

# مجلة

## بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط



دورية علمية محكمة تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة - العدد السابع - أبريل / يونيو ٢٠١٥

### ملخصات بحوث بلغات أجنبية:

- دراسة فاعلية الشاشات واللافتات الالكترونية في إيصال الرسائل التوعوية لزوار المسجد النبوي الشريف بالمدينة المنورة  
د/ عثمان بن بكر قزاز (جامعة أم القرى) ... ص ٩

### البحوث العربية:

- قرصنة إلكترونية لشبكة تليفزيون فضائية .. أول حادث من نوعه تتعرض له شبكة تليفزيون فضائي  
أ.د/ انشراح الشال (جامعة القاهرة) ... ص ١١
- شبكات التواصل الاجتماعي والحراك السياسي الشعبي دراسة تحليلية لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة  
بثورة ٢٥ يناير  
د/ هالة كمال أحمد نوفل (جامعة جنوب الوادي) ... ص ٢١
- العلاقة بين استخدام الجمهور المصري للصحف الإلكترونية المصرية ومستوي المعرفة بالأزمة اليمنية  
د/ محمد زين عبد الرحمن (جامعة المنيا) ... ص ٥٩
- استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية على عينة من الأطفال  
بمدينة الرياض  
د/ مها أحمد عبد العظيم عبد الوهاب (جامعة عين شمس) ... ص ١٠٥
- دراسة علاقة حجم التعرض للتلفزيون بعوامل الإدمان على المشاهدة لدى طلبة الجامعة والثانوية في الجزائر العاصمة  
د/ عزيز لعبان (جامعة الجزائر ٣) ... ص ١٥٣
- مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي دراسة ميدانية  
د/ عبد الله عبد الله محمد الوزان (جامعة الحدود الشمالية) ... ص ١٨٧

### ملخصات الرسائل العلمية:

- الأداء الاتصالي للعلاقات العامة في المؤسسات الأمنية وعلاقته بتنمية الوعي بالأمن الداخلي: دراسة تطبيقية على دولة  
الكويت  
محمد مرضي مناور الشمري ... ص ٢١٨
- أطر معالجة شئون الأقاليم في الصحافة المصرية اليومية واتجاهات الجمهور نحوها: دراسة تطبيقية  
سميرة محمد مبروك موسى ... ص ٢٢٧

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية  
(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٥ @ Epra

[www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)



# هيئة التحكيم العلمية للبحوث

## أ.د علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

**Prof. Dr. Thomas A. Bauer**

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

## أ.د منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

## أ.د ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية  
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

## أ.د انشراح الشال

أستاذ الإعلام المتفرغ بكلية الإعلام جامعة القاهرة (دكتوراه الدولة فى الآداب والعلوم الإنسانية من فرنسا )

## أ.د حسن عماد مكاوي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة

## أ.د نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

## أ.د محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

## أ.د سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية المتفرغ - العميد السابق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

## أ.د عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

## أ.د محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة ووكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

## أ.د سامي عبد الرؤوف محمد طابع

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

## أ.د بسيوني إبراهيم حمادة

أستاذ الإعلام السياسي والرأي العام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة  
عميد شعبة الإعلام بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام ٦ أكتوبر

## أ.د شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة - كلية الإعلام جامعة القاهرة

## أ.د حسن علي محمد علي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

## أ.د عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

## أ.د محمود حسن إسماعيل

أستاذ ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطبقة - جامعة عين شمس

## أ.د حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

## أ.د عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

## أ.د وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

## أ.د تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة اليرموك - الأردن

## أ.د محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

## أ.د علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

## أ.د رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد السابع - أبريل / يونيو ٢٠١٥

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية ب EPRA

مدير التحرير

أ.د / محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية ب EPRA

مساعدو التحرير

أ.د/ رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة

جامعة مصر الدولية

أ.م.د/ الصادق رابح

أستاذ الإعلام المشارك بالكلية الإماراتية الكندية

بالإمارات العربية المتحدة العميد الأسبق لكلية المعلومات

والعلاقات العامة بجامعة عجمان

د/ السيد عبد الرحمن علي

باحث (مدرس) بمجمع اللغة العربية بالقاهرة

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jpr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة  
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة  
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية  
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

**EPRA Publications**

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt  
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: [chairman@epra.org.eg](mailto:chairman@epra.org.eg) - [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg)

موقع ويب: [www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

## مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

### التعريف بالمجلة :

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيم هذه الأبحاث من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.

- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترتيبات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تُقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تُقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

### قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: ( العربية - الإنجليزية - الفرنسية ) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنت (Simplified Arabic) (١٤) والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المراجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد ( ٢ ) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.

- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ٤٥٠\$. .
- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيهه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ \$ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصري للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥\$. .
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠\$. .
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيهه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠\$. .
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيهه ولغير المصريين ٣٠٠\$
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع.
- ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيهه ومن خارج مصر ٣٥٠\$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيهه ومن خارج مصر ٤٥٠\$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة- جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإميل المعتمد من الجمعية jpr@epa.org.eg ، epra\_cairo@yahoo.com أو إميل رئيس مجلس إدارة المجلة dr\_hatematef2000@yahoo.com بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

## الافتتاحية

- تتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام منذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من العام ٢٠١٣ - ليصدر منها ستة أعداد متتابعة تضم أبحاثاً وروى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

والآن نقدم للباحثين فى الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال العدد السابع من المجلة وهو يتضمن بحثاً ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين وملخصات لرسائل علمية نُوقشت فى أقسام وكليات الإعلام بالجامعات العربية المختلفة.

وباعتراف اللجنة العلمية (تخصص الإعلام) لترقية أعضاء هيئة التدريس إلى أساتذة وأساتذة مساعدين بالمجلة بعد أن اطلعت على العدد الأول وتم تقييمها بنفس درجة المجالات العلمية لأقسام الإعلام فى الجامعات المصرية؛ أتاحت مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط الفرصة للنشر العلمي بها كنافذة جديدة لنشر بحوث طلبة وطالبات مرحلة الدكتوراه - ولبحوث أعضاء هيئة التدريس الراغبين فى التقدم للترقى لدرجتي أستاذ مساعد وأستاذ. ولكونها أول دورية علمية محكمة فى بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط. وجد الأساتذة الراغبون فى تقديم انتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته الفرصة للنشر على نطاق العالم العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها فى هذه الدول، وأيضاً من خلال موقعها الإلكتروني.

ففى البداية نجد مشاركة لأحد كبار أساتذة الإعلام بالعالم العربي أ.د/ انشراح الشال من (مصر) عن: " قرصنة إلكترونية لشبكة تلفزيون فضائية .. أول حادث من نوعه تتعرض له شبكة تلفزيون فضائي"، أما الدراسات الأجنبية فى هذا العدد فكانت دراسة وحيدة باللغة الإنجليزية قدمها الدكتور د.عثمان بن بكر قزاز من (المملكة العربية السعودية) تناولت: "دراسة فاعلية الشاشات واللافتات الإلكترونية فى إيصال الرسائل التوعوية لزوار المسجد النبوي الشريف بالمدينة المنورة"، كما يتضمن العدد بحثاً مقدمة للنشر العلمى بهدف تكوين رصيد للباحثين من شباب أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية منهم: د. هالة كمال احمد نوفل (مصر) والتي قدمت دراسة بعنوان: " شبكات التواصل الاجتماعي والحراك السياسي الشعبي دراسة تحليلية لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بثورة ٢٥ يناير"، وقدم د. محمد زين عبد الرحمن من (مصر) دراسة حول موضوع: " العلاقة بين استخدام الجمهور المصري للصحف الإلكترونية المصرية ومستوى المعرفة بالأزمة اليمنية"، أما د. مها أحمد عبد العظيم عبد الوهاب (مصر) شاركت بدراسة فى موضوع: " استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية على عينة من الأطفال بمدينة الرياض"، ومن دولة (الجزائر) شارك د. عزيز لعبان بدراسة حول: "دراسة علاقة حجم التعرض للتلفزيون بعوامل الإدمان على المشاهدة لدى طلبة الجامعة والثانوية فى الجزائر العاصمة"، أما د. عبد الله محمد عبد الله الوزان (مصر) فقدم ورقة علمية حول: "مصادقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي دراسة ميدانية". وللاستفادة من الرسائل العلمية تقدم الباحث محمد مرضى مناور الشمري من دولة (الكويت) لنشر ملخص دراسته للدكتوراه بعنوان: "الأداء الاتصالي للعلاقات العامة فى المؤسسات الأمنية وعلاقته بتنمية

الوعي بالأمن الداخلي: دراسة تطبيقية على دولة الكويت"، كذلك تقدمت الباحثة سميرة محمد مبروك موسى من (مصر) لنشر ملخص دراستها للماجستير بعنوان: " أطر معالجة شئون الأقاليم في الصحافة المصرية اليومية واتجاهات الجمهور نحوها: دراسة تطبيقية ".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً للقواعد المتبعة للنشر العلمي في المجالات العلمية. أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقية للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراه فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

**رئيس تحرير المجلة**

أ.د/ علي عجوة



**دراسة علاقة حجم التعرض للتلفزيون بعوامل الإدمان على المشاهدة  
لدى طلبة الجامعة والثانوية في الجزائر العاصمة**

إعداد

د/ عزيز لعبان (\*)

[azizlabane@gmail.com](mailto:azizlabane@gmail.com)

---

(\*) أستاذ محاضر، قسم الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ٣، الجزائر.



## دراسة علاقة حجم التعرض للتلفزيون بعوامل الإدمان على المشاهدة لدى طلبة الجامعة والثانوية في الجزائر العاصمة

د/ عزيز لعبان

[azizlabane@gmail.com](mailto:azizlabane@gmail.com)

جامعة الجزائر ٣

### مقدمة:

يشير François Jost الى ان السنوات الاخيرة تميزت بمجموعة من التنبؤات حول التغيرات المحتملة التي صاحبت ثورة التكنولوجيات الحديثة للاتصال، وتمحورت جميعها حول التنبؤ بالنهايات، ومن بين التنبؤات التي انتشرت كالنار في الهشيم، نهاية التلفزيون فيقول.

« il y a quelque années, le thème de la fin de la télévision s'est répandu comme une trainée de poudre. La multiplication des écrans, l'explosion des bouquets de chaînes, les nouveaux supports (téléphones, tablettes, etc.) allaient mettre fin à la télévision ou, du moins, à ce qu'elle a été pour nous dans les dernières décennies : une institution programmant des contenus pour réunir le plus de gens possible autour d'un seul et même écran.

Or, si l'on a pu voir ce phénomène comme une fin, il semble beaucoup plus fructueux de l'envisager comme un commencement. »<sup>1</sup>

ولقد ساعد على تدعيم هذه القناعة من أننا أمام بداية جديدة للتلفزيون والدراسات حول التلفزيون، قوة وخصوصية هذا الأخير كوسيلة تتداخل فيها الحقيقة والخيال، الواقع المعاش ماديا وواقعا، مع الواقع المعاش خياليا وتلفزيونيا، كما أدى تقلص المسافة بين العالمين إلى إثارة العديد من التساؤلات حول طبيعة العلاقات التي ينسجها الأفراد مع الخيال التلفزيوني وانعكاس ذلك على الواقع المعاش.

ولقد دفعت هذه التساؤلات، الكثير من الباحثين إلى التوقف عند كيفية مساهمة التلفزيون، في إمداد الفرد بالمعلومات التي يستخدمها في حياته اليومية، وبعدّ Gerbner George من الذين انتبهوا، وانشغلوا بالتلفزيون وموقعه في حياة الأفراد منذ البدايات الاولى إذ يشير بقوله:

"إن التلفزيون يتخلل عالما الرمزي. إن التحليل الذي تعتمده نظرية التنقيف يركز على انعكاسات التعرض إلى هذه الأنماط المتكررة من القصص، والصور، والرسائل. إن نظريتنا لسيرورة التنقيف، تحاول فهم و تفسير ديناميكية التلفزيون كقوة ثقافية متميزة، ومهيمنة في عصرنا الحالي"<sup>٢</sup>

وبناء عليه، شكلت دراسات التنقيف الى يومنا هذا، الإطار التحليلي في مجال الاتصال الجماهيري، الذي سمح بإحاطة التلفزيون كعامل إضافي في تفسير سيرورة بناء المعاني الاجتماعية لدى الأفراد، مع الوعي انه لا يمكن تفسير هذه السيرورة عن طريق التلفزيون فقط، وإنما يشكّل هذا الأخير، جزءا قد يكون مهما في مسار البناء، وقد لا يكون كذلك، إلا أنه في كل الحالات، هناك اتفاق على أن حضور التلفزيون في السيرورة مؤكد، مع الاختلاف حول تفاوت التأثير في هذه المسارات.

