



جامعة القاهرة

كلية الإعلام

قسم الإذاعة والتلفزيون

استخدامات الشباب المصري لقنوات تلفزيون الإنترت

والإشباعات المتحققة منها

رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام

إعداد

ريهام محمد عبد الباري

إشراف

أ.د/ جيهان يسري

الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون

وعميد كلية الإعلام - جامعة القاهرة

1437 هـ - 2016 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{إِنَّا فَتَحْنَا لَكَ فَتْحًا مُّبِينًا(١)}

صدق الله العظيم

سورة الفتح

## شكر وتقدير

أدين بالعرفان والجميل لعديد من الشخصيات التي كان لإسهاماتهم تأثيراً في حياتي العلمية والعملية، وعلى رأسهم أستاذتي الفاضلة أ.د. جيهان يسري، عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة، والمشرفة على الرسالة، لمساعداتها الجليلة وتوجيهاتها المثمرة طوال فترة إعداد الرسالة.

وأتوجه بالشكر والتقدير إلى أستاذتي الفاضلة أ.د. وليد فتح الله بركات وكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب بجامعة القاهرة، لتشريفه لي بالموافقة على مناقشة هذه الرسالة، وما سيكون له من عميق الأثر في إثراء المناقشة وصقل الباحثة.

كما أدين بالشكر والعرفان إلى أستاذتي الفاضلة د. حنان إسماعيل الأستاذ المساعد بكلية التربية النوعية جامعة القاهرة، لتفضليها بالموافقة على مناقشة هذه الرسالة، وما سيكون له من عميق الأثر في إثراء المناقشة.

ولا يسعني في مقام الشكر والاعتراف بالجميل، إلا أن أتوجه بالشكر إلى والدي على ما قدما لي من دعم ومساندة طوال سنوات عمري، وإلى إخوتي وأصدقائي ومن غمروني برعايتهم وحبهم ودعمهم، وإلى كل من ساعدنى في إنجاز هذا العمل سواء من قريب أو من بعيد.

## فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع
أ	▪ شكر وتقدير
ب	▪ فهرس الموضوعات
و	▪ فهرس جداول الدراسة
ط	▪ فهرس الأشكال التوضيحية
68 - 1	<b>الفصل الأول</b> <b>الإطار النظري والمنهجي للدراسة</b>
2	مقدمة
3	▪ مشكلة الدراسة
3	▪ أهمية الدراسة
4	▪ أهداف الدراسة
19 - 4	▪ الإطار النظري للدراسة (مدخل الاستخدامات والإشباعات)
57-19	▪ الدراسات السابقة
38-20	○ المحور الأول: دراسات تناولت الاستخدامات المختلفة لشبكة الإنترن特، والتأثيرات الناتجة عنها
56-38	○ المحور الثاني: دراسات تناولت الاتجاهات الحديثة للبث التلفزيوني
56	○ أوجه الاستقادة من الدراسات السابقة
57	▪ تساؤلات الدراسة
58	▪ فروض الدراسة
58	▪ متغيرات الدراسة
59	▪ الإطار المنهجي للدراسة
59	○ نوع الدراسة
59	○ منهج الدراسة

59	<input type="radio"/> مجتمع الدراسة
59	<input type="radio"/> عينة الدراسة
61	▪ أسلوب جمع البيانات (صحيفة الاستقصاء)
62	<input type="radio"/> المقاييس التجميعية للدراسة
65	<input type="radio"/> اختبارا الصدق والثبات
65	▪ المعالجة الإحصائية للبيانات
66	▪ التعريفات الإجرائية للدراسة
68	▪ ملخص
94-69	<p style="text-align: center;"><b>الفصل الثاني</b></p> <p style="text-align: center;"><b>تلفزيون الإنترت.. النشأة والتطور</b></p>
70	▪ مقدمة
81-71	▪ المحور الأول: نشأة تلفزيون الإنترت وتطوره
71	<input type="radio"/> تعريف تلفزيون الإنترنت
72	<input type="radio"/> نشأة تلفزيون الإنترنت
73	<input type="radio"/> تلفزيون الإنترت وموقع بث مقاطع الفيديو على الإنترت
74	<input type="radio"/> تطور تلفزيون الإنترنت
76	<input type="radio"/> أسباب إنشاء قنوات تلفزيونية تبث على شبكة الإنترت
77	<input type="radio"/> منافسة تلفزيون الإنترت لقنوات التلفزيون الأرضية والفضائية
78	<input type="radio"/> تلفزيون بروتوكول الإنترت
79-78	<input type="radio"/> مميزات وعيوب تلفزيون الإنترت والصعوبات التي تواجه انتشاره
80	<input type="radio"/> إشكاليات البث التلفزيوني على شبكة الإنترنت
86-82	▪ المحور الثاني: تقنيات بث تلفزيون الإنترت
82	<input type="radio"/> طرق بث ملفات الفيديو على الإنترت
85	<input type="radio"/> البث التلفزيوني المباشر عبر الإنترت

