



جامعة القاهرة

كلية الإعلام

قسم الإذاعة والتلفزيون

استخدامات الشباب المصري لقنوات تلفزيون الإنترنت
والإشبيعات 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

2016 م - 1437 هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{إِنَّا فَتَحْنَا لَكَ فَتْحًا مُبِينًا (1)}

صدق الله العظيم

سورة الفتح

شكر وتقدير

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

وأتوجه بالشكر والتقدير إلى أستاذي الفاضل 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، لتفضلها 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 والديّ على ما قدما لي من دعم ومساندة طوال سنوات عمري، وإلى إخوتي وأصدقائي ممن غمروني برعايتهم وحبهم ودعمهم، وإلى كل من ساعدني 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	الفصل الأول الإطار النظري والمنهجي للدراسة
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 الإنترنت، والتأثيرات الناتجة عنها
56-38	○ المحور الثاني: دراسات تناولت الاتجاهات الحديثة للبث التلفزيوني
56	○ أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة
57	▪ تساؤلات الدراسة
58	▪ فروض الدراسة
58	▪ متغيرات الدراسة
59	▪ الإطار المنهجي للدراسة
59	○ نوع الدراسة
59	○ منهج الدراسة

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

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

183-162	مراجع الدراسة
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	▪ مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت
201-184	ملاحق الدراسة
185	الملحق الأول: صحيفة استبيان عن: استخدامات الشباب المصري لقنوات تلفزيون الإنترنت والإشباع 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 الإنترنت	3
97	معدل مشاهدة عينة الدراسة لتلفزيون الإنترنت	4
98	عدد ساعات مشاهدة تلفزيون الإنترنت	5
98	الأيام المفضلة لمشاهدة تلفزيون الإنترنت	6
99	الوقت المفضل لمشاهدة تلفزيون الإنترنت	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 بمواقع قنوات تلفزيون الإنترنت	11
103	مدى قيام المبحوثين بأنشطة أثناء مشاهدة تلفزيون الإنترنت	12
103	قنوات تلفزيون الإنترنت المفضلة لدى المبحوثين	13
104	قنوات تلفزيون الإنترنت 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	دوافع 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	الإشباعات التي تحققها مشاهدة قنوات تلفزيون الإنترنت	23

118	مزايا تلفزيون الإنترنت	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	تفضيلات عينة الدراسة في المشاهدة التلفزيونية	31
125	تفضيلات 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 الإنترنت	
138	اختبار (T.Test) للفروق بين (الذكور - الإناث) في الإشباعات المتحققة من تلفزيون الإنترنت	42
139	اختبار (T.Test) للفروق بين التخصص الدراسي والإشباعات المتحققة نتيجة استخدام تلفزيون الإنترنت	43
141	اختبار (One Way Anova) للفروق بين المتوسطات الحسابية لمتغير السن والإشباعات المتحققة من تلفزيون الإنترنت	44
143	اختبار (One Way Anova) للفروق بين المتوسطات الحسابية لمتغير نوع الجامعة والإشباعات المتحققة من تلفزيون الإنترنت	45
144	اختبار (LSD) لمعرفة مصدر الفروق بين المتوسطات	46
147	معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لقياس العلاقة الارتباطية بين حجم تعرض المبحوثين لتلفزيون الإنترنت والإشباعات (التوجيهية- شبه التوجيهية- الاجتماعية) المتحققة لديهم	47
149	معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لقياس العلاقة الارتباطية بين حجم تعرض المبحوثين لتلفزيون الإنترنت ودوافعهم (النفعية- الطقوسية) لهذا التعرض	48
150	معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لقياس العلاقة الارتباطية بين دوافع الاستخدام (النفعية- الطقوسية) والإشباعات المتحققة (التوجيهية- شبه التوجيهية- الاجتماعية)	49

فهرس الأشكال

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

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 وفروضها
- متغيرات الدراسة
- الإطار المنهجي للدراسة
 - نوع الدراسة ومنهجها
 - مجتمع وعينة الدراسة
- أسلوب جمع البيانات (صحيفة الاستقصاء)
 - المقاييس التجميعية للدراسة
 - اختبار الصدق والثبات
- المعالجة الإحصائية للبيانات
- التعريفات الإجرائية للدراسة
- ملخص

■ مقدمة

شكل ظهور الإنترنت حدثًا مهمًا ترك آثاره على وسائل الاتصال الجماهيري التي سبقته في الظهور، ففي البداية ظهر النشر الإلكتروني للكتاب عبر الإنترنت، وظهرت النسخ الإلكترونية للصحف، ثم ظهرت الصحف والمجلات الإلكترونية التي تصدر فقط على شبكة الإنترنت، وكانت المرحلة التالية هي التوجه لإنشاء إذاعات تبث على شبكة الإنترنت، ولأقت هذه الإذاعات نجاحًا كبيرًا وانتشارًا واسعًا مما دفع البعض للتوجه لإنشاء قنوات تلفزيونية تبث فقط على شبكة الإنترنت وأطلق عليها "Web TV".

