Dirasat: Human and Social Sciences, Volume 50, No. 6, 2023

Deanship of Scientific Research

The Use of Colors in Educational Programs on Visual Media and Its Impact on Attracting Students' Attention towards it: Al-Iraqiya Educational Channel as a Model

Omer Jawad Abduljabbar *

Department of Mass Communication, College of Communication, University of Sharjah, United Arab Emirates

Received: 13/4/2022
Revised: 10/11/2022
Accepted: 20/12/2022
Published: 30/11/2023

* *Corresponding author:*
ojabbar@sharjah.ac.ae

Citation: Abduljabbar, O. J. A. (2023). The Use of Colors in Educational Programs on Visual Media and Its Impact on Attracting Students' Attention towards it: Al-Iraqiya Educational Channel as a Model. *Dirasat: Human and Social Sciences*, *50*(6), 214–230. https://doi.org/10.35516/hum.v50i6.1037

© 2023 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

Abstract

Objectives: This study seeks to explore how colors are employed in educational visual media, their impact on capturing students' attention, the aesthetic values involved, color dimensions and categories, and the correlation between color usage and its influence on student attention.

Methods: The study used the descriptive survey method, and data were obtained using the content analysis form tool to study (12) episodes of educational programs that are broadcast on the Al-Iraqiya Educational Channel through a questionnaire distributed among (100) students who watch Al-Iraqiya Educational Channel. The study used a simple random sample to collect information regarding the effect of the colors used in the programs in attracting their attention.

Results: The study concluded that one of the most used color patterns in the educational programs of Al-Iraqiya Educational Channel is cold colors, the most color gradient is lighting, and the most color coordination is mono. It also showed that the extent of the effect of colors in the educational programs of Al-Iraqiya Educational Channel on attracting viewers' attention towards them was of a high degree. There is also a correlation between the use of colors in educational programs that are broadcast and their effect on attracting the attention of students who watch them.

Conclusions: The study observed a significant impact of colors in Al-Iraqiya Educational Channel's programs on attracting students' attention. It suggests training specialists in utilizing appropriate colors in educational designs and promoting awareness of color theories and research for optimal educational material design and audience engagement.

Keywords: Colors, educational programs, visual media, influence, attracting attention, al-Iraqiya educational channel.

استخدام الألوان في البرامج التعليمية على وسائل الإعلام المرئية وتأثيره في جذب انتباه الطلبة نحوها: قناة العر اقية التربوية أنموذجًا

عمر جواد عبد الجبار*

قسم الاتصال الجماهيري، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة.

ملخّص

الأهداف: هدفت الدراسة إلى تعرُّف واقع استخدام الألوان في البرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية وتأثيرها في جذب انتباه الطلبة نحوها، وتعرُّف القيم الجمالية عند استخدامها وإلى أبعاد وفئات الألوان المستخدمة، وإلى استقصاء العلاقةُ بينَ واقع استخدام الألوان وبين تأثيراتها على جذب انتباه الطلبة نحوها.

المنهجية: استخدمت الدراسة منهج المسح الوصفي، وجرى الحصول على البيانات باستخدام أداة استمارة تحليل المضمون لدراسة (12) حلقة من البرامج التعليمية التي تبث على قناة العراقية التربوية عن طريق استبانة وُزِّعَت على (100) طالبًا من المتابعون للقناة العراقية التربوية. واستخدمت الدراسة العينة العشوائية البسيطة خلال جمع المعلومات المتعلقة بالأثر الذي تركته الألوان المستخدمة في البرامج في جذب انتباههم.

النتائج: توصلت الدراسة إلى أن من أكثر أنماط الألوان استخدامًا في البرامج التعليمية في قناة العراقية التربوية هي الألوان الباردة وأكثر تدرج لوني هو الإضاءة وأكثر تنسيق لوني هو الأحادي، كما بينت الدراسة أن مدى تأثير الألوان في البرامج التعليمية في قناة العراقية التربوية على جذب انتباه المشاهدين نحوها جاء بدرجة مرتفعة، وأظهرت الدراسة وجود ترابط بين واقع استخدام الألوان في البرامج التعليمية التي تبث وبين تأثيرها في جذب انتباه الطلبة المتابعين لها.

الخلاصة: لوحظ أن مدى تأثير الألوان في البرامج التعليميَّة في قناة العراقيَّة التربويَة في جذب انتباه الطلبة نحوها جاء بدرجة مرتفعة. توصي الدراسة بتدريب الأخصائيين على استخدام الألوان السليمة داخل تصاميمهم التعليمية، والسعي نحو زيادة الاهتمام بالنظريات والأبحاث التي درست الألوان لمعرفة أفضل الأساليب لتصميم المادة التعليميَّة وخصائص المستفيدين منها.

الكلمات الدالة: الألوان، البرامج التعليمية، وسائل الاعلام المرئية، التأثير، جذب الانتباه، قناة العراقية التربوية.

المقدمة:

أسهمت الأدوات التكنولوجية الحديثة في مضاعفة قدرة وسائل الاعلام على الابداع الفني وفي اكتشاف صور وأشكال من الجمال واستحداث قيم جمالية جديدة لم تكن موجودة في العصور السابقة، فأصبح البعد الجمالي لأي مادة إعلامية مرتبط برأي المستهلك في التفسير لمحتوى الرسالة الإعلامية المقدمة من وسائل الإعلام ويوضح احترافية الكوادر ممن شاركو في تصنيع المادة الإعلامية من خلال التركيز على أثر القيم الجمالية وفاعليتها وقدرتها على توجيه انتباه المشاهدين إلى المناطق الأكثر أهمية من المحتوى المرئي من خلال عناصر الجذب المستخدمة فيها ومن أهمها عنصر اللون (نحاس،2014).

فيعدُّ اللون من أهم وأكثر العناصر البنائية قوة وتأثير في الجذب والإثارة البصرية لما يتميز به من قدرته الجاذبة للشكل ولا يمكن أن يتكون الشكل وندركه إلا بوصفه لونًا معينًا،كما تكمن قيمة اللون في تحقيقها لأهداف متعددة التشكيل تبرز مميزات ورؤية يتوصل اليها القائم بالاتصال لإيجاد حلول مناسبة لتحقيق الحركة في تشكيل برامج وسائل الاعلام أو تحقيق الإيماء بالعمق الفراغي داخل المضمون أو تجميع المركز الضوئي واللوني للأهداف الرئيسية، وتناولت الدراسات أن الألوان أثبتت فاعليتها في استخدام التلميحات في تحسين التعلم وتقليل الحمل المعرفي الزائد في كل الأحوال والظروف واستخدامها في توجيه انتباه المستخدمين نحو المثيرات الأصلية التي تدل على العمق المعرفي لديهم (الدور،2021).

- **مشكلة الدراسة:**

تعدُّ الألوان دلالة إعلامية تؤثر في قيمتها الظاهرة وفي المضامين التي تبناها على التصاميم المختلفة، حيث يتوجب على المصمم للمادة الإعلامية على التعامل مع هذه الألوان بحذر، مما يؤدي إلى استجابة معينة تنتج عن توظيف الألوان وتكشف عن سبب انتقائها، ومن أهم هذه العوامل ما يتحققه الألوان في جذب الانتباه من خلال فعالية الرموز التي يختص بها كل لون بطريقة مختلفة عن الأخر، بالإضافة لأهمية اللون في إضافة المتعة الجمالية التي تساعد في عملية جذب الانتباه أيضًا (حمدان،2008)، إنطلاقًا من هنا تتحدد مشكلة الدراسة في دراسة واقع توظيف الألوان في البرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية وتأثيرها على جذب إنتباه الطلبة نحوها.

- **أهمية الدراسة:**

إنَ أهميةَ أيِ بحثٍ علمي أو دراسةٍ علميَّةٍ يقومُ بها الباحثُ تتوقف على مدى قيمةِ الظاهرةِ محلَ الدراسةِ ومحتواها وجوهرها العلمي وما يمكنُ أنْ تحققهُ منْ فائدةٍ وبناءً على ذلكَ تتمثل أهميَّة الدراسةِ الحالية بما يلي:

1- تنبع أهمية الدراسة في أهمية اللون بوصفه عنصرًا بنائيًا فعالًا ومؤثرًا في علاقاته المترابطة مع عناصر التصميم الأخرى في تحقيق أهداف وإنجاح فكرة التصميم.

2- أهمية المساهمة في تنمية عملية تعديل الألوان واستخدامها كعنصر جمالي ومؤثر في برامج وسائل الاعلام لما له من الدور في جذب الانتباه للمشاهدين.

3- أهمية تنمية الرؤية البصرية لبرامج وسائل الاعلام من خلال القاء الضوء على دور الألوان في تحديد اتجاه الرؤية في برامج وسائل الاعلام.

4- حث مؤسسات وسائل الاعلام لمواكبةِ التطورات التكنولوجية الحديثة في استخدام برامج تعديل الألوان الحديثة.

5- ترتبط أهمية الدراسة بأهمية الاستمرار بما تطرقت له الدراسات السابقة من تناولها لقضايا تأثير الألوان سعيًا للتكامل والترابط بين الخبرات الفنية.

- **أهداف الدراسة:**

سعتْ الدراسةُ إلى تعرُّف واقع استخدام الألوان في البرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية وتأثيرها على جذب انتباه الطلبة نحوها كهدفِ رئيسٍ للدراسةِ يتفرعُ منهُ الأهدافُ الفرعيةُ التاليةُ:

1- تعرُّف فئات الألوان المستخدمة في البرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية.

2- تعرُّف مدى استخدام أبعاد تدرج اللون من الإضاءة، والسطوع (أو القيمة)، والتشبع (أو صفاء اللون) التي تضمنتها في البرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية.

3- تعرُّف طرق تنسيق الألوان (الأحادية، المزدوج، الثلاثية) التي تتناولها البرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية.

4- تعرُّف مدى متابعة الطلبة للبرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية.

5- تعرُّف تأثير الألوان على جذب انتباه الطلبة نحو البرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية.

6- قياس التفاوت بين مدى تأثير استخدام الألوان في البرامج التعليمية على جذب انتباه الطلبة نحوها بحسب للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، مكان السكن).

