

جامعة القاهرة  
كلية الإعلام  
قسم الإذاعة والتليفزيون

العلاقة بين التعرض للقنوات العلمية ومستوى المعرفة لدى الشباب المصرى  
دراسة حالة على قناتى  
“Discovery Channel & National Geographic Abu Dhabi ”

دراسة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام

إعداد/ فيبي رؤوف فهمي

إشراف/أ. د. منى سعيد الحديدى

الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون

أغسطس 2018 م - ذى القعدة 1439 هـ

## شكر وتقدير

فى البداية أتوجه بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى أ.د./ مني الحيدى الأستاذ المتفرغ بكلية الإعلام على تفضلها بالإشراف على هذا البحث، والتى لا توافيها أسمى كلمات الشكر والثناء حقها على ما قدمته لى من علم ورعاية ووقت، وجهد وفير ولمسات إنسانية ومد يد العون بالمعلومات والملحوظات السديدة، فهى تستحق ما هو أكثر من التكريم.

كما أتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى أ.د./ ابتسام الجندي الأستاذ بكلية الإعلام وعميدة كلية الإعلام بجامعة MSA على تشجيعها ودعمها المتواصل لى للحصول على الدرجات العلمية، فلها جزيل الشكر والتقدير لتفضلها بالموافقة على مناقشة هذه الرسالة رغم أعبائها الكثيرة بكل ما تضيفه مكانتها وسيادتها العلمية من تقل واحترام لهذه الرسالة.

وفي كثير من الأوقات يكون من الصعب التعبير عما نكنه بداخلنا، فتعلمت منكما حب العمل والإصرار، وأنتما خير مثال وقدوة لى وعلى الرغم من أعبائهما الكثيرة لا أنسى اتصالاتكما بي للسؤال عن أخبار الرسالة وتشجيعي الدائم على العمل، للكما كل التقدير والإحترام والحب الذى لا يوفى حكمـا.

وأتوجه بالشكر والتقدير د/ جيلان شرف الأستاذ المساعد وعميد كلية الإعلام بجامعة السويس على تفضل سيادتها بالموافقة على مناقشة هذه الرسالة مما يتتيح الفرصة للإستفادة من خبرتها العلمية والملحوظات القيمة والتى لا شك فى أنها تثرى هذه الرسالة.

أتقدم بوافر الشكر والتقدير لكل من قدم لي يد العون والمساعدة أثناء إعداد الرسالة وأخص بالشكر زملائي فى كلية الإعلام بجامعة القاهرة بمختلف أقسامها، وعلى وقوفهم الطيبة معى، ودعواتهم لى دائمـاً بالنجاح فلهم خالص التقدير والإمتنان.

أود أنأشكر جدتى العزيزة إلى قلبى على دعواتها الدائمة لى التى لولاهـا لما وصلت لما أنا فيه اليوم، أما أبي وأمى وأختى فلا أحد من الكلمات ما يعبر لهم ما بداخلـى من حب وتقدير لما قدموه لى من مساعدة ودعم ووقفـهم إلى جوارـى ولو لا تشجيعـهم الدائم ما كان ليكتمـل هذا العمل، وأشكـرـهم لتفـتهم بي، فلهم جـزـيلـ الشـكـرـ والـتقـديرـ.

أما عائلـتـى الصـغـيرـةـ، زوجـى لا أجـدـ ما أـشـكـرهـ بهـ منـ كـلـمـاتـ عـلـىـ دـعـمـهـ وـتـشـجـيعـهـ المـتوـاصـلـ لـيـ وـثـقـتـهـ فيـ، فهوـ لمـ يـتوـانـ عـنـ تـقـدـيمـ المـسـاعـدـةـ سـوـاءـ بـالـذـهـابـ مـعـىـ إـلـىـ الجـامـعـاتـ أوـ فـىـ تـوـفـيرـ المـنـاخـ المـلـازـمـ لـلـمـذـاكـرـةـ، فهوـ خـيرـ سـنـدـ وـمـعـينـ، بـالـإـضـافـةـ إـلـىـ إـبـنـتـىـ الغـالـيـةـ نـيـكـوـلـ فـوـجـودـهـ كـانـ الـحـافـزـ لـلـتـقـدـمـ دـائـمـاـ.

