



جامعة عمار ثليجي - الأغواط -

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم علوم الإعلام والاتصال

متابعة الطلبة الجامعيين للقنوات الوثائقية العربية

قناة ناشيونال جيوغرافيك أبو ظبي نموذجاً

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة عمار ثليجي بالأغواط

مذكرة لنيل متطلبات شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

الأستاذ المشرف:

إعداد الطالبة:

أ. الجودي بن قيط

* بومدين بشرى

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
مدني حجاج	أ- محاضر - ب	رئيساً
الجودي بن قيط	أ- مساعد - أ	مشرفاً
الطاهر بن دهبان	أ- مساعد - أ	مناقشاً

السنة الجامعية : 2020/2019

شكر وعرافان

الشكر لله عز وجل الذي وفقني وأعانني على إنجاز وإتمام هذه الرسالة ثم الشكر للأستاذ المشرف جودي بن قيط الذي لم يبخل عليا بتوجيهاته ومساعداته لي لإتمام هذا البحث منذ بدايته كما أشكر كل من ساعدني في إنجاز هذا البحث العلمي

أعضاء لجنة المناقشة لقبولهم تقييم هذا العمل المتواضع

ولايسعنا وقد أنجزنا هذا الجهد العلمية المتواضع إلى أن نعبر عن بالغ شكرنا وتقديرنا لجميع الأساتذة الذين قامو بتدريسنا خمس سنوات



إهداء

إلى من مثلت لي العواطف بأسمى معانيها والحب في أرقى مراتبه إلى
من صنعت فرحتي إلى من سهرت لأجلنا أمة العالفة

إلى من فتح لي نوافذ العلم وشق لي جسر العبور وتعب لأجلنا أمة
الغالي

إلى إخوتي ،، إلى كل الأساتذة الكرام الذين تعاقبو على تعليمي
وتدريسي من الطور الإبتدائي إلى الدراسات العليا

إلى زملائي دفعة الماستر 2020 إتصال وعلاقات عامة

الملخص

تهدف الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط متابعة قناة ناشيونال جيوغرافيك بالنسبة لطلبة جامعة الأغواط

حيث تم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية البسيطة، حيث بلغ عددهم 50 مفردة. واعتمدنا في الدراسة على المنهج الوصفي وذلك باستعمال استبيان لجمع البيانات من المبحوثين، حيث قسمت الدراسة إلى جانب منهجي وجانب تطبيقي الذي تم فيه التحقق من صحة الفرضيات .

وقد توصلت الدراسة على نتائج أهمها: أن نسبة كبيرة من مفردات عينة الدراسة يتابعون قناة ناشيونال جيوغرافيك أكثر من سنتين , وأن معظم مفردات عينة الدراسة يشاهدون هذه القناة عن طريق التلفاز وأيضا معظم مفردات عينة الدراسة أن أهم إشباع تحققه لهم هو التثقيف وأيضا أنها قناة رائدة وتعجبهم

الكلمات المفتاحية: قناة ناشونال جيوغرافيك ،متابعة الطابة الجمعيين للقنوات الوثائقية العربية قناة ناشيونال جيوغرافيك

Résumé

The study aims to know the habits and patterns of Following the National Geographic Channel for a sample of students from Laghouat University Where it was relying on the simple random sample method, where their number reached 50 individuals

In the study, we relied on the descriptive approach by using a questionnaire to collect data from the respondents, where the study was divided into the methodological side and the theoretical and applied side in which the validity of the hypotheses was verified.

The study reached a set of results, the most important of which are: that a large percentage of the study sample vocabulary follows the National Geographic channel for more than two years, and that most of the study sample items watch this channel on television And that the most important satisfaction that it achieves for them is education, and also they see it as a pioneering channel and they like it.

فهرس

المحتويات

فهرس المحتوى

II.....	شكر وعرفان
III.....	الإهداء
IV.....	الملخص
VII.....	فهرس المحتوى
IX.....	فهرس الجداول
أ.....	مقدمة:

الفصل الأول: الإطار النظري

16.....	أولاً: الإشكالية
17.....	ثانياً: تساؤلات الدراسة
17.....	1- ماهي عادات وأنماط متابعة الطلبة الجامعين لقناة ناشيونال جيوغرافيك؟
17.....	2- ماهي نوعية البرامج التي بفضلها الطلبة الجامعين عند متابعتهم لقناة ناشيونال؟
17.....	ثالثاً: فرضيات الدراسة
18.....	رابعاً: أهداف الدراسة
18.....	خامساً: أهمية الدراسة
19.....	سادساً: أسباب اختيار الموضوع
19.....	سابعاً: صعوبات الدراسة
20.....	ثامناً: حدود ومجالات الدراسة
21.....	تاسعاً: منهج الدراسة
22.....	عاشراً: مجتمع الدراسة
22.....	حادي عشر: أدوات جمع البيانات
24.....	ثاني عشر: مفاهيم الدراسة
25.....	ثالث عشر: الدراسات السابقة

المبحث الثاني ماهية النظرية الاستخدامات و الاشباكات

33.....	المبحث الأول: ماهية نظرية الاستخدامات والإشباكات:
33.....	المطلب الأول: نشأة وتطور نظرية الاستخدامات والإشباكات:

35.....المطلب الثاني : تعريف نظرية الاستخدامات والإشباعات

36.....المطلب الثالث : أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

37.....المبحث الثاني: فروض وأهم انتقادات الموجهة للنظرية

37.....المطلب الأول: فروض النظرية

38.....المطلب الثاني: الانتقادات الموجهة للنظرية

39.....المطلب الثالث: عناصر النظرية والرد على انتقادات الموجهة للنظرية

الفصل الثالث البث الفضائي و بروز القنوات الوثائقية

47.....المبحث الأول: البث الفضائي

49.....المطلب الثاني: نشأة البث الفضائي في الدول المتقدم:

51.....المطلب الثالث: نشأة البث الفضائي التلفزيوني العربي وتطوره:

55.....المبحث الثاني: بروز القنوات الوثائقية

55.....المطلب الأول: نشأة والتطور قناة < نشيونال جيوغرافيك الأمريكية>

56.....المطلب الثاني: قناة ناشيونال جرافيك أبو ظبي

58.....المطلب الثالث: القنوات الوثائقية العربية:

الفصل الرابع: الإطار النظري

63.....أولاً: عرض وتحليل نتائج الدراسة

73.....اهم نتائج الدراسة الميدانية

75.....نفي أو إثبات الفرضيات

78.....الخاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

فهرس الجداول

61	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	1
61	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن:	2
62	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب التخصص	3
63	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب منذ متى يتابع الطلبة الجامعين قناة ناشيونال جيوغرافيك	4
64	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الوقت الذي يقضيه الطلبة الجامعين في متابعة قناة ناشيونال جيوغرافيك	5
65	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الفترات الذي يفضل فيها الطلبة الجامعين مشاهدة قناة ناشيونال جيوغرافيك	6
65	يوضح توزيع عينة الدراسة مع من يتابع الطلبة الجامعين قناة ناشيونال جيوغرافيك	7
66	يوضح توزيع عينة الدراسة من خلال اي وسيلة يتابع الطلبة الجامعين	8
67	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المجالات التي يفضلها الطلبة الجامعين في قناة ناشيونال جيوغرافيك	9
67	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب نوعية البرامج التي يفضلها الطلبة الجامعين في قناة ناشيونال جيوغرافيك	10
68	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب إسم البرامج الذي يفضلها الطلبة الجامعين في متابعة قناة ناشيونال جيوغرافيك	11
68	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب هل تلبى قناة ناشيونال جيوغرافيك لحاجات الطلبة الجامعين أم لا	12

69	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الإشباعات التي تحققت في قناة ناشيونال جيوغرافيك للطلبة الجامعيين	13
69	يوضح توزيع العينة حسب ما يعجب الطلبة الجامعيين في قناة ناشيونال جيوغرافيك	14
70	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب هل تعجب برامج قناة ناشيونال جيوغرافيك الطلبة الجامعيين	15
70	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب رأي الطلبة الجامعيين في قناة ناشيونال جيوغرافيك مقارنة مع القنوات الوثائقية الأخرى	16

مقدمة

مقدمة:

في ظل التطور التقني والعلمي في عصرنا هذا في شتى المجالات والميادين على غرار الاقتصاد والتعليم وحتى تكنولوجيات الاعلام والاتصال التي احدثت ثورة في مجال الاتصالات ومهدت لظهور العديد من التشكلات والانواع في حقل الاعلام والاتصال في المتأمل في فترات سابقة كان وسائل الإعلام التقليدية منحصرة في تلفزيون والإذاعة والسينما.. الخ الى أن تم اكتشاف تقنية الأقمار الصناعية بأحدث التقنيات مناصفة مع الانترنت واجتاحت موجة ظهور القنوات العامة وحتى المتخصصة في مجال محدد

على غرار القنوات الرياضية والتعليمية وحتى الوثائقية مثل قنوات الجزيرة الوثائقية والمجد وحتى قناة ناشيونال جرافيك أبو ظبي التي هي بالأساس مستوحاة أفكارها من قنوات أجنبية إلا انها استطاعت ان تصنع وتبني قاعدة اجتماعية بين الأوساط المجتمعية بمختلف الشرائح والطبقات و عملت ولا زالت تعمل على تحقيق جملة من الأهداف الخاصة بها وللمجتمع في آن واحد وأصبحت تشكل واقعا إعلاميا جديدا يثير الفضول والإثارة في ضوء ما تقدمه من محتويات ثقافية معرفية ،اكتشاف الجديد ،وتغيير نمط المعيشي بكل نواحيه وكذا غرس القيم والعادات الاجتماعية بين أفراد المجتمع إضافة لذلك إشباع لرغبات ومتطلبات الجمهور من تسلية ، ترفيه ، تثقيف وحتى المعرفي والعلمي

وتأتي هذه الدراسة لدراسة متابعة الطلبة الجامعين للقنوات الوثائقية العربية قناة ناشيونال جيوغرافيك أبو ظبي نموذجا على طلبة جامعة عمار ثليجي بالأغواط محاولين التعرف على الآثار والانعكاسات السلبية والايجابية وكذا التطرق إلى أهم الإشباعات والاستخدامات المترتبة عن متابعة هذا النوع من القنوات

وجاءت هذه الدراسة مقسمة الى ثلاث أطر وكانت على النحو الآتي:

الفصل الأول: ويتمثل في الإطار المنهجي ويتضمن تحديد الإشكالية و اعتباراتها من بينها الأسئلة الفرعية وأهداف وأهمية الدراسة وكذا أسباب ودوافع اختيار الموضوع بالإضافة الى التطرق إلى متغيرات ومفاهيم الدراسة دون أن ننسى الحواجز التي حالت وعرقلت سير الدراسة وكذا الدراسات السابقة.