تساؤلات الدراسة:

سعتْ هذهِ الدراسة للإجابةِ عنْ التساؤلِ الرئيسِ " ما هو واقع استخدام الألوان في البرامج التعليمية على وسائل الاعلام وتأثيره على جذب انتباه الطلبة نحوها؟ ويتفرعَ منهُ عددا منْ الأسئلةِ الفرعيةِ التاليةِ:

الأسئلة المتعلقة بأداة بتحليل المضمون:

1- ما فئات الألوان المستخدمة في البرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية؟

2- ما مدى استخدام أبعاد تدرج اللون من الإضاءة، والسطوع (أو القيمة)، والتشبع (أو صفاء اللون) التي تضمنتها في البرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية؟

3- ما طرق تنسيق الألوان (الأحادية، المزدوج، الثلاثية) التي تتناولها البرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية؟

الأسئلة المتعلقة بأداة الاستبيان:

1- ما مدى متابعة الطلبة للبرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية؟

2- ما تأثير الألوان على جذب انتباه الطلبة نحو البرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية؟

3- هل هناك تفاوت بين مدى تأثير استخدام الألوان في البرامج التعليمية على جذب انتباه الطلبة نحوها تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، مكان السكن)"؟

- **فرضية الدراسة:**

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α=0.05) لمدى تأثير استخدام الألوان في البرامج التعليمية على جذب انتباه الطلبة نحوها تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، مكان السكن)".

- **المفاهيم والمصطلحات:**

- **مفهوم اللّون:**

اللّون اصطلاحًا: هو صفة الشيء من البياض والسواد والحمرة وغيرها، وهو ما يحدد الشكل، لا عن طريق تعديل في نقاء اللون الخاص به، ولكن عن طريق وصفه في امتداداته النسبية التي تخلق الإيهام بالشكل و أصله طول الموجه الخاصة باللون داخل ألوان الطيف هي ما تعطيه اسمه الخاص وتتكون قيمته من كمية الضوء أو العتمة النسبية للون وكثافته من مدى نقاء اللون(Graves،1951).

اللّون اجرائيًا: وهي مجموعة الألوان التي تتناولها برامج وسائل الاعلام المختلفة التي يمكن تعديلها.

- **مفهوم البرامج التعليمية:**

اصطلاحًا: تعرف على أنها فكرة يتم إعدادها وتجسيدها ومعالجتها باستخدام برامج وسائل الاعلام تساهم في مساعدة الطلبة على متابعة دروسهم من خلال مجموعة من الأساتذة المتخصصين، وتعتمد أساسًا على الصّورة المرئية بتكوين وتشكيل قالبًا واضحًا يعالج جميع جوانبها خلال فترة زمنيّة دراسية محدودة (المنير، 2016، ص7).

اجرائيًا: هي مجموعة البرامج التعليمية التي تبث عبر قناة العراق التربوية التي تستخدم تعديل الألوان في تكوينها.

مفهوم وسائل الاعلام المرئية:

اصطلاحًا: هي الوسائط المرئية التي تستخدم في الرسائل الإعلامية والإعلانية المختلفة، وذلك مثل التلفزيون والفيديو والتصوير وغيرها (العيثاوي،2012).

اجرائيًا: هي وسائل الاعلام المرئية التي يتابعها الطلبة لتلقي الدروس التعليمية من خلالها.

مفهوم التأثير:

- **التأثير اصطلاحا:** هو التغيير على مستقبل الرسالة، من الإضافة لمعلوماته أو لفت انتباهه أو من خلال تكوين اتجاهات جديدة والتعديل عليها، مما يجعله يغير من سلوكه، و فهناك مستويات من التأثير تبدأ بالاهتمام وحتى حدوث تدعيم داخلي و حدوث تغيير على تلك الاتجاهات ثم إقدام الفرد على سلوك عيني (حجاب،2004).

- **التأثير إجرائيًا:** هي تأثير استخدام الألوان في برامج وسائل الاعلام على عملية جذب المشاهدين نحوها.

- **مفهوم جذب الانتباه:**

جذب الانتباه اصطلاحًا: هو عملية تركيز الشعور بمثير معين سواء كان هذا المثير حسيا أو معنويا، من خلال تحقيق الانتباه فهو ميل بدني موروث يحمل صاحبه نحو إدراك موضوعات من فئة معينه (كولز.أ.م، 1992).

جذب الانتباه اجرائيًا: هو عملية جذب انتباه مشاهدين برامج وسائل الاعلام الناتجة عن تأثرهم بالألوان المستخدمة فيها.

- **مفهوم قناة العراقية التربوية:**

اصطلاحًا: هي قناة حكومية رسمية تابعة للحكومة العراقية تقوم وزارة التربية والتعليم العراقية بالإشراف عليها وتقوم القناة بعرض وشرح كافة المناهج التربوية العراقية (ويكيبيديا،2020).

اجرائيًا: هي القناة التي يتابعها الطلبة عينة الدراسة لتلقي الدروس التعليمية التي تساعدهم الألوان المستخدمة فيها على جذب انتباههم نحوها.

- **نظرية الدراسة:**

ارتكزت هذه الدراسة في صياغة فروضها وأهدافها على نظرية تحليل الإطار الإعلامي لتعرُّف مدى وكيفية استخدام البرامج التلفزيونية للألوان كما ارتكزت الدّراسة أيضًا على نموذج الاستخدامات والتّأثيرات حيث يبحث النّموذج كيف يستقبل الجمهور الرسائل الاتصالية بطرق نشطة تبعًا لحاجاتهم الخاصّة والتأثيرات الناجمة عمّا يتعرضون له.

1- نظرية التأطير:

- **تعريف نظرية التأطير:**

تعرف نظرية تحليل الإطار الإعلامي بأنها التفاعل الذي يتم بين مكونات العملية الاتصالية، الذي يهدف نحو إغفال جوانب و إبراز جوانب محددة من الموضوعات المطروحة، لتتناسب مع أيديولوجية القائم بالاتصال، التي تهدف لتفسير الأحداث،، وتشخيص الأسباب، وتحديد المشكلات والبحث عن حلول جديدة وتأطيرها بما يتوافق والسياسية التحريرية للمؤسسة الإعلامية (مزاهرة،2015).

- **أهداف نظرية تحليل الإطار الإعلامي** (عبد الحميد،2000):

1- تنظيم للمحتوى الإخباري ونسبته لما يتفق مع القيم الإخبارية السائدة أو لا يتفق حسب الهدف من العملية ذاتها.
2- إثارة الاهتمام بالمحتوى والإقناع والتأثير الموجود فيه بالدرجة الأولى.
3- يهدف إلى غرس أفكار أو قيم جديدة ويقوم على الإفادة من الأفكار والقيم الموجودة فعلا في الواقع الاجتماعي.
4- تحقيق الاتساق بين ما يدركه الجمهور عن الواقع الاجتماعي، وما يقدمه تشكيل الأطر الإعلامية اعتمادا على هذه المدركات.
5- تحقيق الاتساق المذكور في المحتوى وتفعيل عملية استعادة المعلومات وتفسير الرموز والمدركات الاجتماعية التي يتبناها تشكيل الأطر الإعلامية.

- **يحدد انتيمان أربع وظائف لتحليل الإطار الإعلامي هي:**

1- تحديد المشكلة أو القضية بدقة .
2- تشخيص أسباب المشكلة.
3- وضع أحكام أخلاقية عن المشكلة أو القضية.
4- اقتراح سبل العلاج المشكلة.

- **فرضيات نظرية تحليل الأطر الإعلامية:**

وتفترض البحوث التي تستخدم هذه النظرية أن اختلاف وسائل الاعلام في استخدامها الأطر الإعلامية يؤدي إلى اختلاف أحكام الجمهور المرتبط بكل وسيلة من حيث تكوين المعارف والاتجاهات نحو القضايا المختلفة.

كما تفترض هذه النظرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على معنى محدد، وإنما تكتسب مغزاها عبر وضعها في إطار يحددها ويضفي عليها معنى محدد (مكاوي، 2009).

- **توظيف النظرية في الدراسة:**

ساهمت النظرية في تحديد الركائز الأساسية التي طبقتها في تكوين أسئلة استمارة تحليل المضمون لدراسة واقع تناول البرامج التعليمية للألوان التي تبث على وسائل الاعلام المرئية وعلى قناة العراقية التربوية على نحو خاص.

2- نموذج الاستخدامات والتأثيرات:

ظهر نموذج "روبين وكيم" للاستخدامات والتأثيرات عام (1997)، وجاء هذا النموذج لإيجاد حلقة وصل بين الاستخدامات و الإشباعات من جهة، وبين التأثيرات من جهة أخرى، ويعد نموذج الاستخدامات والتأثيرات من أهم المداخل الاتصالية التي تشرح وتفسّر الظواهر المتعلقة بوسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة (عثمان، 2016, ص304-305).

ويقوم نموذج الاستخدامات والتّأثيرات لـ "روبين وكيم" على العناصر والمفاهيم التالية (محمود, 2020، ص510-511):

1- مفهوم نشاط الجمهور وعلاقته بالتأثيرات الاتصالية: يهدف إلى تعرُّف الأبعاد المختلفة لنشاط الجمهور ومدى تأثيراتها في الاتصال، سواء كانت

هذه النشاطات مدعمة كالانتقائية، والانتباه، والاستغراق كحافظ مؤثر، لأن الأفراد يتأثرون بالمضامين الاتصالية التي يختارونها وينتبهون لها ويستغرقون فيها.

2- الدّوافع وعلاقتها بالتّأثيرات الاتصالية: حيث أثبتت الدّراسات التي بحثت في العلاقة بين الدّوافع والتّأثيرات الاتصالية وجود متغير وسيط مهم يتوسط العلاقة بين التّعرض والتّأثير.

3- التأثيرات الاتصالية: فركّز "كيم وروبين" في اختبارهما للنّموذج الخاص بالاستخدامات والتّأثيرات على ثلاثة تأثيرات تشمل كل من: تأثيرات الرّضا، وتأثيرات التّفاعل الاجتماعي، وتأثيرات الغرس الثّقافي، حيث رأى كل منهما أن الدّوافع النّفعية عند استخدام وسائل الإعلام هي التي تعبر عن التّأثيرات النّفعية.

- **توظيف النّموذج في الدّراسة:**

تستند الدّراسة إلى نموذج الاستخدامات والتأثيرات باعتباره يفسر طريقة تأثر المشاهدين بالبرامج التي تبث عبر وسائل الاعلام من حيث المضمون والبعد الجمالي التي تتكون منه وباعتبارها مصدر مهم لإشباع حاجاتهم والتّأثير عليها.

- **الدراسات السابقة**

- **الدراسات العربية:**

1- دراسة (الدور،2021) بعنوان:" أثر تلميح اللون بالفيديو التفاعلي على تنمية المهارات الأدائية والتفكير البصري لدى الطالبات المعلمات".

