت أقل نسبة تمثلت 4 % صرحوا بلا.



تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع افراد العينة حول مشاهدتك بعض الأجزاء السابقة لهذه الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراي) فكانت أكبر نسبة موصحة صرحوا بنعم بنسبة 96 %، وكانت أقل نسبة تمثلت 4 % صرحوا بلا وهذا راجع لحبهم للأعمال الكرتونية ليحيى الفخراي وبالتالي تأثيرهم بمضامينها الدينية على بناء الشخصية.
10 مع من تشاهد هذه الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراي)؟
جدول رقم 10: توزيع افراد العينة حول مع من تشاهد هذه الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراي).

التكرار النسبي	التكرار	مع من تشاهد هذه الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراي).
00 %	00	لوحده
00 %	00	مع الأب والأم
69 %	18	مع الإخوة
00 %	00	مع الأصدقاء
31 %	08	مع العائلة بأكملها
100 %	26	المجموع

-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول مع من تشاهد هذه الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراني) أن أكبر نسبة 69 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا مع الاخوة، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 31 % كانت اجاباتهم مع العائلة بأكملها، هي حين أن الخيارات الباقية كانت بنسبة 00 %.



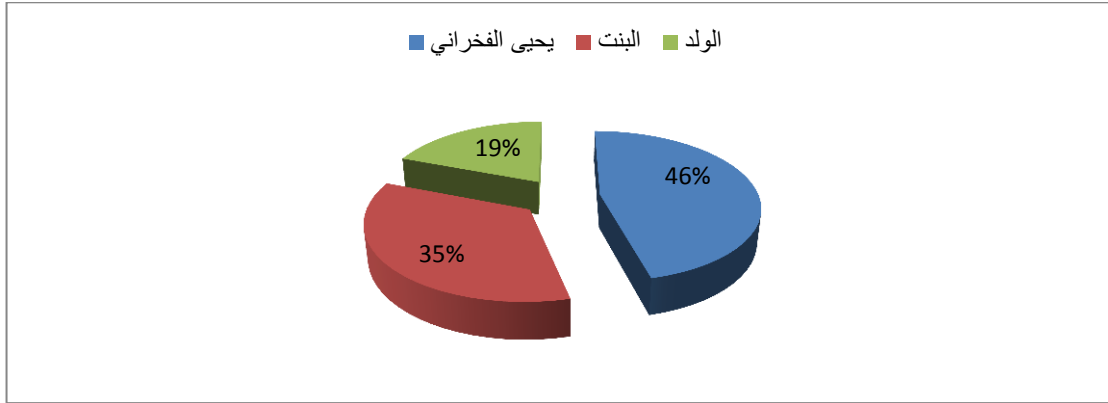
تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حول مع من تشاهد هذه الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراني) أن أكبر نسبة 69 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا مع الاخوة، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 31 % كانت اجاباتهم مع العائلة بأكملها، هي حين أن الخيارات الباقية كانت بنسبة 00 % ويدل ذلك الى أن هذه الأفلام موجهة لفئة الأطفال.

11 أي الشخصيات التي تنال اعجابك أكثر ؟

جدول رقم 11: توزيع افراد العينة حول أي الشخصيات التي تنال اعجابك.

أي الشخصيات التي تنال اعجابك.	التكرار	التكرار النسبي
يحيى الفخراني	12	46 %
البننت	9	35 %
الولد	5	19 %
المجموع	26	100 %

-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول أي الشخصيات التي تنال اعجابك أن أكبر نسبة 46 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بـ يحيى الفخراني، تليها نسبة 35 % اختاروا البنت، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 19 % كانت اجاباتهم الولد.



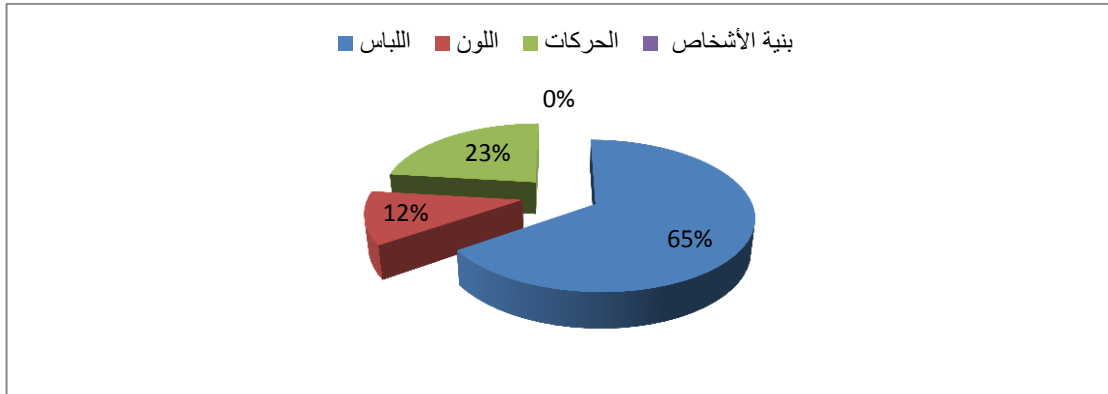
تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حول أي الشخصيات التي تنال اعجابك أن أكبر نسبة 46 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بـ يحيى الفخراني، تليها نسبة 35 % اختاروا البنت، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 19 % كانت اجاباتهم الولد وهذا حسب كل فئة وحجمها في اختيار الشخصية المناسبة لها فالإناث أكثر من الذكور أما بالنسبة للبطل فهو أكثر تأثيراً لكثرة ظهوره في العمل الكرتوني وهذا عنصر التكرار يعد ضمن نظرية الغرس الثقافي.