85	○ إنشاء قناة تلفزيونية على شبكة الإنترنت
94-86	▪ المحور الثالث: تلفزيون الإنترن트 في مصر
86	○ بداية تلفزيون الإنترن트 في مصر
87	○ تلفزيون الإنترن트 وثورة 25 يناير
92	○ تلفزيون الإنترن트 وثورة 30 يونيو
94	▪ ملخص
152-95	<p style="text-align: center;"><b>الفصل الثالث</b></p> <p style="text-align: center;"><b>نتائج الدراسة الميدانية على استخدام الشباب المصري عينة الدراسة لقنوات تلفزيون الإنترن트 والإشباعات المتحققة منها</b></p>
96	▪ مقدمة
126-96	▪ النتائج العامة للدراسة
96	○ التعرض لتلفزيون الإنترن트
110	○ دوافع استخدام تلفزيون الإنترن트
116	○ الإشباعات المتحققة من استخدام تلفزيون الإنترن트
118	○ تقييم مشاهدي تلفزيون الإنترن트 له
122	○ مدى تأثير تلفزيون الإنترن트 على قنوات التلفزيون الأرضية والفضائية
151-126	▪ نتائج اختبار فروض الدراسة
152	▪ ملخص
161-153	<b>خلاصة الدراسة ومناقشة النتائج والمقترحات</b>
154	▪ خاتمة الدراسة
155	▪ مناقشة النتائج العامة للدراسة
159	▪ نتائج اختبار فروض الدراسة
161	▪ مقترحات الدراسة
161	▪ مقترحات خاصة بدراسات مستقبلية

183-162	<b>مراجع الدراسة</b>
171-163	أولاً: مراجع باللغة العربية
163	▪ بحوث عربية غير منشورة
165	▪ بحوث عربية منشورة في دوريات علمية
167	▪ بحوث عربية منشورة في مؤتمرات علمية
168	▪ كتب عربية منشورة
168	▪ مقالات صحفية عربية على شبكة الإنترنت
183-172	ثانياً: مراجع باللغة الأجنبية
172	▪ رسائل علمية متاحة على قواعد البيانات على شبكة الإنترنت
174	▪ دراسات وبحوث أجنبية منشورة على شبكة الإنترنت
175	▪ بحوث أجنبية منشورة في دوريات علمية
179	▪ بحوث أجنبية منشورة في مؤتمرات علمية
181	▪ كتب أجنبية منشورة
182	▪ مقالات صحفية أجنبية على شبكة الإنترنت
183	▪ موقع إلكترونية على شبكة الإنترنت
201-184	<b>ملحق الدراسة</b>
185	الملحق الأول: صحيفة استبيان عن: استخدامات الشباب المصري لقنوات تلفزيون الإنترنت والإسبياعات المتحققة منها
193	الملحق الثاني: قرار رئيس الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء
195	الملحق الثالث: صور توضيحية