هدفت الدراسة إلى التوصل إلى قائمة بمعايير التصميم الخاصة بالفيديو التفاعلي باستخدام تلميح اللون وأثره على تنمية المهارات الأدائية والتفكير البصري لدى الطالبات المعلمات، وإلى الكشف عن أثر استخدام الفيديو التفاعلي باستخدام تلميح اللون على تنمية المهارات الأدائية والتفكير البصري لديهم، تكونت العينة من (31) طالبة من جامعة عين شمس واستخدام التصميم التجريبي المعروف بتصميم المجموعة الواحدة مع القياس القبلي والبعدي، توصلت الدراسة إلى أنه توجد فروق دالة احصائيًا في الجانب المعرفي والمهارات الأدائية لبنك المعرفة المصري وقاعدة البيانات وقاعدة معلومات دار المنظومة بالمقارنة مع زيادة التأثير للطالبات المعلمات المستخدمين لتلميح اللون بالفيديو التفاعلي.

2- دراسة (دسوقي،2020) بعنوان:" أنماط تناسق الألوان (الأحادية-المكملة-التماثلية–الثلاثية) داخل بيئة تعلم إلكترونية قائمة على الانفوجر افيك الثابت و أثرها في تنمية مهارات التفكير البصري والتحصيل وبقاء أثر التعلم لدى طلاب تكنولوجيا التعليم".

هدفت الدراسة الحالية إلى تحديد أنسب نمط لتناسق الألوان داخل بيئة تعلم الكترونية قائمة على الانفوجرافيك الثابت، وإلى دراسة مدى تأثيره على تنمية مهارات التفكير البصري والتحصيل الفوري وبقاء لأثر التعلم لدى طلاب تكنولوجيا التعليم، استخدمت الدراسة التصميم التجريبي ذي المجموعات التجريبية لأنماط تناسق اللون الأربعة (الأحادية والمكملة والتماثلية والثلاثية) في القياس القبلي والبعدي، تكونت عينة الدراسة من (120) طالب وطالبة من جامعة عين شمس، توصلت النتائج الى أن درجات الطلاب تزداد في اختبار مهارات التفكير البصري بسبب التأثير الأساسي لنمط تناسق الألوان داخل تصميم الانفوجرافيك الثابت في بيئة تعلم الكترونية، والى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأنماط المختلفة لتناسق الألوان في التاثير على التفكير البصري لصالح (الثلاثية).

3- دراسة (الخاتم والطيب عمر،2014) بعنوان: "أثر اللون ودلالاته التربوية في ديكور برامج الأطفال التلفزيونية".

هدفت الدراسة إلى كشف واقع استخدام عنصر اللون في ديكور برامج الأطفال بالتلفزيون ومدى تأثيره على الطفل، وإلى وضع مؤشرات لتوظيف فعاليات عنصر اللون في تصاميم ديكور برامج الأطفال، اتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي، تكونت العينة من مجموعة من ديكور برامج الأطفال بالقنوات التلفزيونية المعروضة خلال الفترة الزمنية (1-10-2011 وحتى 1-10-2013) تم اختيارهم بالطريقة الانتقائية، وتوصلت الدراسة إلى أن بعض تصاميم ديكور برامج الأطفال نجحت في تحيق الألوان لدورها في التعبير من خلال تحقيق الانسجام بين التكوينات الشكلية وعلاقاتها اللونية، وإلى أنها ربطت بين أقسام التصميم المختلفة عن طريق تكرار بعض الألوان كما أظهرت بعض التصاميم اتقانًا في بناء علاقاتها اللونية عن طريق التحكم في درجة السطوع وتقوية علاقات الشد البصري وإحكام المعادلة البنائية للتصميم (الخاتم والطيب عمر،2014)

4- دراسة (عبد الوهاب،2006) بعنوان:" مرتجيات الألوان في تنمية كفايات التذوق الجمالي".

هدفت الدراسة إلى تعرُّف واقع الألوان، ومدى ارتباطها بإتجاه تطوير الكفايات التي تتعلق بتذوق الجمال وإلى تحليل كفايات التذوق، وإلى توضيح أهم الخصائص المميزة لتجربة طالب التلوين، وتصور مستقبل عنصر الألوان في تنميتها وإلى جمع المعلومات واستطلاع الرأي والاتجاهات في ضوء المواقف التعليمية المختلفة التي يمرون بها الطلبة كمجتمع أصلي وعينة ممثلة لهذه الدراسة، تنتمي هذه الدراسة الى المنهج الوصفي التحليلي التي استخدمت أداة الاستبيان التي تم توزيعها على مجموعة من الطلاب والأساتذة عينة الدراسة بصورة عشوائية منظمة وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها أن عنصر اللون يمثل في تجربة طالب التلوين أساس الاهتمام في السعي إلى تحقيق النمو الفني والارتقاء بالذوق الجمالي وإلى أن حقيقة المعرفة بالألوان في العملية التعليمية تعتمد على علوم وخبرات مكتسبة، يُسهم فيها إحساس الطالب الذاتي بالألوان إسهامًا كبيرًا في تنمية الاستجابة لجماليات اللون.

- **الدراسات الأجنبية:**

1- دراسة (Zhao, Li.at al،2022) بعنوان: "The Use of Social Media to Promote Sustainable Fashion and Benefit Communications: A Data-Mining Approach".

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف كيفية استخدام الألوان إلى جانب الميزات النصية لمشاركات العلامات التجارية للأزياء تؤثر في ردود العملاء، عاطفيًا على نحو خاص، ومواصلة فحص المعنى والنوايا الأساسية من خلال المعلومات النصية في مشاركات العلامات التجارية المستدامة، تم اختيار (500) تعليق على نحو عشوائي من تعليقات النصوص المنشورة عن العلامات التجارية المنشورة، كما تم تصنيف ردود الأفعال يدويا بواسطة باحثين في مجال الموضة، أظهرت النتائج أن الصور والتعليقات التوضيحية التي نشرتها العلامات التجارية الثلاث كانت متوافقة مع هويات علامتها التجارية وأهداف الاستدامة وأن هناك اختلافات كبيرة بين العلامات التجارية الثلاث عند مقارنة المشاركات التي تستخدم التعبيرية والأفعال الحازمة مع المشاركات باستخدام الأفعال التوجيهية الحازمة و إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي من المرجح أن يكتب المستخدمون تعليقات عند قراءتهم المنشورات التي تكون معبرة وتجذب الانتباه.

2- دراسة (Lewandowska, A & Olejnik. A،2021) بعنوان: " Do Background Colors Have an Impact on Preferences and Catch the Attention of Users.

هدفت هذه الدراسة إلى التحقق مما إذا كانت هناك ألوان تتمتع بقوة بصرية أكبر من الألوان الأخرى، وهكذا يمكنها جذب انتباه المستخدمين بقوة أكبر بدون النظر الى خلفية الصورة، كما هدفت الدراسة إلى **تعرُّف** == أنواع الانتباه البصري (مقسم أو مستمر) في الرسائل المرئية، **وتعرُّف** تفضيلات المستخدم في ما يتعلق بسهولة الاستخدام وإلى تكوين اللون الأول الذ لفت انتباه المستخدمين، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات التجريبية حيث تم تطوير تجربة إدراكية تكونت من مجموعة من التركيبات لونية يمكن قراءتها في نفس الوقت، تكونت العينة من (41) فردًا تراوحت أعمارهم بين (25-60) عامًا حيث تم قياس اللاوعي من خلال ردود أفعالهم المتعلقة بانطباعهم الأول عند النظر الى زوج من الصور المرئية معًا، أشارت نتائج الدراسة إلى أن اللون الأبيض أقوى في عملية جذب الانتباه المستمر عن الألوان الأخرى، بغض النظر عن لون الخلفية، وأنه يمكن أيضًا أخذ اللون الأصفر والأسود في الاعتبار بغرض جذب الانتباه أما في عملية جذب الانتباه المستقل والمنقسم فتوصلت الدراسة إلى أن اللون الأخضر والأصفر يجذب انتباه المستخدمين أكثر من الألوان الأخرى المستقلة في تكوين الخلفية، وبينت الدراسة أنه يمكن استخدام باقي الألوان، باستثناء البنفسجي والبرتقالي والرمادي، بنجاح في عملية جذب الانتباه مع مراعاة تباينها مع الخلفية وأن استخدام الألوان المتجنبة قد يؤدي إلى الفشل في جذب الانتباه و لا ينبغي أن تستخدم في التطبيقات من حيث مكونات الوسائط المتعددة المرئية.

3- دراسة (Sriyeni.Y , Veronica.M، 2020) بعنوان: "Development Analysis For Numbers And Colors Learning Media.

هدفت هذه الدراسة الى تعرُّف تصورات المعلمين في نشاطات التدريس والتعلم الحديثة والى معرفة اتجاهاتهم نحو عملية تطوير التعليم باستخدام الألوان والأرقام كما هدفت الدراسة الى تطوير عملية التعليم عبر وسائل الاعلام من خلال تحويل الأداء التعليمي الى استخدام الأرقام والوان من خلال الاعتماد على نظرية ترتيب أولويات وسائط الهواتف الذكية المتصلة بالإنترنت على نظام الاندرويد التي تعدُّ من أهم وسائل الاعلام الحديثة، تكونت العينة من مجموعة من التصاميم الموحدة للتطبيقات الاجتماعية وتم عرضهم على مجموعة من المحاضرين والطلبة عينة الدراسة باستخدام أداة الاستبيان بعد تجزئتها الى (معلومات الأداء، الاقتصاد، والتحكم، والكفاءة والخدمات) توصلت نتائج الدراسة إلى أنه يمكن للطلبة استعمال التطبيقات لزيادة معيار النجاح في المواد التعليمية من خلال استخدام الأرقام والألوان وتفيد تطبيقات الهواتف الذكية في توفير ميزات تعليمية خاصة كميزة التقييم وأداة العد السريع (آلة حاسبة) لحساب تحويلات الأرقام بسرعة وإمكانية انشاء أسئلة في صفحة الاختبار يمكن استخدامها كوسيلة لقياس نجاح تدريس وتوصيل الأرقام وتحويل الألوان للمحاضرين.