أما بخصوص الفصل الثاني ويتعلق الجانب النظري تم طرح كل ما له علاقة بالموضوع على غرار ماهية البث التلفزيوني وكذا القنوات الوثائقية الأجنبية واهم النماذج العربية للقنوات الوثائقية إضافة إلى التطرق لمحتوى قناة ناشيونال جرافيك أبو ظبي باعتبارها محل بحثنا هذا، دون أن ننسى الإسقاطات النظرية للدراسة والمتمثلة في نظرية الاستخدامات والإشاعات وتم الفصل في كل عنصر.

أما الفصل الثالث فهو الإطار التطبيقي للدراسة فتم التطرق إلى إجراءات المنهجية فاحتواء عدة عناصر من بينها المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات ومجتمع الدراسة وعينته بالإضافة إلى مجالات الدراسة، إضافة إلى تحليل وتفسير البيانات والنتائج العامة في ضوء الفرضيات، وكذا الاستنتاج العام والخاتمة بالإضافة إلى قائمة المراجع والملاحق

الفصل الأول

الإطار المنهجي

أولاً : تحديد إشكالية

ثانياً : الأسئلة الفرعية

ثالثاً : فرضيات الدراسة

رابعاً : أهداف الدراسة

خامساً : أهمية الدراسة

سادساً : أسباب اختيار الموضوع

سابعاً : صعوبات الدراسة

ثامناً : مجالات الدراسة

تاسعاً : منهج الدراسة

عاشراً : مجتمع الدراسة وعينته

إحدى عشر : أدوات جمع البيانات

اثني عشر : مفاهيم ومصطلحات الدراسة

ثلاثة عشر : الدراسات السابقة

أولاً: الإشكالية

يشهد العالم ثورة علمية وتقنية عالية جدا خصوصا في المجال تطور التقني لوسائل تكنولوجيايات الإعلام والاتصال وبالتالي كان التدفق المعلومات والبيانات عالي وواسع النطاق وهذا التدفق والتوزيع تم بفضل تعدد صيغ وأشكال آليات الإعلام والاتصال فالمتعمن في حيثيات والجذور التاريخية لتطور هاته الوسائل كان بداية من التواصل البدائي على شكل إشارات والرموز إلا أن تم اختراع آلة الطباعة في القرن الخامس عشر بألمانيا وصولا الى الثورة الصناعية التي ظهر على أنقاضها اختراع التلفاز والسينما و الإذاعة في نهاية القرن التاسع عشر وتم توحيد توفر هاته الأجهزة في القرن العشرين الى أن ظهرت جذور الانترنت في شكلها الأول في منتصف القرن العشرين وتطور العلم الا أن ظهرت الانترنت في تسعينيات القرن المنصرم كوجه جديد وتحديات فعلية في هذا العالم وانسلخت وسائل الإعلام على شكل الكلاسيكي مثل السينما والمسرح وحتى التلفزيون فهذا الأخير على سبيل المثال كان في بداياته عبارة عن المزيج بين صوت وصورة لا يتعد صداها المدينة وكانت قنوات أرضية الا أن جاءت اللحظة التاريخية وتم غزو الفضاء وظهور شكل جديد من التواصل بواسطة الأقمار الصناعية التي أعطت توجهها جديد في تقنيات البث التلفزيوني أو بما يسمى القنوات الفضائية واخذ هذا النمط في التطور والتجديد تبعا وتلبية لإشباع التي فرضها واقتضاها الزمن وكذا الجمهور واستخداماته وتلبية لحاجياته النفسية و الاجتماعية والثقافية وحتى العالمية دون أن ننسى شقها الاقتصادي والسياسي فعلى سبيل المثال ظهرت القنوات المتخصصة في المجال الرياضي أو السياسي و التربوي والاجتماعي والاقتصادي دون أن ننسى الدور التنقيفي والعلمي لهاته القنوات لمختلف شرائح المجتمع على سبيل المثال بروز فضائيات عربية وثائقية تهتم بالجانب المعرفي والثقافي تلبية وتطرح إشباعا لدى فئة من فئات المجتمع على غرار قناة الجزيرة الوثائقية وكذا بروز قناة الإماراتية ناشيونال جرافيك أبو ظبي كقناة

وثائقية بامتياز اكتسحت برامجها الوثائقية العالم العربي الأولى عربيا تأثير ومكانة ومشاهدة حسب العديد من الدراسات والأبحاث

ونظرا لما يحمله تتبع هاته القنوات من تأثيرات وانعكاسات لدى الجمهور وخصوصا الفئات النخب الشبابية ومنها الطلبة الجامعيين وبالتالي هؤلاء ليسو بمعزل عن محتويات القنوات الفضائية بما فيها البرامج الوثائقية التي يتوقع منها أن تشبع حاجته المختلفة والمتنوعة من العلمية والثقافية وحتى الجانب الترفيهي التساوي، وكمحاوله منا حاولنا إعطاء موضوع مثل هذا الصبغة العلمية و الأكاديمية، وعليه فنقطه بحثنا تتمحور حول محاولة التعرف على استخدامات إشباعات الطلاب الجامعيين من تتبع القنوات الفضائية ومن هذا الطرح نطرح الإشكال التالي ما مدى متابعة الطلبة الجامعيين بجامعة عمار ثليجي بالأغواط للقنوات الوثائقية العربية قناة ناشيونال جيوغرافيك نموذجا؟

ثانيا: تساؤلات الدراسة

- 1- ماهي عادات وأنماط متابعة الطلبة الجامعيين لقناة ناشيونال جيوغرافيك؟
- 2- ماهي نوعية البرامج التي يفضلها الطلبة الجامعيين عند متابعتهم لقناة ناشيونال؟
- 3- ماهي والإشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعيين عند متابعتهم لقناة ناشيونال جيوغرافيك؟

4- ماهي آراء الطلاب الجامعيين لقناة ناشيونال جيوغرافيك الوثائقية؟

ثالثا: فرضيات الدراسة

- 1- يتابع الطلبة الجامعيين قناة ناشيونال جيوغرافيك عادة في المساء
- 2- يفضل الطلبة الجامعيين برامج الكوارث الطبيعية أكثر في متابعتهم لقناة ناشيونال جيوغرافيك

3- يحقق الطلبة الجامعين من خلال قناة ناشيونال جيوغرافيك زيادة الثقافية

4- يرى جل الطلبة الجامعين أنها قناة رائدة

رابعاً: أهداف الدراسة

1- التعرف على أنماط ومتابعة الطلبة الجامعين لقناة ناشيونال جيوغرافيك

2- التعرف على نوعية البرامج الوثائقية التي يفضلها طلبة جامعين في قناة ناشيونال جيوغرافيك

3- التعرف على إشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعين من خلال متابعتهم لقناة ناشيونال جيوغرافيك

4- التعرف على رأي الطلبة الجامعين حول قناة ناشيونال جيوغرافيك 5 -

خامساً: أهمية الدراسة

تمحور دراستنا حول متابعة الطلبة الجامعين للقنوات الوثائقية وتكمن أهمية الدراسة في محاولة الجادة لمعرفة آراء الطلبة الجامعين حول القنوات الوثائقية العربية قناة ناشيونال جيوغرافيك كنموذج وتكمن أهمية الدراسة في معرفة مدى متابعة الطلبة الجامعين لهذه القنوات بحيث يتم دراستها وتحديد علاقتها بالطلبة الجامعين لذا فإن هذه الدراسة من دراسات المهمة والراهنة التي تستحق الدراسة إذ هاته الدراسة تعد الأولى في جامعتنا

سادسا: أسباب اختيار الموضوع

الذاتية:

+ الرغبة الشخصية والميول إلى دراسة هذا النوع من المواضيع المتعلقة بالبرامج

الوثائقية

+ اهتمام بالمادة الوثائقية بداية من إشباع الفضول الإنساني لاكتشاف العالم

+ محاولة إعطاء مثل هاته المواضيع الطابع الأكاديمي

+ متابعتي الشخصية لهاته القناة.