لولا أنتـ ماـ كـنـتـ هـنـاـ

لولا أنتـ ماـ كـنـتـ أـنـاـ

فيبي رؤوف

## قائمة المحتويات

| رقم الصفحة | الموضوع   |
|------------|---|
| 1          | المقدمة   |
| 41-3       | <b>الفصل الأول : الإطار النظري والمنهجى للدراسة</b>   |
| 4          | تمهيد.  |
| 4          | أولاً: مشكلة الدراسة.                                 |
| 4          | ثانياً: أهمية الدراسة.                                |
| 4          | ثالثاً: أهداف الدراسة.                                |
| 5          | رابعاً: الدراسات السابقة.                             |
| 16         | خامساً: الإطار النظري الدراسة (ثراء وسائل الإعلام).   |
| 28         | سادساً: تساؤلات الدراسة وفرضها.                       |
| 28         | أ- تساؤلات الدراسة.                                   |
| 28         | ب- فروض الدراسة.                                      |
| 29         | سابعاً: متغيرات الدراسة.                              |
| 30         | ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها.                          |
| 30         | تاسعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.         |
| 30         | أ- مجتمع الدراسة.                                     |
| 31         | ب- عينة الدراسة الميدانية.                            |
| 34         | ج- أداة جمع البيانات.                                 |
| 35         | د- اختبارا الصدق والثبات.                             |
| 35         | هـ- المقاييس المستخدمة في هذه الدراسة.                |
| 36         | هـ/1 مقياس مدى الاهتمام بالمواد العلمية والتكنولوجية. |
| 36         | هـ/2 مقياس التعرض للقوى العلمية.                      |
| 37         | هـ/3 مقياس مستوى المعرفة.                             |
| 37         | هـ/4 مقياس قوة دوافع متابعة القوى العلمية.            |
| 38         | هـ/5 مقياس المستوى الاجتماعي الاقتصادي.               |

|         |   |
|---------|---|
| 40      | هـ/6 المقاييس الإحصائية المستخدمة في الدراسة.   |
| 41      | عاشرًا: تعريفات لمصطلحات للدراسة.   |
| 81 - 42 | <b>الفصل الثاني: الإعلام المتخصص وتطبيقاته</b>  |
| 43      | تمهيد   |
| 43      | أولاً: الإعلام المتخصص.   |
| 44      | أ- الإعلام المتخصص: المفهوم، الأهمية، الأهداف.  |
| 45      | ب- الإعلام المتخصص: مراحل تطوره.  |
| 54      | ج- أنواع الإعلام المتخصص.   |
| 58      | ثانياً: الإعلام العلمي.   |
| 58      | أ- الثقافة العلمية: المفهوم، الأهداف.   |
| 58      | ب- الإعلام العلمي: المفهوم، الأهداف.  |
| 60      | ج- وظائف الإعلام العلمي وأهميته الحياتية.   |
| 61      | د- واقع الإعلام العلمي في الدول المتقدمة والنامية.  |
| 69      | <b>ثالثاً: قناتا National Geographic Abu Dhabi و Discovery موضوع الدراسة التطبيقية.</b>   |
| 165-82  | الفصل الثالث: تأثير تعرض الشباب المصري للبرامج والمواد العلمية التي تقدمها قناتا National Geographic Abu Dhabi و Discovery على معرفتهم العلمية. |
| 83      | تمهيد   |
| 83      | أولاً: النتائج العامة: الإجابة عن تساؤلات الدراسة:  |
| 83      | أ- عادات المبحوثين عينة الدراسة وأنماط متابعتهم للبرامج والمواد العلمية بالقناتين موضوع الدراسة.  |
| 91      | ب- مشاهدة المبحوثين عينة الدراسة للبرامج والمواد العلمية بقناتي الدراسة.  |
| 107     | ج- تحديد مجالات المعرفة المفضلة لدى المبحوثين عينة الدراسة.   |
| 119     | د- تقييم المبحوثين عينة الدراسة للوسائل الإعلامية الأكثر ثراءً من حيث ما تقدمه من معلومات ولمصادر معارفهم.                                      |

|         |   |
|---------|---|
| 127     | هـ - تقييم المبحوثين عينة الدراسة للبرامج والمواد العلمية ومقترناتهم.   |
| 129     | ثانياً: نتائج اختبارات الفروض الثمانية للدراسة.   |
| 176-165 | الخلاصة   |
| 166     | أولاً: مناقشة لأهم النتائج.   |
| 175     | ثانياً: مقترنات الدراسة.  |
| 176     | ثالثاً: صعوبات الدراسة.   |
| 182-177 | مراجع الدراسة   |
| 178     | المراجع العربية.  |
| 180     | المراجع الأجنبية.   |
| 183     | ملحق الدراسة  |
| 2-1     | ملحق رقم (1): موافقة الجهاز المركزي للتنظيم والإدارة على إجراء الدراسة الميدانية.                                 |
| 17-1    | ملحق رقم (2): استمرارة الدراسة الميدانية.   |
| 18-1    | ملحق رقم (3): دليل لبعض نماذج البرامج التي تعرض على قناة National Geographic Abu Dhabi خلال فترة الإعداد للدراسة. |
| 16-1    | ملحق رقم (4): دليل لبعض نماذج البرامج التي تعرض على قناة Discovery خلال فترة الإعداد للدراسة.                     |
| 2-1     | ملخص الدراسة باللغة العربية.  |
| 2-1     | ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية.   |