4- دراسة (Gelasca.at al، 2005) بعنوان: .Which Colors Best Catch Your Eyes: A Subjective Study Of Color Saliency

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد الألوان التي تجذب مزيد من الاهتمام من حيث البروز وتحديد تأثير معايره عبر الشاشة على نتائج تصنيف أهمية اللون، اعتمدت الدراسة على منهج التقييم الذاتي ونظرية الانتباه البصري من أجل إيجاد ترتيب الألوان من حيث البروز بين (12) نموذجا من الألوان في مجموعة من الفيديوهات تم اختيارهم بالطريقة العشوائية و على نحو موحد من حيث مساحة اللون مع الأخذ في الاعتبار العوامل التصاعدية مثل التباين والحجم والموضع واللون والحركة وتم عرضهم على (16) شخص ستكونون من (10) ذكور و(6) اناث تتراوح أعمارهم بين (21-30) عاما تم اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة ثم اخضاعهم لاختبار التقييم الشخصي كما تم تقسيم التجربة الشخصية إلى دورتين تهدفان إلى نفس الأهداف بطريقتين مختلفتين و توصلت الدراسة الى أن الأحمر هو اللون الأكثر بروزًا يتبعه اللون الأصفر والأخضر أكدت النتائج التي تم الحصول عليها أن النموذج المقترح يتوافق مع ملاحظات الاختبار الذاتي، كما توصلت الدراسة إلى أن المناطق التي تظهر تباينًا عاليًا في الإضاءة أو اللون تؤثر تأثيرًا قويًا على الانتباه البصري.

- **التعقيب على الدراسات السابقة:**

الدراسات السابقة لها أهمية كبيرة لدى كافة الباحثين الأكاديميين أو المعاهد والجامعات ومراكز الابحاث او الشركات والمؤسسات البحثية عند القيام بأي بحث علمي معتمد ورصين فإن معظم الدراسات السابقة التي اعتمدت في هذه الدراسة قد تناولت الى حد ما بعض الجوانب الاساسية من هذه الدراسة واشارت إلى أهمية الاعلام الجديد ودوره في إحداث نقلة نوعية في مفهوم وسائل الاعلام كافة وركزت على الابعاد الجمالية على نحو عام في تناول الصور التي تقادمها وسائل الاعلام.

فيما تميزت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في تناولها لموضوع الألوان على نحو خاص وربطة بعملية جذب انتباه المشاهدين نحو البرامج التعليمية في وسائل الاعلام المرئية، واختلفت عنها في تناولها لتحليل المضمون ودراسة الجمهور في نفس الوقت ودراسة مدى تأثير العلاقة بين نتائج الاسلوبين.

وتمّت الإفادة من الدراسات السابقة في تعرُّف كيفية صياغة الأسئلة ووضع تساؤلات الدراسة وفروضها، واستخدام الأساليب الإحصائية بما يتّفق مع مشكلة الدراسة، وصياغة المشكلة البحثيّة، ووضع متغيرات استمارة تحليل المضمون وأداة الاستبيان بما يخدم أهداف الدراسة، إضافة إلى تعرُّف العديد من الأبحاث والمراجع والكتب التي تثري الدراسة الحالية وتخدمها، ومقارنة نتائج الدراسات السابقة بالنتائج التي توصلت اليها الدراسة الحالية.

- **نوع ومنهج الدراسة:**

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي اعتباره أهم المناهج البحثية المتعلقة بالدراسات الانسانية الخاصة في دراسات الرأي العام كونه يعد منهجا علميًا يستخدم في الدراسات والعلوم الانسانية، واستخدم الباحث أسلوب المسح كأحد الأشكال الخاصة بجمع البيانات عن حالة الأفراد المتعلقة بسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم و يعدُّ كذلك الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات في بحوث تحليل المضمون و يعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الاعلامية سواء في إطارها الوصفي أو التحليلي (عبدالحميد،2000).

- **مجتمع وعينة الدراسة:**

- **مجتمع الدراسة:**

يعرف مجتمع البحث بأنه مجموعة لها عدة خصائص تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي يجري عليها البحث أو التقصي(موريس،2004)، وتطبيقا لهذا المفهوم على دراستنا يمكن تحديد مقياس يجمع بين أفراد مجتمع البحث المختار ويميزهم عن البقية، من خلال تساؤل الدراسة فإن مجتمع البحث يتكون من جميع البرامج التعليمية التي تبث على وسائل الاعلام المرئية وعلى جميع الطلبة المتابعين لها.

- **عينة الدراسة:**

تكونت عينة الدراسة في تحليل المضمون على (10) حلقات تم بثها على قناة العراقية التربوية، وتمّ اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة كما تم اختيار القناة التربوية العراقية انطلاقا ازدياد الاهتمام بالقناة في ظروف جائحة كورونا عام (2020)، حيث تم تطوير القناة لتكون قادرة على القيام بدورها كمنصة تعليمية تخدم ملايين الطلاب والطالبات على مستوى العراق، أما العينة الزمنيّة للدراسة فتبدأ من (2022/2/2)، إلى تاريخ (2022/4/2) وهو موعد تطبيق الدراسة.

كما تكونت عينة الدراسة في دراسة الجمهور من (100) طالب وطالبة من الجمهور العراقي تم اختيارهم بالطريقة العشوائية المتاحة، وتم توزيع الاستبانة على عينة الدراسة إلكترونيًا، أشار (11) فردًا منهم أنهم لا يتعرضون للبرامج التعليمية على قناة العراق التربوية، لذلك تم استبعادهم من عينة الدّراسة، وبذلك تكونت عينة الدّراسة من (89) فردًا، ويوضح الجدول (1) توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الديموغرافية.

الجدول (1):توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الديموغرافية

المتغيرات	الفئة	العدد	النسبة
النوع الاجتماعي	ذكر	35	%39.3
	انثى	54	%60.7
العمر	أقل من 10 سنوات	21	%23.6
	10-12 سنة	23	%25.8
	من 13-15 سنة	25	%28.1
	من 16-18 سنة	20	%22.5
مكان السكن	مخيم	3	%3.37
	بادية	23	%25.8
	قرية	32	%35.9
	مدينة	31	%34.8

المتغيرات	الفئة	العدد	النسبة
التحصيل الدراسي	مقبول	16	%18.0
	جيد	25	%28.1
	جيد جدا	17	%19.1
	ممتاز	31	%34.8

تظهر بيانات الجدول (1) أن عينة الدّراسة توزعت بين الذكور والإناث، منهم (35) من الذكور وبنسبة بلغت (39.3%)، و (54) من الإناث وبما نسبته (60.7%).

وتشير بيانات الجدول (1) أن الأفراد من ذوي العمر (من 13-15 سنة) الفئة العمرية الأكثر في العينة، حيث بلغ عددهم (25) فردًا وبنسبة بلغت (28.1%)، وأقل عدد كان من الأفراد من ذوي العمر (من 16-18 سنة)، وبلغ عددهم (20) فردًا وبنسبة بلغت (22.5%)، كما توضح بيانات الجدول (1) أن قرابة نصف أفراد العينة من سكان القرية وعددهم (32) فردًا، بما بنسبته (35.9%)، وأن أقل عدد كان من سكان المخيم وعددهم (3) وبنسبة (3.37%).

*** حدود الدراسة:**

- الحدود الزمانية: الفترة الواقعة (2-2-2022 و 2-4-2022).

- الحدود المكانية: العراق.

- الحدود الموضوعية: يرتكز موضوع الدراسة حول واقع استخدام الألوان في البرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية (قناة العراقية التربوية) وتأثيرها على جذب انتباه الطلبة نحوها.

- **أدوات الدراسة:**

اعتمدت الدراسة على أداتي الاستبيان واستمارة تحليل المضمون، حيث يعدُّ الاستبيان من أكثر أدوات جمع البيانات استخدامًا في منهج المسح، وهو أسلوب جمع البيانات الذي يهدف إلى استشارة المبحوثين، بطريقة منهجية لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة، في إطار البيانات موضوع الدراسة دوت تدخل من الباحث في هذه البيانات (عبد الحميد،2013)، وقد تم التحقق من دلالات صدقها وثباتها، وتكونت الاستبانة من أربعة رئيسة بالإضافة إلى محور البيانات الشخصية.

وتضمنت أداة الكشاف والاستمارة في تحليل المضمون على تحديد فئات التحليل نظرًا لأهميّتها في التوصل إلى نتائج علميّة وبحثيّة مميزة، وبناءً على أسئلة الدراسة وأهدافها، فقد تمّ إعداد وتصميم أداة كشاف واستمارة تحليل المضمون، لجمع البيانات حول البرامج التي تستخدم الألوان في وسائل الاعلام بغية تصنيفها بموضوعية وشمولية وتكونت أداة الكشاف والاستمارة من:

- **وحدات التحليل:** لجأت هذه الدراسة إلى وحدة المفردة في التحليل، حيث تُعدّ أهمّ وحدات تحليل المضمون وأكثرها إفادة، وهي إحدى الدعامات الأساسية لتحليل المواد الإعلامية، وهي ما تُسمَّى أحيانًا بالوحدة الطبيعية ويمكن تحديد وِحدة المفردة التي تمثل البرامج التعليمية في وسائل الاعلام والأشكال المرتبطة فيها، وقد قام الباحث بتحليل كافّة المفردات التي تناولت الألوان في البرامج التعليمية وسائل الاعلام ما بين (2022/2/2) إلى (2022/4/2).

- **إجراءات الصدق والثبات:**

اختبارات الصدق:

ويقصد باختبار الصّدق أن تقيس الأداة ما صمّمت من أجله، ولكي يتحقّق عامل الصّدق تمّ استخدام أسلوب الصّدق الظاهري ويقصد به "مدى قدرة أداة الدراسة على أن تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلًا"(حسين، 1995).

حيث تم استخدام الصدق الظاهري لفحص أداة الدراسة "استمارة تحليل المضمون"، للتأكد من أنّها تقيس ما هو مراد قياسه، وذلك للوصول إلى مستوى الثقة بالنتائج، بحيث تتسم بالدقّة وبدرجة عالية من الصدق، وذلك من خلال تصميم أداة الدراسة بما يتناسب مع أهدافها وتساؤلاتها، وتوضيح وتعريف فئات التحليل على نحو دقيق وعرض الأداة على عدد من الخبراء والمحكمين للتأكد من صلاحيتها لقياس فئات التحليل.

كما تمّ التأكد من صدق أداة الاستبانة بقياس المتغيّرات ومدى فهم العبارات المستخدمة فيه، بعد عرضها على مجموعة من الأساتذة المحكمين في مجال الإعلام، وتمّ الأخذ بملاحظاتهم ومقترحاتهم على نحو يضمن قدرة الأداة على تحقيق أهداف الدّراسة وقياس الفعل المراد قياسه، وأصبحت صالحةً للتطبيق على عيّنة الدّراسة.