### المراجعة النظرية للأدبيات السابقة:

#### أولا. الإدمان على المشاهدة التلفزيونية:

ينتاب الاقتراب إلى مفهوم المشاهدة عدة صعوبات تتمثل في كيفية التحكم فيه، خاصة فيما يرتبط بطبيعة العلاقة التي ينسجها المشاهد مع الوسيلة أو المحتوى. فنجد في التراكم النظري المتوفر لدينا حول هذه العلاقة، اهتماما كبيرا ومتزايدا بالوقت الذي يقضيه المشاهد أمام الشاشة، وانعكاس ذلك على العلاقة التي تتأسس بينهما تبعا لذلك. ولهذا برزت عدة مفاهيم تصور هذه العلاقة وبصفة أساسية مفهومي الإدمان على التلفزيون ( Television Addiction )، والمشاهدة الكثيفة ( Heavy Viewing )، رغم انه في غالب الأحيان يشير المفهومان إلى المعنى نفسه كما تؤكد عليه Horvath, cary, L<sup>٣\*</sup> التي اهتمت بقياس الإدمان على التلفزيون:

"من الصعب بما كان التمييز بين مفاهيم الإدمان والتبعية، والمشاهدة الكثيفة للتلفزيون، فهي تميل نحو التداخل/التشابك. ومن الأهمية البالغة بالنسبة للباحثين في الاتصال تطوير مدلولات منمطة من أجل استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية"<sup>٤</sup>

وتضيف Horvath من الضروري أن يكون للباحث في الاتصال أداة تمكّنه من " تنمية معاني منمطة لاستخدام وسائل الإعلام".<sup>٥</sup> ومن هنا برزت الدراسات في هذا المجال استجابة لهذا الهاجس، والمتمثل في إيجاد إطار منمط يسمح لنا بقياس المشاهدة وكل ما يترتب عليها من تداعيات في حياة الفرد. فأخذت بذلك مسارين اثنين، مستقلان بعضهما عن البعض، وفي حالات أخرى يتكاملان.

- يتمثل المسار الأول في الحرص على التحديد الدقيق والواضح لما يقصد بالمشاهدة العادية/الطبيعية ( Normal ) والمشاهدة المشكّلة ( Problem )، وبرزت في هذا الاتجاه عدة

دراسات (1990) Kubey and Csikszentmihalyi ، و (1990) Morgan & Signorelli ، و (1986) Signorelli وكذا (1956) Horton & Wohl فكان التوجه إلى التمييز الواضح والنهائي بين ما يمكن أن نعتبره مشاهدة عادية لأي مشاهد، وبين مشاهدة تسبب مشكلة لمشاهد يمكن اعتباره حالة مرضية مدمنة على التلفزيون، بنفس الطريقة التي يدمن شخص آخر على الكحول والمخدرات أو غيرهما من المسكرات.

- يتمثل المسار الثاني في الاهتمام بالآثار الممكنة للمشاهدة العادية و/أو المشكلة على الجوانب المعرفية، والعاطفية، والسلوكية. والانطلاق من افتراض أن الإدمان كمفهوم يكفي لتدعيم فرضية احتمال وجود آثار وتقويتها<sup>١</sup>.

وشكّل بذلك النقاش حول المفهوم إطاراً للبحوث التي تلت، ففي بعض الدراسات نجد مفهوم الإدمان يستخدم بالطريقة نفسها عند الحديث عن التلفزيون أو المخدرات، بينما في دراسات أخرى، خاصة تلك التي تهتم بآثار وانعكاسات المشاهدة، على غرار دراسات التنقيف التي عنيت بالآثار التلفزيونية، فإنها تستعمل مفهوم المشاهدة الكثيفة (Heavy Viewing) بدلا من الإدمان، استنادا إلى افتراض "إن الأفراد الذين تعودوا على مشاهدة التلفزيون يكونون أكثر عرضة لآثارها المعرفية، والعاطفية، والسلوكية."<sup>٢</sup> يعرف الإدمان على أنه "كل أشكال السلوك المفرط، كالتبعية غير الطبيعية للمخدرات (مثل الخمر، الكافيين، المسكنات) والأكل، والتمارين (الرياضية) والمقامرة/الرهان، والمشاهدة التلفزيونية"<sup>٣</sup>.

وتكون له عدة أسباب، منها السبب الاجتماعي المرتبط بالعوامل الديمغرافية التي تجعل الإنسان يشعر بالغبن، ويجد في نفسه الحاجة إلى تعويضها، والسبب النفسي المتعلق بالسمات الشخصية للفرد كالكآبة، والنشاط المكثف (hyperactivity) اللذان يشجعان على الإدمان. كما تمثل طريقة الحياة سببا إضافيا من خلال الضغط الذي تمارسه جماعات الأقران والأصدقاء والذي يؤدي بدوره إلى الإدمان.

حدّد Rubin الدوافع الأساسية للسلوك المدمن فيما يلي:

- الهروبية: وتتمثل في التقليل من الألم، الضغط، الاطلاع (awareness)
- التعويض: تقدير الذات، الإحساس المفرط بالمراقبة، السلطة، تقدير الذات.
- الطقوس: التبسيط، التوقع، والتجربة الآتية/الحاضرة.

وتضيف بان الدراسات الاتصالية المتعلقة باستخدام التلفزيون، استنتجت هذه الدوافع ذاتها<sup>٤</sup>.

وعلى هذا فان النقاش النظري حول إمكانية وضع تصوّر عن الظاهرة مثل انشغالا، لأن الإدمان بقي عالقا بالمخدرات والكحول. وعندما طرح win سنة ١٩٧٠ فكرة أن "التلفزيون يحمل خصائص الإدمان" في بحثه The plug-in drug شكّل ذلك قلقا لدى الباحثين، خاصة في استخدام المصطلح الملائم للتعبير عن ظاهرة المشاهدة، وما إذا كان مصطلح الإدمان ( المرتبط بمختلف المخدرات والمسكنات ) ملائما، أم أن هناك إمكانية استخدام مصطلحات أخرى تؤدي الغرض من المعنى، ولا تحيلنا إلى المنومات " كما حدث مع أدبيات الإدمان على المخدرات، إذ أن الغموض في البناء المفاهيمي

للمشاهدة الضخمة (المفرطة)، والإدمان، والاعتكال شكل في ذاته إشكالية البحوث<sup>١١</sup>. وهذا ما جعل الدراسات والبحوث تتجه أولاً إلى التمييز بين المشاهدة العادية/أو الطبيعية، والمشاهدة التي يمكن أن تسبب مشكلة.

عندما نتحدث عن الإدمان التلفزيوني لا نعني به المداومة على مضمون تلفزيوني معين، فكل شخص له برنامج المفضل. إن المقصود بالإدمان على التلفزيون، هو الارتباط بوسيلة التلفزيون ذاتها، بغض النظر عن المحتوى المعروض، وكأن شيئاً في التلفزيون يدفعنا، بمجرد البدء في المشاهدة إلى المشاهدة والاستمرارية فيها، لمدة أطول مما كنا نتوقع<sup>١١</sup>.

وهذا المعنى للإدمان يتقاسمه أصحاب النظرية النقدية ويرجعون السبب الرئيسي في شعبية استخدام مصطلح الإدمان إلى قناعتين متناقضتين ارتبطتا بوسيلة التلفزيون:

١. القناة الأولى تكمن في اعتبار التلفزيون وسيلة ترفيه بسيطة، وأنها غير ضارة اجتماعياً، وهي ذات قيم حرة، وأنها لا تستخدم وقتاً طويلاً.

٢. بينما تتمثل القناة الثانية من هذا التناقض في نظرة الجمهور إلى وسائل الإعلام كونها ضارة، وقوى يخشى منها.

فهي إذا وسيلة ترفيه بدون أي اعتبار ولكنها في الوقت نفسه قوة اجتماعية مثيرة للخوف. يمكننا التمييز بين أربعة نماذج نظرية في دراسة الإدمان:

١. يقوم الإدمان التلفزيوني على تأثير التلفزيون على الخيال والحياة الوهمية.

٢. إن الإدمان التلفزيوني هو وظيفة آثار التلفزيون على مستوى اليقظة.

٣. إن الإدمان التلفزيوني هو تعبير على شخصية فموية، مستقلة، أو شخصية مدمنة.

٤. إن الإدمان على التلفزيون هو نموذج متميز للاستخدامات، والإشباع المرتبطين بالتلفزيون<sup>١٢</sup>

أكدت الدراسات الأمريكية التي أجريت على الإدمان التلفزيوني اعتماداً على مقرر التشخيص

والإحصاء للجمعية الأمريكية للأطباء النفسيين ( Diagnostic and Statistical Manual of the

American Psychiatric Association ) DSM- III-R على أن التلفزيون يحمل خصائص

الإدمان كما ذكر ذلك Allen Frances المشرف على مراجعة هذا الكتاب سنة ١٩٨٧، بقوله أن "

أنواعاً كثيرة من السلوك الانفعالي تشجع على الإدمان، بما في ذلك المشاهدة الانفعالية للتلفزيون"<sup>١٣</sup>،

وتحوّل هذا المقياس إلى مرجع للدراسات التلفزيونية منذ أن اعتمده Smith في دراسته Measure

of television Addiction ( Smith 1986 ) . واستخدمه Mcllwairh, Jacobitz, Kubey and

Alexander 1991 لمعرفة مدى ملائمتها للمشاهدة التلفزيونية، وكذلك فعل Anderson, Schmitt,

and Jacobitz (1996) .

### ثانيا - حدود نظرية التنقيف في تفسير تجربة المشاهدة التلفزيونية:

ينبغي الإشارة إلى الصعوبات التي تكتنف الدراسات الخاصة بالتنقيف، وهي الصعوبات التي أشار إليها Rubin<sup>١٤</sup> في دراستهم التي تناولت مراجعة أهم دراسات التنقيف من زاوية منهجية، وقد خلصوا إلى الملاحظات التالية:

◀ " قد تعكس آثار التنقيف توجه مجموعة من الأفراد فقط، وهم الذين يبالغون في تقدير مختلف الأحجام فالذين يبالغون في تقدير احتمالات أن يكونوا ضحايا، قد يبالغون أيضا في تقدير تعرضهم للتلفزيون<sup>١٥</sup>.

◀ لقد أظهرت النتائج التي توصلت إليها الدراسات التي عنيت بالتنقيف بان اتجاه الأسئلة ( أي التوجه الذي تأخذه الأسئلة ) يؤثر في طبيعة أجوبة الباحثين. فقد ظهر بأن الأسئلة المعبر عنها بصيغة السلب يكون لها تأثير أكبر من الأسئلة المعبر عنها بصيغة الإيجاب. وهذا بطبيعة الحال عندما نربطها بالتعرض للتلفزيون<sup>١٦</sup>.

◀ توصل Hawkins & Pingree في الدراسة التي أجريها في المجتمع الاسترالي إلى أن هناك ارتباط موجب ( correlation positive ) في إجابات أطفال الصف الثاني على الأسئلة ذات الصيغة الايجابية والسلبية. وظهر بأن الارتباط الموجب فيما يخص العلاقة مع التعرض التلفزيوني ظهرت في الإجابات ذات التوجه السلبي دون الإيجابي<sup>١٧</sup>.

استنتجت دراسة Hawkins & Pingree بعض الافتراضات التي تم اختبارها بثبات:

- استنتجت الدراسات السابقة بان هناك علاقة ايجابية بين التعرض للتلفزيون، والادراكات الفردية والمجتمعية.
- بعض الدراسات الاجتماعية توصلت إلى أن استخدام التلفزيون ( ليس بالضرورة الاستخدام على مستوى عال ) قد تكون له نتائج ايجابية. ومنه تعرضت نظرية التنقيف إلى عدة انتقادات على مستوى افتراضاتها النظرية ومنهجيتها، خاصة فيما تعلق بالمقياس المستخدم لقياس المشاهدة التلفزيونية وعلاقتها باتجاهات الأفراد في الحياة اليومية، ولقد حصرها Rubin وآخرون<sup>١٨</sup> في الافتراضات الثلاثة التي بني عليها نموذج التنقيف.
- أول انتقاد وجه لهذه النظرية يخص الافتراض الذي قامت عليه دراسة Gerbner وأكدته في نتائجها، وهو اعتبار التلفزيون يتسم بالتمائل في عرضه للرسائل الرمزية حول المجتمع<sup>١٩</sup>.
- لقد بينت الدراسات التي تلت هذه الدراسة، وبالخصوص دراسة<sup>٢٠</sup> Hawkins & Pingree بأن آثار التنقيف تعود إلى برامج دون أخرى وليس إلى المشاهدة الطقوسية

في حد ذاتها. فمثلا تم الربط بين التعرض إلى مواضيع واهتمامات الأوبرا الصابونية، بمواضيع واهتمامات الأفراد في عالم الحياة اليومية.

- تفترض نظرية التنقيف أن الدراما التلفزيونية واقعية، ويظهر أنها تنقل الوقائع بدلا من الخيال. والانتقاد الموجه لهذا الافتراض هو التوقف عند الملاحظة دون التساؤل عن الكيفية التي يقبل بها المشاهد الحقيقة التلفزيونية كحقيقة واقعية. يعتبر كثيرون أن تلقي البرامج التلفزيونية على أنها الواقعية المدركة، يعتبر في حد ذاته عاملا حاسما في التنقيف، وحدث أن الباحثين ربطوا اتجاهات المشاهد نحو التلفزيون بالآثار.

- تفترض النظرية أن التنقيف هو محصلة مشاهدة طقوسية، عادتوية<sup>21</sup> لا انتقائية.

أظهرت الدراسات التي تلت بان الانتقاء في المشاهدة له ارتباط أكبر بالتنقيف من المشاهدة الكثيفة. لقد اعتبرت هذه الدراسات ان التنقيف نتيجة مسار تفسيري تأويلي نشط، وأن الأفراد عندما يعتمدون على التلفزيون كأساس لبناء الحقيقة الاجتماعية، فإنهم يقربون الرسائل التلفزيونية من تجاربهم الواقعية/الحقيقية.

وبناء على ما سبق، تستند هذه الدراسة على الافتراضات التي وضعها Rubin, Perse & Taylor، والانتقادات السالفة الذكر، التي وجّهت إلى الدراسة المرجعية للتنقيف ( Gerbner et al., 1979)، بحيث يعيد Rubin طرح علاقة التلقي بالتأثير بطريقة أخرى، فاعتبرت ان " نشاط الجمهور عاملا محفزا وليس قوة ردة تجاه آثار وسائل الاتصال الجماهيرية"<sup>22</sup>.