## قائمة الجداول

| رقم الصفحة | عنوان الجدول   | رقم الجدول |
|------------|--|------------|
| 29         | متغيرات الدراسة.   | 1          |
| 32         | توزيع عينة الدراسة طبقاً للخصائص демографическая.  | 2          |
| 38         | مقاييس الدراسة.  | 3          |
| 67         | الاختلافات بين المجتمع العلمي المعلوماتى المتقدم وملامح المجتمع النامى.  | 4          |
| 83         | توزيع المبحوثين طبقاً لمدى الإهتمام بمشاهدة البرامج والمواد العلمية والمواد العلمية والتكنولوجية.                      | 5          |
| 84         | توزيع المبحوثين طبقاً لمتابعة البرامج والمواد العلمية والتكنولوجية.  | 6          |
| 86         | توزيع إجابات المبحوثين حسب مكان مشاهدة البرامج والمواد العلمية والتكنولوجية عادةً.                                     | 7          |
| 88         | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لنمط مشاهدة البرامج والمواد العلمية والتكنولوجية.   | 8          |
| 89         | توزيع المبحوثين طبقاً لمناقشة مضمون البرامج والمواد العلمية والتكنولوجية بعد المشاهدة                                  | 9          |
| 90         | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لأسباب المناقشات بعد مشاهدة البرامج والمواد العلمية والتكنولوجية                          | 10         |
| 91         | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لفضيلتهم لقوى العلمية والتكنولوجية.   | 11         |
| 94         | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لأكثر البرامج والمواد العلمية والتكنولوجية مشاهدة في قناة National Geographic Abu Dhabi . | 12         |
| 97         | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لأكثر البرامج والمواد العلمية والتكنولوجية مشاهدة في قناة Discovery .                     | 13         |
| 100        | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لمميزات القاتلين محل الدراسة.   | 14         |
| 103        | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لوسائل مشاهدة القوى العلمية والتكنولوجية.   | 15         |
| 105        | توزيع المبحوثين طبقاً لأسباب متابعة البرامج والمواد العلمية والتكنولوجية.  | 16         |
| 108        | توزيع إجابات المبحوثين عينة الدراسة طبقاً لمتابعتهم للمجالات العلمية والتكنولوجية.                                     | 17         |
| 122        | توزيع إجابات المبحوثين عينة الدراسة طبقاً لوسائل التي يعتمدون عليها في الحصول على معارفهم العلمية والتكنولوجية.        | 18         |
| 127        | توزيع المبحوثين طبقاً لفوائد توافر الثقافة العلمية والتكنولوجيا الحديثة.   | 19         |
| 128        | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لمن لديهم تعليق من المبحوثين على الخدمات المطلوبة من القوى العلمية والتكنولوجية.          | 20         |
| 130        | اختبار معنوية بيرسون لارتباط بين كثافة التعرض لقوى العلمية ومستوى المعرفة لدى الشباب المصري.                           | 21         |
| 131        | اختبار T للفروق بين المبحوثين عينة الدراسة وفق نوع المبحوثين وكثافة التعرض لقوى العلمية.                               | 22         |
| 132        | اختبار T للفروق بين المبحوثين عينة الدراسة وفق عمر المبحوثين وكثافة التعرض لقوى العلمية.                               | 23         |
| 134        | اختبار ANOVA للفروق بين المبحوثين عينة الدراسة وفق المستوى التعليمي للمبحوثين وكثافة التعرض لقوى العلمية.              | 24         |
| 135        | اختبار مصدر الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في كثافة التعرض لقوى العلمية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي.              | 25         |