- **ثبات الأداة:** وتعني قدرة الأداة المستعملة في البحث على قياس ما صمّمت لقياسه في فترات زمنيّة متفاوتة، ويتّصف الاختبار بالثّبات عندما

يعطي النّتائج نفسها أو نتائج متقاربة إذا طبق أكثر من مرة في ظروف متماثلة (نصرالله، 2016).

وللتحقق من أداة الاستمارة تم التأكد من وجود درجة عالية من الاتّساق في فئات التحليل تمّ إجراء عملية اختبار الثبات، وذلك بإعادة تطبيق نفس الأداة على مجموعة البرامج عينة الدراسة، وقد تم تطبيق معادلة هولستي للوصول إلى متوسط معامل الثبات، الذي ينص على أنّ:

$R = \frac{3M}{(N1+N2+N3) \div 3}$ حيث إنّ:::R ثبات أداة التحليل، M: عدد المعايير التي اتفق عليها المحللون الثلاثة،N1: عدد المعايير في التحليل الأول،N2: عدد المعايير في التحليل الثاني ،N3: عدد المعايير في التحليل الثالث.

وللتّحقّق من ثبات أداة الاستبيان استخدم الباحث إعادة الاختبار، على عيّنة عشوائيّة تمثل (10%) من إجمالي العينّة الأصلية، إذ طبق أكثر من مرّة في ظروف مماثلة، وقد تم استخدام اختبار الاتّساق الدّاخلي كرونباخ ألفا،إذ يقيس مدى التناسق في إجابات المبحوثين عن كل الأسئلة الموجودة في المقياس، كما يمكن تفسير (ألفا) بأنها معامل الثّبات الدّاخلي بين الإجابات، ويدلّ على ارتفاع قيمته على درجة ارتفاع الثّبات ويتراوح ما بين (0-1) وتكون قيمته مقبولة عند (60%) وما فوق، وفي دراسات أخرى تكون مقبولة عند (70%) وما فوق (زغيب،2009).

- **الإطار النظري للدراسة:**

مع ظهور وسائل الإعلام والاتصال الحديثة كالإنترنت وشبكات ومواقع التّواصل الاجتماعي، بدأت وسائل الإعلام التّقليدية تدرك أهمية مواكبة التّطورات العلميّة والتّكنولوجية للمحافظة على جودة المحتوى الذي تقدمه والمحافظة على عصريته وعلى كل ما يتعلق بالعمل الإعلامي، من أجل تحقيق الأهداف والغايات المرجوّة منها، ولتحافظ على مكانتها وقدرتها على التّأثير؛ فاستوجب على وسائل الإعلام التّقليدية الاستعانة بالوسائل الحديثة وفقًا لما يجعلها مكملًا إعلاميًا لمضامينها الإعلامية لا منافسة لها كاستخدام التأثيرات المختلفة لجذب انتباه المشاهدين نحوها.

- **استخدام الألوان في جذب الانتباه:**

تساعد العناصر المرئية على جذب انتباه الجمهور المستهدف فأغلب العناصر التي تجذب انتباه الجمهور وتجبره على التوقف هي العناصر المرئية مثل الصور والفيديو، وتساعده على تفحص النصوص الموجودة بطريقة أفضل، ونظرًا لأن اللون هو أحد مكونات كل شكل من أشكال الاتصال التصويري، فإن معرفة تحديدات الألوان أمر بالغ الأهمية لجميع مراحل العملية الاتصالية في وسائل الاعلام، الأمر الذي دعا إلى تنوع الأساليب الفنية لمستخدميها وتطور إدراكهم للدور الجمالي الكبير الذي يلعبه عنصر اللون في توصيل التعبيرات والمضامين خلال العمل الفني (حلوة،2017).

- **التقنيات اللونية:**

يحتوي الصوت على العديد من الإهتزازات التي تميز كل لون عن باقي الألوان وهذا ما توصل إليه العالم (إسحق نيوتن) عند تحليلة للألوان باستخدام المنشور الزجاجي، حيث كوّن معادلات الألوان الأساسية التي حققت فعاليات عديدة، من هنا انطلق العديد من المصممين إلى استخدام هذه المعادلات في المقتضيات التقنية التي تتخذ قيماً لونية للغرض التصميمي، فلكل لون أثره وقيمته على الإدراك الحسي عند الإنسان لإستجابته بفطرته للعديد من المنبهات والمثيرات بواشطة أعضاءه الحسية (عبد الحافظ،2001).

- **الدلالات الرمزية للون :**

تؤدي الألوان إلى إيصال فكرة ما او رسالة معينة حيث تضفي الألوان على العلاقات التعبيرات المختلفة التي تصف حالة مظهرية ، كما تجذب المتلقي نحو الوحدات الاتصالية المختلفة، وهو ما يسعى إليه المصممون المعاصرون، عبر تنظيم لألوان واستخدام دلالاتها وصفاتها في التصاميم المختلفة لتحقيق الأهداف المرجوة من إكتمال جميع أركان التصميم الذي يعدُّ اللون ودلالاتها الرمزية من أهمها (عبد الوهاب، 2006).

أهمية استخدام الألوان في التعليم:

عند اختيار الألوان في مجال التعليم من المهم اختيار الألوان الوظيفية بدلًا من الألوان الجمالية فيمكن أن تسبب الألوان المستخدمة في بعض الأماكن اجهادًا او قد يكون لها تأثير محفز ضئيل للغاية بحيث لا يمكنها تشجيع الإنتاجية، وبمعنى اخر يمكن أن يكون نقص المحفزات ضارًا في بعض الأحيان مثل الافراط في استخدامه، **وتأتي أهمية وجود استراتيجيات الألوان في العملية التعليمية على نحو مبسط كما يلي** (سلامي وآخرون،2018،ص 25):

- أهمية المساهمة النفسية والفسيولوجية للمرافق المادية للمدرسة في بيئتها التعليمية.
- تعدُّ الألوان المناسبة مهمة من حيث حماية صحة العين، من خلال توفير مساحة إبداعية والاهتمام بصحة الجسم.
- تنشأ عدم الارتياح والمشاكل السلوكية بسبب الظروف والبيئات السيئة والضوء والألوان غير المريحة.
- إن الضوء المنبعث من ألوان مختلفة يمكن أن يغير ضغط الدم والنبض والتنفس ونشاط الدماغ والنظم الحيوية.
- يمكن للأطفال من خلال الالوان تحرير غضبهم واهتماماتهم العاطفية وتغيير الحالة المزاجية.
- يمكن استخدام الألوان الدافئة لزيادة النشاط والألوان الرائعة للاسترخاء وتحقيق الهدوء.

وسائل الاعلام المرئية:

وعلى الرغم من تعدد وسائل الإعلام وتنوعها, إلا أن التّلفزيون بقي من أكثر الوسائل متابعة من قبل الجمهور, نظرًا لما يقدمه من برامج تحمل مضامين تهم الجمهور بمختلف أعمارهم وتوجهاتهم, وتسهم في تغيير مواقفهم وسلوكاتهم، فمنذ ظهوره وتحديدًا في الخمسينيات, تفوّق على وسائل الإعلام الأخرى, فقد شهد استخدامه نقلة نوعية جعلته يحتل مساحة كبيرة من الأهمية والتّأثير بين الجمهور, وتميز التّلفزيون في قدرته على السّيطرة والإقناع, فيمكن من خلاله التّحكم بالرأي العام وتوجيهه, كما يعدُّ وسيلة ترفيهية وتثقيفية, فهو يكسب الجمهور أنماطًا سلوكية مختلفة نظرًا لساعات التعرض الطويلة للبرامج التي يقدمها (دليو, 2013, ص141).

أشكال البرامج التّلفزيونية::

تقسم البرامج التّلفزيونية إلى سبعة تصنيفات بحسب مسلماني وفقًا لطبيعة المضمون ويمكن حصرها كالتالي (مسلماني, 2016, ص95-96):

1- البرامج الإخبارية: مثل البرامج المختصة بالشؤون العامة والأخبار الرياضية ونشرات الأخبار.

2- الإعلانات، التي تشمل برامج الإعلانات التجارية والإعلامية.

3- البرامج التّعليمية، سواء كانت البرامج المعنية بالتّعليم الرّسمي الخاص أو التّعليم غير الرّسمي كبرامج الأطفال.

4- البرامج التّرفيهية، كبرامج الموسيقى والدراما والفكاهة والمسلسلات والمسابقات والفوازير وغيرها من البرامج.

5- البرامج الأدبية والفنيّة والعلميّة، وتشمل على برامج المسرح والرّقص والشّعر والنّقد والأدب والعلم.

6- البرامج الدّينية.

7- البرامج الخاصة بالجمهور النوعيّة، كالمرأة والطفل والشّباب.

تأثيروسائل الاعلام على الجمهور:

وهناك عوامل متعددة تؤثر على فاعلية وسائل الإعلام وقدرتها على التّأثير والتّغيير وقيادة المجتمعات، وهذه العوامل يمكن التعبير عنها بالمتغيرات التالية (الشميمري، 2010, ص60):

1- متغيرات البيئة: وهي كافة الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وقد تكون مساعدة لوسائل الإعلام على إحداث التأثير والتغيير، أو تكون عوامل تضعف فاعلية وسائل الإعلام.

2- متغيرات الوسيلة: وهي العوامل المتعلقة بوسائل الإعلام ومصداقيتها، وتنوعها، وشمولها، وتجانسها، وهل هي متشابهة ومتسقة، أم لديها تنوع وتعددية إعلامية.

3- متغيرات المحتوى: يلعب المحتوى وقدرته على الاستمالة، والإقناع، والتنوع، والتكرار، والجاذبية، وإشباع حاجات المتلقي، دورًا مهمًا في فاعلية تأثير وسائل الإعلام.

4- متغيرات الجمهور: متغيرات الجمهور لها دلالة كبيرة في فعالية تأثير وسائل الإعلام، حيث يختلف الأفراد في خبراتهم، وثقافتهم، وتعرضهم الانتقائي لوسائل الإعلام، وقابليتهم للتأثر، بل إنه أحيانًا يستجيب الشخص الواحد على نحو مختلف لنفس المحتوى وفقًا لظروفه الصحية أو النفسية أو الاجتماعية.