### • اشكالية الدراسة:

يمكن القول أن الصعوبات التي تكتنف دراسة المشاهدة التلفزيونية تكمن في تحديد طبيعة العلاقة بين المشاهد والوسيلة، انطلاقا من حجم المشاهدة. بحيث اهتمت الدراسات بتعريف المشاهدة العادية للتلفزيون من تلك التي تسبب مشكلة، ( Kubey and Csikszentmihalya, 1990 ) ( Morgan and Signorelli, 1986 ) ( Horton and Wohl, 1956 ) كخطوة أولى، ثم الانتقال إلى المقارنة بين آثار المشاهدة العادية وآثار المشاهدة الكثيفة/المشكلة ( A.M. Rubin & Windahl, 1986 ) ( Morgan & Signorelli, 1990 Gerbner & Gross, 1976, ) .

وانصب اهتمام الباحثين على التأكد امبريقيا ما إذا كانت المشاهدة المشكلة موجودة حقيقة، و كيف تحدث العملية، وما الذي يميزها عن المشاهدة العادية. و برزت الحاجة إلى إفراد التلفزيون بمقياس خاص، يقيس طبيعة العلاقة التي سميت تسميات عديدة، منها الإدمان، والتبعية، والمشاهدة المدمنة/التي تسبب تبعية/الكثيفة، ( Addiction, Dependence, Heavy Viewing )، وهذا حرصا على تمييز مشاهدة التلفزيون، عن الإدمان على المخدرات، أو الكحول، أو اللعب/القمار... ( Winn, 1977 ; ) .



Smith, 1986; APA, 1987; Foss & Alexander, 1987; Alexander, 1990; ( McIlwraith, Jacobvitz, Kubey, Alexander, 1990; Horvath, 2004 ).

اتضح من خلال الدراسات التي أجريت حول الإدمان على المشاهدة، أن العلاقة بين المشاهد والوسيلة تأخذ عدة اتجاهات، ولقد أظهرت النتائج "اختلافات نظرية في تفسير الميكانيزمات التي تساهم من خلالها بعض المتغيرات في الإدمان على التلفزيون"<sup>٢٣</sup>.

وينصب انشغالنا في ربط العلاقة بين المشاهدة من حيث الحجم، وعوامل الإدمان كما حدّتها Cary Horvath في دراستها. والمتمثلة في المشاهدة المشكّلة، والمشاهدة الكثيفة، والرغبة في المشاهدة، بالإضافة الى الانسحاب.

### • فرض الدراسة وتحديد مفهوم الإدمان على المشاهدة التلفزيونية:

هناك علاقة بين مستوى تعرض الطلبة للتلفزيون وعوامل الإدمان على المشاهدة ( المشاهدة مشكّلة ( Problem )، والمشاهدة الكثيفة ( Heavy )، والرغبة الملحة على المشاهدة ( Craving )، والانسحاب ( Withdrawal )).

يتكون مفهوم الإدمان من أربعة أبعاد تشكل المتغيرات التي نعتمد عليها في تحديد المعنى الكلي للإدمان على المشاهدة التلفزيونية و هي كما يلي:

- المشاهدة مشكّلة: نعني بهذا العنصر، الحالة التي تسبب فيها المشاهدة التلفزيونية مشكّلة بالنسبة للفرد المشاهد، ونشير هنا إلى أن طبيعة المشاكل لا تقتصر على علاقة الفرد مع محيطه، وإنما يدخل في إطار هذه المتاعب، الشعور بالذنب الذي يمكن أن نثيره المشاهدة التلفزيونية لدى الفرد.

#### - المشاهدة الكثيفة:

لا نعني بعامل المشاهدة الضخمة الكثرة بالضرورة، وإنما المقصود هنا هو وقع المشاهدة على الفرد المبحوث، وإن كانت هذه الأخيرة عادية. كما نشير أيضا أن المشاهدة الضخمة لا تعني أبدا المشاكل التي يمكن أن تنجر من المشاهدة. إذ لا توجد بالضرورة علاقة بين العاملين.

#### - الرغبة الملحة في المشاهدة:

ونقصد بها الرغبة المستمرة للفرد المشاهد في المشاهدة المستمرة والكثيرة للتلفزيون، والتي تنجم من المشاهدة، بحيث المشاهدة تدفع إلى مزيد من المشاهدة.

#### - الانسحاب/التوقف عن المشاهدة:

وهي الحالة النفسية التي يكون عليها الفرد المبحوث عندما يكون بدون تلفزيون. ويعبر هذا العامل على درجة ارتباط الفرد المبحوث بالمشاهدة إلى درجة عدم الصبر على فقدانها.

وعلى هذا فان مفهوم الإدمان على المشاهدة التلفزيونيين في هذا البحث، نقصد به العوامل التي

أشرنا إليها مجتمعة.

## • منهجية الدراسة وإجراءاتها:

### أ- ميدان الدراسة ووصف العينة:

اجري هذا البحث في مدينة الجزائر العاصمة على عينة من طلبة الجامعات والثانويات. ف فيما يتعلق بالجامعات فقد وزعت الاستمارة في قسم علوم الإعلام والاتصال ( كلية العلوم السياسية والإعلام )، المعهد الوطني للتسيير والإحصاء، ويمثلان العلوم الاجتماعية، بينما يمثل المعهد الوطني للإعلام الآلي، العلوم التكنولوجية. أما فيما يخص الثانويات فقد وزعت الاستمارة بثانوية سعيد حمدين ( سعيد حمدين ) وثانوية ابن الهيثم (بحي بلوزداد)، وثانوية حسبية بن بوعلي ( القبة).

تم توزيع الاستمارة على العينة بطريقة عشوائية، وحرصنا على توفير ظروف ملائمة لقراءة الاستمارة وفهمها، لان الحرص على توفير ظروف جيدة لفهم الاستمارة اكبر من أي حرص على التنوع في المعاهد والثانويات، على الرغم من أننا أخذنا بعين الاعتبار بعض الإجراءات خدمة لفرضيات البحث:

- حرصنا في اختيارنا للثانويات على أن تكون من مناطق يمكن أن تدعم الاختلاف المفترض اجتماعيا، واقتصاديا، وماديا. بحيث تشكل خلفية نفسية اجتماعية متنوعة في قراءة الرسائل التلفزيونية.

- على الرغم من أن الجامعة، تشكل مجتمعا مصغرا، يمكن أن يكون ممثلا للمجتمع الكبير، من حيث التنوع الديمغرافي، والجغرافي، والثقافي. إلا أن الهدف من هذا البحث لا يكمن في التعميم، لذا لم يكن الباحث حريصا على التمثيل العددي الدقيق لمجتمع البحث، ولم يشكل ذلك حاجسا في أية مرحلة من مراحل انجاز الدراسة على الإطلاق.

تتكون العينة من ٢٨٦ طالبا وتلميذا، بعدما كان في الأساس ٣٠٠ فرد، أقصينا أربعة عشر منها لعدم اكتمال ملئها، أو ملئها بطريقة خاطئة. بلغ متوسط السن بالنسبة للعينة 20,52 سنة (الجدول: ٠١)، وهو ما يتوافق تماما مع الشريحة المستهدفة في البحث، وهي الشريحة الأقرب إلى التعرض للتلفزيون بالحجم والحدة التي افترضناها في فرض البحث.

اكتفينا في اختيار المتغيرات الديمغرافية بالجنس، والمستوى التعليمي. فيما يخص الجنس، مثلت الإناث ٥٧ % من العينة مقابل ٤٣ % للذكور (الجدول: ٠٢)، أما المستوى التعليمي، فقد شكل الجامعيون ٦٢.٦ % من العينة، مقابل ٣٧.٤ % بالنسبة للثانويين (الجدول: ٠٣)، وحصرتنا العينة في الفئة الأكثر قدرة على قراءة وفهم المقياس، والإجابة بناء على ذلك.

الجدول ( ١ ) توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

السن	
٢٠.٥٢	المتوسط
٢.٩٧	الانحراف المعياري
١٥	القيمة الدنيا
٣٨	القيمة العليا

الجدول ( ٢ ) توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

%	التكرار	
٤٣	١٢٣	ذكور
٥٧	١٦٣	إناث
١٠٠	٢٨٦	المجموع

الجدول ( ٣ ) توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

%	التكرار	
٦٢.٦	١٧٩	جامعي
٣٧.٤	١٠٧	ثانوي
١٠٠	٢٨٦	المجموع

**ب-ب : وصف أداة البحث وخصائصها:****وصف مقياس المشاهدة التلفزيونية:**

يتكون مقياس الإدمان على المشاهدة التلفزيونية (Television Addiction Scale) وهو مقياس Cary W.Horvath<sup>٢٤</sup> من أربعة عوامل كما هو موضح في الجدول: (٠٤) تقيس في مجملها طبيعة العلاقة الناجمة من تجربة المشاهدة التلفزيونية، وهذه العوامل هي:

- المشاهدة المشكّلة: وتحتوي على احد عشر ( ١١ ) بنود تقيس الكيفية التي تتحول من خلالها المشاهدة التلفزيونية إلى مشكّلة بالنسبة للفرد المشاهد.
- المشاهدة الكثيفة: وتحتوي على ( ١٠ ) بنود تقيس المشاهدة التلفزيونية من حيث حجمها، وكثافتها، وضخامتها.
- الرغبة الملحة في المشاهدة: وتحتوي على ست ( ٦ ) بنود تقيس حدة المشاهدة لا من حيث الحجم وإنما من حيث الحاجة إلى المشاهدة.
- الانسحاب: ويحتوي على أربعة ( ٤ ) بنود، تقيس حالة عدم إمكانية الاستغناء على المشاهدة.

لقد تم تصميم مقياس الإدمان على المشاهدة وفقا لنموذج Likert الذي يحتوي على خمس ( ٥ ) إمكانيات للإجابة، تمتد من غير موافق تماما ( ١ )، غير موافق ( ٢ )، متردد/غير متأكد ( ٣ )، موافق ( ٤ )، موافق تماما ( ٥ ).

الجدول: ( ٤ ) عوامل مقياس المشاهدة التلفزيونية و بنوده

رقم العامل	تعريف العامل	البنود	أمثلة عن البنود
١	المشاهدة المشكّلة	١٩ ، ٢٨ ، ٢٠ ، ٣١ ، ٣٥ ، ٣٣ ، ٢٣ ، ٣٢ ، ٢٢ ، ٣٤ ، ٢٦ ،	تأخذ مشاهدة التلفزيون كل أوقات فراغي تقريبا
٢	المشاهدة الكثيفة	١٦ ، ١٢ ، ٣٠ ، ١٣ ، ٢٩ ، ١١ ، ٢٥ ، ٢٧ ، ٢١ ، ١٨ ،	غالبا ما أشاهد التلفزيون لمدة أطول مما كنت أنوي
٣	الرغبة الملحة في المشاهدة	٣ ، ٤ ، ٧ ، ١٧ ، ١ ، ٣	يظهر أنني، في المدة الأخيرة، أشاهد برامج التلفزيون أكثر فأكثر بنفس المقدار لنفس المتعة.
٤	الانسحاب	٦ ، ٩ ، ٢٤ ، ١٠	لا يمكنني أن أتصوّر نفسي بدون تلفزيون

أما فيما يخص الصدق يشير HENSON إلى أن " مصداقية النتائج في أية دراسة، من حيث القياس والشدة، يعد مركزيا لفهم العلاقات الملاحظة بين المتغيرات، لان كل التحليلات الكلاسيكية ( مثل  $T$ - test, Analysis of Variance, Regression, Canonical Correlation ) تشكل جزءا من نفس النموذج الخطي العام، وهي ذات طبيعة ترابطية " <sup>٢٥</sup>

وبناء على هذا فان قياس الثبات مرحلة أساسية للتأكد من الترابط الداخلي للمقياس. وفيما يخص مقياس الإدمان على المشاهدة التلفزيونية يشير McIlwraith وآخرون <sup>٢٦</sup> إلى انه يتمتع بثبات جيد، قدر معامل ألفا (Cronbach's Alpha) في دراستهم بـ 0.70، وتؤكد Cary W.Horvath الثبات الجيد للمقياس في دراستها، <sup>٢٧</sup> أما بالنسبة للدراسة الحالية فقد قدر معامل ألفا بـ 0.83، ويعد هذا الثبات بالجيد.

لقد عمدنا في قياس صدق المقياس إلى صدق البناء المعبر عنه بالارتباطات المتبادلة بين بند المقياس ودرجته الكلية، كما هو موضح في الجدول ( ٠٥ )، بحيث يشير الباحث يوسف القريوتي، و Oppenheim إلى أهمية صدق المقياس فيشيران "على الرغم من أن الارتباطات الداخلية تعدّ دليلا على الاتساق الداخلي للمقياس، فإنه يمكن عدّها هنا دلالة على صدق البناء ؛ إذ يمكن تفسير ارتباط بند المقياس بدرجته الكلية، على أنّ البند يرتبط بالموضوع المقيس ( القريوتي، ١٩٨٨ ؛ Oppenheim, 1978 ) <sup>٢٨</sup>.

ويتضح من خلال الجدول ( ٠٥ ) أن كل بنود المقياس الواحدة و الثلاثين (٣١) تتمتع بارتباط جيد مع الدرجة الكلية للمقياس تتراوح بين ( -0.22\*\* ) و ( 0.60\*\* ).