الأسباب الموضوعية:

+ تزايد اهتمام القنوات الفضائية بالبرامج الوثائقية

+ قلة الدراسات العلمية في الجامعات الجزائرية في مجال استخدام الطلاب الجامعيين

لبعض محتويات القنوات العربية وخاصة البرامج الوثائقية وعلاقة الطلبة بهذا النوع

من البرامج

+ بناء رصيد منهجي لانجاز الدراسات والأبحاث العلمية القادمة

+ تزايد الاهتمام بالقنوات الفضائية الوثائقية

سابعا: صعوبات الدراسة

* صعوبة جمع المراجع والمصادر وندرتها

* غلق الجامعات والمكتبات التابعة لها

* حداثة الموضوع وقلة الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع

* صعوبة توزيع الاستبيانات خصوصا بعد غلق الجامعات كإجراء احترازي لوباء كورونا

ثامنا: حدود ومجالات الدراسة

تحتل حدود الدراسة أهمية بالغة في البحث العلمي التطبيقي وتعد عنصر ضروري في الدراسات العلمية والأكاديمية نظر لدورها الفعال في تمكين الباحث من معرفة الوجهة وتحديد أبعاد البحث إضافة إلى التطلع ومكان إجراء الدراسة الميدانية وتنقسم هذه الحدود إلى اثنين محددتين وهما المجال المكاني والمجال الزمني.

المجال الزمني:

الفترة الزمنية التي يغطيها البحث أي السنوات أو الشهور أو غيرها من الوحدات الزمنية التي يشملها البحث¹

وبالتالي فكانت بداية العمل في دراستنا هاته منذ إعطاء الموافقة من قبل إدارة ،حيث شرعنا في القيام بجمع المعلومات المختلفة والمتمثلة في المذكرات والكتب التي لها صلة بموضوعنا هذا تمهيد لإنجاز الإطار النظري ثم خوض غمار الإطار المنهجي وإجراءاته وأدواته والمتمثل في المنهج وأدوات جمع البيانات وكذا صياغة الإشكالية وإعتبارتها المتمثلة في أسئلتها الفرعية وصياغة فرضياتها...الخ وصولا إلى الدراسة الميدانية

وبالتالي تمت دراستنا من نهاية نوفمبر 19 20 إلى سبتمبر 2020

المجال المكاني :

يقصد بالمجال المكاني هو النطاق والمحيط الجغرافي الذي سيشمله البحث أو الدراسة وعليه تم إجراء هذه الدراسة في جامعة عمار التلجي الأغواط على عينة من الطلبة .

المجال البشري: ويتمثل في طلبة جامعة عمار تليجي بالأغواط

1-زكية منزل غرابية، مناهج البحث في العلوم الإسلامية والإنسانية، مطبوعة لطلبة ل م د السنة الأولى جذع مشترك،

كلية الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر، 2016/2017، ص88

تاسعا: منهج الدراسة

إن أي دراسة علمية تعتمد على منهج معين ويختلف من دراسة إلى أخرى ، وذلك لتتبع المناهج ، وكذلك وظيفة كل منهج وأهدافه والغايات التي يرمي إليها، وعليه يعرف المنهج كالتالي:

مفهوم المنهج:

هو أسلوب فني علمي يتبع في تفصي الحقائق و وسيلة الكشف عن المعارف ، هو الطريق المؤدي الى الحقيقة كما يقول الباحث عبد الرحمان بدوي¹

وانطلاقا من مسلمة أن جل العلوم الاجتماعية والإنسانية تنتهج الأسلوب الوصفي بأدواته والمتأمل في دراستنا يرى أنها تتدرج ضمن البحوث الوصفي، فقد إربتينا تطبيق واختيار المنهج الوصفي التحليلي في دراستنا هاته

مفهوم المنهج الوصفي: هو عبارة عن أسلوب من أساليب التحليل المركز على المعلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة أو موضوع محدد فهو وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة ويوضح خصائصها يعتمد كليا على الوصف سوا كمي أو كيفيا ،يتناسب تطبيقه في العديد من العلوم ولقد أثبت نجاعته خصوصا في العلوم الاجتماعية والإنسانية على غرار العلوم السلوكية وعلم النفس وغيرها... الخ²

¹ - مروان عبد المجيد ابراهيم ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، الأردن، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2000 ، ص ص 66-68

² - رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية، دار الفكر المعاصر، ط 1، دمشق سوريا 2000 ص ص 183-184

عاشرا: مجتمع الدراسة

يقصد بمجتمع البحث جميع المفردات أو الأشياء التي نريد معرفة حقائق عنها، وقد تكون أعداد أو أرقام، إحصائيات¹

يقصد بمجتمع البحث جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها، سواء أكانت هذه المفردات بشرا، أو مؤسسة، أم أنشطة تربوية، وغير ذلك²

وعليه فمجتمع بحثنا في هاته الدراسة هو طلبة جامعة عمار الثلجي بولاية الأغواط

مفهوم العينة:

تعرف العينة بأنها نموذج يشمل جانبا أو جزء من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل، ويتم إختيار العينة عادة وفق أسس وأساليب علمية متعارف عليها أكاديميا وعليه فعينة دراستنا هاته تتمثل في طلبة جامعة عمار الثلجي بولاية الأغواط، وتم إختيار عينة دراستنا على نهج العينة العشوائية البسيطة³

حادي عشر: أدوات جمع البيانات

انطلاقا من أي جهد مبذول في المجال البحث العلمي والأكاديمي لم يأتي من العدم، بل يقف على ضمان نجاح تلك الجهود وتوفر العديد من الآليات و ميكانيزمات لتحقيق نسب

¹ - محمد منير الحجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، د، ط 2000، ص

² - سعد سليمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، الإمارات-لبنان، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، ط1،

³ - عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،

أعلى لنجاحه ولابد من تطبيق في هاته الدراسات منهج بأدواته الخاصة به ، فمثلا في دراستنا هاته تم تطبيق المنهج الوصفي كضرورة حتمية ويتبع اعتماده العديد من الأدوات لغرض جمع المعلومات على غرار المقابلة والملاحظة وأسلوب دراسة حالة، وكذا استمارة الاستبيان وفي بحثنا هذا تم الإعتمادا كليا على أداة الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات

مفهوم أداة الاستبيان: الاستبيان مصطلح يطلع على نوع من الأدوات التي تحتوي على أسئلة أو فقرات يستجيب لها الفرد ،وهو يحتوي على أسئلة غالبا تكون عادة ذات خيارات من بين بديلين أو أكثر ليختار أحدهما ومن الأمثلة الشائعة على هذه الفقرات هي تلك ذات الخيارين الذين يتكونان من إجابة {نعم} أو {لا} أو أوافق أو لا أوافق وما شابه وعادة ما يضاف بديل ثالث هو < لا أعرف > و < لا أدري > ، من بين مميزاته التي تميزه عن باقي الأدوات تتمثل في أنه اقتصادي اقل تكلفة و يشجع ضمنا عن الصراحة والنزاهة في الإجابة بالإضافة وإمكانية إرسال بالبريد الى المستجيبين¹

ولقد وجدنا صعوبة في توزيع استبيان نظرا لجائحة كورونا المستجدة حيث كان من المفترض أن توزع بطريقة قصديه على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال في أقسام الدراسة ونظرا لهذا الظرف الطارئ فقد ارتأينا إلى توزيعها على أي طلبة جامعين بصفة عامة وقد استخدمت عدة طرق في توزيع الاستبيان منها تسليمها مباشرة إلى بعض الطلبة الذين أعرفهم وكذلك إلكترونيا عن طريق توزيعها في مجموعات على الفايسبوك وكذلك استخدمنا الفايبر وماسنجر والهاتف في ملأ استبيان عن طريق طرح أسئلة على طلبة وملاها وقد شملت الاستمارة على عدة محاور: المحور الأول بيانات شخصية و المحور الثاني عادات و أنماط متابعة الطلبة الجامعيين لقناة ناشيونال جيوغرافيك أما المحور الثالث نوعية البرامج التي يفضلها الطلبة الجامعيين في مشاهدتهم لقناة ناشيونال جيوغرافيك اما المحور الرابع الإشباع المحققة للطلبة الجامعيين من خلال متابعتهم لقناة ناشيونال جيوغرافيك و المحور الخامس رأي الطلبة الجامعيين في قناة ناشيونال جيوغرافيك.

¹ محمد عبد العالي النعيمي وآخرون ، طرق و مناهج والبحث العلمي،الأردن،مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع 2015

ثاني عشر: مفاهيم الدراسة

مفهوم المتابعة:

لغة: متابعة اسم تابع متابعة وتباعا فهو متابع والمفعول متابع والمفعول متابع للمتبعي تابع الأمر تتبعه وراقبه وتقصاه وواصله واستمر فيه وحافظ علي حسن سياقه

اصطلاحا: تعني كلمة متابعة أي متابعة شيء ما وتتبعه ومراقبته من خلال التعرض الأفراد للتلفزيون وكيفية المتابعة والمشاهد¹

مفهوم القنوات الوثائقية: هي تلك قنوات المتخصصة في عرض الأفلام التسجيلية والبرامج الوثائقية على اختلاف مضامينها وقضاياها في إطار إعلامي ثقافي هادف وغالبا ما تكون تابعة لشبكات تليفزيونية عالمية أو مؤسسات علمية غير هادفة للربح المادي²

مفهوم الطالب الجامعي: هو ذاك الشخص الذي سمحت له كفاءاته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة، تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة، أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية، والفاعلة في الأوساط العلمية³

¹ - سلامي خولة وآخرون "أثر الإشهار التلفزيوني على متابعة البرامج الحوارية في القنوات العربية"، مذكرة الماستر غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2016-2017 ص 11

² - محمد عبد العزيز سيد طه، "دور القنوات الوثائقية في تزويد الجمهور بالمعارف و اتجاهاتهم" رسالة الماجستير غير منشورة في الآداب جامعة المنيا كلية الآداب قسم الإعلام 2013 ص 43

³ - شايب ربي أحلام، مخالفة حنان، "متابعة الطلبة الجامعيين للمضامين الثقافية المحلية عبر الفيس بوك"، مذكرة الماستر غير منشورة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال 2017-2018 ص 17