5- متغيرات التفاعل: إن آلية التفاعل وطريقته وهل هو جماعي أم فردي، كل ذلك يحدد مدى فاعلية تأثير وسائل الإعلام.

- **وسائل الإعلام المرئية والبرامج التعليمية:**

هي تلك المواد التعليمية التي يتم تصميمها وبرمجتها بواسطة الحاسب لتكون مقررات دراسية، بحيث يعتمد تصميمها على تقسيم العمل إلى أجزاء صغيرة متتابعة منطقيا، حيث تعدُّ مرحلة الطفولة من أهم مراحل النمو باعتبارها المرحلة التمهيدية للمراحل اللاحقة، فمن خلالها تتبلور معالم شخصية الطفل وتتكون في المستقبل ويتعلم عدة خبرات تؤهله للتكيف مع المحيط وباعتباره مخلوق ضعيف غير قادر على تلبية حاجاته بنفسه فهو يحتاج إلى رعاية واهتمام ورقابة واعية من طرف المحيطين، من خلال توفير مجموعة غنية ومتنوعة من البرامج التي يتم تحملها على أجهزة الكمبيوتر، أو تطبيقات الهواتف النقالة، وهي برامج تتضمن طرق للتعليم بالصوت والصورة للأطفال (وهبي و أبو بكر،2018).

لقد تغلغلت وسائل الإعلام المرئية في جميع جوانب حياتنا اليومية لتصبح المصدر الأساسي لمعلوماتنا، وتشكيل آرائنا، وتغذية خيالنا وإعادة تشكيل واقعنا، مخلفة وراءها تداعيات خطيرة على المستوى الفردي والجماعي، على الرغم من بعض الجوانب الإيجابية تشكل ظاهرة تهدد منظومة القيم والأخلاق السائدة وآثارها المستقبلية، مما يستدعي ضرورة اتخاذ تدابير لتحصين وتثقيف الشباب للاستثمار في الإعلام المرئي وتجنب أخطاره، وتنمية مهاراتهم ومبادئهم، مما يقودهم إلى تطوير حس نقدي إيجابي يبعدهم عن التفاعلات السلبية معهم وهذا ينطلق بالتزامن مع انتشار التربية الإعلامية التي تتمثل في "فهم الجمهور لآلية عمل الاعلام والكيفية التي يؤثر بها على حياتنا وطريقة استخدامه بصورة حكيمة وايجابية"، و تشمل قدرتها في الوصول إلى المعلومات وتحليل الرسائل وتقويمها، مما يرفر للأفراد اكتساب مهارات استخدام وسائل الاعلام والاتصال، والقدرة على اختيار مضامينها وتفسير رسائلها وتنمية المهارات الأساسية للتساؤل النقدي وتشكيل وعي اعلامي ناقد يكون بمثابة مناعة مضادة لمخاطر وافرازات وسائل الاعلام" (بن واصل،2022).

أهمية استخدام وسائل الإعلام المرئية في العملية التعليمية:

توفر وسائل الإعلام من الجهد والوقت الذي يبذله المعلم من خلال استخدام الوسيلة التعليمية اكثر من مرة، وتساعده على إثارة دافعية الطلبة نحو التعلم، من خلال حل المشكلات التعليمية واكتشاف الحقائق المختلفة وتنمية حبّ الاستطلاع لديه والرغبة في التعلم، التي تعدّ بدورها محفّزات لاكتساب المعارف.

كما تساعد وسائل الإعلام المعلم على إيصال المعلومات والمهارات التعليمية إلى المتعلّمين، عبر زيادة الإدراك لديهم نحو هذه المعلومات، وفي إبقاء المعلومات حيّة في ذهن المتعلّم، من خلال توضيحها وشرحها بطرق أقرب لذهن الطالب.

و عادت التجارب التي استخدمت فيها وسائل الإعلام في مجال دعم التعليم المدرسيّ النظاميّ بالفائدة الجمّة على النظم التعليميّة في عدة دول، حيث أجريت هذه التجارب على مجموعة من الدول المتقدّمة نسبيًّا في النموّ(المسلاتي،2010).

ولمواكبة التطور في استخدام وسائل الإعلام المرئية في العملية التعليمية يتوجب على المدارس اتباع الإجراءات التالي (عجاج،2019):

– بناء استوديوهات كافية للإذاعة المدرسيّة وتجهيزها بالتجهيزات الحديثة الكاملة

–إنشاء قناة خاصّة للبرامج التعليميّة.

- توفير معدات الاستلام للمدارس والمعاهد والجامعات.

- توفير الأموال للبرامج التعليمية في الوقت المناسب لها.

- تخصيص ميزانية أكبر للبرامج التعليمية.

- توعية المعلمين بالحوافز والمكافآت المادية للعمل في مجال البرامج التعليمية عبر استخدام وسائل الإعلام المرئية.

- تحديد العلاقة بين المؤسسات التعليمية والمؤسسات الإعلامية.

- إنشاء جهاز وظيفيّ للبرامج التعليميّة بالتعاون مع مؤسسات الإعلام المرئي.

- تدريب العاملين في البرامج التعليميّة، على استخدام التقنيّات الحديثة في هذا المجال.

- التوسّع في إنتاج البرامج التعليميّة لتحتل نسبة أكبر.

- إعداد العدّة لاستخدام القمر الاصطناعيّ العربيّ في المجالات التعليميّة والتربويّة من الفوائد "أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية".

- زيادة المعلومات عن طريق التلفزيون عندما يدمج ذلك في تدريس الفصل، مما يحسن الأداء التدريسي و تقلّل من النقص في النظام التعليميّ، مما يؤدّي إلى تحمّل التعليم لجماعات لم يكن بها مدارس إطلاقًا، فيقود التلفزيون نشاطًا تعليميًّا جماهيريًّا يسبق به المدرسة.

قناة العر اقية التربوية:

نطلق بثها الأول في مايو (2003)، وكان الهدف منها هو المساعدة على تحصيل الطلاب لدروسهم، فهي قناة حكومية تعليمية متخصصة في عام (2012) أتاحت وزارة التربية العراقية قناة العراقية التربوية على اليوتيوب، وذلك حتى يتمكن الطلاب والطالبات مشاهدة الشروحات التفصيلية للدروس مرات عديدة وفي أي وقت. زاد الاهتمام بالقناة في ظروف جائحة كورونا عام (2020)، وتم تطوير القناة لتكون قادرة على القيام بدورها كمنصة تعليمية تخدم ملايين الطلاب والطالبات (شفق نيوز،2020).

- **نتائج الدراسة:**

اولًا: فئات نوع الألوان المستخدمة في البرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية:

للإجابة عن هذا السؤال تمّ استخراج التوزيع التكراري والنسبي فئات الألوان المستخدمة في عينة الدراسة والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول (2): فئات نوع الألوان

ر	فئات نوع الألوان	قناة العر اقية التربوية		
		ك	ن	ت
1	الدافئة	7	%30.4	2
2	المحايدة	5	%21.7	3
3	الباردة	10	%43.5	1
المجموع		23	**%100**	-

تظهر النتائج في الجدول (2) أن من أكثر أنواع الألوان استخدامًا في البرامج التعليمية التي تبثها قناة العراقية التربوية هي الألوان الباردة حيث جاءت بالمرتبة الأولى بجموع تكرار (10) ونسبة (43.5%)، اما في المرتبة الثانية فجاءت الألوان الدافئة بتكرار (7) ونسبة (30.4%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الألوان المحايدة بمجموع تكرار (5) ونسبة (21.7%).

وتشابهت نتيجة الارتفاع في استخدام الألوان الباردة في البرامج التعليمية مع نتيجة أشارت إلى أن اللون الأبيض أقوى في عملية جذب الانتباه المستمر عن الألوان الأخرى وهو من الألوان الباردة وأن استخدام الألوان الباردة يؤدي الى نجاح في عملية جذب الانتباه مع مراعاة تباينها مع الخلفية وأن استخدام الألوان المحايدة قد يؤدي إلى الفشل في جذب الانتباه ولا ينبغي أن تستخدم في التطبيقات من حيث مكونات الوسائط المتعددة المرئية.

وبحسب رأي الباحث جاءت نتيجة الارتفاع في استخدام الألوان الباردة مقارنة مع فئات أنواع الألوان الأخرى لأنها تبعث الراحة والطمأنينة في قلب الناظر اليها وتساعده على التركيز فب المحتوى دون تشتت باختلاف الألوان.

ثانيًا: فئات تدرج الألوان المستخدمة في البرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية:

للإجابة عن هذا السؤال تمّ استخراج التوزيع التكراري والنسبي لفئة تدرج الألوان المستخدمة في عيّنة الدراسة والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول (3): فئة تدرج الالوان

ر	فئة تدرج الالوان	قناة العر اقية التربوية		
		ك	ن	ت
1	الإضاءة	8	%42.1	1
2	السطوع	7	%36.8	2
3	التشبع	4	%21.1	3
المجموع		19	%100	-

تشير النتائج في الجدول (3) إلى أن أبرز فئات تدرج اللون المستخدمة في البرامج التعليمية على قناة التربوية العراقية هي الإضاءة حيث جاءت بالمرتبة الأولى بتكرار (8) ونسبة (42.1%)، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة السطوع بتكرار (7) ونسبة (36.8%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة التشبع بتكرار (4) ونسبة (21.1%).

وتتشابه نتيجة الارتفاع في استخدام السطوع في عينة الدراسة مع نتيجة دراسة (الخاتم والطيب عمر،2014) التي أظهرت أن اتقان بعض التصاميم بناء علاقاتها اللونية عن طريق التحكم في درجة السطوع وتقوية علاقات الشد البصري وإحكام المعادلة البنائية للتصميم،ومع نتيجة دراسة (Sriyeni.Y Veronica.M ،، 2020) التي توصلت الدراسة إلى أن المناطق التي تظهر تباينًا عاليًا في الإضاءة أو اللون تؤثر تأثيرًا قويًا على الانتباه البصري. وبحسب رأي لباحث يمكن أن يعود ارتفاع نسبة استخدام الإضاءة في الفيديوهات التعليمية لما تزيده من توجيه نظر الطلبة نحو المحتوى وتوضيح المعلومات المذكورة وخاصة الارقام لصغر حجمها، وهكذا التأكد من لفت انتباه الطلبة نحوها.