جدول ( ٥ ) مصفوفة معاملات الارتباط المتبادلة بين بنود مقياس الإدمان على المشاهدة التلفزيونية و بين البنود و الدرجة الكلية للمقياس

البنود	8	10	11	12	13	14	16	17	18	19	20	23	24	25	26
10	25														
11	05	-05													
12	36	32	03												
13	20	21	00	25											
14	08	14	08	18	28										
16	11	22	02	26	37	12									
17	06	-17	03	-	-34	-13	-56								
18	18	22	08	18	18	15	22	-12							
19	20	27	03	14	23	16	15	-10	36						
20	14	15	03	20	13	18	22	-16	39	49					
23	03	13	08	11	12	19	05	-06	04	27	22				
24	16	26	04	13	20	14	17	-23	21	29	34	42			
25	09	11	-02	07	11	19	-02	-04	04	25	13	49	33		
26	21	25	06	21	15	20	10	-12	17	29	29	41	49	48	
27	07	05	04	02	14	12	-05	03	-07	06	01	20	11	37	32

تابع لجدول ( ٥ ) مصفوفة معاملات الارتباط المتبادلة بين بنود مقياس الإدمان على المشاهدة التلفزيونية و بين البنود و الدرجة الكلية للمقياس.

البنود	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42
27																
28	50															
29	41	44														
30	-16	-34	-28													
31	23	46	39	58												
32	06	19	21	26	-05											
33	11	12	31	14	-11	21										
34	30	35	32	41	-30	34	25									
35	11	14	20	15	-01	21	14	23								
36	17	15	17	18	-02	18	22	14	25							
37	22	26	22	22	-15	30	25	19	27	10	19					
38	19	38	33	41	-25	39	23	09	43	05	15	42				
39	10	13	09	13	04	19	29	20	27	17	23	36	24			
40	28	25	14	22	-01	24	16	18	23	15	14	41	33	42		
41	20	28	25	20	-17	28	24	11	27	12	15	39	49	36	36	
ارتباط البنود بالدرجة الكلية	.35*	.56*	.59*	.56*	-.22*	.60*	.45*	.36*	.55*	.35*	.44*	.53*	.57*	.44*	.47*	.50*

\*\* ارتباطات دالة عند مستوى ٠.٠١

\* ارتباطات دالة عند مستوى ٠.٠٥

**ثالثا: عرض نتائج البحث:****أ- التحليل الإحصائي الوصفي لمقياس المشاهدة التلفزيونية:**

يعتبر توزيع القيم بالنسبة للإحصاء البارامترى، من أولى المسائل التي ينبغي الاعتناء بها، والانتباه إليها في مختلف الدراسات الإحصائية، لأن إمكانية تحليل المعطيات فيما بعد يتوقف عليها، خاصة بالنسبة للمتغيرات التي تتوزع توزيعا طبيعيا نسبيا، أو المتغيرات التي تقع ضمن مستوى المسافات المنتظمة ( Approximately Normal or scale variable ).

تشير Leech and al.

"إننا لا نقصد بالتوزيع الطبيعي نسبيا للمتغيرات، أن تكون النتائج و المستويات ترتيبية من الأسفل إلى الأعلى فقط، ولكن، أن تكون نسب النتائج موزعة توزيعا طبيعيا نسبيا... وبالتالي نعتبر "سلم ليكرت"، موافق تماما إلى غير موافق تماما، طبيعيا، إذا كان توزيع نسبه توزيعا طبيعيا نسبيا. وتحدث عن التوزيع الطبيعي لأنه افتراض الكثير من طرق الإحصاء، والذي يشكل مركز هذه المستويات العالية من القياس".<sup>٢٩</sup>

وتضيف انه لا يمكننا التأكد من التوزيع الطبيعي للعينة إلا بعد " جمع البيانات والتحليل الأولي

لها".<sup>٣٠</sup>

وعلى هذا نبرر وصفنا لمقاييس البحث على التوالي مقياس الإدمان على المشاهدة التلفزيونية، ومقياس الاتجاهات الاجتماعية. لأن هذا الوصف سيحكم اختيارنا لأدوات اختبار علاقات الارتباط، والانحدار فيما بعد.

يوضح الجدول (٥٦) على العموم ان توزيع بنود مقياس الإدمان على المشاهدة كان طبيعيا نسبيا، بحيث تراوحت المتوسطات بين ١.٨٤٨ و ٣.٧٣٩ ، بينما لم يتجاوز الخطأ المعياري للمتوسط (٠.٥٨)، وفي نفس الاتجاه، ظهرت الانحرافات المعيارية للبنود بين ١.٠١ و ١.٤٩ ، وهذا يعني أن تشتت العينة ضعيف، وأنها تتجه نحو الاعتدال الطبيعي.

أما فيما يتعلق بالالتواء فان Leech et all وكذلك Morgan A.G يشترطان للتأكد من التوزيع الطبيعي للعينة، أن تكون اصغر من  $+/- 1$  ، و هو الشرط المتوفر في بنود الإدمان على المشاهدة (جدول ٥٦)، باستثناء بعض البنود، أين تجاوزت الواحد ١ بالإيجاب أو السلب ( ت٢٠ و ت٢٧ ). وفي هذه الحالة، تؤكد Leech et all ، "أن قوة و صلاحية بعض الإحصاء البارامترى، يجعل أن تجاوز الالتواء لواحد ١ بالإيجاب أو السلب لا يغير كثيرا في النتيجة"<sup>٣١</sup>. ولهذا يمكننا القول بالنظر إلى النتائج، أن توزيع بنود مقياس الإدمان على المشاهدة التلفزيونية هو توزيع طبيعي نسبيا.



جدول ( ٦ ) نتائج بنود مقياس التلفزيون

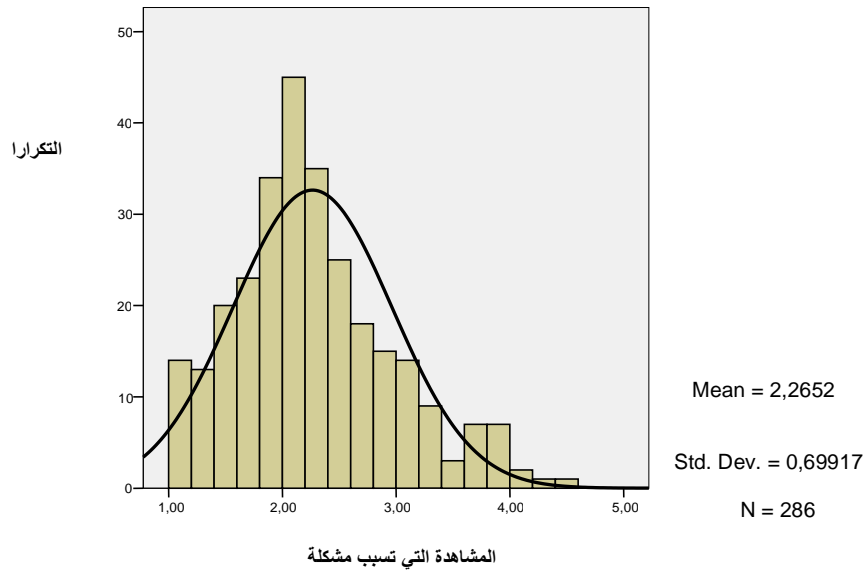
القيمة العليا	القيمة الدنيا	التفطح	الالتواء	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري للمتوسط	المتوسط	
٥	١	-0.750	.485	1.101	.065	2.324	ت 1
٥	١	-0.894	.478	1.235	.073	2.517	ت 2
٥	١	-1.021	.315	1.244	.073	2.735	ت 3
٥	١	-0.657	.542	1.146	.067	2.491	ت 4
٥	١	-1.439	.193	1.434	.084	2.712	ت 5
٥	١	-1.290	.145	1.296	.076	2.804	ت 6
٥	١	-1.476	-0.033	1.495	.088	3.056	ت 7
٥	١	-1.320	.130	1.392	.082	2.777	ت 8
٥	١	-0.250	-0.816	1.165	.068	3.714	ت 9
٥	١	-0.158	-0.866	1.170	.069	3.739	ت 10
٥	١	.199	-1.039	1.150	.068	3.856	ت 11
٥	١	-1.293	-0.146	1.335	.078	3.084	ت 12
٥	١	-1.289	-0.059	1.336	.079	2.998	ت 13
٥	١	-1.141	.350	1.303	.077	2.556	ت 14
٥	١	-0.922	.566	1.299	.076	2.473	ت 15
٥	١	1.373	1.364	1.033	.061	1.848	ت 16
٥	١	.023	.940	1.144	.067	2.174	ت 17

٥	١	-1.143	.363	1.320	.078	2.622	ت18
٥	١	-1.146	.421	1.330	.078	2.561	ت19
٥	١	-1.149	1.159	1.440	.085	3.311	ت20
٥	١	-.983	.481	1.268	.074	2.549	ت21
٥	١	-1.173	.062	1.226	.072	2.807	ت22
٥	١	-.345	.889	1.214	.071	2.151	ت23
٥	١	.807	1.231	1.111	.065	1.947	ت24
٥	١	-1.178	.102	1.296	.076	2.894	ت25
٥	١	-1.145	-.164	1.248	.073	3.000	ت26
٥	١	.170	.992	1.119	.066	2.056	ت27
٥	١	-.728	.706	1.290	.076	2.329	ت28
٥	١	.139	1.015	1.119	.066	2.073	ت29
٥	١	1.440	1.310	1.006	.059	1.877	ت30
٥	١	-.622	.642	1.190	.070	2.319	ت31

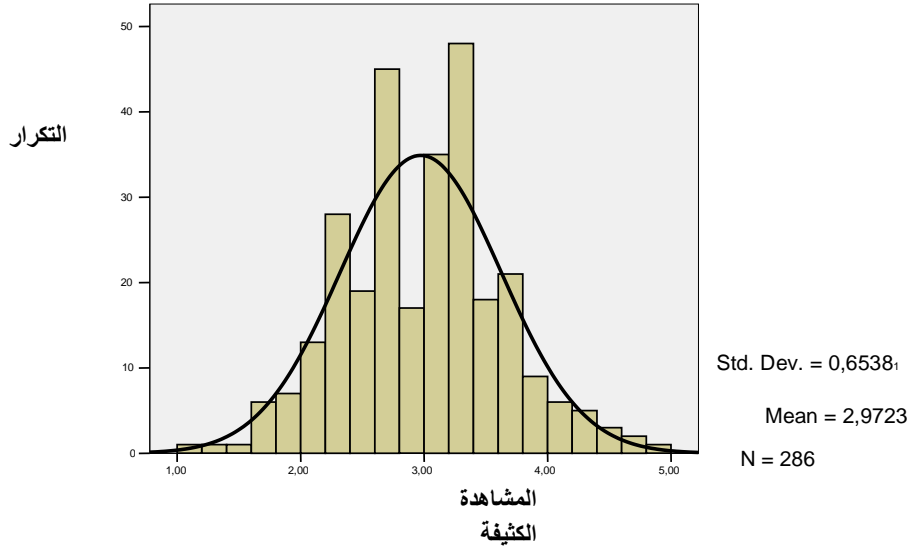
يبين الجدول (٥٧) أن عوامل مقياس الإدمان على المشاهدة التلفزيونية تتوزع بصفة طبيعية نسبياً، وجاءت نتائجها على النحو التالي: المشاهدة المشككة ( م = ٢.٢٦ ، خ.م.م = .٥٤١ ، ا.م = .69 ، إل = .64 )، بينما المشاهدة الكثيفة كانت كالأتي ( م = 2.97 ، خ.م.م = .038 ، ا.م = .65 ، إل = .06 )، في حين أن الرغبة في المشاهدة كانت ( م = 2.645 ، خ.م.م = .038 ، ا.م = .65 ، إل = .06 )، أمّا حالة الانسحاب فهي ( م = 2.964 ، خ.م.م = .034 ، ا.م = .58 ، إل = .15 ). ويظهر هذا التوزيع من خلال المنحنيات التي تظهر في الأشكال (١، ٢، ٣) الخاصة بعوامل مقياس الإدمان على المشاهدة التلفزيونية.

جدول ( ٧ ) نتائج عوامل مقياس التلفزيون

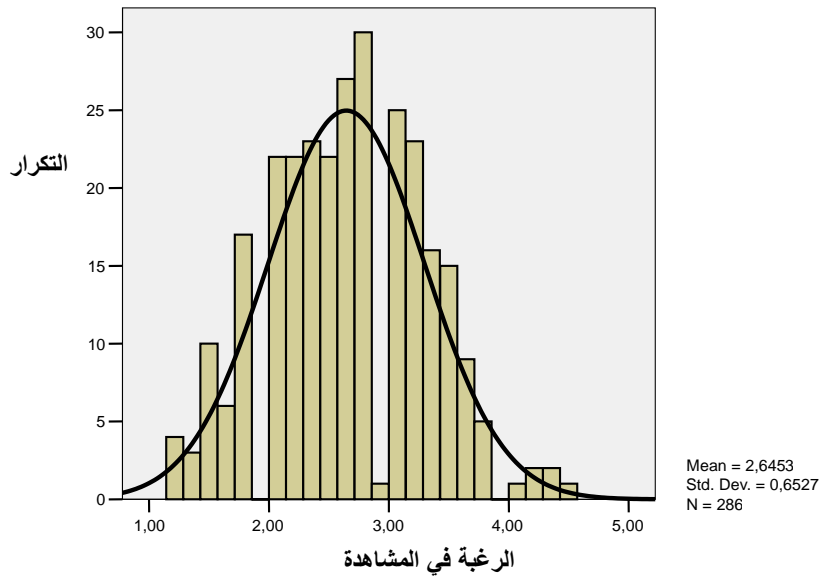
القيمة العليا	القيمة الدنيا	التفاح	الالتواء	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري للمتوسط	المتوسط	
4.55	1.00	.268	.646	.699	.0413	2.265	المشاهدة المشكلة
4.90	1.10	.043	.065	.653	.038	2.972	المشاهدة الكثيفة
4.50	1.17	-.325	.061	.652	.038	2.645	الرغبة في المشاهدة
5.75	1.00	2.220	.150	.583	.034	2.964	الانسحاب



الشكل (١) توزيع عامل المشاهدة المشكلة



الشكل (٢) توزيع المشاهدة الكثيفة للتلفزيون



الشكل (٣) توزيع عامل الرغبة في المشاهدة

### ٢. ٣ : العلاقة بين حجم المشاهدة و الإدمان على المشاهدة.

اشرنا فيما سبق عند شرحنا لكيفية بناء مقاييس البحث، أننا حرصنا على التمييز بين حجم المشاهدة من حيث الكم، والمشاهدة كتجربة نفسية اجتماعية وثقافية. وفيما يلي نحاول أن نعرف ما إذا كانت هناك علاقة بين الاثنين، بمعنى هل أن تجربة الفرد مع التلفزيون مرتبطة بصفة أو بأخرى مع الحجم الساعي الذي يخصصه للمشاهدة، أم أنها علاقة نوعية متميزة لا ترتبط بالضرورة مع الكم من الساعات التي يقضيها في المشاهدة. ومن أجل معرفة ذلك ميزنا بين فترتين: فترة تحيل المبحوث إلى زمن محدد وهو البارحة، بحيث يستطيع أن يتذكر بسهولة ذلك الوقت. وفترة تعيده إلى عادته في المشاهدة اليومية، وهو فحوى السؤال الثاني.