## تابع قائمة الجداول:

| رقم الصفحة | عنوان الجدول  | رقم الجدول |
|------------|---|------------|
| 136        | اختبار ANOVA للفروق بين المبحوثين عينة الدراسة وفق المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبحوثين وكثافة التعرض للقوى العلمية.   | 26         |
| 138        | اختبار T للفروق بين المبحوثين عينة الدراسة وفق نوع المبحوثين ومستوى المعرفة العلمية لديهم.  | 27         |
| 139        | اختبار T للفروق بين المبحوثين عينة الدراسة وفق عمر المبحوثين ومستوى المعرفة العلمية لديهم.  | 28         |
| 140        | اختبار ANOVA للفروق بين المبحوثين عينة الدراسة وفق المستوى التعليمي للمبحوثين ومستوى المعرفة العلمية لديهم.   | 29         |
| 141        | إختبار مصدر الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مستوى المعرفة العلمية لديهم وفقاً لمتغير المستوى التعليمي.   | 30         |
| 142        | اختبار ANOVA للفروق بين المبحوثين عينة الدراسة وفق المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبحوثين ومستوى المعرفة العلمية لديهم.  | 31         |
| 144        | اختبار معنوية بيرسون للارتباط بين مقدار دوافع التعرض للقوى العلمية ومستوى المعرفة لدى الشباب المصري.  | 32         |
| 146        | اختبار معنوية بيرسون للارتباط بين مناقشة الشباب عينة الدراسة للبرامج والمواد العلمية بعد مشاهدة ومستوى المعرفة العلمية لديهم.   | 33         |
| 147        | اختبار معنوية سبيرمان للارتباط بين القالب المفضل للمضمنون العلمي والتكنولوجي ومستوى المعرفة لدى الشباب المصري بمجالات الطب والمجتمعات البشرية وعالم الحيوان والفضاء الخارجي.  | 34         |
| 150        | اختبار معنوية سبيرمان للارتباط بين القالب المفضل للمضمنون العلمي ومستوى المعرفة لدى الشباب المصري بمجالات العلوم وعالم البحار والطيور والإكتشافات والتكنولوجيا العسكرية والهندسة ومستوى المعرفة ككل.  | 35         |
| 153        | اختبار معنوية سبيرمان للارتباط بين تقييم الشباب للوسائل الأكثر ثراء ومستوى المعرفة لدى الشباب المصري خاصة ب المجالات الطبية وصناعة الدواء والمجتمعات البشرية وأساليب الحياة المختلفة وعالم الحيوان.   | 36         |
| 155        | اختبار معنوية سبيرمان للارتباط بين تقييم الشباب للوسائل الأكثر ثراء ومستوى المعرفة لدى الشباب المصري خاصة ب المجالات العلوم بصفة عامة وعالم البحار والطيور والإكتشافات العلمية والتكنولوجيا العسكرية والمجالات الهندسية والفضاء.  | 37         |
| 160        | اختبار معنوية سبيرمان للارتباط بين استخدام الشباب المصري عينة الدراسة لوسائل الحصول على المعلومات ومستوى المعرفة لديهم الخاص ب المجالات العلوم بصفة عامة والطب وصناعة الدواء والمجتمعات البشرية وأساليب الحياة وعالم الحيوان والطيور.   | 38         |
| 163        | اختبار معنوية سبيرمان للارتباط بين استخدام الشباب المصري عينة الدراسة لوسائل الحصول على المعلومات ومستوى المعرفة لديهم الخاص ب المجالات عالم البحار والإكتشافات العلمية والإختراعات والتكنولوجيا العسكرية والهندسة و مجالاتها والفضاء الخارجي والكونيات ومستوى المعرفة العملية ككل. | 39         |

## قائمة الأشكال

| رقم الصفحة | عنوان الشكل  | رقم الشكل |
|------------|--|-----------|
| 24         | نموذج نظرية ثراء وسائل الإعلام   | 1         |
| 85         | توزيع المبحوثين طبقاً للفترة الزمنية المفضلة لمتابعة البرامج والمواد العلمية والتكنولوجية.               | 2         |
| 109        | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لمستوى المعرفة ككل.   | 3         |
| 110        | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لمستوى المعرفة ب مجالات العلوم بصفة عامة.                                   | 4         |
| 111        | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لمستوى المعرفة ب مجال الطب ومحاربة الأمراض المزمنة وعلم صناعة الدواء.       | 5         |
| 112        | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لمستوى المعرفة ب مجال المجتمعات البشرية وأساليب الحياة في البلدان المختلفة. | 6         |
| 113        | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لمستوى المعرفة ب مجال عالم الحيوان.   | 7         |
| 114        | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لمستوى المعرفة ب مجال عالم البحار.  | 8         |
| 115        | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لمستوى المعرفة ب مجال عالم الطيور.  | 9         |
| 116        | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لمستوى المعرفة ب مجال الإكتشافات العلمية والإختراعات الجديدة.               | 10        |
| 117        | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لمستوى المعرفة ب مجال التكنولوجيا العسكرية والأسلحة.                        | 11        |
| 118        | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لمستوى المعرفة ب مجالات الهندسة المختلفة.                                   | 12        |
| 119        | توزيع إجابات المبحوثين طبقاً لمستوى المعرفة ب مجال الفضاء الخارجي والكونيات.                             | 13        |
| 120        | توزيع إجابات المبحوثين عينة الدراسة طبقاً للقوالب المفضلة لتقديم المضمون العلمي والتكنولوجي.             | 14        |
| 125        | توزيع إجابات المبحوثين عينة الدراسة طبقاً لأكثر الوسائل ثراءً في تقديم معلومات علمية وتكنولوجية.         | 15        |

## المقدمة

اهتم الإنسان بالمعلومات منذ القدم، وقد تطور هذا الاهتمام إلى أن أصبحت تكنولوجيا المعلومات لغة هذا العصر، حيث صارت المعلومات العلمية والتكنولوجية والمعرفة عامةً صناعة تستقطب استثمارات ضخمة لجمع المعلومات، وتحويلها من صورتها الخام إلى خدمات معلوماتية، كما أصبح قياس مدى تقدم الدول يتم على أساس مدى توافر المعلومات العلمية والتكنولوجية لديها.