ثالث عشر: الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: عبد القادر الشيخ، حول مكانة البرامج الوثائقية والتسجيلية في البرمجة التلفزيونية العربية ، سنة 1997، وهي دراسة مقدمة لإتحاد الإذاعات العربية، وقد شملت الدراسة عدد من القنوات التلفزيونية العربية على غرار القناة التونسية ، العربية الأردنية ، الإمارات العربية المتحدة الشارقة ، قناة التونسية ، القناة الأولى السعودية ، تلفزيون سلطنة عمان ، تلفزيون العراق ، التلفزة المغربية ، القناة الفضائية السورية ، القناة الفضائية المصرية الأولى، تلفزيون الجمهورية اليمنية.¹

نتائج الدراسة: وقد توصلت الدراسة إلى إن البرامج الوثائقية تحظى نسبيا باهتمام المؤسسات التلفزيونية العربية المتحدة على أن هذا الإهتمام يختلف نسبيا من مؤسسة إلى أخرى، فإذا استثنينا ما توفره للمشاهد القناة الأردنية وتلفزيون سلطنة عمان وإذ يقارب 14 % فإن المبرمج لا يتعدى 4 % من مجموع ساعات البث بل أن نسبة حضور ما هو وثائقي تقل عن 1 % في القناة الفضائية المصرية وتلفزيون العراق، على أن أهم ما تجدر الإشارة إليه قلة الإنتاج المحلي واستمرارية الاستيراد

الدراسة الثانية: كتاب إعداد البرامج الوثائقية ، أيمن عبد الحليم نصار، من قسم الإعلام ، جامعة عمر المختار، 2007

وقد ناقش الكاتب باستفاضة تاريخ البرنامج الوثائقي ، وأهم الأسس والمعايير في إعداد البرنامج الوثائقي ، كما تطرق الكاتب في فصل كامل لمجموعة من الفروق والمقاربات الهامة التي جمعت بين برنامج وثائقي وغيره من الأعمال الإعلامية والفنية كدراما التلفزيونية ، والفيلم الروائي والتقرير التلفزيوني

¹ خديجة بريك، جمهور البرامج الوثائقية في القنوات الفضائية، رسالة الماجستير غير منشورة ، كلية الحقوق ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2010

وقد سعى الكتاب كما أشار صاحبه إلى تحقيق جملة أهداف أهمها :

*شرح مفهوم البرنامج الوثائقي وأهم خصائصه

*تقديم نبذة تاريخية للبرنامج الوثائقي العربي

*شرح أهم وأبرز المراحل لإعداد البرنامج الوثائقي

*التأكيد على أهمية البرامج الفكرية الوثائقية في نشر الثقافة والعلوم لما له من خصوصية من الناحية الفكرية والفنية

*الدعوة لدعم البرنامج الوثائقي العربي من خلال الرسالة التي وجهها صاحب الكتاب لكل من المؤسسات البحثية والعلمية وللباحثين والأكاديميين وأساتذة الجامعة

وقد دعي الكاتب في خاتمة الكتاب إلى الإهتمام بشكل أكبر بتطوير البرنامج الوثائقي العربي باعتباره يساعد على زيادة وعي وثقافة الأفراد والأهم من هذا إعادة تشكيل فكر المشاهد العربي بعيدا عن التلوث الحاصل نتيجة لهذا الخلط الغريب في نوعية البرامج التي تطرح على شاشاتنا العربية¹

الدراسة الثالثة: بريك خديجة ، سنة 2009/2010 بعنوان جمهور البرامج الوثائقية في القنوات الفضائية ، وتمثلت إشكالية الدراسة في تعرف على استخدامات إشباعات الجمهور الجزائري لمحتوى البرامج الوثائقية في القنوات الفضائية ، وهدفت الدراسة إلى قياس درجة تعرض عينة من الجمهور الجزائري للبرامج الوثائقية وأيضا التعرف على القنوات الفضائية الذي يفضل من خلالها الجزائريون متابعة البرامج الوثائقية ووصف مظاهر استخدام الجمهور الجزائري لمحتوى البرامج الوثائقية والإشباعات المحققة من خلال هذا الاستخدام ففي هذه الدراسة أستخدم منهج المسح الوصفي الميداني بالعينة

¹نفس المرجع السابق

كان مجتمع الدراسة هو الجمهور الجزائري والعينة كانت كبيرة ومنتشرة بشكل الذي يصعب الإتصال بمفرداتها

نتائج الدراسة: من أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة هي كالاتي :

1- بالنسبة لعادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية فإن النسبة الكبيرة من أفراد العينة يشاهدون جميع القنوات الفضائية المحلية والعربية والأجنبية تليها المرتبة الثانية بنسبة من أفراد العينة يشاهدون الفضائيات العربية والمرتبة الثالثة من أفراد العينة يشاهدون القنوات الأجنبية والمرتبة الأخيرة يشاهدون القنوات الفضائية المحلية

2- تعد الجوانب الفنية الشكلية وطريقة المعالجة من أبرز أشكال الاختلاف بين كل من الفيلم الوثائقي و البرنامج الوثائقي

3- توصلت الدراسة الى إن العوائق التي تحول دون تطوير مضمون البرامج الوثائقية العربية من وجهة نظر أفراد العينة تتمثل في عوائق متعلقة بانعدام ثقافة الوثائقي في العالم العربي

4- الأيام التي يشاهد فيها المبحوثين أفراد العينة للبرامج الوثائقية هو يوم الجمعة

5- الموضوعات التي يفضلها أفراد العينة هي في متابعة البرامج الوثائقية جاءت في المرتبة الأولى المواضيع المتعلقة بالعلم والتكنولوجيا

6- توصلت الدراسة الى إن العينة تفضل القنوات الوثائقية في متابعتها للبرامج الوثائقية

7- توصلت الدراسة الى إن البرامج الوثائقية ذات التوجهات السياسية تجعلهم أكثر دراية بالقضايا السياسية الوطنية والعربية والدولية.¹

¹ نفس المرجع السابق

الدراسة الرابعة: فاتن عبد السلام بيومي، سنة 2010، عن استخدام الشباب الجامعي للأفلام التسجيلية التي تعرضها القنوات الفضائية كأحد مصادر المعرفة التاريخية والإشباع المتحققة منها

تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على "استخدام الشباب الجامعي للأفلام التسجيلية التي تعرضها القنوات الفضائية كأحد مصادر المعرفة التاريخية والإشباع المتحققة منها"، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على حجم ودوافع تعرض الشباب الجامعي للقنوات الفضائية التي تقوم بعرض أفلام تسجيلية تاريخية وما هي الإشباع المتحققة منها، مستخدمة منهج المسح بالعينة والتي بلغت 424 مفردة وأداة جمع البيانات صفيحة الاستقصاء

نتائج الدراسة: وقد توصلت الدراسة للنتائج التالية:

* إن أعلى نسبة مشاهدة من بين القنوات الفضائية التي تقوم بعرض الأفلام التسجيلية

هي قناة الجزيرة الوثائقية حيث حصلت على نسبة 61% من المبحوثين

* أوضحت الدراسة أن الفيلم التسجيلي التاريخي، هو أكثر الأنواع تفضيلاً من حيث

المشاهدة وذلك بنسبة 8،75% من عينة الدراسة

* توصلت الدراسة أن من دوافع استخدام الشباب ي للأفلام التسجيلية التاريخية، كمصدر

من مصادر المعرفة التاريخية، حيث أنها تمدهم بالمعلومات العامة والتاريخية بنسبة

7،97 بالمئة من المبحوثين، أيضاً لأنها تفسر لما يحدث الآن بنسبة 7،97 بالمئة من

المبحوثين¹

¹ محمد عبد العزيز يد طه ، دور القنوات الوثائقية في تزويد الجمهور بالمعارف واتجاهاتهم نحوها ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، 2013

دراسة الخامسة: لمحمد عبد العزيز سيد طه، بعنوان دور القنوات الوثائقية في تزويد الجمهور بالمعارف واتجاهاتهم نحوها دراسة تطبيقية على المحتوى والجمهور،
سنة 2013

وتمثلت إشكالية الدراسة في التعرف على دور القنوات الوثائقية في إمداد وتزويد الجمهور بالمعارف واتجاهاتهم نحوها في ظل مجموعة من المتغيرات الوسيطة معدل التعرض الخصائص الديموغرافية ، وكان المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال توصيف وتحليل القنوات الوثائقية للتعرف على دورها في تزويد الجمهور بالمعارف واتجاهاتهم نحوها بالإضافة إلى الأسلوب المقارن، ويتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور العام من مشاهدي القنوات الوثائقية محل الدراسة ولصعوبة إجراء المسح الشامل قام الباحث بإجراء الدراسة الميدانية على عينة قوامها 400 مفردة من جمهور إقليم القاهرة الكبرى {القاهرة الجيزة والقليوبية} في المرحلة العمرية {18 سنة فأكثر} مع مراعاة تمثيل الذكور والإناث والمستويات التعليمية والاقتصادية والفئات العمرية المختلفة بواقع 200 مفردة لمحافظة القاهرة و100 مفردة لكل من محافظتي الجيزة والقليوبية

أهم نتائج الدراسة:

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

1- أشارت نتائج الدراسة إلى تصدر قناة الجزيرة الوثائقية المرتبة الأولى فيما يتعلق بتعرض الجمهور بنسبة 57 % تلتها قناة ناشيونال جيوغرافيك أبو ظبي ، في حين اشتركتا قناتي المجد الوثائقية في المرتبة الثالثة ، تصدرت الفئة العمرية من {40.31} سنة بنسبة 53 % متابعة للجزيرة الوثائقية ثم تليها الفئة العمرية من {50.41} سنة بنسبة 17 % فيما تصدرت الفئة العمرية {30.18} سنة متابعة قناة ناشيونال جيوغرافيك أبو

ظبي بنسبة 63 % من حملة المؤهلات الجامعية بحيث تساوت الفئة العمرية {31-40} سنة من حملة المؤهلات الجامعية و الفرق الجامعية من أعضاء هيئة التدريس ذوي التخصصات العلمية التطبيقية

2- يلاحظ أيضا انخفاض معدل تعرض الجمهور فئة المستوى التعليمي يقرأ ويكتب للقنوات الوثائقية سواء من مكان الحضر أو الريف في حين اقتضرت متابعتهم على قناة ناشيونال جيوغرافيك أبو ظبي عالم الحيوان والضواري . عالم البحار وهجرة الأسماك ، وأرتفع معدل التعرض لقنوات الوثائقية بشكل منتظم في الفئة العمرية {40.31} سنة 54 % من حملة المؤهلات الجامعية من سكان الحضر والريف والذين يعملون في المجالات العلمية والتدريس ثم تليها فئة {30.18} سنة من طلاب الجامعات ذوي التخصصات العلمية التطبيقية 33%¹.