## فهرس جداول الدراسة

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
59	متغيرات الدراسة	1
60	خصائص عينة الدراسة	2
96	المدة الزمنية لبدء استخدام عينة الدراسة لتلفزيون الإنترت	3
97	معدل مشاهدة عينة الدراسة لتلفزيون الإنترت	4
98	عدد ساعات مشاهدة تلفزيون الإنترت	5
98	الأيام المفضلة لمشاهدة تلفزيون الإنترت	6
99	الوقت المفضل لمشاهدة تلفزيون الإنترت	7
100	الأماكن التي يشاهد فيها المبحوثون تلفزيون الإنترنت	8
101	المشاركة في مشاهدة تلفزيون الإنترنت	9
101	مدى انتشار مشاهدة تلفزيون الإنترنت في محيط المبحوثين	10
102	مصادر معرفة المبحوثين بموقع قنوات تلفزيون الإنترنت	11
103	مدى قيام المبحوثين بأنشطة أثناء مشاهدة تلفزيون الإنترنت	12
103	قنوات تلفزيون الإنترت المفضلة لدى المبحوثين	13
104	قنوات تلفزيون الإنترت المصرية التي يشاهدها المبحوثون	14
105	المضمون المفضل في تلفزيون الإنترنت لدى عينة الدراسة	15
107	المضمون المفضل في قنوات التلفزيون الأرضية والفضائية لدى عينة الدراسة	16
110	د الواقع استخدام الشباب الجامعي للمصري لتلفزيون الإنترنت	17
112	المشاركة في الأنشطة التفاعلية لمواقع قنوات تلفزيون الإنترنت	18
112	الأنشطة التفاعلية التي شارك فيها المبحوثون	19
113	المشاركة في برامج قنوات تلفزيون الإنترنت	20
114	طريقة المشاركة في برامج قنوات تلفزيون الإنترنت	21
115	الخدمات التي تقدمها مواقع قنوات تلفزيون الإنترنت	22
116	الإشعاعات التي تتحقق مشاهدة قنوات تلفزيون الإنترنت	23

118	مزايا تلفزيون الإنترت	24
120	مستوى رضا عينة الدراسة عن تلفزيون الإنترنت	25
121	رأي عينة الدراسة في مستوى مقدمي برامج تلفزيون الإنترنت	26
121	المشاكل التي تواجه عينة الدراسة أثناء مشاهدة تلفزيون الإنترنت	27
122	عدد مشاهدي قنوات التلفزيون الأرضية والفضائية من عينة الدراسة	28
123	مدى تغير معدل مشاهدة قنوات التلفزيون الأرضية والفضائية لدى عينة الدراسة بعد مشاهدتهم لتلفزيون الإنترنت	29
124	مدى وجود تأثير لتلفزيون الإنترنت على قنوات التلفزيون الأرضية والفضائية	30
125	تقضيات عينة الدراسة في المشاهدة التلفزيونية	31
125	تقضيات عينة الدراسة في المشاهدة التلفزيونية في حالات بعينها	32
127	اختبار (T.Test) للفروق بين (الذكور - الإناث) في الدوافع (النفعية - الطقوسية) للتعرض لتلفزيون الإنترنت	33
128	اختبار (T.Test) للفروق بين التخصص الدراسي ودوافع التعرض لتلفزيون الإنترنت	34
129	اختبار (One Way Anova) للفروق بين المتوسطات الحسابية لمتغير السن والدوافع (النفعية والطقوسية) للتعرض لتلفزيون الإنترنت	35
130	اختبار (One Way Anova) للفروق بين المتوسطات الحسابية لمتغير نوع الجامعة والدوافع (النفعية والطقوسية) للتعرض لتلفزيون الإنترنت	36
131	اختبار (LSD) لمعرفة مصدر الفروق بين المتوسطات	37
134	اختبار (T.Test) للفروق بين (الذكور - الإناث) في حجم التعرض لتلفزيون الإنترنت	38
134	اختبار (T.Test) للفروق بين التخصص الدراسي وحجم التعرض لتلفزيون الإنترنت	39
135	اختبار (One Way Anova) للفروق بين المتوسطات الحسابية لمتغير السن وحجم التعرض لتلفزيون الإنترنت	40
136	اختبار (One Way Anova) للفروق بين المتوسطات الحسابية لمتغير نوع	41