هذا الواقع الذي فرضته التطورات التكنولوجية الجديدة، أدى إلى تغيير أساليب تعامل الجماهير مع وسائل الاتصال؛ واستتبع هذا الأمر الاتجاه نحو المزيد من التخصص والفردية، مما انعكس على الإعلام بوسائله المتعددة، فظهر الإعلام المتخصص بأنواعه المختلفة وخاصة الإعلام العلمي، كما ظهرت القنوات العلمية المتخصصة، وتطورت أساليب تقديم المعلومات والمواد العلمية، فأصبحت تقوم على أساس جذابة وشيقية، كما تم تطوير الوسائل الإعلامية لتقديم برامج في كل مجالات المعرفة وتكنولوجيا المعلومات الحديثة.

بعد إطلاق كل من الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفيتي والهند للأقمار الصناعية الفضائية، أصبح العالم قرية صغيرة، وشهدت البيئة الإعلامية مجموعة من التطورات الكبيرة، وقد انضم العالم العربي لهذه القرية بعد إطلاق القمر الصناعي عربسات عام 1976، ثم حصلت مصر على عضويتها في نادي الفضاء الدولي بإطلاق نايل سات 101 عام 1998، الأمر الذي انعكس على البث الإذاعي والتلفزيوني، فاستطاع أن يصل إلى أي مكان في العالم، كما زادت إمكانية الوصول إلى المعلومات والبيانات ونقلها وحفظها بسهولة، مع النجاح في الوصول إلى قطاعات متخصصة ومختلفة من الجمهور المستهدف، وإشاع رغباتهم وتلبية احتياجاتهم بصفة خاصة، إلى جانب زيادة القدرة على تناول قضايا متخصصة مختلفة تستهدف نشر الوعي لدى الجمهور المستهدف.

وقد ارتبط بذلك ظهور الإعلام العلمي الذي يستهدف نشر الثقافة العلمية وتبسيط المعلومات لأفراد الجمهور غير المتخصصين، كما يسعى إلى الربط بين العلوم والتكنولوجيا، وجميع مجالات وقضايا الحياة الأخرى في المجتمع ما بين قضايا اجتماعية وسياسية واقتصادية وأخلاقية وغيرها، وبفضل ذلك استطاعت الدول المتقدمة أن تحقق تقدمها ونهضتها نتيجة اهتمامها بالعلم ونشره على أوسع نطاق، وإدخال مفهوم العلم كثقافة *Science As Culture*، من خلال إعلام علمي متميز يحقق التواصل المستمر بين الحركة العلمية والجمهور غير المتخصص، حتى أصبح الحديث في الشأن العلمي يشمل مفردات المعيشة اليومية لعامة الشعب، فرسالة الإعلام العلمي هي رسالة هادفة تتصل بالإنسان وفكره وعقله وحياته.

ولهذا تشهد الدول المتقدمة المنتجة للعلم تطويراً مستمراً في نوعية وعدد المطبوعات والبرامج العلمية المسموعة والمринية التي تستهدف تنمية الوعي العلمي لدى أفراد المجتمع، حيث دائماً ما تشغله العناية بالبرامج العلمية حيزاً كبيراً

فى تفكير أفراد ومؤسسات هذه المجتمعات، لإدراكها لدور وأهمية الإنجازات العلمية والتكنولوجية فى حل مشكلات الفرد والمجتمع.

ومن بين أهم المجالات العلمية الحديثة التى تشغلى الآن مكان الصدارة فى الإعلام العلمي بالدول المتقدمة: النانوتكنولوجى وهو التقنيات المتناهية فى الصغر (Nanotechnology)، والروبوتات، والعلاج الجيني والخلايا الجذعية، والبيولوجيا الجزيئية (Molecular Biology)، وكذلك الذكاء الصناعي، والنظم الخبيرة، والشبكات العصبية، إلى جانب الأوتار الفائقة، والجينوم البشري، والواقع الافتراضي (Virtual Reality)، والسيبرنيтика (Cybernetics) التى تهتم بالبحث فى التطبيق التكنولوجى للنماذج البيولوجية الموجودة فى الجسم، كما استطاع العلماء التعرف على أحدث التطورات العلمية فى شتى المجالات مثل الطب، والهندسة المعمارية والمدنية، والكشف عن علم إدارة الأزمات وتاريخ الأمم المختلفة والمجالات الزراعية، وكذلك الكشف عن التطور فى مجال الطاقة النووية واستخدامتها المتعددة، والتعرف على التضاريس الجغرافية والأحوال الطقسية للبلاد المختلفة.