3- أشارت النتائج إلى صدارة الموضوعات التالية:

اكتشاف عالم الحيوان والنبات وكذا آخر الاكتشافات الهندسية والتطرق إلى السير الذاتية لأهم الشخصيات العربية والعالمية والبحث في تاريخ المعالم والمناطق الأثرية والتاريخية بالإضافة إلى التعرض إلى لحروب والانقلابات العسكرية العربية والعالمية وكذا اكتشاف عالم البحار والمحيطات واكتشاف أيضا أحداث عالم الفضاء والفلك.

¹ نفس المرجع السابق.

الإطار التطبيقي

الفصل الثاني:

ماهية نظرية الاستخدامات

والإشبعات

تمهيد

المبحث الأول: ماهية نظرية الاستخدامات والإشباع

المطلب الأول: نشأة وتطور النظرية

المطلب الثاني: تعريف نظرية الاستخدامات والإشباع

المطلب الثالث: أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع

المبحث الثاني: فروض والانتقادات الموجهة لنظرية

المطلب الأول: فروض النظرية

المطلب الثاني: الانتقادات الموجهة للنظرية

المطلب الثالث: عناصر النظرية والرد على الانتقادات

المبحث الأول: ماهية نظرية الاستخدامات والإشباع:**المطلب الأول: نشأة وتطور نظرية الاستخدامات والإشباع:**

لقد اختلفت النظريات التي تناولت تأثير وسائل الاتصال على سلوك واتجاهات الأفراد وتعددت النماذج التي درست التأثير التقليدي لوسائل الاتصال الجماهيرية والتي كان أهمها المدخل الوظيفي الذي حاول تحديد ماذا يفعل الناس بوسائل الاتصال والذي يقوم كذلك على أن الجمهور يطلب ما يحتاج إليه من مواد إعلامية من أجل خدمة وإشباع رغباته ، وفي نفس الوقت ظهر مدخل الاستخدامات والإشباع الذي ركز على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور من منظور دراسة وظيفية منتظمة¹⁶

يعد كاتز أول من وضع اللبنة الأولى في بناء مدخل الاستخدامات و الإشباع عندما كتب مقالا من هذا المدخل 1959، ويمثل المدخل تحولا للرؤية في مجال الدراسات الإعلامية ، حيث تحول الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة ، وبذلك أنتقى مفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية الذي كانت تنادي به النظريات المبكرة ، مثل نظرية الرصاصة السحرية والتي تقوم على فكرة أن سلوك الأفراد يتحدد وفقا للآلية البيولوجية الموروثة ونتيجة لان الطبعة الأساسية للكائن الحي متشابهة تقريبا بين كائن وآخر ، تكون استجابتهم للمشيرات المختلفة متشابهة خاصة مع الاعتقاد بأن متابعة أفراد الجمهور ووسائل الإعلام ، تتم وفقا للتعود وليس لأسباب منطقية ، لكن مدخل الاستخدامات والإشباع له رؤية مختلفة تكمن في إدراك أهمية الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام وتعد عملية استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام عملية معقدة وترجع إلى عدة عوامل متشابكة منها ، خلفيات الجمهور الثقافية ، الذوق الشخصي ، سياسات الوسيلة وتوجهاتها العوامل الشخصية

¹⁶-محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مصر، عالم الكتب، ط3 2004 ص 270

ومنها أسلوب الحياة السن ، الدخان ، مستوى التعليم ، النوع ، نوع الإشباع الذي يربط الشخص للحصول عليه من التعرض للوسيلة الإعلامية التي يريد متابعتها ، وبذلك ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي حول دراسة علاقة الجمهور بوسيلة الإعلام من الإجابة على سؤال ماذا إلى إجابة على سؤال لماذا ، لتعرف على أسباب تعرض الجمهور لوسائل الإعلام وهو ما يعرف بدوافع المشاهدة، كما أنها تحاول التعرف على الإشاعات التي يحققها التعرض إلى وسائل الإعلام بالنسبة للجمهور ، وبذلك تم تحويل اهتمام الباحثين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور وإلى ما يفعله الجمهور في الرسالة ، ومن هنا اختلف هذا المدخل عن المداخل التي سبقته حيث ركز هذا المدخل على الجمهور وخصائصه ودوافعه انطلاقاً من مفهوم الجمهور النشط الإيجابي الذي يختار الرسالة الإعلامية معينة ما وقد تطور المدخل عام 1974 وقدم بشكل متكامل بواسطة كانز ويل ومار وجورفيتش ، وبذلك تطور المدخل بجهودهم البحثية و أنتشر إلى أنحاء العالم وقد مر مدخل الاستخدامات والإشباع بثلاثة مراحل وهي كالتالي

1-مرحلة الطفولة (المرحلة الوصفية) واهتمت بتقديم وصف لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الاتصال فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الاتصال ، وقد امتدت هذه المرحلة خلال عقدي الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي وحتى الآن¹⁷

2-مرحلة المراهقة : (مرحلة التطبيقي) وهي مرحلة ذات توجه ميداني حيث كانت تركز على المتغيرات النفسية الاجتماعية والتي تؤدي إلى نمط مختلف من استخدامات وسائل الإعلام ، وكان من أهم نتائجها أن الجمهور يستخدم الوسيلة لإشباع حاجات معينة لديه وقد امتدت هذه المرحلة خلال عقد الستينيات من القرن الماضي

¹⁷ - نهى عاطف العبد ، أطفالنا والقنوات الفضائية ، القاهرة، دار الفكر العربي ، د-ط ، 2005، ص ص 13-15

3-مرحلة البلوغ : (المرحلة التفسيرية) وكان التركيز فيها على الإشاعات المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال ، و تم إعداد قوائم الاستخدامات والإشباع وقد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينيات من القرن الماضي وحتى الآن¹⁸

المطلب الثاني : تعريف نظرية الاستخدامات والإشباع

الاستخدام في اللغة : من استخدم استخداما أي أتخذ الشخص خادما ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدم وأن والإشباع في اللغة : فهي مأخوذة من الشبع بفتح الشين وفتح الباء والشبع بكسر الشين وتدل على امتلاء في أكل وغيرها ، وامرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمتة وثوب شبع الغزل ، أي كثير وشنيع العقل أي وافر والتشبع من يرى أنه شبعان¹⁹

المفهوم الاصطلاحي : أما الاستخدامات والإشباع في الاصطلاح الإعلامي ، فإن الباحثين لم يتمكنوا من الوصول إلى المفهوم المحدد والدقيق للنظرية بحيث يكون تعريفا جامعا ومع هذا فقد أورد الدكتور مساعد الله المحب تعريف الاصطلاح فقال ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات وحاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه المادة وقد جاء في الموسوعة الإعلامية لمحمد منير حجاب في تعريف الاستخدامات والإشباع إن الاستخدامات كما يتضح من أسمها معروفة أما الإشباع فهو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع وتدل الكلمة أيضا على الحالة التي يتم فيها ذلك ، تشكل فكرة الاستخدامات والإشباع إحدى الركائز الأساسية التي تركز عليها المدخل الوظيفي ، فنظرية الاستخدامات والإشباع تحاول بكل بساطة أن

¹⁸- نهى عاطف العبد، نفس المرجع السابق ، ص 15

¹⁹- منال هلال المزاهرة ، نظريات الإتصال ، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ط1، 2002، ص 170

تشرح كيف يستعمل الناس وسائل الإعلام وكيف يشبعون رغباتهم من خلال هذا الاستعمال²⁰

المطلب الثالث : أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تتمثل الأهداف فيما يلي:

- 1- تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام والاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم
- 2- فهم دوافع تعرض لوسائل الإعلام وأنماط التعرض المختلفة
- 3- معرفة النتائج المترتبة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال²¹
- 4- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض لوسائل الاتصال والإشباعات الناتجة عن ذلك
- 5- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل
- 6- الوقوف على ما يترتب من نتائج على مشاهدة وسائل الاتصال
- 7- يمكن أن تعطي استخدامات المتلقين للوسيلة الاتصالية دلالة واضحة على المستوى الثقافي المجتمع الذي يعيش فيه هؤلاء المتلقين²²

²⁰- مراد دلال "إستخدام المرأة للقنوات الفضائية الإعلامية والإشباعات المحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة ، العلوم الإسلامية ، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، جامعة حمة لخضر الوادي ، 2015 ، ص ص 17_ 18.