	الجامعة وحجم التعرض لتلفزيون الإنترنـت	
138	اختبار (T.Test) للفروق بين(الذكور - الإناث) في الإشباعات المتحققـة من تلفزيون الإنترنـت	42
139	اختبار (T.Test) للفروق بين التخصص الدراسي والإشباعات المتحققـة نتيجة استخدام تلفزيون الإنترنـت	43
141	اختبار (One Way Anova) للفروق بين المتوسطـات الحسابـية لمتغير السن والإشباعات المتحققـة من تلفزيون الإنترنـت	44
143	اختبار (One Way Anova) للفروق بين المتوسطـات الحسابـية لمتغير نوع الجامعة والإشباعات المتحققـة من تلفزيون الإنترنـت	45
144	اختبار (LSD) لمعرفـة مصدر الفروق بين المتوسطـات	46
147	معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لقياس العلاقة الارتباطـية بين حجم تـعرض المـبحوثـين لتـلفـزيـون الإنـترـنـت والإـشبـاعـات (التـوجـيهـيـةـ- شـبـهـ التـوجـيهـيـةـ- الـاجـتمـاعـيـةـ) المـتحقـقةـ لـديـهم	47
149	معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لقياس العلاقة الارتباطـية بين حجم تـعرض المـبحوثـين لتـلفـزيـون الإنـترـنـت وـدواـفعـهم (الـنـفـعـيـةـ- الطـقوـسـيـةـ) لـهـذـاـ التـعرـضـ	48
150	معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لقياس العلاقة الارتباطـية بين دـوـافـعـ الاستـخدـامـ (الـنـفـعـيـةـ- الطـقوـسـيـةـ) والإـشبـاعـاتـ المـتحقـقةـ (التـوجـيهـيـةـ- شـبـهـ التـوجـيهـيـةـ- الـاجـتمـاعـيـةـ)	49

## فهرس الأشكال

رقم الصفحة	العنوان	رقم الشكل
8	الاتجاهات الحديثة في بحوث الاستخدامات والإشباعات	1
11	نموذج التكامل الاجتماعي	2
13	النموذج المتكامل لاختيار وسائل الإعلام	3
15	الطبيعة الحديثة لاستخدام الفرد لوسائل الإعلام	4
82	طرق بث ملفات الفيديو على الإنترنت	5

# الفصل الأول

## الإطار النظري والمنهجي للدراسة

- مقدمة
- مشكلة الدراسة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- الإطار النظري للدراسة (مدخل الاستخدامات والإشباعات)
- الدراسات السابقة
- المحور الأول: دراسات تناولت الاستخدامات المختلفة لشبكة الإنترنت، والتأثيرات الناتجة عنها
- المحور الثاني: دراسات تناولت الاتجاهات الحديثة للبث التلفزيوني
- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة
  - تساؤلات الدراسة وفرضيتها
  - متغيرات الدراسة
  - الإطار المنهجي للدراسة
    - نوع الدراسة ومنهجها
    - مجتمع وعينة الدراسة
  - أسلوب جمع البيانات (صحيفة الاستقصاء)
  - المقاييس التجميعية للدراسة
    - اختبارا الصدق والثبات
    - المعالجة الإحصائية للبيانات
    - التعريفات الإجرائية للدراسة
  - ملخص

## ▪ مقدمة

شكل ظهور الإنترن特 حدثاً مهمّاً ترك آثاره على وسائل الاتصال الجماهيري التي سبقته في الظهور، ففي البداية ظهر النشر الإلكتروني للكتاب عبر الإنترن特، وظهرت النسخ الإلكترونية للصحف، ثم ظهرت الصحف والمجلات الإلكترونية التي تصدر فقط على شبكة الإنترن特، وكانت المرحلة التالية هي التوجه لإنشاء إذاعات تبث على شبكة الإنترن特، ولاقت هذه الإذاعات نجاحاً كبيراً وانتشاراً واسعاً مما دفع البعض للتوجه لإنشاء قنوات تلفزيونية تبث فقط على شبكة الإنترن特 وأطلق عليها "Web TV".

فالإنترنرت به العديد من المميزات كتحديد عدد المشاهدين للموقع من خلال إحصائيات يصعب على القنوات الفضائية حصرها بنفس الدقة، بالإضافة لوجود موقع للبث المباشر أو التسجيلي للمحتوى، والحرية التي تمكّن مستخدميه من مشاهدة أي محتوى إعلامي مفضل لديهم دون قيود زمنية أو ارتباط بفترات العرض بخلاف القنوات الفضائية التي تحدد لمشاهديها جداول زمنية محددة.