أظهرت نتائج السؤال الأول أن علاقة الارتباط بين مشاهدة البارحة والإدمان على المشاهدة موجبة بحيث أن مشاهدة البارحة لها ارتباط مع المشاهدة التي تسبب مشكلة ( $r = .12, p = 0.05$ )، ومع المشاهدة الكثيفة ( $r = .18, p = 0.01$ )، وكذلك مع الرغبة في المشاهدة ( $r = .18, p = 0.01$ )، بينما حالة النقص لا يرتبط مع حجم المشاهدة البارحة ( $r = .09, p = .105$ ). (انظر الجدول ٠٨). لم يظهر اختلاف في حجم المشاهدة بين المشاهدة الآتية، وتلك التي تعود عليها المبحوث يوميا، فقد أبرزت نتائج السؤال الثاني عدم اختلاف بين السؤالين.

علاقة الارتباط بين حجم المشاهدة عادة مع المشاهدة التي تسبب مشكلة موجبة ( $r = .21, p = 0.01$ )، وهي كذلك مع المشاهدة الكثيفة ( $r = .19, p = 0.01$ )، والرغبة في المشاهدة ( $r = .18, p = 0.01$ )، في حين لم نعثر على ارتباط مع حالة الانسحاب ( $r = -.013, p = .827$ ) (انظر الجدول ٠٨).

وتشير Cary Horvath إلى أن النتائج التي توصلت إليها في دراستها، تؤكد على العموم، علاقة الارتباط بين حجم المشاهدة وعوامل الإدمان على التلفزيون، فالذين يكثرون المشاهدة هم الأكثر عرضة للشعور بالمشاكل التي تسببها المشاهدة، والمشاهدة الكثيفة، والرغبة الملحة في المشاهدة، وحالة الانسحاب\*<sup>٢٢</sup>. على سبيل المثال علاقة المشاهدة التي تسبب مشكلة مع البارحة ( $r = .34, p = 0.01$ )، ومع عادة ( $r = .31, p = 0.01$ ).

جدول (٨) حجم المشاهدة مع الإدمان

الانسحاب	الرغبة في المشاهدة	المشاهدة الكثيفة	المشاهدة التي تسبب مشكلة	
.096	.185**	.187**	.123*	مشاهدة الباردة
-.013	.183**	.199**	.218**	حجم المشاهدة عادة

\*\* ارتباط ذو دلالة عند مستوى ٠.٠١ (ذو ذيلين).

\* ارتباط ذو دلالة عند مستوى ٠.٠٥ (ذو ذيلين).

## ٢ . ٤ .: علاقة الارتباط بين انتقائية المشاهدة والإدمان على المشاهدة.

يظهر الجدول ( ٠٩ ) كيف أن الانتقائية ليست عاملا حاسما في الإدمان على المشاهدة بالنظر إلى عدم ارتباطها بعوامل مقياس المشاهدة، إذ باستثناء الأوبرا الصابونية التي ترتبط بصفة ضعيفة مع كل من المشاهدة التي تسبب مشكلة ( $r = .12, p = 0.05$ )، و مع المشاهدة الكثيفة ( $r = .12, p = 0.05$ )، فإن الأنواع التلفزيونية الأخرى لا ترتبط مع أي عامل من عوامل مقياس المشاهدة. ( انظر الجدول ٠٩ ).

وتأتي هذه النتائج مخالفة لتوقعات ( Alain M. Rubin, Elizabeth M. Perse, Donald S. Taylor )، و (Rubin 1981، 1983 )، و (Rubin, Perse, & Powel, 1985 )، و ( Hawkins & Pingree )، و ( Signorielli, 1986 )، ومدعمة إلى حد بعيد لنتائج ( Gerbner et al., 1979 ). الذي يقول أن المشاهدة التلفزيونية لا تستجيب لضرورة انتقائية، بقدر ما تستجيب لطقوس عادية، وأن الفرد يتعامل مع التلفزيون كنسق متكامل، بغض النظر عن التنوع المفترض بين برامجه.

جدول ( ٩ ) يوضح ارتباط الانتقائية في المشاهدة مع الإدمان على المشاهدة

الانسحاب من المشاهدة	الرغبة في المشاهدة	المشاهدة الكثيفة	المشاهدة التي تسبب مشكلة	
.048	.050	.088	.077	أفلام المغامرات
.018	.033	.017	-.033	المسلسلات التلفزيونية
-.047	.031	.025	.079	الكوميديا
-.030	-.033	.129*	.126*	الأوبرا الصابونية
-.053	-.027	-.058	-.090	الأخبار

\* ارتباط ذو دلالة عند مستوى ٠.٠٥ ( ذو ذيلين).

#### رابعاً: مناقشة نتائج البحث

#### وهم الانتقائية في تجربة المشاهدة التلفزيونية.

رغم أن الدراسات والبحوث الخاصة بدراسات الجمهور والتلقي، انتقلت منذ الأربعينيات من القرن الماضي إلى اعتبار أن الفرد الذي يتعرض للتلفزيون ينتقي من البرامج التي تعرض عليه. إلا أنه لا يمكن أخذ هذه الملاحظة على أنها مسلمة لا رجوع عليها، خاصة أن الدراسات التي أعقبت هذه المرحلة إلى يومنا هذا تؤكد أن هذا لا يحدث دائماً، ونجد دراسات التنقيف تأخذ هذا المنحى.

إلا أن الدراسات مثل التنقيف لا تعيد النظر في مبدأ الانتقاء، كخيارات فردية شخصية أمام الشاشة التلفزيونية، ولكنها تعيد النظر في دلالة الانتقاء، ولا تكفي بالاهتمام الأحادي بالمتلقي، وإنما تثير الانتباه إلى طبيعة البرامج التلفزيونية، وتطرح التساؤلات حول حقيقة التنوع في هذه البرامج، وبالتالي حقيقة اختيار الأفراد، إذ أنها تفترض أنه إذا كان التنوع في البرامج التلفزيونية شكلي ووهمي فإن الفرد المشاهد في الحقيقة لا يختار، بحكم أنه يختار بين برامج متماثلة.

وكما اشرنا إليه سابقاً تفرع عن الدراسات المرجعية لـ Gerbner اتجاهان يختلفان في تحديد الأهمية التي توليها النظرية إلى الانتقاء كسيرورة للمشاهدة. ويهمننا في هذا السياق، رأي الذين يشككون في الانتقاء كسيرورة حقيقية.

تشير Signorielli لدى مناقشتها لنتائج دراستها حول "حدود الانتقاء أثناء المشاهدة"

إن إمكانية اختيار الأنواع ( أي أنواع البرامج ) لا تكون كثيرة في أية فترة من الفترات . وينبغي للمشاهد أن يكون مجتهدا حتى يختار البرامج التي لا تحمل عنفا.. ثم، حتى إذا افترضنا أن المشاهد يستطيع التنقل بوعي على قائمة البرامج، فإن رسائل مماثلة من القوة النسبية (relative power)، وتأثير الطابع الفردية ( efficacy of individual characters) ستكون الطاغية عبر الأنواع ( genres ). وبدون شك فإننا سنجد أن الاختلاف بين الرسائل حول التشكيلية الديمغرافية لعالم التلفزيون، والنماذج التي تمثل الذكر والأنثى، ومختلف المواضيع المهمة أو الأخلاق، سيكون طفيفا من نوع إلى نوع<sup>٣٣</sup>.

ولقد أوصلتنا نتائج الدراسة إلى تدعيم افتراض Gerbner الذي يعتبر مشاهدة طقوسية عادتوية أكثر من كونها انتقائية، بحيث لم تظهر دلالات تذكر في علاقات الارتباط بين انتقاء البرامج، وعوامل مشاهدة التلفزيونية (انظر الجدول ٠٩)، مما يعني أن مشاهدة أفراد العينة لا تقوم على أساس الاختيار، إذ أن الحجم الساعي الذي يقضيه الأفراد لا يرتبط بأي حال من الأحوال باختيار أو انتقاء برامج معينة، ويمكن أن يفسر هذا أيضا بالوقت الذي يقضيه المشاهد في المشاهدة، إذ أن الاختيار سابق ويفترض انه العامل الذي يتحكم في مشاهدة الفرد كما وكيفا، وبحكم غياب هذا الانتقاء والاختيار القبلي، فإن الفرد يقضي وقتا، ويستغرق زمنا في المشاهدة، من دون أن تكون لديه حدود مسبقة لهذه المشاهدة أو أدوات للتحكم فيما.

ونضيف إلى العوامل السابقة، السياق الاجتماعي الذي يتواجد فيه أفراد العينة، حيث تكون إمكانيات الاختيار محدودة اجتماعيا وثقافيا، وأكثر من هذا، فإن الأفراد يخفون اختياراتهم إذا وجدت ولا يظهرونها، ويحرصون دوما على مسايرة التوجه العام الذي يضمن لهم القبول الاجتماعي. ويمكن أن نبرز هذه الظاهرة في حدث ظهور البرابول في الجزائر.

عند أول بدايات ظهور الهوائيات الأولى على السطوح في الجزائر، كان المبرر الأساس لكل فرد يسعى إلى اقتناء هذه الوسائل، هو الأخبار والرياضة ( والغريب أن الدراسات تكاد تجمع على أن الأفلام والمسلسلات هي البرامج الأكثر مشاهدة )، ورأينا أفرادا يقومون بحملات شرح تبريرية، للأسباب التي تدفعهم إلى اقتناء البرابول قبل القيام بذلك بأسابيع كاملة، سعيا منهم لإيجاد قبول الجماعة لسلوكهم، على الرغم من أن فعل اكتساب البرابول فعلا فرديا لا دخل للجماعة فيه، وأن اختيارات الفرد لما يشاهده ترتبط باحتياجاته الفردية ورغباته التي يريد إشباعها.

ولعل هذه العلاقة المبهمة بين سعي الفرد إلى تلبية حاجة معينة من المشاهدة<sup>٣٤\*</sup>، وضغط المجتمع من خلال تحديد ما ينبغي مشاهدته، انطلاقا من مواقف مبدئية مزعومة تجاه التلفزيون (وهي المواقف التي تكون غالبا سلبية )، من شأنه أن يدخل الفرد المشاهد في تناقضات وجدانية، بين ما يحتاج إليه من الوسيلة، والذي يلبيه في آخر المطاف - لان المشاهدة تحدث بصفة فردية لا جماعية- وبين ما ينبغي مشاهدته من وجهة نظر المجتمع، وهذه الأخيرة هي التي تعطيه الشرعية، والمشاهد يعي أهميتها



جيدا لأنه يعلم انه في حاجة إلى تيريرها من خلال النقاشات الجماعية في الأحياء، والمقاهي، والساحات، والمساجد، وحتى الجامعات، فيجد نفسه أمام الشاشة يقضي الساعات الطوال في المشاهدة من أجل المشاهدة، مثلما يؤكده Rubin<sup>٢٥</sup> في دراسته، بحيث وجد أن الأفراد يشاهدون التلفزيون بدون أفضلية بين البرامج، وأن الكثير من الذين يستخدمون التلفزيون، يفعلون ذلك من أجل التسلية أو الاسترخاء، أو قضاء الوقت. وانطلاقا من هنا فإننا نجد أنفسنا أمام مشاهدين يشاهدون مع الشعور بالذنب، ويكون هذا لعدة أسباب:

- منها أن الفرد لا ينوي المشاهدة المسبقة لذلك الكم من البرامج، وإنما يجد نفسه منغمسا في المشاهدة وهو في أثناءها، وهذا ما يؤكد توزيع أفراد العينة على البنود ( ١٨ ، ١٩ ، ٢٠ )<sup>٢٦</sup> بحيث قدرت المتوسطات الحسابية بـ (  $m = 3.715$  )، (  $m = 3.739$  )، (  $m = 3.856$  ) في حين أن انحرافاتها عن المتوسط كانت (  $SD = 1.165$  )، (  $SD = 1.170$  )، (  $SD = 1.150$  ) ، وهو ما يعني أن أفراد العينة يؤكدون على أن إكثارهم من المشاهدة وانغماسهم فيها، لا ينطبق مع خياراتهم السابقة للمشاهدة، إذ أن انحرافهم إلى اليمين يؤكد موافقتهم لذلك.