²¹- عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية ، القاهرة، دار الفكر العربي، 2011، ص

²²- منال هلال المزاهرة ، مرجع سابق ، ص 187_188

ويربط آلان روبن الأهداف السابقة بمنظور التحليل الوظيفي من خلال التأكيد على نمط السلوك الفردي حيث يكون الفرد هو وحده التحليل وتكون علاقات الفرد بمحيطه الاجتماعي هي البناء ويكون ملاحظة سلوك الأفراد عند استخدامهم لوسائل الاتصال هو الأنشطة وتكون نتائج نمط السلوك الفردي في علاقته مع كل من وسائل الاتصال والمحتوى والاهتمامات العامة للجمهور هي الوظائف²³

المبحث الثاني: فروض وأهم انتقادات الموجهة للنظرية

المطلب الأول: فروض النظرية

يهتم مدخل الاستخدامات والإشاعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منتظمة وفي عام 1968 قدم باحثين سويديان بحثاً يتعلق بوضع أسس علمية لمدخل الاستخدامات والإشاعات عبارة عن فروض تتمثل فيما يلي:

- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجة ، وهذا الفرض يتفق مع إختيار الباحث لتلك النظرية حيث إن الباحث يؤكد على أن الشباب يحددون الأغاني التي يريدون سماعها في وسائل الإعلام
- ينظر إلى جمهور وسائل الإعلام باعتباره جمهور إيجابي ونشط يشارك بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري ، ويستخدم وسائل الإعلام ، استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة وتلبية حاجات مقصودة وبالنظر إلى هذا الفرض نجد أن الشباب المستمعين للأغاني يستخدمون وسائل الإعلام لغرض معين أما بالإيجابية في الاستخدام أو السلبية وهذا ما نود الإشارة إليه في تلك الدراسة توجيه الاستخدام

²³-حسن عماد مكاي ، ليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، دار المصرية اللبنانية ، طبعة 12 ، ص

- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال ، وليس من خلال محتوى الوسائل فقط الفروق الفردية للأفراد هي التي تتحكم في حاجاته واختيارهم لوسائل الإعلام ورسائلها التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبه حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي نستخدم الأفراد

وما إن أردنا تطبيق هذه الفروض على موضوع الدراسة فسوف نجد أن الشباب جمهور نشط يسعى أفراده إلى التعرض إلى وسائل الإعلام المرئية والمسموعة ، وكذلك اختياراتهم لنوع المضمون المقدم من هذه الوسيلة سواء كان تثقيفي أو ترفيهي أو سياسي أو ديني فالشباب في مركز قوة في عملية الاتصال إذ يختارون الوسائل والمضامين التي يرون أنها تشبع احتياجاتهم وتلبي رغباتهم²⁴

المطلب الثاني: الانتقادات الموجهة للنظرية

واجهت نظرية الاستخدامات والإشباعات جملة من الانتقادات ولعل أبرزها يتمثل فيما يلي:

أولاً : أنها تشابه في استخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة للباحثين حول والإشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام

ثانياً : اشتركت في استخدام المنهج الكيفي في محاولتها لجمع بيانات الإشباع من الجمهور في فئات مصنفة يتأجل توزيعها تكرارياً وتدرجياً تبعا لكثافتها

ثالثاً: لم تحاول هذه الدراسات أن تكشف الروابط بين والإشباعات التي يتم إقرارها وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي تم إشباعها

²⁴- عبد الرزاق الدليمي ، نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرين ، الطبعة العربية ، 2016، دار اليازوري

العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، ص ص 255- 256

رابعاً : فشلت هذه الدراسات في بحث العلاقات المتداخلة فيما بين الوظائف المتنوعة التي تقدمها وسائل الإعلام أيضاً كميماً أو مفاهيمي

خامساً : إن هذه الدراسات لم تعط صورة مفصلة وأكثر تصاعدياً لإشباع وسائل الإعلام ولا تؤدي إلى صبغة نهائية لتعميمات نظرية²⁵

سادساً : إن إدعاء المدخل بأن أفراد الجمهور يختارون المضمون الذي يتعرضون له بحرية تامة وبناءً على احتياجاتهم فقد ربما يكون مبالغاً فيه فهناك عوامل تحد من هذا الحق في الاختيار منها العوامل الاقتصادية والاجتماعية التي تحد من امتلاك الفرد لوسائل الإعلام الحديثة ، وعدم وجود بدائل كثيرة من الوسائل الإعلامية نتيجة لمحدودية الوسائل في بعض الدول

سابعاً : المبالغة في مفهوم الجمهور الإيجابي أو النشاط الذي يسعى لتحقيق أهداف محددة وإشباع حاجات بعينها²⁶

المطلب الثالث: عناصر النظرية والرد على انتقادات الموجهة للنظرية

الفرع الأول:

الأمر النفسي الاجتماعي: حيث أن هناك فروق اختلافات فردية فإن الأنماط المختلفة من البشر يختلفون في اختياراتهم وإرادتهم ، يعني أن العوامل النفسية يمكن أن تلعب دوراً في تحديد الأمور كثيرة من الاستخدامات لوسائل الإعلام

دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال : تختلف دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال وفقاً لعوامل عديدة السن ، الجنس ، اللغة .. الخ

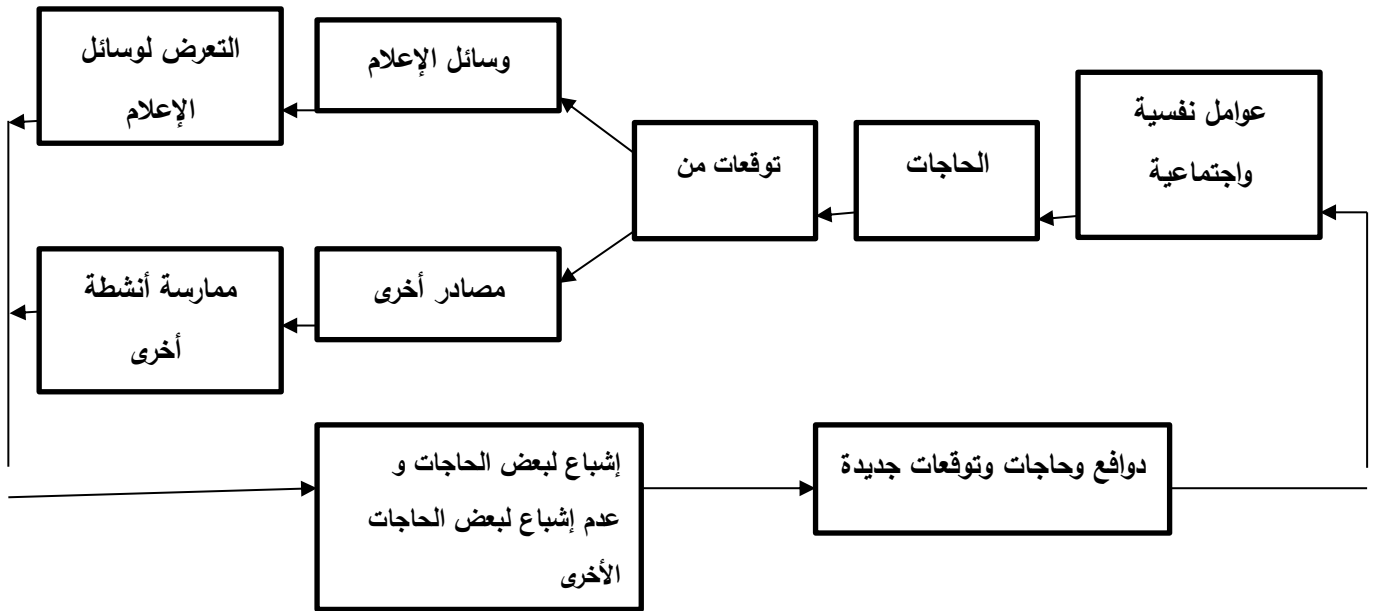
²⁵ - بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، عمان ، 2010 ، ص ص

²⁶ - نهى عاطف العبد ، مرجع سابق ، ص ص 27 - 28

توقعات الجمهور : من وسائل الإعلام تعتبر توقعات الجمهور سببا في تعرض نتيجة دوافعه في نفس الوقت ، وتساهم نظرية القيمة المتوقعة في فهم تأثيرات واقع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال و التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري ومصادر الأخرى²⁷

ويعبر كانز وزملاءه عن نموذج الاستخدامات والإشباع في الشكل التالي

الشكل رقم (01)



الشكل الآتي: نموذج < كاتز > للاستخدامات والإشباع²⁸

1-الجمهور النشط : كانت النظريات القديمة تعتبر الجمهور المتلقي سلبيًا بشكل كبير أمام الرسائل التي تبثها الوسائل الإعلامية ، كنظرية الرصاصة لكن مع ظهور ندخل الاستخدامات والإشباع ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب له الملبي لحاجاته ، حيث بات هذا الجمهور يتحكم في إختيار

²⁷- سوسان يوسف أحمد القليعي ، الاتصال ووسائله ونظرياته ، ط2 ، مصر ، دار النهضة العربية ، 1999 ، ص

²⁸- حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص 242

الوسيلة التي تقدم هذا المضمون أو المحتوى ويعرف ذلك بالانتقاء النسبي أو يتوقع المكافئة وهو الموازنة بين قدر الإشباع كما كان تأثير وسائل الاتصال يتم من خلال الانتقاء الذي يعتمد على الفروق الفردية حيث يتباين الناس في إدراكهم لنفس الرسالة ويتباينون أيضا في طبيعة استجاباتهم لها²⁹

2- الأصول النفسية و الاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام: أدى ظهور مفهوم الإدراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم ويفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافر وأن تحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام³⁰ وقد قدمت العديد من الدراسات العلمية على دور العامل الديموغرافي و الاجتماعي في التعرض لوسيلة مثل: ارتباط هذا التعرض بالنوع والعمر والمهنة والمستوى التعليمي

