

د. ماضوي

العلامة

/20

الاسم واللقب: الخ جاية الخ ذ جيبه ..

* اعتمادا على فهمك اشرح ما يلي:

1- تأثير الدعاية والرأي العام في تطور دراسات جمهور الإذاعة والتلفزيون. (05ن)

الجاذبة إلى خسر الدعاية وإقناع الخ في ادعها... دفع إلى العجب على أسس الوسائل لتحقيق ذلك
وكانت وسائل الإعلام من الخ على الوسائل أسفلا في هذا الخ، فكانت الدعاية جاذبة أصعبها
لرؤية جمهور هذه الوسائل. بغية التعرف على طرق التأثير فيه، وكذا تأثير مضامين الدعاية
عليه، أما إلى أي الخ العام فيدر أساس قدام الخ مقومات الدينامية التي لا حصر
وسعت إلى أساس الخ التي تحاول تحقيق طامح الجمهور وكيفية التحكم فيه وتوجيه
الرأي العام وبناءه...
الخ صاف الدعاية و أهداف السيطرة على الرأي العام كانت تعف
وراء تحويل وتجميع دراسات جمهور الإذاعة والتلفزيون بغية عمله
بشكل أفضل و معرفة مداخل التأثير فيه...

2- العلاقة بين توزيع السلطة داخل الأسرة والتعرض للتلفزيون. (05ن)

في عا صوري لها ولولو وجود طاع... الخ صيات علاقة صايت... الخ الخ التي
يحتلها الخ في اد داخل الأسرة والتحكم في جهاز التلفزيون، حيث تبني
السلطة إلى خذوع القوة والهيمنة داخل الأسرة، ومن يملك السلطة هو
من يتحكم في اختيار البرامج التي يتم مشاهدتها في الخ من الخ صيات،
حيث يغني الخ مثلا صيات الخ على باقي الخ في الأسرة، ويغني الخ بناء
خيار الخ على الخ بناء حيث (يصور) فيه دون نوع الخ الخ، ولحماية البرامج
التي يسمع الخ الخال لمشاخه مثلا...
وتتبع السلطة داخل الأسرة حسب متغيرها الخت و الخ...

يخضع النص الإعلامي إلى عملية إعادة الإنتاج، حيث يتبع أكثر من صيغة وعلى
التي هي مستوى، فهو النص الذي أنتجته الوسيلة الإعلامية، والنص الذي أنتجته
المتلقي حسب فهمه وتفسيره له.
فالنص الإعلامي هو عقد وصدقاء البناء يتصل به عندها هي جهة اخلاية (كلية، صورية،
صوتية، صوتية...) تتناغم مع بعضها بشكل معين من أجل بناء المعنى، هذا
التناغم يتركب تغيير وتأييد لدى المتلقي. كما أن تغيير وسيلة وعي
المتلقي تؤدي إلى تغيير طريقة عنده، ومنه تغير عملية تلقيه
وإستخلاص المعنى منه.

4- الفرق في تفسير تأثير وسائل الاعلام حسب مدخل الفروق الفردية، مدخل الفئات الاجتماعية، مدخل العلاقات الاجتماعية. (05ن)

- 1- مدخل الفروق الفردية: يرى أن الأفراد مختلفون في بناءهم النفسي والاجتماعية
حيث يختلفون في العادات والعقائد والقيم والمبادئ، وأن التجربة
الشخصية تؤثر فيها للقيام، هذه الفروق الفردية هي التي تكون إحصائيات
الجمهور من وسائل الاعلام، وتحدد سلوكهم نحو ما تطلقه هذه الوسائل، وفقاً لمبدأ
التأثيرات (التأثير الثقافي، التحريك الثقافي، التحريك الاجتماعي، التحريك الثقافي).
- 2- مدخل الفئات الاجتماعية: يرى أن الأفراد الذين ينتمون إلى جماعة أو فئة محددة
يتسمون في جملة جوانب تؤثر على سلوكهم ويتصرفون وفقاً لنفس الطريقة.
وعليه يتم ربط سلوكيات الأفراد بوسائل الاعلام، سياسات وخطات معينة
تتبعها لتعريف الجمهور إلى فئات مثل: الدين، النوع، المستوى التعليمي، المستوى
الاقتصادي... الخ، حيث يجمع هذا التصنيف بالأساس سلوك الجمهور نحو وسائل الاعلام.
- 3- مدخل العلاقات الاجتماعية: يرى أن علاقات الفرد بفهم تؤثر على قبوله أو رفضه
للأفكار التي يتناولها وسائل الاعلام، فالعلاقات الاجتماعية تؤثر وتحدد عادات
الناس في التفاعل بوسائل الاعلام، وطرق تلقي منتجاتها وتغييرها والتأثير بها.

بالتوفيق