- قد يعود السبب الثاني إلى أن الفرد المشاهد من عينة البحث، لا يعبر دائما عن البرامج التي يرغب في مشاهدتها، أو تلك التي يشاهدها حقيقة، فيجد نفسه يعبر عن مشاهدة برامج معينة في العلن بينما هو يشاهد برامج أخرى في الخلوة. وقد يعود سبب ذلك إلى أن هذه البرامج لا تلقى استحسان الجماعة، وقد تؤدي إلى عزله اجتماعيا، أو أنها لا تتناسب ومستواه أو وضعيته الاجتماعية، وهو ما قد يؤدي إلى استصغاره في محيطه القريب. ولقد أظهرت النتائج أن المشاهدة التي تسبب مشكلة، تحدد إلى حد بعيد بعض اتجاهات الأفراد الاجتماعية .

لهذا ليس من الصدف أن يكون البرنامج الوحيد الذي كانت له علاقة ارتباط مع حجم المشاهدة هو الأفلام الليلية، لأن المشاهدة الانتقائية والاختيارية والفردية هي مشاهدة ليلية، وربما هي الفترة الوحيدة التي يتخلص فيها الفرد من قبضة المجتمع. وكما تقول Signorielli :

" من الصعب تماما أن نتصور مشاهدا يداوم على المشاهدة التلفزيونية، وشخصا يشاهد التلفزيون أربع ساعات أو أكثر يوميا، لا يتعرض إلى البرامج التي تبث في ساعات المشاهدة القصوى ( *prime time programming* )، لأن المشاهد المداوم الذي لا يتعرض إلا للأخبار، والرياضة، و *talk shows* يعتبر نادرا"<sup>٢٧</sup>

ولقد تأكد لنا من خلال هذه الدراسة، أن اتجاه أفراد العينة نحو الأفلام أهم من اتجاههم إلى برامج أخرى، لاسيما الأخبار. ولكن لماذا الأخبار؟ لأن الأخبار قد تكون في سياق مجتمع البحث، البرنامج الوحيد الذي يمكن مشاهدته جماعيا ( بالإضافة إلى الرياضة، ولكن بحكم أن الرياضة ليس بالبرنامج اليومي، فإننا نقاديناها حتى لا يحرف ( *Biaiser* ) نتائج البحث. وهذا يعكس تماما ما سبقت الإشارة إليه آنفا، من التناقض الذي يمكن أن يعيشه الفرد، بين الحاجة إلى تلبية احتياج فردي، وضرورة الحصول

على القبول من الجماعة، من خلال الاشتراك معه في ما أسميه "بالبرنامج الذريعة" (Le Programme alibi)، ويتأكد هذا أكثر عند التدقيق في الفروق المميزة لعينة البحث، إذ أظهرت اختبارات الـ Chi مربع (Chi Square) فيما يخص انتقائية المشاهدة كما يلي:

فيما يتعلق بمتغير الجنس كان له دلالة مع الأفلام ( $\chi^2 = 15.379, P = .000$ )، ومع المسلسلات الليلية ( $\chi^2 = 17.675, P = .000$ )، في حين كان لمتغير المستوى التعليمي تدخل في تفسير الفروق الموجودة لدى عينة البحث في اختيارها للأخبار ( $\chi^2 = 25.995, P = .000$ ).

وتؤكد هذه النتائج فكرة البرنامج الذريعة، خاصة إذا علمنا أن نتيجة الأخبار في المشاهدة الكلية كانت قليلة، مقارنة بالبرامج الدرامية الأخرى، إلا أنها ظهرت ذات دلالة عند الجامعيين الذين وجدوا أنفسهم في حاجة إلى تبرير وضعيتهم الاجتماعية، وهو ما لم يرق به تلاميذ الثانوية، لأنهم ليسوا في حاجة بعد إلى ذلك (متوسطات الجامعي = ١٦١.١٤، مقابل الثانويين = ١١٤.٠٠).

وتبين هذه النتيجة أن مشاهدة عينة بحثنا عموماً هي مشاهدة طقوسية، لا تستجيب لعوامل الانتقاء، وهذا يدعم التوجه الكلاسيكي لدراسات التنقيف، وهو توجه Gerbner و Signorielli وغيرهما.

والحقيقة أنه عندما عملت Signorielli على الإجابة على الانتقادات الموجهة لمنهجية التنقيف (العودة إلى البناء المنهجي للبحث) أكدت على أنها وكل الذين يمثلون التوجه الكلاسيكي، لا ينكرون مبدأ الانتقائية - والحقيقة أننا لا نتصور من ينكر هذا المبدأ بعد دراسة "اختيار الشعب" - بقدر ما أنها تؤكد على قوة التلفزيون، وقدرته على إيهام المشاهد أنه (الهاء تعود على المشاهد) هو الذي يتحكم، وأنه هو الذي يختار.

وهذا الرأي يؤكد Gerbner عندما يقول أن هذه الخيارات لا تخرج عن الإطار العام لخيارات المنتج (المقصود هنا المنتجين في التلفزيون بصفة عامة)، والدراسة التي قامت بها Signorielli على البرامج التلفزيونية التي تبث في ساعات المشاهدة القصوى، كونها الفترة التي لا يمكن لمشاهد التلفزيون أن يخطئها، وإلا لا يمكن اعتباره مشاهداً للتلفزيون. فوجدت تماثلاً كبيراً بين مختلف القنوات، بحيث أنها جميعها تبث الأخبار، الدراما الليلية سواء كانت فيلماً أو مسلسلاً، و Talk Show، وإضافة إلى التشابه في الأنواع فإنها توصلت إلى أن هناك تماثلاً في المضامين والقيم التي تروجها مختلف هذه البرامج.

وانطلاقاً من هذا فإن القول بأن المشاهدة عادتوية طقوسية لا يعني أبداً أن الفرد أثناء مشاهدته لا ينتقل بين القنوات ويختار، وإنما الذي نقصده هو أن فعل المشاهدة لا ينبني على أساس الانتقاء والاختيار السابق لهذه المشاهدة، ولهذا نقول أن الانتقاء موجود، ولكنه ليس المحدد الأساس للمشاهدة. ولقد تأكد لنا هذا في علاقات الارتباط التي خالفت التوقعات الانتقائية، بحيث جاءت جميعها بلا دلالة باستثناء الأوبرا الصابونية.

الجدول رقم ( ١٠ ) يوضح علاقة الارتباط بين الانتقائية وعوامل الإدمان على المشاهدة

الانسحاب	الرغبة في المشاهدة	المشاهدة الكثيفة	المشاهدة التي تسبب مشكلة	
.048	.050	.088	.077	أفلام المغامرات
.018	.033	.017	-.033	المسلسلات التلفزيونية
-.047	.031	.025	.079	الكوميديا
-.030	-.033	.129*	.126*	الأوبرا الصابونية
-.053	-.027	-.058	-.090	الأخبار

وهذا يعكس تماما ما أشرنا إليه من التذبذب وعدم الوضوح في العلاقة بين أفراد العينة والتلفزيون.

#### أ- المشاهدة مشكلة في مقابل المشاهدة العادية (الإدمان على المشاهدة بين حجم المشاهدة وطبيعة المشاهدة).

سبق وأن ذكرنا أن الدراسات اتجهت أساسا إلى تحديد العلاقة بين المشاهد والمشاهدة والتلفزيون، من خلال ربط ذلك بالحجم الساعي الذي يقضيه الفرد أمام الشاشة، وظهرت بذلك العديد من الدراسات والبحوث عملت على تصنيف المشاهد من خلال الساعات التي يشاهدها، فنقول أن الذي يشاهد التلفزيون كثيرا يمكن اعتباره مدمنا ( بالإضافة إلى عوامل أخرى بطبيعة الحال )، وهذا أدى إلى وضع تصنيف أولي يعتبر أن هناك نوعين من المشاهدة، لدينا المشاهدة العادية أو الطبيعية من جهة، ويقابلها المشاهدة المرضية، وهي التي تخرج عن العادة.

اختلف الباحثون في تحديد حجم المشاهدة، فمن الذين يرون أن ثلاث ساعات يوميا يمكن أن تؤدي إلى علاقة إدمانية، ومنهم من يرى أن أكثر من خمس ساعات يؤدي إلى الإدمان، وهناك من يذهب إلى العشر ساعات فما فوق. إلا أن المبدأ الذي يتفق عليه الجميع بغض النظر عن عدد الساعات، هو اتخاذ الحجم الساعي للمشاهدة كافتراض على وجود علاقة حقيقية و قوية، بغض النظر عن طبيعتها، وقبل البحث حتى عن طبيعة هذه العلاقة، فإنهم يعتبرون أن حجم المشاهدة يشكل مؤشرا قويا لقيام العلاقة افتراضا، ولهذا ليس اعتباطا أن أسئلة حجم المشاهدة نجدها دائما مستقلة عن مقاييس

الإدمان على المشاهدة، لان التأكد من التوجه إلى الأفراد المعنيين بالظاهرة مرحلة سابقة لمرحلة البحث عن خصوصيات المشاهدة، التي تطلعتنا على أبعاد هذه المشاهدة وعلاقتها بالحجم. وعلى هذا فان معرفة دلالة الساعات التي يقضيها الأفراد أمام التلفزيون في علاقتها مع المفاهيم المشكّلة لمقياس الإدمان على المشاهدة جد ضروري. لأن هناك الكثير من الهواجس التي تؤرقنا، والتساؤلات التي تشغلنا، مثل التساؤل عن الذي يعنيه الإدمان على التلفزيون في سياقنا الثقافي، أو الاستفهام عن حجم المشاهدة في سياق اجتماعي تكون فيه فرص المشاهدة الفردية مقلصة، لأسباب التي تم شرحها في العنصر السابق. وهذا يدفعنا في إطار افتراضات البحث أن ننتبأ بان أفراد العينة يرتبطون بالتلفزيون من خلال عامل الرغبة في المشاهدة أكثر من ارتباطهم بالمشاهدة الفعلية التي لا تكون دائما في متناولهم.

#### ب- السياق الاجتماعي كمدعم للتماثل في المشاهدة.

تشير Cary Horvath إلى أن النتائج التي توصلت إليها في دراستها، تؤكد على العموم، علاقة الارتباط بين حجم المشاهدة وعوامل الإدمان على التلفزيون، فالذين يكثر من المشاهدة هم الأكثر عرضة للشعور بالمشاكل التي تسببها المشاهدة، والمشاهدة الكثيفة، والرغبة الملحة في المشاهدة، وحالة الانسحاب من المشاهدة ( انظر التحليل الاحصائي)، إلا أن دراسة هذه الأخيرة لم تتجاوز هذا الحد من التفسير لعدة أسباب أهمها مرتبطة بالهدف من دراستها إذ تقول :

" أن الهدف من البحث يكمن في اكتشاف معنى التمييز الامبريقي بين المشاهدة العادية أو الطبيعية والمشاهدة التلفزيونية التي تسبب مشكلة من خلال اختيار الشروط التي يستخدمها الطب النفسي في كشف المواد المدمنة"<sup>٣٨</sup>

ولهذا اكتفت بالبحث عن العلاقة بين حجم المشاهدة والإدمان عليها، وأغفلت الانعكاسات الاجتماعية التي يمكن أن تنجر من هذا النوع من العلاقات، ولهذا تنصح بالأخذ بعين الاعتبار الأبعاد الاجتماعية في هذه العلاقة.

ومن جهة أخرى فإننا نلاحظ أن Rubin et al لم يثبتوا في دراستهم المشار إليها سلفا، الارتباط الموجب بين حجم المشاهدة العامة، والقيم الايجابية التي أضافوها جراء تقديم لمنهجية التنقيف(الرجوع إلى البناء المنهجي للبحث)، وعلى الرغم من هذا، فإنهم يصرون على أنه من الخطأ الاعتقاد بأن التلفزيون لا يملك إلا آثارا سلبية.

وعلى خلاف نتائج Rubin et al فإن ما توصلنا إليه في هذه الدراسة من نتائج، يسمح لنا بربط العلاقة بين حجم المشاهدة وعوامل الإدمان عليها، بحيث جاءت أكثر العلاقات ذات دلالة في الارتباط و هي على النحو الآتي:

مشاهدة البارحة والإدمان على المشاهدة موجبة بحيث أن مشاهدة البارحة لها ارتباط مع المشاهدة التي تسبب مشكلة ( $r = .12, p = 0.05$ )، ومع المشاهدة الكثيفة ( $r = .18, p = 0.01$ )، وكذلك مع الرغبة في المشاهدة ( $r = .18, p = 0.01$ )، بينما حالة الانسحاب من المشاهدة لا يرتبط مع حجم المشاهدة البارحة ( $r = .09$ ) وهذا يدل على أن الأفراد لا يشعرون بضرورة الانسحاب من المشاهدة على الرغم من أنهم عبروا بقوة أن المشاهدة تسبب لهم مشكلة، وهذا يمكن تفسيره ليس فقط بحجم المشاهدة وإنما بالمشاهدة فقط.