وقد بدأت القنوات التلفزيونية التي تبث فقط على شبكة الإنترن特 "Web TV" في الانتشار بمصر منذ عام 2008، وتتنوع أهدافها ما بين ترفيهية وسياسية ومحليّة ودينية، كما تقسم برامجها ما بين مواد وبرامج مسجلة يتم تحميلها على موقع القناة ثم يدخل الجمهور ويشاهدها في أي وقت، وأخرى تبث مباشرةً ويتفاعل معها الجمهور بشكل فوري من خلال رسائل الهاتف المحمول والمكالمات التلفونية والتعليقات التي تصل لموقع القناة.

وبدأت هذه القنوات من خلال بعض مواقع بث مقاطع الفيديو على شبكة الإنترن特 مثل موقع يوتوب ولايف ستريمنج "Live Streaming"، والتي كانت تسمح ببث مقاطع فيديو بمدة زمنية محددة، ثم تطورت هذه المواقع لتسمح بإنشاء قنوات تلفزيونية، حيث يمكن إضافة مقاطع فيديو مسجلة إلى هذه القنوات، بالإضافة لخاصية البث المباشر، ولكن يعيّب هذه القنوات أنها لا تقوم بتقديم أية خدمات للجمهور باستثناء إمكانية التعليق.

وقد ظهرت هذه القنوات في مصر لأغراض متعددة، حيث قام عدد من الفنانين بإنشاء قنوات تلفزيونية على هذه المواقع للتواصل مع جمهورهم، وعرض الأعمال الفنية الخاصة بهم (بث الحفلات بشكل مباشر - بث بعض مقاطع الفيديو التي يوجه من خلالها الفنان رسائله إلى الجمهور)، كما قام عدد من القوى السياسية بالاستفادة من هذه الخدمة مثل إئتلاف شباب الثورة، بالإضافة إلى بعض الصحف مثل صحيفة المصري اليوم واليوم السابع وتبعهم عدد من الصحف

الإلكترونية الأخرى، حيث يتم من خلال هذه القنوات بث مقاطع الفيديو التي يتم تسجيلها أثناء التحقيقات الصحفية، ومقاطع فيديو للقاءات والحوارات الصحفية.

ثم ظهرت أشكال أخرى لتلفزيون الإنترنت من خلال قيام بعض الأشخاص والمؤسسات بإنشاء موقع إلكترونية لبث قنوات تلفزيونية خاصة بهم مثل قناة "كام تي في" Cam T.V، ومجموعة قنوات توت آمون، وتتنوع برامج هذه القنوات ما بين برامج مسجلة وأخرى مباشرة، وتسمح هذه القنوات للجمهور بالتفاعل مع برامجها بشكل مباشر بالتعليق على موقع القناة، أو إرسال رسائل نصية من الهاتف المحمول، أو المكالمات التليفونية، بالإضافة إلى الاستضافة بالصوت والصورة أثناء البرامج من خلال الكاميرا الخاصة بحاسوب المشاهد الآلي، أو بث مقاطع الفيديو الخاصة به في البرنامج.

## ■ مشكلة الدراسة

مع تزايد عدد قنوات تلفزيون الإنترنت في مصر، وتسارع المؤسسات الحكومية والخاصة في إنشاء وبث قنوات تلفزيونية على شبكة الإنترنت، خاصةً بعد ثورتي 25 يناير و30 يونيو، ونظرًا لأن الشباب هم الفئة الأكثر استخداماً لشبكة الإنترنت بما تحويه من مضامين مختلفة، فإن مشكلة هذه الدراسة تتمثل في التعرف على استخدامات الشباب المصري من طلاب الجامعات لقنوات تلفزيون الإنترنت، والدافع المختلفة لهذه الاستخدامات، والمضممين التي يشاهدها الشباب في هذه القنوات، والإشاعات التي يحققونها نتيجة هذه الاستخدامات، بالإضافة لتأثير متغيرات مختلفة على دافع الاستخدام، وحجم الاستخدام، والإشاعات المتحققة، مثل المتغيرات الديموغرافية.