فالإنترنت به العديد من المميزات كتحديد عدد المشاهدين للموقع من خلال إحصائيات يصعب على القنوات الفضائية حصرها بنفس الدقة، بالإضافة لوجود مواقع للبث المباشر أو التسجيلي للمحتوى، والحرية التي تمكن 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 الإنترنت "Web TV" في الانتشار بمصر منذ عام 2008، وتتوعد أهدافها ما بين ترفيهية وسياسية ومحلية ودينية، كما تنقسم برامجها ما بين مواد وبرامج مسجلة يتم تحميلها على موقع القناة ثم يدخل الجمهور ويشاهدها في أي وقت، وأخرى تبث مباشرة 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 الإنترنت مثل موقع يوتيوب ولايف ستريمينج "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 يعيب 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 مواقع إلكترونية لبث قنوات تلفزيونية خاصة بهم مثل قناة "كام تي في" Cam T.V"، ومجموعة قنوات توت أمون، وتنوعت 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 التلفونية، بالإضافة إلى الاستضافة بالصوت والصورة أثناء البرامج من خلال الكاميرا الخاصة بحاسب 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، خاصة بعد ثورتي 25 يناير و30 يونيو، ونظرًا لأن الشباب هم الفئة الأكثر استخدامًا لشبكة الإنترنت بما تحويه من مضامين مختلفة، فإن مشكلة هذه الدراسة تتمثل في التعرف على استخدامات الشباب المصري من طلاب الجامعات لقنوات تلفزيون الإنترنت، والدوافع المختلفة لهذه الاستخدامات، والمضامين التي يشاهدها الشباب في هذه القنوات، والإشباع التي يحققونها نتيجة هذه الاستخدامات، بالإضافة لتأثير متغيرات مختلفة على دوافع الاستخدام، وحجم الاستخدام، والإشباع المتحققة، مثل المتغيرات الديموجرافية.

■ أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تتناوله الباحثة، ويتمثل في استخدامات الشباب المصري لقنوات تلفزيون الإنترنت باعتبارها وسيلة إعلامية جديدة، والإشباع 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 عامًا بعد عام، حيث أصبح عددهم في أكتوبر 2015 (31.7) مليون مستخدم، مقارنةً بـ (25.95) مليون مستخدم في أكتوبر 2014، طبقًا لتقرير وزارة الاتصالات الصادر في فبراير 2016.
3. تزايد عدد القنوات التلفزيونية التي تبث فقط على شبكة الإنترنت، وتعدد أهدافها، وتنوع جمهورها المستهدف، وخاصة بعد ثورتي 25 يناير، و30 يونيو.

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

الإطار النظري للدراسة (مدخل الاستخدامات والإشباعات)

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على مدخل الاستخدامات والإشباعات (Uses and Gratifications)، وهو مدخل يوضح كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام¹؛ فهو يفترض أن أفراد الجمهور على علم بأسباب استخدامهم للمحتويات المختلفة لوسائل الإعلام، كما يمكنهم التعبير عن هذه الأسباب، فمدخل الاستخدامات والإشباعات يأخذ وجهة نظر مستهلك وسائل الإعلام، ويدرس كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام، والإشباعات التي يسعون لتحقيقها من خلال تعاملهم مع وسائل الإعلام. ظهرت بحوث الاستخدامات والإشباعات لأول مرة على يد إيلياهو كاتز² "katz" عام 1959م، في إطار نموذج التأثيرات المتوسطة لوسائل الاتصال، ويعد هذا المدخل من نقاط التحول المهمة في مجال الإعلام³، حيث نقل الاهتمام من مضمون الرسالة إلى الجمهور الذي يتعرض لوسائل الاتصال لتحقيق أغراض محددة نتيجة هذا التعرض. وقد مر مدخل الاستخدامات والإشباعات بثلاثة مراحل متميزة في تطوره، يمكن تقسيمها زمنياً كالاتي⁴:

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

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

³ عبدالعزيز السيد، ميرفت الطرابيشي (2006)، **نظريات الاتصال**، القاهرة: دار النهضة العربية، ص. 231.

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