2-دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام : توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض جمهور لوسائل الإعلام ويمكن تلخيص هذه الآراء على النحو التالي _ : ينظر بعض الناس إلى دوافع باعتبارها حالات داخلية يمكن إدراكها وفهمها مباشرة من جانب أفراد الجمهور وترتبط هذه الرؤية بنظرية القيمة المتوقعة ، وترى وجهة النظر الثانية أن دوافع الجمهور لا يمكن إدراكها فهمها بشكل مباشر ولكن يمكن إدراكها بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك والتفكير و ترى وجهة النظر الثالثة أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام لا يمكن الوصول إليها عن طريق ما يقرره الجمهور بشكل ذا معنى فالحاجات الأساسية مثلا قد تؤثر على تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بشكل مباشر ، بينما تبني وجهة النظر الرابعة (أوستن بابرو يرى أن سلوك تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ليس له أي دافع وتتفق هذه النظرية مع السلوك الإنساني الذي يرتبط غالبا بالتعود أو اللامعقول وفي هاته الحالة عندما يحدد أفراد الجمهور دافع التعرض ، فإنه

²⁹- منال هلال مزاهرة، مرجع سابق ، ص 21

³⁰-حمدي حسن ، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مصر، دار الفكر العربي 1991 ، ص 21

يعبر عن تفسير المتعرض بدلا من كونه ناتجا عن حاجات الداخلية تدفع في سلوك التعرض، وبوجه عام فإن معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما:

دوافع منفية : وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات ، وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية

دوافع طقوسي : وتستهدف تضيئة الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات والأفلام والمنوعات وبرامج الترفيه المختلفة³¹

3- التوقعات من وسائل الإعلام : يرى كاتز أن التوقعات هي الإشاعات التي يبحث عنها الجمهور كما تختلف توقعات الأفراد بين وسائل الإعلام وفقا للفروق الفردية ، وكذلك وفقا لاختلاف الثقافات ولا يتوقف اختلاف التوقعات باختلاف الأفراد داخل سياق اجتماعي واحد ولكن اختلاف المجتمع نفسه يؤدي إلى اختلاف التوقعات وفقا لتعود الأفراد وإدراكهم لما تحققها لهم الوسيلة من إشباع لاحتياجات محددة تنتج التوقعات عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإتصال حسب حالة الفرد الداخلية وميول النفسية ، والتي تخلق توقعات لإشباع حاجاته والتي تلبىها وسائل الإتصال وتعد التوقعات خطوة هامة في عملية التعرض لوسائل الإتصال ، وتشير بحوث الاستخدامات والإشباع إلى أن استخدام وسائل الإعلام يحقق مكافئات يمكن توقعها أو تنبأ بها من جانب أعضاء الجمهور على أساس تجاربهم الماضية من هذه الوسائل وهذه المكافئات تمكن اعتبارها تأثيرات نفسية قام الأفراد بتفسيرها كما يندفع المتلقي أو المستخدم بوسائل الإعلام إلى استخدام هذه الوسائل انطلاقا من إدراكه أو توقعه لنتيجة ما من المحتوى الإعلامي الذي يتعرض له ومن ثم تقيمه بهذا المحتوى.

³¹ - حسن عماد مكاوي ،ليلي حسين السيد ،مرجع سابق ، ص ص 244-247

ويفيد مدخل التوقع القيمة في إعداد الباحثين بوسائل لتحضير الفجوات بين المعرفة والسلوك وبذلك تعد عملية التوقع والتقسيم في استخدام وسائل الإتصال مدخلها هاما للكشف عن طبيعة المحتوى الاتصالي الذي يبحث عنه الفرد لإشباع حاجاته و التوقع هو اعتقاد الفرد أو إدراكه أن موضوعا ما أو سلوكا ما له خاصية معينة سوف تؤدي إلى نتائج عديدة منها التقسيم وهو التقدير السلبي أو الإيجابي لخواص معينة أو نتائج معينة للمضمون ولهذا يرى وندال أن المنتج النهائي للاستخدام مضمون الإتصال هو تراكم التأثير أو تتابعه³²

إشباع وسائل الإتصال يتم وفقا لمدخل الاستخدامات والإشباعات وصف جمهور من بين وسائل الإتصال ومن المضامين التي تقدمها ما يشبع وتلبي حاجاته بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشاعات ،ويرى سوانسون إمكانية ربط محتوى الرسالة بالإشاعات المحققة فبرامج الدراما والترفيه ويمكن أن تحقق إشباع التنفيس والتخلص والهروب من المشكلات اليومية أما برامج الإخبار والمعلومات والشؤون الجارية تحقق إشباع مراقبة البيئة الذي يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات ،وتتبع والإشباعات المطلوبة من وسائل الإتصال من ثلاثة مصادر رئيسية وهي مضمون الوسيلة و التعرض للوسيلة والسياق الإجتماعي أو المحيط و يوجد عدة أنواع من والإشباعات :

إشباع المحتوى : وتنقسم إلى نوعين على النحو الآتي

- إشباع توجيهية : تتمثل في حصول على المعلومات وتأكيد الذات ومراقبة البيئة وهي إشباع ترتبط بكثرة التعرض والاهتمام بوسائل و الاعتماد عليها
- إشباع اجتماعية : ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة

علاقاته الاجتماعية

³² - عبد الرزاق الدليمي ،مرجع سابق ، ص ص 265-266

إشباع العلمية : تنتج عن عملية الإتصال نفسها واختيار وسيلة اتصال معينة وتنقسم إلى نوعين على النحو الآتي

- إشباع شبه اجتماعية وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة
- إشباع شبه اجتماعية : وتتحقق من خلال التوحد شخصيات وسائل الإعلام وتزيد هذه الإشاعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة³³

الفرع الثاني: الرد على الانتقادات الموجهة لنظرية

على الرغم من الانتقادات التي يتعرض لها مدخل الاستخدامات والإشباع إلا أنه يمثل مرحلة بحثية متطورة لفهم العلاقة بين المرسل والجمهور في إطار اجتماعي بالإضافة إلى إسهامات المدخل أو نظرية في تحديد العوامل التي تؤثر في اختلاف السلوك الاتصالي للجمهور وتحديد الباحثين لقائمة كبيرة من دوافع وأسباب مشاهدة الجمهور للمادة الإعلامية تختلف وفقا لخصوصية كل مجتمع وظروفه المختلفة كما استخدام مدخل الاستخدامات والإشباع له أهمية كبيرة و واضحة في دراسة الجمهور الذي يتعامل مع البث المباشر والقنوات الفضائية كموضوع

³³ - عاطف عدلي العبد، مرجع سبق ذكره، ص ص 311-312

الفصل الثالث

البث الفضائي وبيروت القنوات

الوثائقية

الفصل الثالث البث الفضائي و بروز القنوات الوثائقية

المبحث الأول: البث الفضائي

المطلب الثاني: نشأة البث الفضائي في الدول المتقدم:

المطلب الثالث: نشأة البث الفضائي التلفزيوني العربي وتطوره:

المبحث الثاني: بروز القنوات الوثائقية

المطلب الأول: نشأة والتطور قناة < ناشيونال جيوغرافيك الأمريكية >

المطلب الثاني: قناة ناشيونال جرافيك أبو ظبي

المطلب الثالث: القنوات الوثائقية العربية:

المبحث الأول: البث الفضائي

المطلب الأول : ماهية البث الفضائي

يعرفه أحمد عبد المالك بأنه الاستلام المباشر من القمر الصناعي إلى جهاز الاستقبال بالمنزل، أو عبر القابل المرتبط بمحطة الاستقبال وتوزيع الترددات ، أما ميكانيكية البث الفضائي فتعتمد على قيام محطة لبث برامج أو مادة يحجز لها وقت على قمر صناعي تتعامل معه، بحيث يقوم القمر الصناعي ببث المادة في نفس الوقت بثها إلى الدول أو الدولة المستقبلية لها وأعاد تعريفه هو عملية بث مواد إلى القمر الصناعي بقصد إرجاعها إلى بقاع بعيدة لا يصلها إرسال الهوائي الأرضي ، توسعا في تقديم خدمات الإعلامية إلى الناس ، وكذا التطور الكبير والسريع في تكنولوجيا أقمار الصناعية جعل أقمار البث المباشر قادرة على التغطية الشاملة أو تغطية منطقة الخدمة بشكل أوسع مما تغطيه أقمار الخدمة الثابتة، موصلة إرسالها إلى شاشات التلفزيون في المنازل مباشرة من دون أي تدخل من قبل أي جهة أخرى ، متجاوزة حدود الدول فضلا عن ذلك مازالت العمليات التكنولوجية جارية لتسهيل عملية وصول البث المباشر إلى دول العالم بوسائل سهلة ورخيصة، إذ تسعى الشركات لإتمام البث التلفزيوني الفضائي المباشر عن طريق الهوائيات الاعتيادية من دون الاستعانة بالأطباق الهوائية، ويتوقع أن ذلك مع بدايات القرن الواحد والعشرين لذلك يشهد هذا العالم أكبر صراع وتنافس بين الشبكات والقنوات التلفزيونية أكثر مما هو عليه اليوم، وسيؤدي هذا إلى حرب تلفزيونية في الفضاء .

كما وردت تعريفات أخرى للبث المباشر منها :هو قيام القمر الصناعي بالتقاط البث التلفزيوني في بلد من البلدان وبثه مباشرة إلى أماكن أخرى تبتعد عن مكان البث الأصلي مسافات بعيدة تحول دون التقاط البث دون وسيط ومن المزايا التي يوفرها البث المباشر :

1- الحصول على معلومات مفيدة من دول آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية التي لا تتوفر على الكثير من المعلومات حولها.

2- الإسهام في تطوير التبادل العلمي والثقافي .

3- إتاحة فرصة غير محددة بأن يتعرف الشعب على الثقافة العالمية .