12 هل تأثرت بالشكل الخارجي لشخصيات السلسلة الدينية (يحيى الفخراني)؟

جدول رقم 12: توزيع افراد العينة حول تأثرهم بالشكل الخارجي لشخصيات السلسلة الدينية (يحيى الفخراني).

التكرار النسبي	التكرار	تأثرهم بالشكل الخارجي لشخصيات السلسلة الدينية (يحيى الفخراني).
65 %	17	اللباس
12 %	03	اللون
23 %	06	الحركات
00 %	00	بنية الأشخاص
100 %	26	المجموع

-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول تأثرهم بالشكل الخارجي لشخصيات السلسلة الدينية (يحيى الفخراني) أن أكبر نسبة 65 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا اللباس، تليها نسبة 23 % صرحوا الحركات، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 12 % كانت اجاباتهم اللون.



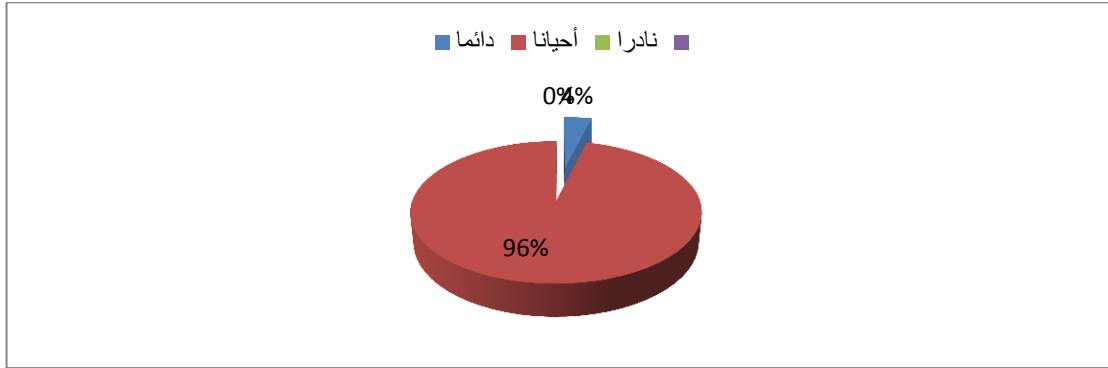
-تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حول تأثرهم بالشكل الخارجي لشخصيات السلسلة الدينية (يحيى الفخراني) أن أكبر نسبة 65 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا اللباس، تليها نسبة 23 % صرحوا الحركات، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 12 % كانت اجاباتهم اللون حيث يأتري في بناء الشخصية الدينية للتلاميذ من حيث بث مضامين تبث نوع اللباس الذي أثرت به وهو جزءاً من الشخصية الدينية وهذا ما تقتضيه فرضيات نظرية الغرس الثقافي.

13 هل تتناقش مع والديك عن الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراني)؟

جدول رقم 13: توزيع افراد العينة حول تتناقش مع والديك عن الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراني).

التكرار النسبي	التكرار	تتناقش مع والديك عن الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراني).
04 %	1	دائماً
96 %	25	أحياناً
00 %	00	نادراً
100 %	26	المجموع

-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول تناقشك مع والديك عن الأفلام الكرتونية الدينية(يحيى الفخراني) أن أكبر نسبة 96 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا أحيانا، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 04 % كانت اجاباتهم دائما.