وقد أدى ذلك إلى ظهور العديد من القنوات العلمية الفضائية المتخصصة التى تقدم برامج ومواد علمية فى مجالات العلوم المختلفة مع تنوع الأشكال البرامجية الجذابة، والتى تبسط المعلومات العلمية المعقدة حتى يستفيد منها الجمهور.

وانطلاقاً مما سبق، أصبح من الضروري أن نعطي للبرامج والمواد العلمية القدر الكافى من الاهتمام؛ سواء من خلال الدراسة أو من خلال التوسع فى إنتاج هذه البرامج، ومراعاة بثها فى أوقات ملائمة للجمهور، وإطلاق القنوات العلمية المتخصصة المصرية والعربية.

وبذلك تسعى الدراسة محل البحث نحو توضيح العلاقة بين مدى التعرض للمضمون العلمي والتكنولوجي بالتطبيق على قناتي National Geographic Abu Dhabi وDiscovery，وتأثير ذلك على الشباب المصرى الذى يتراوح عمره ما بين 19 و35 عاماً، من حيث قياس مستوى معرفته بالمضمون العلمي، وذلك من خلال التعرف على عادات وأنماط مشاهدة هذه البرامج، والقوالب البرامجية المفضلة عند الشباب، مع التعرف على ترتيب الوسائل الأكثر ثراءً من وجهة نظر أفراد العينة، ومصادر معلوماتهم، إلى جانب التعرف على مجالات معارفهم المفضلة، والمقارنة بين القناتين العلميتين محل الدراسة.

# **الفصل الأول: الإطار النظري والمنهجي للدراسة.**

تمهيد.

أولاً: مشكلة الدراسة.

ثانياً: أهمية الدراسة.

ثالثاً: أهداف الدراسة.

رابعاً: الدراسات السابقة.

خامساً: الإطار النظري الدراسة (ثراء وسائل الإعلام).

سادساً: تساؤلات الدراسة وفرضها:

أ- تساؤلات الدراسة.

ب- فرض الدراسة.

سابعاً: متغيرات الدراسة.

ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها.

تاسعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

أ- مجتمع الدراسة.

ب- عينة الدراسة الميدانية.

ج- أداة جمع البيانات.

د- اختبارا الصدق والثبات.

هـ- المقاييس المستخدمة في هذه الدراسة.

عاشرأ: تعاريفات مصطلحات الدراسة.

## **تمهيد**

يحدد هذا الفصل الإطار النظري والمنهجي للدراسة، وذلك عن طريق استعراض مشكلة الدراسة وأهميتها، وتحديد أهدافها، واستعراض أهم الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة حول القنوات العلمية وعلاقتها بمستوى معرفة الشباب المصري وتأثيرها عليه، مع التعليق على هذه الدراسات، وتوضيح أوجه الاستفادة منها، كما يتم عرض الإطار النظري الذي تقوم عليه هذه الدراسة – نظرية ثراء وسائل الإعلام Mass Media – Richness Theory – بشكل سريع ومركز، بالإضافة إلى استعراض التساؤلات والفرضيات الخاصة بهذه الدراسة، وتحديد نوعها، والإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، ومنها تحديد مجتمع وعينة الدراسة، وأداة جمع البيانات، والمقاييس المستخدمة فيها.

### **أولاً: مشكلة الدراسة**

يمكن تحديد مشكلة الدراسة في دراسة مردود التعرض للمضامين العلمية التي تقدمها القنوات الفضائية العلمية المتخصصة، بالتطبيق على قناتي National Geographic Abu Dhabi وDiscovery，على المشاهدين من الشباب المصري، وأثر ذلك في زيادة مستوى المعرفة لديهم، مع التعرف على دور المتغيرات الوسيطة في التأثير على العلاقة بين التعرض ومستوى المعرفة؛ وتشمل المتغيرات الديموغرافية، ومتغيرات التعرض، والأشكال البرامجية التي تقدم المضمون العلمي في القنوات محل الدراسة، ومدى ملائمة الوسائل الإعلامية الأكثر ثراءً في تقديم هذه المضامين العلمية، ووسائل حصول الشباب عينة الدراسة على المعلومات.

### **ثانياً: أهمية الدراسة**

يمكن تحديد أهمية الدراسة فيما يلى:

1. تتناول الدراسة موضوع الإعلام العلمي المتخصص باعتباره سمة العصر وأهميته في تقدم الشعوب، كما تدرس علاقته بقطاع الشباب.
2. تهتم الدراسة بالربط بين الإعلام العلمي وتأثيراته المعرفية المختلفة.

