



جامعة عباس لغرور خنشلة  
ANIG LA GHROUF UNIVERSITY KHENCHELA

Abbes Laghrour University – Khenchela  
Faculty of Social and Human Sciences  
Department of Human Sciences

Course: Media Audience Studies

Level: 3<sup>rd</sup> Year Undergraduate: Communication

Date: 15 January 2026  
Time: 01:30

السؤال الأول: (2 ن)

**“The audience is a commodity.”**

Read the sentence and choose the correct answer:

إشرح في أقل من سطرين ماذا تعنيه الجملة السابقة؟

السؤال الثاني: أكمل الفراغات بالعبارات المناسبة ( 10 ن )

1. في كتاب تقنيات الدعاية في الحرب العالمية (1927)، صوّر هارولد لازويل الجمهور على أنه جمهور..... يمكن التأثير فيها من خلال الرموز والدعاية.
2. تركز الفرضية التي ترى أن الأفراد يفقدون قدرتهم على الحكم العقلاني داخل الحشود على مفهوم.....
3. قدّمت دراسة The People's Choice عام 1944 الأسس الأولى لنموذج تدفق الاتصال على.....، مع التركيز على العلاقات الاجتماعية.
4. يفترض نموذج التأثيرات المحدودة أن تأثير وسائل الإعلام..... وليس مباشراً، إذ يتوسطه السياق الاجتماعي.
5. في قياس الجمهور، يشير Rating إلى نسبة الجمهور.....، بينما يشير Share إلى نسبة المشاهدين..... في تلك اللحظة.
6. من أبرز القيود المنهجية لقياس الجمهور التقليدي هو..... تمثيل الفئات الاجتماعية المتنوعة.
7. العملية التي تقوم بتحويل مفهوم مجرد مثل "إدمان الإعلام" إلى متغير قابل للقياس باسم.....
8. يشير مفهوم الجمهور المتخيل إلى الصورة..... التي يتخيلها منتج المحتوى أثناء عملية الإنتاج.
9. عندما تستخدم المنصات الرقمية الخوارزميات لتخصيص المحتوى، فإنها تقوم ببناء جمهور.....
10. يشرح مفهوم الجمهور..... كيف تقوم المنصات الإعلامية بجمع بيانات المستخدمين وتحويل انتباههم إلى قيمة اقتصادية.

السؤال الثاني: اشرح معنى المصطلحات الآتية (03 ن):

Opinion leader, Mass Society, Two-Step Flow model, demo rating, Passive Audience, The Networked Audience, Magic Bullet Theory, Datafied Audience

**السؤال الثالث: (05 ن)**

اختر منصة إعلامية رقمية واحدة (مثل تيك توك، يوتيوب، نتفليكس، إنستغرام) وشرح كيف تقوم ببناء جمهورها واستهدافه.

نقطة على وضوح الإجابة و سلامة اللغة و خلو ورقة الإجابة من الشطب

\*\*\*\*\*

**الإجابة النموذجية (Model Answer)**

**Media Audience Studies – Final Exam**

**السؤال الأول (02 ن)**

“The audience is a commodity”.

العبارة:

تعني هذه العبارة أن جمهور وسائل الإعلام لا يُنظر إليه بوصفه متلقيًا فقط، بل كسلعة اقتصادية يتم جمعها وقياسها وبيع انتباهها وبياناتها للمعلنين بهدف تحقيق الربح.

**السؤال الثاني: أكمل الفراغات (10 ن)**

1. صوّر هارولد لازويل الجمهور على أنه **جمهور سلبي (Passive)** يمكن التأثير فيه من خلال الرموز والدعاية.
2. تركز الفرضية التي ترى أن الأفراد يفقدون قدرتهم على الحكم العقلاني داخل الحشود على مفهوم علم نفس الحشود انتباهها وبياناتها للمعلنين بهدف تحقيق الربح.
3. قَدّمت دراسة The People’s Choice عام 1944 الأسس الأولى لنموذج **التدفق على مرحلتين (Two-Step Flow)** مع التركيز على العلاقات الاجتماعية.
4. يفترض نموذج التأثيرات المحدودة أن تأثير وسائل الإعلام محدود وليس مباشرًا، إذ يتوسطه السياق الاجتماعي.
5. في قياس الجمهور، يشير **Rating** إلى نسبة الجمهور الإجمالي، بينما يشير **Share** إلى نسبة المشاهدين في تلك اللحظة.
6. من أبرز القيود المنهجية لقياس الجمهور التقليدي هو **ضعف / نقص تمثيل الفئات الاجتماعية المتنوعة**.
7. العملية التي تقوم بتحويل مفهوم مجرد مثل "إدمان الإعلام" إلى متغير قابل للقياس تُسمى **الإجرائية (Operationalization)** و التي تتيح وضع المفهوم الإجرائي في الخطوات اللاحقة.
8. يشير مفهوم الجمهور المتخيل إلى **الصورة الذهنية (Mental)** التي يتخيلها منتج المحتوى أثناء عملية الإنتاج.
9. عندما تستخدم المنصات الرقمية الخوارزميات لتخصيص المحتوى، فإنها تقوم ببناء **جمهور قائم على البيانات** والمحدد تحديداً دقيقاً **(Data-driven Audience)**.
10. يشرح مفهوم الجمهور المُسلَّع **(Commodified Audience)** كيف تقوم المنصات الإعلامية بجمع بيانات المستخدمين وتحويل انتباههم إلى قيمة اقتصادية.

### السؤال الثالث: اشرح معنى المصطلحات الآتية (03 ن)

1. **Opinion Leader**: هو شخص يتمتع بتأثير اجتماعي داخل جماعته، ينقل ويفسّر الرسائل الإعلامية للآخرين.
2. **Mass Society**: نظرية ترى أن الأفراد في المجتمع الحديث معزولون وضعفاء الروابط، مما يجعلهم عرضة للتأثير الإعلامي المباشر.
3. **Two-Step Flow Model**: نموذج يوضح أن تأثير الإعلام ينتقل أولاً إلى قادة الرأي ثم إلى الجمهور.
4. **Demo Rating**: قياس نسبة مشاهدة فئة ديموغرافية محددة (العمر، الجنس، إلخ).
5. **Passive Audience**: جمهور يُنظر إليه كمتلقٍ سلبي لا يملك قدرة نقدية تجاه الرسائل الإعلامية.
6. **The Networked Audience**: جمهور متصل رقمياً، يتفاعل وينتج المحتوى عبر الشبكات الاجتماعية.
7. **Magic Bullet Theory**: نظرية تفترض أن الرسائل الإعلامية تؤثر مباشرة وبقوة في الجمهور.
8. **Datafied Audience**: جمهور يتم تمثيله وتحليله من خلال البيانات الرقمية والسلوكيات على المنصات.

### السؤال الرابع: سؤال تطبيقي (04 ن)

تُعد منصة إنستغرام (Instagram) مثالاً واضحاً على كيفية بناء واستهداف الجمهور رقمياً. تعتمد المنصة على جمع بيانات المستخدمين مثل الإعجابات، التعليقات، مدة المشاهدة، وسلوك التفاعل. تُستخدم هذه البيانات عبر الخوارزميات من أجل تخصيص المحتوى المعروض، مما يؤدي إلى إنشاء جمهور قائم على البيانات. كما يُمكن اعتبار جمهور إنستغرام جمهوراً مُسلّحاً، حيث يتم تحويل انتباه المستخدمين وبياناتهم إلى قيمة اقتصادية تُباع للمعلنين.

سلامة اللغة ووضوح الخط = نقطة