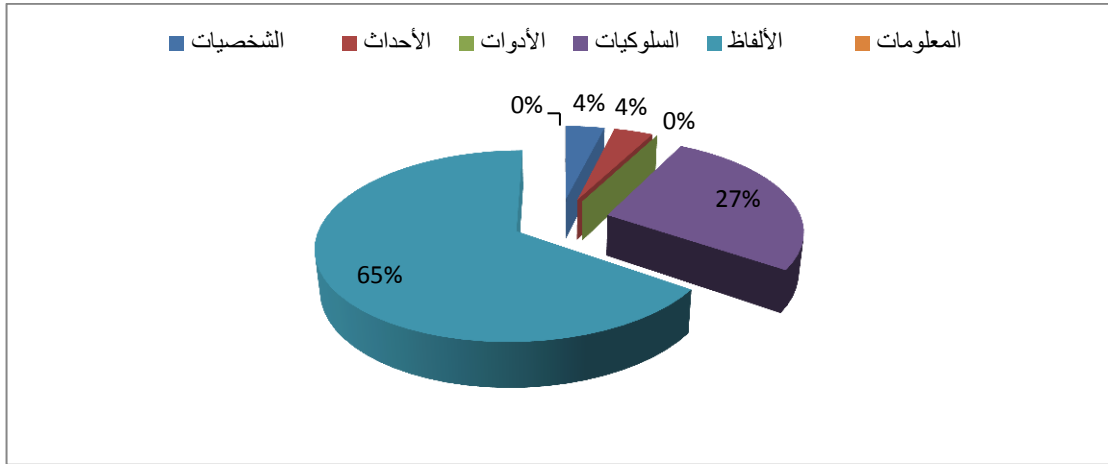
تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حول تناقشك مع والديك عن الأفلام الكرتونية الدينية(يحيى الفخراني) أن أكبر نسبة 96 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا أحيانا، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 04 % كانت اجاباتهم دائما وهذا راجع لعدم المراقبة المستمرة من طرف الأولياء وبالتالي التأثير يكون أكبر في بناء شخصية دينية للطفل بالمضامين المتعرض لها وهذا ضمن نظرية الغرس الثقافي.

14 ماهي الجوانب التي يدور حولها النقاش في السلسلة الدينية (يحيى الفخراني)؟

جدول رقم 14: توزيع افراد العينة حول الجوانب التي يدور حولها النقاش في السلسلة الدينية (يحيى الفخراني).

التكرار النسبي	التكرار	الجوانب التي يدور حولها النقاش في السلسلة الدينية (يحيى الفخراني).
4 %	01	الشخصيات
4 %	01	الأحداث
00 %	00	الأدوات
27 %	07	السلوكيات
65 %	17	الألفاظ
00 %	00	المعلومات
100 %	26	المجموع

-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول الجوانب التي يدور حولها النقاش في السلسلة الدينية (يحيى الفخراني) أن أكبر نسبة 65 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بالألفاظ، تلتها نسبة 27 % صرحوا بالسلوكيات، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 04 % كانت اجاباتهم الشخصيات والأحداث.

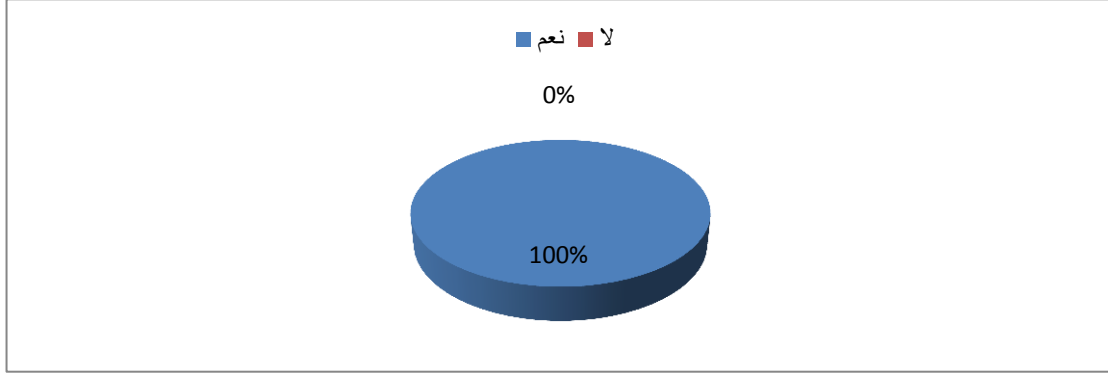


-تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حول الجوانب التي يدور حولها النقاش في السلسلة الدينية (يحيى الفخراني) أن أكبر نسبة 65 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بالألفاظ، تلتها نسبة 27 % صرحوا بالسلوكيات، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 04 % كانت اجاباتهم الشخصيات والأحداث حيث تأثر كل من السلوكيات والألفاظ اللذان يعتبران من الركائز في بناء الشخصية الدينية وهذا ناتج عن تلك المضامين الكرتونية تغرس في التلميذ مضامين مبنية على اديولوجيات معينة.

15 هل أثرت فيك سلوكيات هذه الشخصيات في السلسلة الدينية (يحيى الفخراني)؟
جدول رقم 15: توزيع افراد العينة حول أثرت فيك سلوكيات هذه الشخصيات في السلسلة الدينية (يحيى الفخراني).

التكرار النسبي	التكرار	أثرت فيك سلوكيات هذه الشخصيات في السلسلة الدينية (يحيى الفخراني)
% 100	26	نعم
% 00	00	لا
%100	26	المجموع

-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول أثرت فيك سلوكيات هذه الشخصيات في السلسلة الدينية (يحيى الفخراني) أن أكبر نسبة 100 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بنعم، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 00 % كانت اجاباتهم بلا.



-تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حول أثرت فيك سلوكيات هذه الشخصيات في السلسلة الدينية (يحيى الفخراني) أن أكبر نسبة 100 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بنعم، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 00 % كانت اجاباتهم بلا وهذا يبرهن تأثير المضامين الاعلامية عبر الأفلام الكرتونية في غرس قيم تكون سببا في تشكيل شخصية التلميذ.