فالنتائج التي توصلنا إليها فيما يخص متوسطات المشاهدة التلفزيونية وانحرافاتهما، تتوزع بصفة معتدلة مع انحرافها نحو الكثرة، ولكنها معتدلة في غالبيتها، مما يعني أننا لسنا أمام عينة مدمنة عموماً، على الرغم من أن الاعتدال في بحثنا هذا قدر بالثلاثة إلى الخمس ساعات يوميا ( ويعود السبب إلى أننا إذا قمنا بعملية حسابية بسيطة، نجد أن الفرد الذي يشاهد في اليوم الواحد، الأخبار، ثم فيلماً، و/أو حصة تلفزيونية فإننا في حدود الخمس ساعات بكل سهولة، وتعتبر هذه مشاهدة عادية ). ومن هنا فإن الكثرة قد تكون نسبية من شخص إلى آخر، بالنظر إلى ظروفه، ومحيطه، وحتى بالنظر إلى حاجته التي يرغب في إشباعها من خلال تعرضه للتلفزيون، ولهذا لا يمكن الاكتفاء بالحجم فقط لتحديد الإدمان، وإنما ينبغي البحث عن العلاقة بين الحجم وعوامل الإدمان حتى نتمكن من تصنيف مشاهدة الأفراد.

وتؤكد النتائج المرتبطة بعادة الفرد في المشاهدة الملاحظات التي أسلفنا ذكرها، إذ جاءت جميعها مؤكدة لعلاقات الارتباط بين المشاهدة المدمنة وكل العوامل المشكلة لها باستثناء حالة الانسحاب، وجاءت النتائج كما يلي:

علاقة الارتباط بين حجم المشاهدة عادة مع المشاهدة التي تسبب مشكلة موجبة ( $r = .21, p = 0.01$ )، وهي كذلك مع المشاهدة الكثيفة ( $r = .19, p = 0.01$ )، والرغبة في المشاهدة ( $r = .18, p = 0.01$ )، في حين لم نعثر على ارتباط مع حالة الانسحاب ( $r = -.01$ ).

وبهذا لم يظهر اختلاف في حجم المشاهدة بين المشاهدة الآتية، وتلك التي تعود عليها المبحوث يوميا، فقد أبرزت نتائج هذين العاملين، أن المشاهدة العادية كما المشاهدة الآتية، لهما ارتباطات ايجابية مع عوامل الإدمان على المشاهدة، وهذا يعني أن زيادة حجم المشاهدة العادية والآتية يزيد في عوامل الإدمان على المشاهدة، وإذا نقصت فإن عوامل الإدمان تنقص.

وعلى صعيد آخر فإن علاقات الارتباط بين عوامل الإدمان على المشاهدة فيما بينها تقدم لنا مؤشرات على الإدمان على المشاهدة التلفزيونية من طرف عينة البحث. إذ أن تحليل بنود مقياس الإدمان على المشاهدة التلفزيونية والتأكد من صدقها وثباتها، أبرزت معاملات ارتباط "بيرسون" ذو ذيلين،

أن العوامل المكونة لمقياس الإدمان على المشاهدة تتربط فيما بينها باستثناء معامل حالة الانسحاب. وجاءت نتائجها كما يلي:

وجد أن المشاهدة التي تسبب مشكلة لها علاقة ارتباط موجبة مع كل من المشاهدة الكثيفة ( $p = 0.01$ ،  $r = .66$ )، والرغبة في المشاهدة ( $p = 0.01$ ،  $r = .52$ )، وكذلك الأمر بالنسبة للمشاهدة الكثيفة التي لها علاقة ارتباط موجبة مع الرغبة في المشاهدة ( $p = 0.01$ ،  $r = .53$ )، كما أن علاقة ارتباط الرغبة في المشاهدة بحالة الانسحاب موجب ( $p = 0.01$ ،  $r = .158$ ).

وتؤكد هذه النتائج أن المشاهدة التلفزيونية تسبب لأفراد العينة حرجا حقيقيا إذ أنها تعتبر بالنسبة إليهم مصدرا لحدوث مشاكل، ومن جهة أخرى هي مصدر هذه المشاكل، والملفت للانتباه أنه على الرغم من هذا الانطباع والشعور، إلا أنهم لا ينسحبون من المشاهدة، وهنا نتحدث عن المشاهد المداوم الذي يشاهد التلفزيون بكثافة، وهذا يعني أنه يعيش تجربة المشاهدة لا من حيث حجمها فقط، وإنما بكل ثقلها النفسية.

ومن جهة أخرى، فإن أفراد العينة على الرغم من شعورهم بالآثار السلبية للمشاهدة (وهنا لا أقصد بالسلب، حكم القيمة الذي يحيلنا إلى السيئ، وإنما أقصد الانزعاج الذي يشعر به الفرد المشاهد أمام الشاشة بغض النظر عن طبيعة المشاهدة) إلا أنهم يعبرون عن الرغبة في المشاهدة والمزيد من المشاهدة.

نلاحظ أن هذه النتائج تتقاطع مع تلك التي توصلت إليها Cary Horvath<sup>٢٦</sup> في دراستها Measuring Television Addiction على أن المشاهدة التي تسبب مشكلة لها ارتباط موجب مع كل من المشاهدة الكثيفة ( $p = 0.01$ ،  $r = .62$ )، وكذا الرغبة في المشاهدة ( $p = .65$ ،  $r = 0.01$ )، بالإضافة إلى أن المشاهدة الكثيفة لها ارتباط موجب مع الرغبة في المشاهدة ( $p = .64$ ،  $r = 0.01$ )، وأيضا بالنسبة للرغبة في المشاهدة مع حالة الانسحاب ( $p = 0.01$ ،  $r = .39$ ).

وهذا يؤكد على أن الخلفية الثقافية الاجتماعية بكل مكوناتها لا تغير كثيرا في طبيعة العلاقة مع التلفزيون، على الأقل في جانبها الطقوسي العادتي، وهذا ما تأكدنا منه، من خلال تطابق النتائج بين دراستنا هذه والدراسات السابقة التي أنتجت في سياقات ثقافية مختلفة (أمريكا استراليا، الأرجنتين، تاوان...)، وهذا يدفعنا إلى بعض الاستنتاجات:

- التأكيد على أن التلفزيون لا يتجه إلى تغيير أو تحويل معتقدات الناس العميقة التي ترتبط بأبعادهم الوجودية، وهو ما يجعل أن أفرادا مختلفين عقديا واثنيا وسياسيا وثقافيا ودينيا، بإمكانهم التعرض إلى ذات المحتوى والتعبير عن ردود أفعال متماثلة من دون أن يغير ذلك من انتماءهم العقدي الوجودي الاثني، ومن دون أن يشعروا.

- إن العولمة الاتصالية وتحول العالم إلى قرية كونية كما يقول ماكلوهان يدعم وظيفة التلفزيون الترفيهية، ويدعم خصوصياتها الامتثالية والمعيارية، والسطحية.

- أكثر من هذا، فإن بعض الخطابات التي تظهر على أنها خطابات رافضة لمحتويات التلفزيون (واقصد هنا بعض الخطابات الدينية المحافظة )، ومنددة به، تكون في حقيقة الأمر هي المدعم الموضوعي للامتثالية التلفزيونية، وأن هناك تماثل كبير بين هذا الخطاب والخطاب التلفزيوني. فكلاهما يدعوا إلى الامتثالية والمعيارية في التعرض للرسالة ( التلفزيوني منه والخطاب الديني )، وكلاهما يعيد الفرد إلى خصوصياته الانثروبولوجية التي تعمل على إلغاء التجربة التاريخية للإنسان، وتعيده إلى خصوصياته الفطرية، التي يفقد فيها الفرد كل قدرة على التفكير انطلاقاً من هذا التراكم التاريخي، وهذا من أجل إعادة بناءه من جديد وجعله عرضة للتبسيط والسذاجة، وفي هذا الصدد يشير " Morin Edgar " في حديثه عن طبيعة الخطاب التلفزيوني ويقول:

« *Ce cosmopolitisme a une double nature : d'une part, une nature anthropologique, c'est-à-dire un tronc commun à l'homme de toute les civilisations : ce tronc commun, c'est non seulement ce langage d'images propre au cinéma, à la presse écrite, à la télévision, à la publicité, ce sont aussi les passions premières ou fondamentales, c'est la puissance de stimulation des processus de projection et d'identification qui reconstituent « cette mentalité mystique et concrète » dont parle Vendryés... Effectivement, la culture de masse fait appel aux dispositions affectives d'un homme imaginaire universel, proche de l'enfant et de l'archaïque, mais toujours présent dans l'homofaber moderne. Effectivement, un des fondements du cosmopolitisme de la culture de masse est l'universalité des processus du « tronc archaïque » du cerveau humain et l'universalité de l'homme imaginaire »<sup>٤١</sup>*

وعلى مستوى آخر نجد "محمد أركون" يتحدث عن مفهوم "الأسطورة الأيديولوجية" ( *mytho idéologique* ) في تشريحه للخطاب الديني فيقول:

" ينبغي الحديث عن تمويه منظم لممارسة أيديولوجية تحت لباس/غطاء، وتحت أهداف، ووراء قيم، معروضة علينا، من أجل أن ندركها، ونفكر فيها، ونعيشها كمعتقدات، وأفكار دينية، تحكم صحة العلاقة بين الإنسان والله. ووظيفة التمويه هذه لخطاب حقيقي بخطاب شكلي ( *formel* ) - لا نجراً القول خيالية- هو ما نقصده بمفهوم الأسطورة الأيديولوجية."<sup>٤١</sup>

ويضيف تأكيداً لما اشرنا إليه سابقاً على أن الإقصاء، والعزل، ورفض كل ما يمكن أن يشكل تراكمًا عقلياً من خاصيات الفكر في السياق الإسلامي:

"إن النسيان، والإقصاء، والنبد (*L'oublie, la mise à l'écart, le rejet*) هي فصول مهمة في تاريخ الفكر في السياق الإسلامي المعاصر. هناك نكران، ومحو إرادي، لفصول كبيرة من الفكر الكلاسيكي، كصفحة الأُسنة العظيمة التي لا يمكن فصلها عن الفلسفة."<sup>٤٢</sup>

لأن الذي يميز المتلقي - أي متلق - عن غيره هو ذلك التراكم الثقافي التاريخي الذي يمكنه من قراءة متميزة للأشياء بناءً على هذا الرصيد، وعندما نتحدث عن سياق تاريخي ثقافي متميز، لا شك أننا لا نقصد الجغرافيا بقدر ما نتحدث عن التاريخ الطويل الذي شكّل هذا الفرد ومكّنه من أدوات متميزة، تسمح له بالنظر إلى الأشياء بطريقة مختلفة عن نظرة ذلك الذي تم تشكيله بطريقة تاريخية مختلفة.

وعندما يتحدث أركون عن هذه الخصوصية في الإطار الإسلامي، وهي خصوصية الإقصاء والتهميش فهذا يعني أننا أمام خطاب ينفي التراكمية، ويعيد الأشياء إلى طبيعتها الأولى، وينفي التجربة البشرية، الوحيدة الكفيلة بتقديم الحصانة الثقافية للفرد في أي سياق أو مكان، وتعطيه الخصوصية، والميزة عن الآخرين. ولكن إذا كان العكس هو الحاصل، وهذا ما يؤكد أركون، فهذا يعني أننا أمام فرد لا تاريخي، لا تراكمي، ليس له تجربة، وهو ما يعني أننا أمام أفراد عرضة لتبني أية تجربة خيالية تدمجهم في الحضيرة الإنسانية.

وهذا ما تحدث عنه Morin في ما ذكرناه سابقاً، من أن الخطاب التلفزيوني يتجه إلى هذا النوع من الجمهور المهياً نفسياً لتلقي الرسالة. لأن مثل الخطاب الذي يعيد الإنسان إلى خصوصياته الانثروبولوجية الأولى، إنما يقوم بإزالة العقبات أو العوائق التي يمكن أن تقف بين الفرد المشاهد والخطاب التلفزيوني. وهو الأمر الذي تؤكد دراسة مقارنة لآثار التنقيف على المراهقين في تايوان (Taiwan) والأرجنتين (Argentina) قام بها Morgan و Shanahan توصلوا من خلالها إلى أن مجتمع مثل الأرجنتين، أين يتعرض الأفراد إلى كم هائل من البرامج الأمريكية تكون آثار المشاهدة الضخمة والتنقيف بارزة على أفرادها، بينما وجدنا أن المجتمع التايواني الذي يتسم بالرقابة الحكومية لوسائل الإعلام، وندرة وجود البرامج الأمريكية، والمشاهدة فيه عادية (في مقابل مدمنة)، فإن آثار التنقيف فيه قليلة.



إلا أنه لا ينبغي أن تفهم هذه الإشارة على أنها دعوة إلى رقابة وسائل الاتصال الجماهيرية، وإنما دراسة Morgan و Shanahan تبرز لنا العلاقة بين المشاهدة التلفزيونية والفرد، والمتغيرات التي يمكن أن تتدخل لتحديد طبيعة هذه العلاقة، ومن بين هذه المتغيرات، ثقافة المجتمع، أو الامتناع (أو/والمنع) عن المشاهدة. والحاصل أن بعض المجتمعات التي تعجز على تحصين أفرادها ثقافياً، تقوم بإجبارهم على خيارات ثقافية معينة. وفي الكثير من الأحيان هي نفسها المجتمعات التي تدفع بأفرادها إلى الانتقال بطريقة متطرفة من الرفض الكلي، إلى القبول والإذعان الكلي. ومن جهة أخرى، تؤكد الدراسة أن تعرض الأفراد إلى ذات البرامج تجعلهم يعيشون نفس العوالم الخيالية، رغم اختلاف سياقاتهم الاجتماعية، وهو ما ينتج لنا ما يسميه Morin بالمواطن العالمي.