### **ثالثاً: أهداف الدراسة**

يمكن تحديد أهداف الدراسة فيما يلى:

1. التعرف على العلاقة بين القنوات العلمية المتخصصة، ومهارات الشباب العلمية عينة الدراسة.
2. تحليل الأشكال البرامجية للمواد العلمية والتكنولوجية في القناتين محل الدراسة.

3. رصد وتقدير مكانة الوسائل الإعلامية المختلفة لدى الشباب كمصدر للمعلومات.
4. تحليل أوجه التفضيل لدى المبحوثين عينة الدراسة، على مستوى القناتين موضوع الدراسة.
5. تحليل تأثير المتغيرات الديموغرافية (النوع والسن والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي الاقتصادي) لأفراد العينة، وكثافة التعرض للقنوات العلمية محل الدراسة.
6. تفسير تأثير المتغيرات الديموغرافية (النوع والسن والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي الاقتصادي) لأفراد العينة، ومستوى المعرفة العلمية لديهم.

#### رابعاً: الدراسات السابقة

تم رصد مجموعة من الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة، وما أمكن للباحثة من القراءة والإطلاع، وتم الإهتمام بتناول قضايا ترتبط بالثقافة العلمية ومستوى المعرفة لدى الشباب المصري، تستعرضها الباحثة من الأحدث إلى الأقدم على النحو التالي:

##### 1- العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للقنوات الفضائية والموقع الإخبارية على الإنترنٌ وبين مستوى المعرفة السياسية لقضايا القومية، 2016<sup>(1)</sup>

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للقنوات الفضائية والموقع الإخبارية على الإنترنٌ، وبين مستوى المعرفة السياسية لقضايا القومية، وذلك في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ومن خلال تحليل العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للقنوات الفضائية والموقع الإخبارية عبر الإنترنٌ ومستوى معرفتها السياسية بقضايا القومية، ومعرفة تأثير المتغيرات الوسيطة، مثل الاهتمام السياسي والمتغيرات الأخرى الخاصة بالفرد كالمستوى الاجتماعي والاقتصادي على هذه العلاقة.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي والمنهج المقارن، من خلال اختيار عينة عمدية يبلغ قوامها 400 مفردٌ من مجتمع المرأة المصرية من المعتمدات على القنوات الفضائية والموقع الإلكتروني والإخبارية محل الدراسة.

وكان من أهم نتائج هذه الدراسة:

- جاءت قناة MBC في الترتيب الأول من حيث تفضيل مشاهدة المبحوثات، ثم قناة CBC، ثم قناة النهار، وجاءت قناة الحياة في الترتيب الرابع.

<sup>(1)</sup> هدى على محمد."العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للقنوات الفضائية والموقع الإخبارية على الإنترنٌ وبين مستوى المعرفة السياسية لقضايا القومية".رسالة ماجستير غير منشورة.(القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون،2016).

- جاء موقع اليوم السابع فى الترتيب الأول باعتباره أهم الموقع الإخبارية التى تحصل منها المبحوثات على معلومات حول معرفتهن السياسية بالقضايا القومية، ثم موقع المصرى اليوم، ثم موقع جريدة الأهرام، يليه فى الترتيب موقع BBC الإخبارى.
  - يؤثر المستوى الاجتماعى الاقتصادي للمبحوثات على مستوى معرفتهن السياسية بالنسبة للقضايا التى يتعرضن لها من خلال الواقع الإخبارية.
  - كانت الفئة العمرية (من 18 حتى 30 سنة) هي أكثر من تعتمد على الواقع الإخبارية بوصفها مصدرها الرئيسي الأول فى الحصول على المعرفة السياسية، أما الفئة العمرية (من 30 إلى 45 سنة)، فكانت تعتمد على القنوات الفضائية بوصفها مصدرها الرئيسي الأول فى الحصول على المعرفة السياسية.
- 2- استخدام الشباب للتليفزيون ووسائل الإعلام الجديدة والإشعارات المتحققة منها (دراسة مقارنة)، 2016<sup>(1)</sup>.**

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن انعكاس ثراء البيئة الاتصالية بالمزج بين وسائل الإعلام القديمة مثل التليفزيون مع الوسائل الجديدة مثل المدونات، وشبكات التواصل الاجتماعى، والقنوات التى تبث على الإنترنت، ودرجة إقبال قطاع الشباب بصفة خاصة عليها، وذلك فى ضوء ما أثاره الإعلام الجديد منذ ظهوره من إشكاليات عده، وما ترتب على ذلك من تغيير العادات والأنمط المتعلقة باستخدام الوسائل التقليدية، حيث تأتى أهمية هذه الدراسة فى محاولة الكشف عن انعكاس ذلك على استخدامات الشباب لكل نوع من وسائل الإعلام، وما تحققه كل وسيلة من إشعارات.