ثالثًا: فئات تنسيق الألوان المستخدمة في البرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية

للإجابة عن هذا السؤال تمّ استخراج التوزيع التكراري والنسبي لفئة تنسيق الالوان في عيّنة الدراسة والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول (4): فئة تنسيق الالوان

ر	فئة تنسيق الألوان	قناة العر اقية التربوية		
		ك	ن	ت
1	الاحادية	8	%53.3	1
2	المزدوج	4	%26.7	2
3	الثلاثية	3	%20	3
المجموع		15	%100	-

تشير النتائج في الجدول (4) إلى أن من أكثر فئات تنسيق الألوان استخداما في البرامج التعليمية التي تبثها قناة العراقية التربوية هي فئة الألوان الأحادية حيث جاءت بالمرتبة الأولى بتكرار (8) وبنسبة (53.3%)، وجاءت فئة الألوان المزدوجة في المرتبة الثانية بتكرار(4) ونسبة (26.7%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة الألوان الثلاثية بتكرار (3) ونسبة (20%).

واختلفت نتيجة انخفاض استعمال الألوان الثلاثية في محتوى الفيديو التعليمي مع نتيجة دراسة (دسوقي،2020) التي أشارت الى ان استخدام

تنسيق الألوان الثلاثية أكثر أهمية في جذب الانتباه وزيادة تحصيل الطلاب الدراسي مع دراسة (الدور،2021) التي أشارت الى ان تلميح اللون وتصفيته بالوان أحادية تزيد من التركيز البصري عند الطلبة، وبحسب رأي الباحث تعود نتيجة أن الألوان الأحادية هي أكثر فئات الألوان استخداما في البرامج التعليمية لما تبعثه من الراحة في النظر نحو المحتوى التعليمي وتزيد من تركيزه وتخفيف التشتت.

- **نتائج الدراسة الخاصة بأداة الاستبيان**

أولًا: النتائج المتعلقة بمدى متابعة الطلبة للبرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية

ما مدى متابعتك للبرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لمدى متابعة الطلبة للبرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية، والجدول (5) يوضح هذه النتائج:

الجدول (5): مدى متابعة الطلبة وسائل الاعلام المرئية

العبارات	التكرارات	النسبة
دائمًا	39	%39
أحيانًا	28	%28
نادرًا	29	%29
لا اتابع	4	%4
المجموع	100	%100

تظهر بيانات الجدول (5) أنّ (39) فردًا بنسبة بلغت (39%) يتابعون البرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية، بينما أشار (29) فردًا بما نسبته (29%) أنهم أحيانًا ما يتابعونها، وأن (28) فردًا بنسبة بلغت (28%) أحيانًا ما يتابعونها، كما أجاب (4) أفراد أنهم لا يتابعونها لذلك تم استقصائهم من عينة الدراسة لتصبح بذلك (96) فردًا.

ما مدى متابعتك للبرامج التعليمية على قناة العر اقية التربوية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لمدى متابعة الطلبة للبرامج التعليمية على قناة العراقية التربوية، والجدول (6) يوضح هذه النتائج:

الجدول (6):مدى متابعة الطلبة قناة العر اقية التربوية

العبارات	التكرارات	النسبة
دائمًا	36	%37.7
أحيانًا	28	%27
نادرًا	29	%27.8
لا اتابع	7	%6.8
المجموع	96	%100

تظهر بيانات الجدول (6) أن (36) فردًا بنسبة بلغت (37.7%) يتابعون البرامج التعليمية على قناة العراقية التربوية على نحو دائم، بينما أشار (29) فردًا بما نسبته (27.8%) أنهم نادرا ما يشاهدونها، وأن (28) فردًا بنسبة بلغت (27%) أحيانًا ما يشاهدونها بينما أشار (7) أفراد أنهم لا يتابعونها وتم استقصائهم من عينة الدراسة لتصبح بذلك (89) فردًا.

ثانيًا: النتائج المتعلقة بتأثير الألوان على جذب انتباه المشاهدين نحو البرامج التعليمية على وسائل الاعلام المرئية

كيف تؤثر الألوان في البرامج التعليمية على قناة العر اقية التربوية على جذب انتباهك نحوها؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتأثير الألوان على جذب انتباه المشاهدين نحو برامج المسابقات عينة الدراسة، والجدول (7) يوضح هذه النتائج:

الجدول (7): مدى تأثير الألوان في البرامج التعليمية على قناة العر اقية التربوية على جذب انتباه الطلبة نحوها

الرتبة	التأثيرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مدى التأثير
1-	يثير انسجام الألوان الرغبة لدي في متابعة المشاهدة	3.99	.859	مرتفع
2-	تجذبني الألوان الثلاثية نحو المحتوى التعليمي	3.30	1.049	متوسط
3-	تحقق لي تنسيق الألوان الأحادية التوازن في الأشكال التي يبثها البرنامج	3.67	1.065	مرتفع
4-	تجعلني إضاءة الألوان في البرنامج أنسجم مع المحتوى التعليمي	2.92	1.325	متوسط
5-	يريحني استخدام الألوان الدافئة في متابعة مشاهدة البرنامج التعليمي	3.56	.941	متوسط
6-	توجه سطوع لألوان في البرنامج تركيزي نحو المحتوى المعروض	3.26	1.183	متوسط
7-	تحقق لي الألوان الباردة التركيز المتواصل نحو المحتوى التعليمي	3.57	1.075	متوسط
8-	تحقق لي سطوع الألوان البرنامج الدقة والوضوح في الانتباه نحو المحتوى التعليمي	3.56	1.097	متوسط
9-	المجموع	3.4789	.75053	

يظهر الجدول (7) أن مدى التأثير للفقرات الفرعية للتأثيرات الألوان في البرامج التعليمية في وسائل الاعلام المرئية على جذب انتباه المشاهدين نحوها تراوح بين "مرتفع" و"متوسط"، حيث جاءت الفقرة التي تنص على " تثير الألوان الرغبة لدي في متابعة المشاهدة " بالمرتبة الأولى بمدى تأثير "مرتفع" وعبارة "تحقق لي الألوان تركيزي المتواصل نحو المحتوى التعليمي" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.57) وانحراف معياري((1.075 .. وجاءت الفقرة التي تنص على " تجعلني ألوان البرنامج أنسجم مع المحتوى التعليمي " بالمرتبة الأخيرة بمدى تأثير "متوسط" وبمتوسط حسابي (2.92) وانحراف معياري (1.325).

وتتشابه نتيجة أهمية انسجام الألوان في اثارة لدى أفراد العينة في متابعة المشاهدة ونتيجة ان تنسيق الألوان بحقق لتوازن في الأشكال التي يبثها البرنامج مع نتيجة دراسة (عبد الوهاب،2006) التي أشارت الى أن تطوير الكفايات المتعلقة بتذوق الجمال وإلى تحليل كفايات التذوق المتوفرة يتحقق بالانسجام والتنسيق بين الألوان.

وبحسب رأي الباحث يعود ارتباط مدى تأثير الألوان في البرامج التعليمية على قناة العراقي التربوية بارتباطه بجزء تحليل المحتوى من خلال ربط النتيجة المرتفعة لتأثير تنسيق الألوان الأحادية في تحقيق التوازن في الأشكال التي يبثها البرنامج من وجهة نظر المشاهدين وهذا ما توصلت له الدراسة في جزئية تحليل المضمون الجدول (4) في ارتفاع نسبة استخدام الألوان الأحادية في هذه البرامج.

كما يرتبط الارتفاع في تأثير انسجام الألوان من حيث فئاته التي تم دراستها في زيادة الرغبة لدى المشاهدين في متابعة المشاهدة، وحصول عبارة (تحقق لي الألوان الباردة التركيز المتواصل نحو المحتوى التعليمي) على نسبة أعلى من عبارة (يريحني استخدام الألوان الدافئة في متابعة مشاهدة البرنامج التعليمي) لتتوافق مع نتيجة الجدول (2) الذي أشارت نتائجة الى ارتفاع نسبة الباردة بالمقارنة مع الدافئة، وهكذا ترتبط نتيجة جزيئة تحليل مضمون الألوان في محتوى الدراسة على أثرها في جذب الانتباه لديهم تجاه البرنامج التعليمي.

- **النتائج المتعلقة بفرضية الدراسة:**

<u>نتائج السؤال الرابع:"هل هناك تفاوت بين مدى تأثير استخدام الألوان في البرامج التعليمية على جذب انتباه الطلبة نحوها تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر ، مكان السكن)"</u>

وينبثق عنه الفرضية الصفرية الثانية الآتية: **"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لمدى تأثير استخدام الألوان في البرامج التعليمية على جذب انتباه الطلبة نحوها تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، مكان السكن)"**

لفحص هذه الفرضية والإجابة عن السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية **لمدى تأثير استخدام الألوان في البرامج التعليمية على جذب انتباه الطلبة نحوها تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، العمر،مكان السكن، التحصيل الدراسي)**، والجدول (9) يوضح ذلك.

الجدول (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى تأثير استخدام الألوان في البرامج التعليمية على جذب انتباه الطلبة نحوها تعزى للمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات	الفئة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
النوع الاجتماعي	**ذكر**	3.5786	.66358
	انثى	3.4144	.75053
التحصيل الدراسي	ممتاز	3.6129	.87759
	جيد جدًا	3.6250	.70295
	جيد	3.3300	.66622
	مقبول	3.2969	.62729
العمر	أقل من 10 سنوات	3.3810	.70763
	10-12 سنة	3.4185	.94042
	من 13-15 سنة	3.6700	.55302
	من 16-18 سنة	3.4125	.77703
مكان السكن	قرية	3.7011	.68022
	مدينة	3.4798	.71305
	بادية	3.2917	.92139
	مخيم	3.3359	.81409

يظهر الجدول (9) وجود فروق ظاهرية في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية في مدى تأثير استخدام الألوان في البرامج التعليمية على جذب انتباه الطلبة نحوها تعزى للمتغيرات الديموغرافية، ولفحص دلالة هذه الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي((one-way ANOVA واختبار T-Test لقياس متغير النوع الاجتماعي، والجداول (10)، (11)، (12) توضح ذلك.

الجدول (10) : تحليل التباين الأحادي (ONE-way ANOVA) (بدون تفاعل) لدلالة الفروق في تأثيرات استخدام الألوان في البرامج التعليمية في وسائل الاعلام المرئية على جذب انتباه افراد العينة نحوها وفق المتغيرات الديموغرافية.