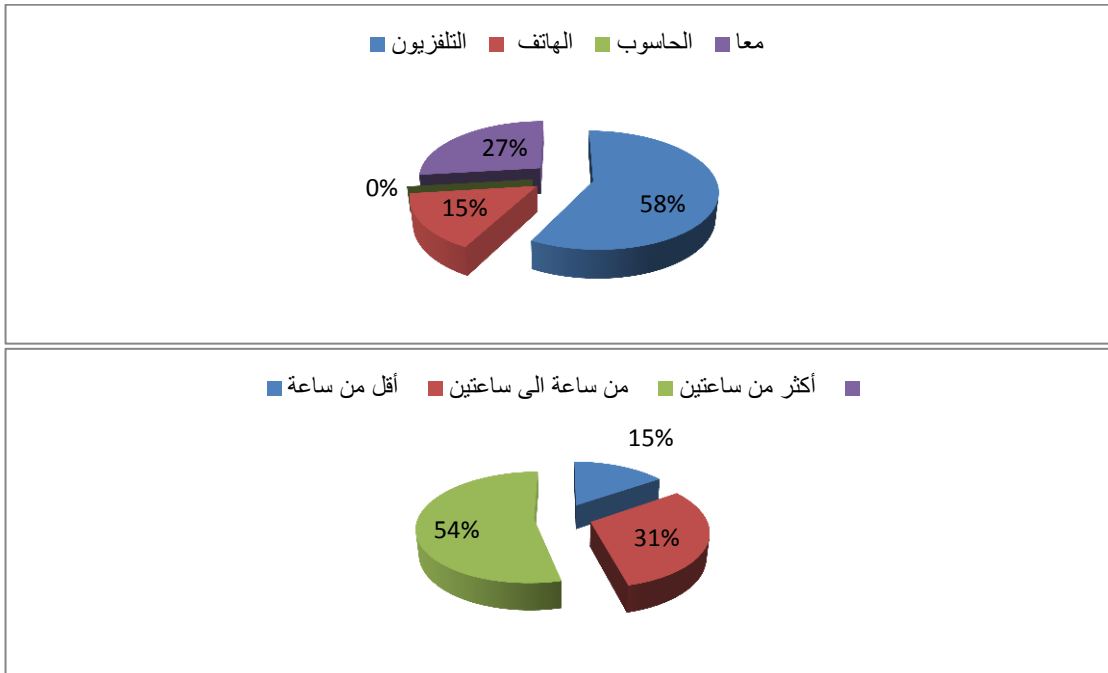
جدول رقم 16: يمثل مدة مشاهدة العينة للأعمال الكرتونية يحيى الفخراني وعلاقته بنوع وسيلة المشاهدة.

المتغير	عدد الأفراد	النسبة
الوسيلة المفضلة لمتابعة الأفلام الكرتونية يحيى الفخراني	التلفزيون	15 58 %
	الهاتف	04 15 %
	حاسوب	00 00 %
	معا	07 27 %

أقل من ساعة	04	15%
من ساعة الى ثلاثة ساعات	08	31%
أكثر من ثلاثة ساعات	14	54%
المجموع	26	100%

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الوسيلة المفضلة للمتابعة فيها والمدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدة الأفلام الكرتونية يوميا بأن أكبر نسبة التلاميذ الذين يفضلون المتابعة على التلفاز حيث بلغت نسبة 58% مع 54% من افراد العينة المستحوبة صرحوا أكثر من ساعتين، تليها الفئة التي تفضل المتابعة في كل الوسائل بنسبة 27% ونسبة 31% صرحوا من ساعة الى ساعتين، تليها الفئة التي تفضل المتابعة في الهاتف بنسبة 15% في حين ان النسبة الأقلية والمتمثلة في 15% كانت اجاباتهم أقل من ساعة، تليها الفئة التي تفضل المتابعة في الحاسوب بنسبة 00%.

التمثيل البياني رقم 16: يمثل مدة مشاهدة العينة للأعمال الكرتونية يحيى الفخراني وعلاقته بنوع وسيلة المشاهدة.