واعتمدت هذه الدراسة فى إطارها النظري على نظرية المجال العام، ومدخل الاستخدامات والإشعارات، وتم استخدام منهج المسح على الجمهور عن طريق صحفية استبيان على عينة قوامها 400 من الشباب المصري (من سن 18 - 35 ) من الدارسين فى جامعتي القاهرة والأزهر، والأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، والجامعة الأمريكية، من الذكور والإثاث بمختلف التخصصات النظرية والعملية، ومن العاملين بعدد من القطاعات تشمل قطاع البنوك، والعاملين بقطاع الإعلانات، والعاملين بمستشفى سرطان الأطفال 57357.

وكان من أهم نتائج هذه الدراسة:

- ما زال التليفزيون يحتل مكانة هامة للشباب بصفة يومية، فلم يلغوه من حياتهم، بل قل اعتمادهم عليه، وكان الشباب فى مرحلة العمل أعلى مشاهدة للتليفزيون مقارنة بالشباب فى مرحلة الدراسة، كما كانت الإشعارات

---

<sup>(1)</sup> صفا محمد ابراهيم. "استخدام الشباب للتليفزيون ووسائل الإعلام الجديدة والإشعارات المتحققة منها (دراسة مقارنة)". رسالة دكتوراة غير منشورة. (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، 2016).

المتحققة من مشاهدة التليفزيون متوسطة، حيث يرى الشباب أن التليفزيون الحكومي لا توجد لديه حرية في التعبير عن قضايا الشباب في مصر، وأن التليفزيون الخاص لديه حرية منقوصة.

- يستخدم الشباب عينة الدراسة وسائل الإعلام الجديدة مما يدل على أهميتها ومكانتها المرتفعة بين الشباب، حيث جاءت معدلات استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة مرتفعة فكانت يومية بنسبة (79.8%)، كما كانت موقع التواصل الاجتماعي أكثر وسائل الإعلام الجديدة التي يفضلها الشباب، وكانت ثقة الشباب في وسائل الإعلام الجديدة متوسطة رغم كثافة استخدامهم لها، بينما كانت دوافع الشباب لاستخدام وسائل الإعلام الجديدة متوسطة بنسبة (50.3%)، واتسمت إشباعات الإعلام الجديد بمستوى متوسط بنسبة (49.3%).
- توجد علاقة ارتباطية متوسطة القوة بين معدل استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة والإشباعات المتحققة منها.
- توجد علاقة ارتباطية بين معدل استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة، ودرجة الثقة في المعلومات المستمدة من تلك الوسائل.

### 3- استخدامات الجمهور المصري للمواد الوثائقية التليفزيونية والإشباعات المتحققة منها، 2015<sup>(1)</sup>.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد مدى قدرة المواد الوثائقية عن غيرها من الأشكال البرامجية في إشباع احتياجات المشاهدين، والتعرف على عادات وأنماط مشاهدة عينة من الجمهور المصري للمواد الوثائقية التليفزيونية، وتحديد القنوات العربية والأجنبية التي تفضل عينة الدراسة متابعة المواد الوثائقية التليفزيونية من خلالها، بالإضافة إلى الكشف عن دوافع مشاهدة عينة من الجمهور المصري للمواد الوثائقية التليفزيونية في القنوات العربية والأجنبية، والتعرف على الإشباعات التي تتحقق للمنتقين نتيجة تعرضهم للمواد الوثائقية.

اعتمدت هذه الدراسة على مدخل الاستخدامات والإشباعات، واستخدمت المنهج المحيي وطبقت على عينة عمدية قوامها 400 مبحوث من سكان مدينة الإسكندرية، عن طريق تطبيق استماراة الاستقصاء لجمع البيانات من المبحوثين، وكان من أهم نتائج الدراسة:

- يتوزع مدى مشاهدة المبحوثين عينة الدراسة للمواد الوثائقية التليفزيونية على ثلاث بدائل هي: المشاهدة أحياناً بنسبة (68%)، المشاهدة دائمًا بنسبة (17.8%)، والمشاهدة نادراً بنسبة (14.3%).
- تتحدد القنوات العربية التي يشاهد من خلالها المبحوثون المواد الوثائقية التليفزيونية في قناة National Geographic Abu Dhabi (%82)، وقناة الجزيرة الوثائقية (%52.5)، بينما تتحدد القنوات الأجنبية التي

<sup>(1)</sup> أميرة يونس محمد زاهر. "استخدامات الجمهور المصري للمواد الوثائقية التليفزيونية والإشباعات المتحققة منها". رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، 2015).