### خلاصة:

ما يمكن قوله في الأخير على لسان Urrichio "ان القدرة التكنولوجية في حاجة الى الخيال الثقافي لكي تتحول الى ممارسة ثقافية" بمعنى ان الصور والرسائل التلفزيونية موجودة لأن هناك من يحولها الى ممارسات يومية. ولقد سمحت لنا الدراسة بالتوصل إلى أن المشاهدة الانتقائية في سياق الدراسة تكاد تكون وهماً، لأن المصفاة الثقافية التي يحصل عليها الفرد من خلال التراكمات التاريخية الثقافية تكاد تكون مفقودة، وربما هذا الذي يفسر الاقبال منقطع النظير على البرامج التي توفر نماذج حياتية جاهزة، مثل الافلام والمسلسلات الدرامية.

- اتضح من خلال نتائج الدراسة أن المشاهدة هي طقوسية عادتوية، ولا تستجيب بصفة أساسية لمتغير الانتقاء كما طرحته نظرية الاستخدامات واشباع الرغبات، وتشير إليه الدراسات الخاصة بالتكنولوجيات الحديثة للاتصال. واطهر التحليل ان المشاهدة العادية ( وهي المعدل بين المشاهدة اليومية خلال أسبوع ومشاهدة يوم نموذجي ) ترتبط بصفة ايجابية مع عوامل الإدمان وان زيادة حجم المشاهدة يؤدي الى الادمان عليها، والعكس صحيح اي ان التقليل من المشاهدة يؤدي بدوره الى عدم الادمان.

- توصلنا من خلال الدراسة الى أنّ زيادة المشاهدة التلفزيونية أو التقليل منها ليس العامل الوحيد الذي يدفع بالمشاهد الى الادمان على المحتويات، بل إن عوامل الإدمان فيما بينها تؤثر في بعضها البعض، وهذا يعني أنّ تعوّد الفرد على التلفزيون في حياته، يجعله لا يستطيع الاستغناء عنه ولو لمدة زمنية قصيرة، وهذا الشعور بعدم القدرة على الانسحاب يؤكد ان العلاقة بين المشاهد والتلفزيون قد تتطور كما أشرنا إليه مع الإكثار أو التقليل من المشاهدة، ولكن أيضاً وببساطة لأنّ الخيال الذي تعوّد عليه الفرد أصبح حقيقة، وان تعدد الوسائط دعم هذه الفرضية ولم ينفها، لاسيما ان الواحد منا بإمكانه التواجد في اكثر من مكان في نفس الوقت.

## المراجع:

- <sup>1</sup> Jost, F. (2015). Quelles relation au temps nous promet-on à l'ère de l'ubiquité télévisuelle?. *Télévision*. 1 (6) :101.
- <sup>2</sup> Gerbner, G.( 1998 ). Cultivation Analysis: An Overview. *Mass Communication and Society*. 1 (3/4). :191
- \* « The concepts of dependence, reliance, and heavy exposure to television have been difficult to distinguish and tend to overlap. It important for communication researchers to develop standardized meanings for media use”
- <sup>4</sup> Horvath, C.W.(1999). Psychological addiction to television: Scale development and validation. *Communication Studies*. December: 175
- <sup>5</sup> Ibid: 175
- <sup>6</sup> Rubin, A.M., & Windahl, S.(1986). The uses and dependency model of mass communication. *Critical studies in mass communication*, 3, 184-199.
- <sup>7</sup> Gerbner, G., Gross, L.(1976). Living with Television: the violence profile. *Journal of communication*. 26(2):173-199. ; Morgan, M. & Signorelli, N.(1990). Cultivation analysis: conceptualisation and methodology. **In** Signorelli, N. & Morgan, M. (eds). *Cultivation analysis: new directions in media effects research*. Newbury park: sage publications: 13-34.
- <sup>8</sup> Truand, F.(1993). Addiction as a Social Construction: A Post Empirical View. *The Journal of Psychology*. 127(5). :489.
- <sup>9</sup> Rubin, .A.M.(1981). An Examination of Television Viewing Motivation. *Communication Research*. vol. 8:141-165.
- <sup>10</sup> Horvath, C.W.(2004). Measuring Television Addiction. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 48 (3), September: 380.
- <sup>11</sup> McIlwraith, R., Smith, J., Kubey, R., Alison, A.(1991). Television Addiction, Theories and data behind the ubiquitous metaphor. *American Behavioral Scientist*. Vol. 35( Nov/Dec):104-105.
- <sup>12</sup> McIlwraith, R. D.(1998). I, addicted to television: the personality, imagination, and TV watching patterns of self-identified TV addicts. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 42(3):109.
- <sup>13</sup> Ibid: 106.
- <sup>14</sup> Rubin, A.M., Elizabeth M. P., Donald S.T.(1988). A Methodological Examination of Cultivation. *Communication Research*. vol.15(2) ,April:108
- <sup>15</sup> Rubin et al, 1988: 109.
- <sup>16</sup> Ibid: 109
- <sup>17</sup> Ibid: 110
- <sup>18</sup> Rubin et al., 1988:111
- <sup>19</sup> Gerbner et al.(1979). The demonstration of power : violence profile n°10. *Journal of communication*. 29(3): 177-196.
- <sup>20</sup> Hawkins, R.P., Pingree, S., Adler, I.(1987). Searching for Cognitive Processes in the Cultivation Effect. *Human Communication Research*. 13(4): 317-328

\* المقصود بالمشاهدة العادتوية و الطقوسية هو تحول المشاهدة إلى طقوس و عادة يمارسها الفرد بغض النظر عن المحتوى والمضمون ، وهذا يجعل عملية انتقاء البرامج غير حاسمة في تفسير سلوك المشاهدة.

<sup>22</sup> Rubin et al., 1988:111.

<sup>23</sup> McIlwraith et al., 1991:109.

<sup>24</sup> Horvath, 2004: 378-398.

<sup>25</sup> Henson, R.K.(2001). Understanding internal consistency reliability estimates: A conceptual primer on coefficient Alpha. *Measurement and Evaluation in Counselling and Development*, Vol. 34, October: 178.

<sup>26</sup> McIlwraith et al. 1991:110

\* Horvath, 2004: 378-398.

<sup>28</sup> Oppenheim A.N. (1978). *Questionnaire design and attitude measurement*. London: Heinemann Educational, Books Ltd.

<sup>٢٩</sup> يوسف فريد القريوتي(١٩٨٨). إعداد مقياس للاتجاهات نحو المتخلفين عقليا. المجلة العربية للعلوم الإنسانية. ٨ (شتاء): ١٧٦-١٥٨.

<sup>30</sup> Leech, L.N., Barrett C.K., Morgan, A.G.(2005). *SPSS for Intermediate Statistics* (). New Jersey. Lawrence Erlbaum Associates Publishers. Second edition: ١٦ .

<sup>31</sup> Leech et al., 2005:17

<sup>32</sup> Leech et al., 2005:21.

\* تشير إلى انه فيما يخص هذا العامل لم نجد له علاقة ارتبط مع حجم المشاهدة في دراستنا.

<sup>33</sup> Signorielli, N.(1986). Selective Television Viewing: A Limited Possibility. *Journal of Communication*. 36(3), Summer:65.

\* العودة إلى نظرية الاستخدامات و إشباع الرغبات

<sup>٣٥</sup> Rubin, A.M.(1983). TV Uses and Gratification: the Interactions of Viewing Patterns and Motivations. *Journal of Broadcasting*. Vol. 27 :37-51

\* ١٨ = غالبا ما أشاهد التلفزيون لمدة أطول مما كنت انوي، ١٩ = عندما أشاهد التلفزيون يفلت الوقت مني حقا )  
٢٠ = أحيانا انوي مشاهدة التلفزيون لبعض الدقائق و انتهى بقضاء ساعات أمامه

<sup>37</sup> Signorielly, 1986:67

<sup>38</sup> Horvath , 2004:393

<sup>39</sup> Horvath, 2004:387

<sup>40</sup> Morin E.( 1976). *L'Esprit Du Temps*. Paris. Edition le Seuil : 224-225

<sup>41</sup> Arkoun, M.( 2007) *Humanisme & Islam Combats et Propositions*. Alger. Barzakh :269

<sup>42</sup> Arkoun, 2007 :11

# **Study the relationship between TV exposure and factors of TV addiction among university students and high school in Algiers**

**Dr. Aziz Labane**

Senior Lecturer - Department of Communication  
Faculty of Information and Communication Sciences  
Algiers 3 University

## **Abstract**

After the decline of the fever of modern communication technologies, and his predictions on the almost all traditional media that shaped the twentieth century. It records the resurgence of research on TV. This study highlights the complex relationship between the viewer who is exposed continuously and permanently on TV, which later become his first source of information to construct social sense. The study highlights the process of TV addiction, and tries to distinguish it from the ordinary act of watching TV, identifying the elements that cause addiction. We use the scale of TV addiction already used by Cary Horvath. It includes four factors: - View problem – Heavy viewing – Craving – Withdrawal. The result of the study we found that: the selection in the choice of programs to watch is that an illusion. Contrary to popular belief, the cultural and social context does not promote the differences in the levels of reading programs watched. The study was conducted on a sample of adolescents in secondary schools and universities of Algiers.

**Key words:** Television Addiction - Cultivation analysis – Heavy Viewing- Selective Exposure – Social and cultural context.

## Copyright © EPRA 2015

---

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

### **EPRA Publications**

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt  
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: [chairman@epra.org.eg](mailto:chairman@epra.org.eg) - [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg)

Web: [www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

### **Address:**

Egyptian Public Relations Association,  
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Saray, 2 Ahmed El-zayat Street.  
 And also to the Association email: [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg), or [epra\\_cairo@yahoo.com](mailto:epra_cairo@yahoo.com),  
[dr\\_hatematef2000@yahoo.com](mailto:dr_hatematef2000@yahoo.com), after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

# Journal of public relations research Middle East

**I**t is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

## **Publishing rules:**

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.



Journal of Public Relations Research Middle East  
(JPRR.ME)

Scientific Refereed Journal

Seventh issue - April / June 2015

### Founder & Chairman

**Dr. Hatem Saad**

Chair of EPRA

### Editor in Chief

**Prof. Dr. Aly Agwa**

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty  
of Mass Communication - Cairo University  
Chairman of the Scientific Committee of EPRA

### Editorial Manager

**Prof. Dr. Mohamed Moawad**

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of  
Faculty of Mass Communication - Sinai University  
Chairman of the Consulting Committee of EPRA

### Editorial Assistants

**Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty**

Professor of Public Relations  
Misr International University

**Dr. Sadek Rabeh (Algeria)**

Associate Professor of mass communication - Emirati  
Canadian faculty - United Arab Emirates - the former dean  
of Faculty of information and Public Relations - Ajman  
University

**El-Sayed Abdel-Rahman Ali**

Assistant Professor  
Academy of The Arabic Language

### Address

**Egyptian Public Relations Association**

Arab Republic of Egypt  
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

www.epra.org.eg

jprr@epra.org.eg

## Scientific Board \*\*

JPRR.ME

**Prof. Dr. Aly Agwa** (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Thomas A. Bauer**

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

**Prof. Dr. Mona Al-Hadedy** (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Yas Elbaiaty** (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information  
and Humanities, Ajman University of Science

**Prof. Dr. Enshirah el SHAL** (Egypt)

Professor of Media at the Faculty of Mass Communication, Cairo University (State Doctorate in Arts and  
Humanities from France)

**Prof. Dr. Hassan Mekawy** (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Nesma Younes** (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Mohamed Moawad** (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai  
University

**Prof. Dr. Samy Abd Elaziz** (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of  
Information, Cairo University

**Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned** (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

**Prof. Dr. Mahmoud Yousef** (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Samy Taya** (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

**Prof. Dr. Basyouni Hamada** (Egypt)

Professor of media and public opinion, political - Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban** (Egypt)

Professor of printing press at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Hassan Aly** (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of  
Arts - Mina University

**Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael** (Egypt)

Media professor & Head of Department of Culture Media and Children at Ain Shams  
University

**Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen** (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Asun and Mass Communication, Vice President of the  
International University of Egypt

**Prof. Dr. Othman Al Arabi** (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King  
Saud University

**Prof. Dr. Abden Alsharef** (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

**Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat** (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Tahseen Mansour** (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

**Prof. Dr. Mohamed Elbokhary** (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek  
national Ulugbek Beck

**Prof. Dr. Ali Kessaissia**, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

**Prof. Dr. Redouane BoudJema**, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

\*\* Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.





# Journal



# of PR research

## Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association – Seventh Issue – April / June 2015

### Researches in English:

- **Dr. Osman B. Gazzaz** – Umm al-Qura University  
Exposure to Digital Signage and Message Recall: Determining the Effectiveness of the Billboard outside the Prophet's (PBUH) Mosque at Madinah al-Munawwarah 7

### Abstracts Researches in Arabic:

- **Prof. Dr. Enshirah el SHAL** - Université du Caire  
Un piratage de TV5Monde 40
- **Dr. Hala Kamal Ahmed Nofal** - South Valley University  
The Social networking and popular political movement An analytical study on January 25 revolution sites for social networking 42
- **Dr. Mohamed Zen Abd Elrahman** - Minia University  
The relationship between the Egyptians' usage of the Egyptian electronic newspapers and the level of the knowledge about the Yemen crisis 44
- **Dr. Maha Ahmed Abdel Aziem Abdel Wahab** – Ain-Shams University  
The use of Saudi child social networking sites and Its Gratifications: A field study on a sample of children in Riyadh 45
- **Dr. Aziz Labane** – Algiers 3 University  
Study the relationship between TV exposure and factors of TV addiction among university students and high school in Algiers 47
- **Dr. Abd Allah Abd Alla E'Alwazan** – Northern Border University  
The credibility of the means of social communication in the point of Saudi university students 48

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical  
Information Network  
(ENSTINET)

Copyright ©2015 EPRA