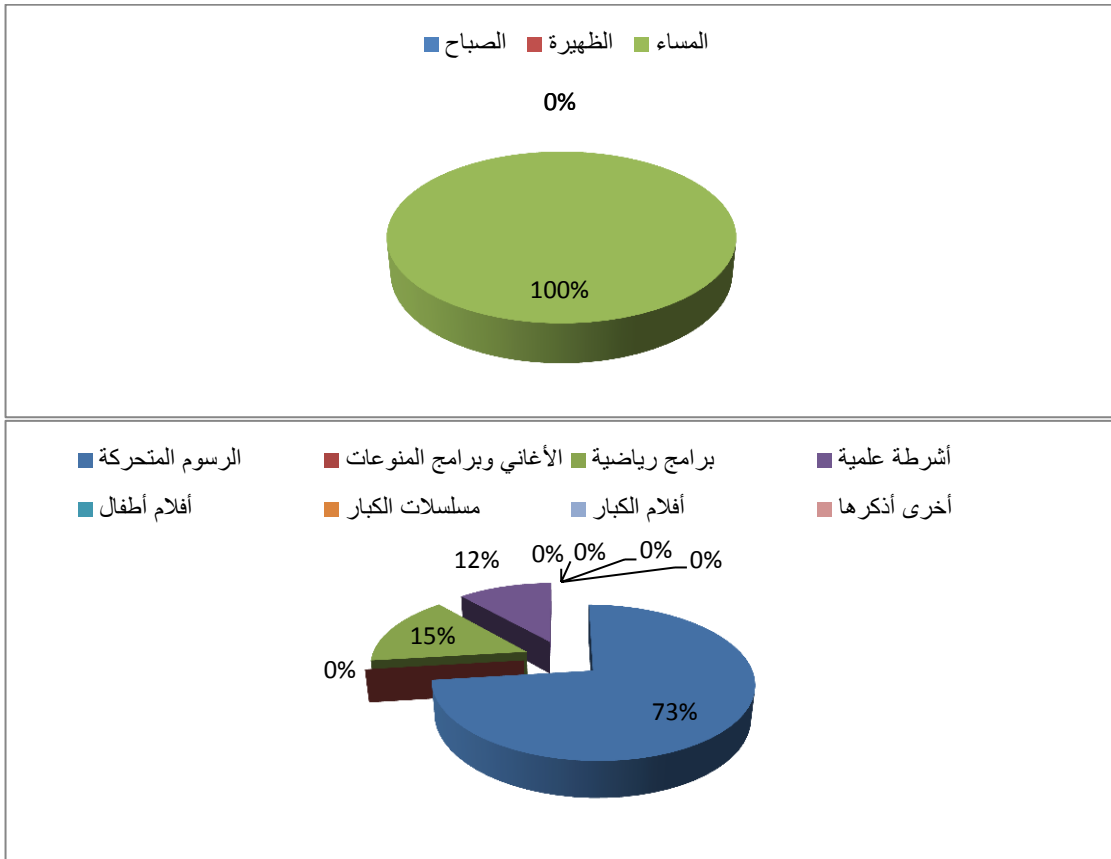
تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الوسيلة المفضلة للمتابعة فيها والمدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدة الأفلام الكرتونية يوميا بأن أكبر نسبة التلاميذ الذين يفضلون المتابعة على التلفاز حيث بلغت نسبة 58 % مع 54 % من افراد العينة المستحوية صرحوا أكثر من ساعتين، تليها الفئة التي تفضل المتابعة في كل الوسائل بنسبة 27 % ونسبة 31 % صرحوا من ساعة الى ساعتين، تليها الفئة التي تفضل المتابعة في الهاتف بنسبة 15 % في حين ان النسبة الأقلية والمتمثلة في 15 % كانت اجاباتهم أقل من ساعة، تليها الفئة التي تفضل المتابعة في الحاسوب بنسبة 00 % وهذا يدل أن توجه التلاميذ للتلفزيون هو الأمثل لهم لما يقتضيه من خصائص اضافة الى أن مدة الحصة الكرتونية ليحيى الفخراي تفوق الساعة مما أستدعى الأمر الى أن مدة مشاهدة التلاميذ للتلفزيون أكثر من ساعتين.

جدول رقم 17: يمثل توزيع افراد العينة حول أوقات مشاهدة البرامج المفضلة لديك

المتغير	عدد الأفراد	النسبة	
الأوقات تشاهدة	الصباح	00%	
	الظهيرة	00%	
	المساء	100%	
البرامج المفضل لديك	الرسوم المتحركة	73 %	
	الأغاني وبرامج المنوعات	00 %	
	برامج رياضية	15%	
	أشرطة علمية	12%	
	أفلام أطفال	00%	
	مسلسلات الكبار	00%	
	أفلام الكبار	00%	
	أخرى أذكرها	00%	
	المجموع	26	100%

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول أوقات البرامج التي تفضل مشاهدتها أكثر أن أكبر نسبة 73% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بالرسوم المتحركة والتي كنت تشاهد فيها للمحتوى الديني (يحيى الفخراي)، فكانت أكبر نسبة مشاهدة وهي الفترة المسائية بنسبة 100 %، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 15% و 12 % صرحوا بالبرامج الرياضية والأشرطة العلمية، أما الفئات الأخرى لم يصرحوا بها.