المتغير	ف الكلية	درجة حرية الفرضية	درجة حرية الخطأ	مستوى الدلالة
النوع الاجتماعي	30.85	88	.052	.491
العمر	104.24	88	.528	.958
التحصيل الدراسي	112.40	88	1.976	.016
مكان الاقامة	64.47	88	1.116	.353

يظهر الجدول (10) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات الألوان في البرامج التعليمية في وسائل الاعلام على جذب الانتباه عندهم وفق المتغيرات الديموغرافية: العمر، التحصيل الدراسي، سنوات، ومكان السكن، حيث جاءت جميع قيم الدلالة الإحصائية الخاصة بالمتغيرات الديموغرافية أكبر من (0.05) وهي قيم غير دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وبحسب رأي الباحث يعود ذلك الى ان عملية جذب الانتباه هي عملية تلقائية لا تتحدد بمعايير شخصية انما بالمحتوى والأسلوب الفني المعروض.

الجدول (11) : نتائج اختبار (One-Sample Statistics) لاستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتأثير الألوان على جذب انتباه المشاهدين نحو برامج المسابقات تعزى للنوع الاجتماعي

	Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N
الدرجات	.115	1.088	2.49	89

يتضح من الجدول (11) أن عدد أفراد العينة يساوي (89) فردا ومتوسط العينة بلغ (2.49) والانحراف المعياري (.115).

الجدول (12): نتائج اختبار (One-Sample Test) لدلالة الفروق في تأثيرات استخدام الألوان في البرامج التعليمية في وسائل الاعلام المرئية على جذب انتباه افراد العينة نحوها وفق متغير النوع الاجتماعي

Test Value = 0						
				95٪ فاصل الثقة من الفرق		
	t	df	Sig. (2-tailed)	الفروقات	السفلى	العليا
الدرجات	30.856	88	.000	1.607	1.50	1.71

يتضح من الجدول (12) أن قيمة (ت) بلغت (30.856)، وبلغ مستوى الدلالة (000.) مما يعني عدم وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى (0.05) بين الذكر والانثى.

- **أبرز النتائج:**

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي:

1- أن من أكثر أنواع الألوان استخدامًا في البرامج التعليمية التي تبثها قناة العراقية التربوية هي الألوان الباردة حيث جاءت بالمرتبة الأولى بجموع تكرار (10) ونسبة (43.5%).

2- أن أبرز فئات تدرج اللون المستخدمة في البرامج التعليمية على قناة التربوية العراقية هي الإضاءة حيث جاءت بالمرتبة الأولى بتكرار (8) ونسبة (42.1%).

3- أن من أكثر فئات تنسيق الألوان استخداما في البرامج التعليمية التي تبثها قناة العراقية التربوية هي فئة الألوان الأحادية حيث جاءت بالمرتبة الأولى بتكرار (8) وبنسبة (53.3%).

4- أن غالبية أفراد العينة يتابعون البرامج التعليمية على قناة العراقية التربوية على نحو دائم بنسبة بلغت (37.7%).

5- أن مدى التأثير الألوان في البرامج التعليمية في وسائل الاعلام المرئية على جذب انتباه المشاهدين نحوها جاءت بدرجة مرتفعة.

6- عدم وجود فروق ظاهرية في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية في مدى تأثير استخدام الألوان في البرامج التعليمية على جذب انتباه الطلبة نحوها تعزى للمتغيرات الديموغرافية.

7-عدم وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى (0.05) بين الذكور والاناث في تأثير الألوان المستخدمة في البرامج التعليمية في وسائل الاعلام عليهم.

- **التوصيات:**

1- تدريب أخصائيين تكنولوجيا التعليم على استخدام الألوان السليمة داخل تصاميمهم التعليمية.

2- زيادة الاهتمام بالنظريات والأبحاث التي درست الألوان لمعرفة أفضل الأساليب للتصميم وفقًا للمادة التعليمية وخصائص المستفيدين منها.

3- توجيه نظر القائمين على العملية التعليمية والتربوية إلى أهمية معرفة مستوى انتباه التلاميذ والعمل على تنميتها باستخدام عناصر الجذب التعليمية المناسبة لهم.

المصادر والمراجع

بن واصل، م. (2022). مستقبل الاعلام التربوي في ظل التحول الرقمي. *مجلة بحوث التربية النوعية*، (67)، 1217-1247.

حجاب، م. (2004). *المعجم الإعلامي*. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

حسين، س. (1995). *بحوث الإعلام الأسس والمبادئ*. القاهرة: عالم الكتب.

حلوة، ش. (2017). واقع استخدام الألوان فى مجلات الأطفال ودورها فى تحسين انتباه وإدراك تلاميذ المرحلة الإبتدائية. *مجلة كلية التربية. بنها*.

حمدان، أ. (2008). دلالات الألوان في شعر نزار قباني. *كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الدولية*.

الخاتم، س.، والطيب عمر، ع. (2014). أثر اللون ودلالاته التربوية في ديكور برامج الأطفال التلفزيونية. مجلة العلوم الإنسانية، 4(15).

دسوقي، م. (2020). "أنماط تناسق الألوان (الأحادية-المكملة-التماثلية–الثلاثية) داخل بيئة تعلم إلكترونية قائمة على الإنفوجرافيك الثابت وأثرها في تنمية مهارات التفكير البصري والتحصيل وبقاء أثر التعلم لدى طلاب تكنولوجيا التعليم. *مجلة تكنولوجيا التعليم، جامعة عين شمس*، 30(3).

دليو، ف. (2013). *تاريخ وسائل الإعلام والاتصال*. (ط4). الجزائر:دار الخلدونية للنشر والتوزيع.

الدور، ع. (2021). *أثر تلميح اللون بالفيديو التفاعلي على تنمية المهارات الأدائية والتفكير البصري لدى الطالبات المعلمات. رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة عين شمس، 1(6).
زغيب، ش. (2009). *مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
سلامي، ز.، هنيدة، ك.، وإكرام، ح. (2018). *دور البرامج التربوية بمراكز الطفولة المسعفة في التكيف الاجتماعي. رسالة دكتوراة غير منشورة*.
شفق نيوز. (2020). *التربية العراقية تعتمد وسائل التعلم عن بعد ومن المنازل بعد تفشي كورونا*.
الشميمري، ف. (2010). *التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام*. (ط1). السعودية: إدارة البحوث والنشر.
عبد الوهاب، ط. (2006). *مرتجيات الألوان في تنمية كفايات التذوق الجمالي. رسالة دكتوراة غير منشورة*، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
عبد الحافظ، س. (2001). *وسائل الأتصال وتكنولوجيا التعليم*. (ط3). عمان،الأردن: دار الفكر للطباعة.
عبد الحميد، م. (2013). *نظريات الاعلام واتجاهات التاثير*. (ط4). القاهرة: عالم الكتب.
عبد الحميد، م. (2000). *مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. القاهرة: عالم الكتب.
عثمان، إ. (2016). استخدام الشباب المصري لتطبيقات الدردشة عبر الهاتف وعلاقته بمستوي ثقافة الحوار لديهم. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، مصر*، 5.
عجاج، ز. (2019). دور وسائل الإعلام المرئي ومواقع التواصل الإجتماعي في العملية التعليميّة. *مجلة الآداب والعلوم الثقافية، لبنان*.
العيثاوي، هـ. (2012). سلطة الرياضة عن طريق التلفزيون دراسة في تحليل الخطاب الإعلامي الرياضي العراقي الرسمي. *مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، كلية الإعلام*، 14.
كولز، أ. (1992). *المدخل إلي علم النفس المرضى الإكلينيكى*. الإسكندرية: دار المعرفه الجامعيه.
محمد، ع. (1997). *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*. القاهرة: عالم الكتب.
محمد، ح. (2010). أطر التغطية الإخبارية لانتخابات مجلس الشعب ٢٠١٠ ومدي انعكاسها علي اتجاهات الناخبين. *مجلة البجوث النوعية، جامعة المنصورة*، 20.
محمود، ك. (2020). دور شبكات التواصل في تحقيق تكيف أفراد الجمهور المصري مع الحجر الصحي خلال أزمة كوفيد 19. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، 20.
مزاهرة، م. (2015). *العلاقات العامة الدولية*. الأردن: دار المسيرة للطباعة والنشر.
المسلاتي، م. (2010). دور وسائل الإعلام في التربية والتعليم. *مجلة الجامعي*، 19.
مسلماني، ب. (2016). *التنمية المستدامة "2023" وقضايا الجندر وتمكين المرأة، مؤسسة مودة للحفاظ على الأسرة*.
مكاوي، ح. (2009). *نظريات الإعلام*. (ط1). مصر: الدار العربية للنشر والتوزيع.
المنير، ب.(2016). *توظيف البرامج التلفزيونية في تعزيز القيم الاجتماعية للشباب الجامعي: دراسة تطبيقية على برنامج أوراق شبابية على تلفزيون الشروق من 2013 – 2014م. رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية الدراسات العليا، قسم الإعلام، جامعة الرباط الوطني، السودان، الخرطوم.
موريس، أ. (2004). *منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية*. الجزائر: دارالقصبة للنشر.
موقع ويكيبيديا.(2020). *قناة العراقية التربوية*.
المؤمن، إ. (2016). *نظرية تحليل التأطير الاعلامي*.
نصرالله، ع. (2016). أساسيات مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها. الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
نحاس، أ. (2014). *الوعي الإعلامي الأبعاد الأربعة*. مدونة ثقافة الميديا. https://medialiteracyarab.wordpress.com/.
وهبي، م.، وأبوبكر، ط. (2018). *أثر البرامج التعليمية والألعاب المحوسبة في التحصيل الدراسي ونمو التفكير الإبداعي لدى تلاميذ الصف الأول الإبتدائي في مقرر القراءة في العراق. رسالة دكتوراه*، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

References

Drelie Gelasca, E., Tomasic, D., & Ebrahimi, T. (2005). Which colors best catch your eyes: a subjective study of color saliency. In *Fisrt International Workshop on Video Processing and Quality Metrics for Consumer Electronics, Scottsdale, Arizona, USA* (No. CONF).

Graves, M. (1942). The art of color and design.

Lewandowska, A., & Olejnik-Krugly, A. (2021). Do Background Colors Have an Impact on Preferences and Catch the Attention of Users?. *Applied Sciences*, *12*(1), 225.

Sriyeni, Y., & Veronica, M. (2020, April). Development Analysis For Numbers And Colors Learning Media. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1500, No. 1, p. 012122). IOP Publishing.

Zhao, L., Lee, S. H., Li, M., & Sun, P. (2022). The use of social media to promote sustainable fashion and benefit communications: a data-mining approach. *Sustainability*, *14*(3), 1178.