## ■ أهمية الدراسة

تكمّن أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تتناوله الباحثة، ويتمثل في استخدامات الشباب المصري لقنوات تلفزيون الإنترنت باعتبارها وسيلة إعلامية جديدة، والإشاعات التي تتحقق لديهم نتيجة هذه الاستخدامات، وتتمثل هذه الأهمية فيما يلي:

1. قلة الدراسات العربية التي تناولت موضوع تلفزيون الإنترنت باعتباره وسيلة حديثة لم تخضع بعد للدراسة.
2. تزايد عدد مستخدمي الإنترنت عاماً بعد عام، حيث أصبح عددهم في أكتوبر 2015 (31.7) مليون مستخدم، مقارنة بـ(25.95) مليون مستخدم في أكتوبر 2014، طبقاً لتقرير وزارة الاتصالات الصادر في فبراير 2016.
3. تزايد عدد القنوات التلفزيونية التي تبث فقط على شبكة الإنترنت، وتعدد أهدافها، وتتنوع جمهورها المستهدف، وخاصة بعد ثورتي 25 يناير، و30 يونيو.

4. انتشار قنوات تلفزيون الإنترت بين أوساط الشباب، وتفاعلهم معها بالتعليق أو بالمشاركة في برامج هذه القنوات.

## ■ أهداف الدراسة

تستهدف هذه الدراسة التعرف على النقاط التالية:

1. استخدامات الشباب المصري -عينة الدراسة- لقنوات تلفزيون الإنترت، والإشاعات المتحققة منها.
2. المتغيرات التي تؤثر على استخدام الشباب المصري -عينة الدراسة- لقنوات تلفزيون الإنترت.
3. المضمون المفضل لدى الشباب المصري -عينة الدراسة- في قنوات تلفزيون الإنترت وقنوات التلفزيون الأرضية والفضائية، ومدى تأثير مشاهدة قنوات تلفزيون الإنترت على هذه القنوات.
4. رأي الشباب المصري -عينة الدراسة- في الخدمات التي تقدمها موقع بث قنوات تلفزيون الإنترت، ومدى استفادتهم منها.

## الإطار النظري للدراسة (مدخل الاستخدامات والإشاعات)

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على مدخل الاستخدامات والإشاعات (Uses and Gratifications)، وهو مدخل يوضح كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام<sup>1</sup>؛ فهو يفترض أن أفراد الجمهور على علم بأسباب استخدامهم للمحتويات المختلفة لوسائل الإعلام، كما يمكنهم التعبير عن هذه الأسباب، فمدخل الاستخدامات والإشاعات يأخذ وجهة نظر مستهلك وسائل الإعلام، ويدرس كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام، والإشاعات التي يسعون لتحقيقها من خلال تعاملهم مع وسائل الإعلام.

ظهرت بحوث الاستخدامات والإشاعات لأول مرة على يد إلياهو كاتز<sup>2</sup> عام 1959م، في إطار نموذج التأثيرات المتوسطة لوسائل الاتصال، ويعود هذا المدخل من نقاط التحول المهمة في مجال الإعلام<sup>3</sup>، حيث نقل الاهتمام من مضمون الرسالة إلى الجمهور الذي يتعرض لوسائل الاتصال لتحقيق أغراض محددة نتيجة هذا التعرض.

وقد مر مدخل الاستخدامات والإشاعات بثلاثة مراحل متميزة في تطوره، يمكن تقسيمها زمنياً كالتالي<sup>4</sup> :

<sup>1</sup> Elgindi, Ibtessam & Abou Youssef, Enas (2007). **Mass Communication: Its Theories and Research**. Cairo: National Library Deposit. p.112.

<sup>2</sup> Katz, Elihu, Blumler, Jay& Gurevitch, Michael (1973–1974). Uses and Gratifications Research, **The Public Opinion Quarterly**, 37 (4) p.510.

<sup>3</sup> عبدالعزيز السيد، ميرفت الطرابيشي (2006) ، نظريات الاتصال، القاهرة: دار النهضة العربية، ص. 231.

<sup>4</sup> عاطف العبد، نهى العبد (2008). **نظريات الاتصال وتطبيقاتها العربية**. القاهرة: دار الفكر العربي، ص.298.