التمثيل البياني رقم 17: يمثل توزيع افراد العينة حول أوقات مشاهدة البرامج المفضلة لديك



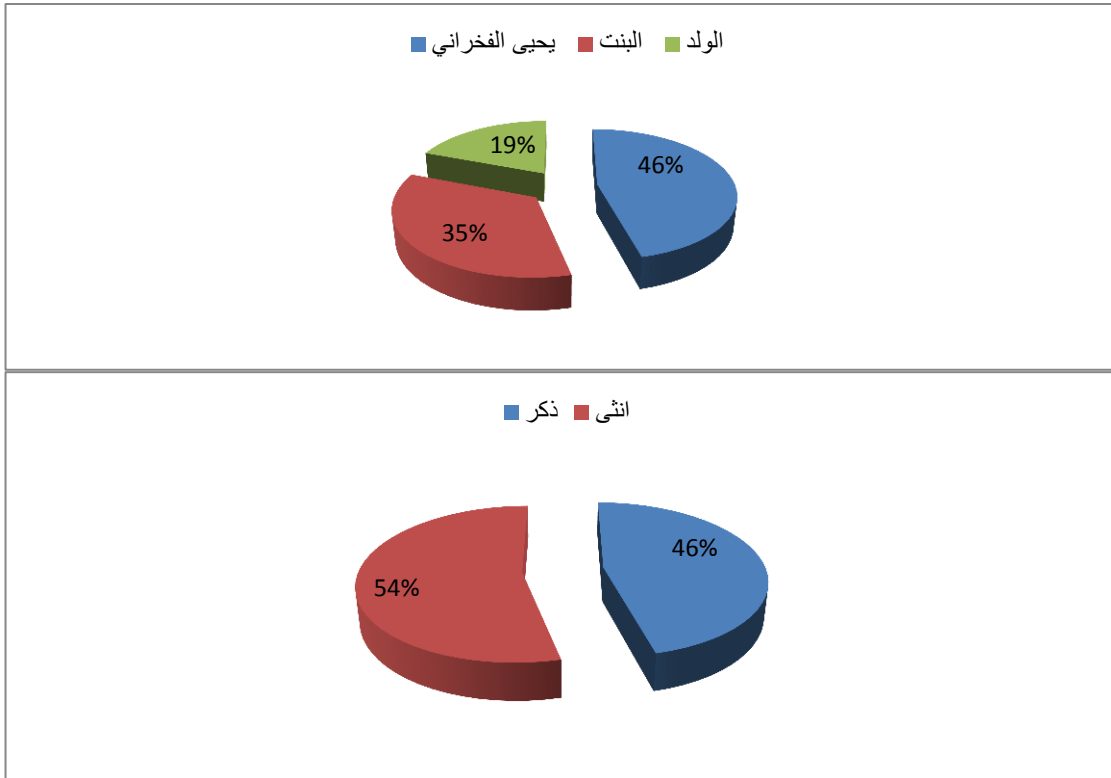
تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حول أوقات البرامج التي تفضل مشاهدتها أكثر أن أكبر نسبة 73% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بالرسوم المتحركة والتي كنت تشاهد فيها للمحتوى الديني (يحيى الفخراي)، فكانت أكبر نسبة مشاهدة وهي الفترة المسائية بنسبة 100 %، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 15% و 12 % صرحوا بالبرامج الرياضية

والأشرطة العلمية، أما الفئات الأخرى لم يصرحوا بها وهذا راجع لميولات التلاميذ في تلك المرحلة.

جدول رقم 18: يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس في اختيار الشخصية المفضلة لديه.

المتغير	عدد الأفراد	النسبة
الجنس	ذكر	12 % 54
	أنثى	14 % 46
الشخصية المفضلة لديك	يحيى الفخراني	12 %46
	الولد	05 %19
	البنات	09 %35
المجموع	26	100 %

- تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب الشخصية التي تنال اعجابك لمتغير الجنس أن نسبة التلاميذ الذكور أقل بقليل بالنسبة للاناث 46 % مقابل 54 % كما أن نسبة 35 % اختاروا البنات، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 19 % كانت اجاباتهم الولد.



- تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب الشخصية التي تنال اعجابك لمتغير الجنس أن نسبة التلاميذ الذكور أقل بقليل بالنسبة للإناث 46 % مقابل 54 % كما أن نسبة 35 % اختاروا البنت، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 19 % كانت اجاباتهم الولد وهذا يدل توجه كل جنس حول الشخصية المناسبة لديه في حين أن فئة تعجبها شخصية البطل وهذا ما تفرضه نظرية الغرس الثقافي في بناء الشخصية الدينية لدى التلاميذ.

نتائج الدراسة :

من خلال دراستنا هذه توصلنا إلى نتائج التالية نذكر أهمها :

- توصلنا الى أن محتوى يحيى الفخراني سبب في بناء صورة ذهنية لشخصيات دينية وبالتالي الاقتداء بها.
- توصلنا الى أن للوسيلة الاعلامية دور كبير في استقطاب أكبر عدد من المتابعين وبالتالي درجة التأثير تكون أكبر.
- توصلنا الى أن الاستعانة بالشخصيات البارزة مثل يحيى الفخراني لها دور فعال في نجاح الأفلام الكرتونية.
- توصلنا من خلال المقاربة لنظرية الغرس الثقافي على قدرة التلفزيون في التأثير المباشر على تلاميذ السنة الخامسة ابتدائي وذلك في تشكيل الشخصية الدينية.
- توصلنا الى أن المدة الزمنية وكذا عنصر التكرار يعتبران عنصرتين أساسيتين في عملية التأثير في بناء الشخصية الدينية لتلاميذ السنة الخامسة ابتدائي وهذا ما تفترضه نظرية الغرس الثقافي.
- استنتجنا أن كلا الجنسين يتأثرون بنفس النسبة من المضامين في بناء شخصياتهم الدينية.
- الإستنتاج العام :
- توصلنا من خلال دراستنا إلى أن كلا من البث التلفزيوني واليوتيوب اللذان يثان محتوى قصص الأنبياء ليحيى الفخراني يآثر بشكل كبير على الشخصية الدينية للطفل على حد سواء إذ اتضح أن هذا راجع الى الاستراتيجية التي تعتمد عليها تلك الوسائل في بث مضامينها بطريقة عرض مؤثرة وتكرار المضامين وكذا الاعتماد على الوسيلة بمميزاتها وخصائصها، وهذا من فرائض نظرية الغرس الثقافي الذي توافق مع هذه الشريحة من المجتمع والتي تعتبر متقبلة لجميع المضامين وهذا بسبب الخصائص التي يتمتعون بها.

الخاتمة:

ولقد حاولنا في هذه الدراسة اكتشاف اشكالية التي اهتم الباحثين في العديد من الدراسات وهي تشكيل الشخصية الدينية للطفل الجزائري من خلال الأفلام الكرتونية خاصة ان الطفل في هذه المرحلة المبكرة من العمر يتأثر بكل ما يث عبر وسائل الاتصال ولا سيما التلفزيون كون هذه الوسيلة هي التي يتابعها الطفل بكثرة من خلال ما يعرضه من أعمال الكرتون ويمكن القول هذا البحث ساعدنا في معرفه الاثر الذي تلعبه من أعمال الكرتون خاصة قصص الأنبياء ليحيي الفخراي على الشخصية الدينية للطفل الجزائري سواء كانت سلبية ام ايجابية وجب على الآباء مراقبة ابنائهم وخاصة في هذه المرحلة الحساسة من العمر حيث نقول أن المقاربة النظرية للغرس الثقافي توافقت مع الدراسة.

قائمة المصادر والمراجع :

أولاً: قائمة الكتب:

1. جيهان احمد رشق, الأسس العلمية لنظريات الاعلام, دار الفكر العربي القاهرة, ط2, 1986.
2. رفعت عارف الضبع, التلفزيون النوعي, دار الفجر للنشر و التوزيع, ط1, القاهرة, 2011.
3. يسرى خالد ابراهيم, التلفزيون الرقمي والتلفزيون التفاعلي تقنيات عملية الاتصال وتطورها, دراسة نظرية في بنية الاتصال الحديثة, ديوان مطبوعات جمعية, 2010.
4. سميرة شيخاني, الاعلام الجديد في عصر المعلومات, جامعة دمشق, 2010.
5. غالب كاظم جواد الدعيمي, التلفزيون وصناعة الرأي العام, دار أمجد للنشر و التوزيع, عمان, ط1, 2016.
6. عباس مصطفى صادق, الاعلام الجديد, دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة.
7. وسام فاضل راضي, مهند حميد التميمي, الاعلام الجديد التحولات الاتصالية ورؤى معاصرة, دار للكتاب الجامعي, دولة الإمارات العربية المتحدة, ط1, 2017.
8. مصطفى يوسف كافي, الاعلام التفاعلي, دار حامد للنشر والتوزيع, عمان, ط1, 2016.
9. حصة بنت عبد الكريم الزيد, أثر إستخدام الانترنت على الفتيات في مجال الدعوة, مجلة الجامعة الاسلامية, العدد. 166.
10. محمد عبد الحميد, دراسة جمهور بحوث الاعلام, دار النشر علاء للكتب, القاهرة, ط1, 1993.
11. محمد عبد الحميد, مدونات الاعلام البديل, دار علاء للكتب, القاهرة, ط1, 2009.
12. عمار بوحوش, محمد محمود الذنبيات, مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث, الجزائر, ديوان المطبوعات الجامعية, 1995.
13. عصام حسن احمد الدليمي, علي عبد الرحيم صالح, البحث العلمي اسسه و مناهجه, دار الرضوان للنشر والتوزيع, الطبعة الاولى, عمان 2014.
14. موريس انجرس, منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية, ت: بوزيد صحراوي وآخرون, دار القصبه للنشر طبعة الثانية منقحة, الجزائر 2004-2006.
15. قاسي علاء الدين وآخرون, صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها, جامعة 08 ماي 1945 قالة, 2017.

ثانيا: الرسائل والمذكرات

16. لعقاب محمد، مجتمع الإعلام والمعلومات، (أطروحة دكتوراه، الإعلام والاتصال) قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام , جامعة الجزائر3, 2002.
17. مالك رحاب محمود العزة، استخدام التقنيات الحديثة وتأثيرها على زيادة متابعة مشاهدة البرامج الاخبارية في التلفزيون الاردني،(رسالة ماجستير، تخصص اعلام)، قسم الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، الأردن، 2017.
18. سهيلي لامية،(التفاعلية في المواقع الاخبارية، مذكرة ماستر، صحافة مكتوبة)، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2015.
19. صرف الحاج،(تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الإنتخابي، مذكرة ماجستير، اعلام واتصال)، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والحضارة الاسلامية، جامعة وهران، 2007.
20. زاوي الحاج سعد،(اتجاهات الجمهور نحو البرامج الاخبارية لقناة الجزيرة ،مذكرة ماجستير في علم الاجتماع)،قسم العلوم الاجتماعية، كلية علوم اجتماعية والانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013.
21. سمار نجاة، مدفوني مريم،(إستخدام القارئ الجزائري للاعلانات في صحافة المكتوبة ،مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال)،قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن المهدي ام البواقي، 2015.
22. منال رداوي، حول أثر مشاهدة برامج الأطفال التلفزيونية " الرسوم المتحركة" على إدراك الواقع الاجتماعي عند الطفل الجزائري دراسة تحليلية وميدانية"المحقق كونان نموذجاً، جامعة الجزائر 03، 2019.
23. مقلاتي منصف، أثر الرسوم المتحركة " ماشا و الدب' على ثقافة الطفل الجزائري، جامعة قسنطينة 03، 2022.

ثالثا: المواقع الالكترونية

24. مدحت جمال، البلداوي، عبد الحميد عبد المجيد (2007). أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي: التخطيط للبحث وجمع وتحليل البيانات يدويا وباستخدام SPSS. عمان: دار الشروق. <https://www.maktabtk.com/>. اخر زيارة للموقع في 07: 51/19.05.2020.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثلجي بالأغواط

كلية العلوم الانسانية والحضارة

قسم علم الاعلام والاتصال



تشكيل الشخصية الدينية من خلال الأفلام الكرتونية
(دراسة ميدانية لعينة من تلاميذ سنة الخامسة لابتدائية أول نوفمبر الأغواط)

مذكرة ماستر اعلام واتصال السنة الثانية ماستر

التخصص: اعلام واتصال

اشراف الأستاذ:

-بن عزوزي محمد

اعداد الطلبة:

- سيف الدين
- علي

تم هذا الاستبيان في اطار نيل شهادة الماستر اعلام واتصال يرجى وضع العلامة x في مكان
الاجابة ومع العلم أن هذه الاجابات تحمل في مجال العلم فقط وشكرا

السنة الجامعية: 2024/2023

محور البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر أنثى

السن: من 10-09 سنة من 11 الى 12

المحور الثاني: عادات ونمط مشاهدة كلا من البثين التلفزيوني والتفاعلي (اليوتيوب).

4 أي الوسائل التالية تفضل فيها المشاهدة للأعمال الدينية الكرتونية.

التلفزيون الهاتف الحاسوب معا

5 ماهي الدوافع التي تجعلك تختار وسيلة دون أخرى.

ميزة العرض خاصية المشاركة مع العائلة

سهولة الاستخدام خاصية التحكم التفاعلية

6 ما هي المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدة الأفلام الكرتونية يوميا ؟

أقل من ساعة من ساعة الى ساعتين أكثر من ساعتين

المحور الثالث: عادات وأنماط مشاهدة الأفلام الدينية الكرتونية (يحيى الفخراني).

7 ما هي البرامج التي تفضل مشاهدتها أكثر ؟

يمكنك اختيار أكثر من إجابة.

الرسوم المتحركة الأغاني وبرامج المنوعات

برامج رياضية مسلسلات الكبار

أشرطة علمية أفلام الكبار

أفلام أطفال

أخرى أذكرها.....

8 ما هو سبب تفضيلك للمحتوى الديني (يحيى الفخراني).

أسلوبه في اللقاء سلاسة اللغة

9: ما هي الأوقات التي كنت تشاهد فيها للمحتوى الديني (يحيى الفخراني)؟

الصباح - الظهيرة - المساء

10 هل شاهدت بعض الأجزاء السابقة لهذه الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراني)؟
نعم - لا

11 مع من تشاهد هذه الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراني)؟
يمكنك اختيار أكثر من إجابة:

-لوحده مع الأب والأم -مع الإخوة -مع الأصدقاء
-مع العائلة بأكملها

12 أي الشخصيات التي تنال إعجابك ؟

يحيى الفخراني البنت الولد

13 هل تأثرت بالشكل الخارجي لشخصيات السلسلة الدينية (يحيى الفخراني)؟

اللباس اللون الحركات بنية الشخص

14 هل تتناقش مع والديك عن الأفلام الكرتونية الدينية (يحيى الفخراني)؟

-دائماً أحياناً نادراً

15 ماهي الجوانب التي يدور حولها النقاش في السلسلة الدينية (يحيى الفخراني)؟

الشخصيات الأحداث الأدوات السلوكيات

الألفاظ المعلومات

16 هل أثرت فيك سلوكيات هذه الشخصيات في السلسلة الدينية (يحيى الفخراني)؟

نعم لا