4- يمكن للمسافرين بالجو أو بالبحر أن يتابعوا أحداث العالم بالصوت والصورة.

5- توفير الوسائل العلمية لخلق نظام تعليمي سريع وشامل يمكن من تحقيق التنمية الاجتماعية.

6- تمكين الطلبة في الدول النامية من الاستفادة من أعظم العلماء في التخصصات النادرة.

7- سوف تتمكن الدولة إذا أرادت أن تقدم عن طريق التلفزيون التعليم إلى جميع مدارسها من أستوديو واحد .

8- تداول المزيد من الأنباء وتوسيع رقعة التغطية الحية المهمة للأبناء.

9- التوسيع في إمكانيات المواصلات السلكية واللاسلكية

كما يعرفه إبراهيم إمام يربط جهاز استقبال الهوائي بجهاز الإرسال، ونعني به القمر الصناعي حيث يعرف البحث التلفزيوني المباشر على أنه إمكانية الإتصال بين القطاع الفضائي {أقمار الصناعية} وأجهزة الاستقبال في البيوت مباشرة {الهوائيات} دون المرور على المحطات الأرضية³⁴

³⁴ - أحمد عبد المالك، قضايا إعلامية، عمان، دار المجلاوي للنشر، ط1، 1999، ص 103

المطلب الثاني: نشأة البث الفضائي في الدول المتقدم:

لقد نشأة فكرة البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية، بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية بعد شهر، إلى أجهزة التلفزيون المنزلي دون تدخل المحطات الأرضية بمقالة من خيال مهندس الاتصالات البريطاني آرثر كلارك نشرت في مجلة عالم اللاسلكي في عام 1945، حيث إقترح في هذه المقالة العلمية إطلاق قمر صناعي يدور حول الأرض يمكنه نقل الإشارات من أي مكان في الأرض على ارتفاع 36 ألف كيلو متر فوق خط الاستواء، وتحولت التنبؤات والآمال إلى رغبة حقيقية حينما أطلق الوقت في 4 تشرين الأول 1957 القمر {سبوتنيك} الذي يعد أول قمر صناعي يدور في الفضاء، وفي العالم أطلق الأمريكيان أول أقمارهم {إكسبلور} ولم يكن مخصصا للاتصالات ثم أطلقت خمسة أقمار أخرى حتى جاء القمر الأمريكي الثامن في عام 1958 مخصصا للاتصالات ، ويرجع تاريخ استخدام الأقمار الصناعية لأغراض الاتصالات إلى 10 سبتمبر 1962 ، ففي مساء هذا اليوم تم مشاهدة برنامج تلفزيوني في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وفرنسا في نفس الوقت ، وذلك بث أول قمر صناعي يستقر في الفضاء باسم {تلسنار} ، وتم الإتصال بالقمر الصناعي تلسنار عن طريق إقامة هوائيات ضخمة في شمال الولايات المتحدة الأمر حيث تستقبلها هوائيات استقبال في كل من إنجلترا أو فرنسا، واستمرت هذه الخدمة التلفزيونية لأقل من ساعة واحدة ، ليس بسبب انتهاء البرنامج وإنما بسبب تحرك القمر الصناعي بعيدا عن خط النظر الوهمي الذي ترسل له الإشارات من الأرض³⁵

³⁵ - عبد الله فتحي الطواهر ، علي أحمد الخضر المعماري ، أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية السياسية ،

دار غياة للنشر والتوزيع ، ط1، 2013، ص 07

وفي عام 1964 تأسست المنظمة الدولية لأقمار الإتصال والتي كانت تعرف بعضوية 148 دول على رأسهم الولايات المتحدة الأمريكية ، وتتخذ المنظمة من واشنطن مقرا لها وتعتبر هذه المنظمة أكبر مزود لخدمات النقل الفضائي في العالم بجودة عالية ودون تمييز بين الدول، حيث توفر تغطية عالية كاملة وخدمات كاملة وخدمات تفاعلية لمجالات الإعلام والاتصالات والخدمات الحكومية لحوالي 220 دولة حول العالم ، وقد أطلقت هذه الدولة أول أقمارها فهو والذي أطلق ، وقد أستشعر السوفيت أهمية السبق الفضائي في مجال الاتصالات فأطلقوا منظمة أقمار اتصال الكتلة الشرقية {أنترسبيتنيك} في عام 1968 حيث أطلقت العديد من الأقمار الصناعية المخصصة لللبث التلفزيوني المباشر وتبادل المعلومات والاتصالات بين دول أوروبا الشرقية ، وكانت الطفرة التكنولوجية الأكثر تأثيرا ، تلك التي حدثت في مطلع الثمانينيات عندما استخدمت الأقمار الصناعية لللبث التلفزيوني المباشر ، ويعرف هذا النوع من الأقمار التي تمتلك القدرة على توزيع الإشارات المرسله إليها من محطة أرضية تدعى الوصلة الصاعدة ، بشكل مباشر لجميع أجهزة الاستقبال المنزلية المنتشرة في جميع الأرجاء التي يغطيها من الكرة الأرضية، على شكل موجة لاسلكية بتردد محدد وتحميلها على أحد المحولات الأربع والعشرين التي تحملها ، لتستطيع بذلك تحميل أربعة وعشرين إشارة تلفزيونية في وقت واحد وبدأ عصر الأقمار الصناعية المباشرة التي تبث البرامج التلفزيونية إلى بيوت المشاهدين مباشرة و زودوا أجهزتهم بمعدات بسيطة مع إطلاق القمر الصناعي البريطاني المختص باللبث المباشر عام 1986 ، وفي العام نفسه استطاعت شركة أقمار التلفزيون الأمريكية إطلاق أول قمرين لللبث الإذاعي والتلفزيوني المباشر في الولايات المتحدة الأمريكية ، إضافة إلى بعض الدول الأوروبية الغربية التي سارت على المنهج نفسه في إطلاق الأقمار الصناعية الخاصة بالاتصالات واللبث التلفزيوني المباشر³⁶

³⁶ - عبد الله فتحي الظواهر ، علي أحمد الخضر المعماري ، نفس المرجع السابق، ص 08

فعلى صعيد الدول الأوروبية، أطلقت المنظمة الأوروبية للاتصالات الفضائية أول قمر صناعي للاتصال على نطاق القارة الأوروبية شمل النقل التلفزيوني وخدمات الهاتف ونقل المعلومات، كما استطاعت ألمانيا وفرنسا إطلاق قمر الصناعي في عام 1984 الذي يعد أول قمر للبث التلفزيوني المباشر في أوروبا الغربية، وفي عام 1988 تم إطلاق القمر الفرنسي للبث التلفزيوني المباشر ويعمل فيها أربع قنوات تلفزيونية، كذلك قامت المجموعة الأوروبية للأقمار الصناعية بتطوير قطاعها الفضائي، بحيث أطلقت أول الأقمار من لوكاسمبورغ عام 1988 ويغطي إرساله معظم أوروبا ويحمل { 16 } قناة تلفزيونية، وأطلقت خلال المدة ما بين { 1988-1996 } ستة أقمار من أبرزها مجموعة أقمار التي أطلقت على متن صاروخ الفضاء الروسي {بروتون} وعملت هذه الأقمار على إقامة قطاع فضائي أوروبي وانتشار البث الفضائي في جميع أنحاء أوروبا.

المطلب الثالث: نشأة البث الفضائي التلفزيوني العربي وتطوره:

بعد أن أصبح الوطن العربي تحت غطاء البث الفضائي الكوني أسو بباقي القارات عملت بعض الدول العربية إلى تحديث منظومة الاتصالات الإعلامية والدخول إلى معترك البث الفضائي التلفزيوني المباشر، فتم تأسيس المنظمة العربية للاتصالات الفضائية عرب سات، خلال المؤتمر التنفيذي الثالث لوزراء المواصلات العرب، الذي عقد في القاهرة بمقر الجامعة العربية في 14 نيسان 1976 م وحدد مقرها الرياض بالمملكة العربية السعودية، وكانت العراق من الأعضاء الدائمين في مجلس المنظمة، ومن المؤسسين لها، وتمتاز المنظمة بإمكانية البث التلفزيوني المباشر، وتقدم خدمات اتصالية متعددة أخرى، كما قامت جمهورية مصر العربية بتوقيع اتفاقية تصنيع وإطلاق أول قمر صناعي مصري باسم {نايل سات} مع شركة {أتومار كوني ويمتلك إتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري 60 % من رأس مال القمر و 40% للقطاع الخاص من القنوات والمؤسسات والأشخاص فكانت جمهورية مصر العربية السبابة في اقتحام قناة الفضائية

المصرية وبدأت بثها بشكل منتظم في 12 كانون الأول 1990 م بواسطة القمر العربي عرب سات³⁷

ومنذ نشأة هذه القناة وحتى عام 2009، والفضائيات العربية في تطور مستمر، وقد تطورت الفضائيات خلال هذه الفترة على عدة مستويات، وخاصة الفضائيات الخاصة، التي ينشأ جلها على أساس تجاري، هدفه في المقام الأول الربح حتى ولو كان ذلك على حساب مضمون الرسالة الإعلامية الموجهة للمشاهد العربي، وتطور الفضائيات العربية كما أسلفنا حدث و لازال على عدة مستويات، وبعده مظاهر، يمكن أن نصنفها إلى تطورات متنوعة، وأخرى من حيث المضمون، سنتناولها باختصار

الزيادة في ساعات البث: القناة الفضائية المصرية بلغ متوسط إرسالها عند بداية البث المنتظم 13 ساعة يوميا، ثم زادت ساعات إرسالها استجابة لتوصيات اللجنة الدائمة للإعلام العربي في دورة انعقادها التاسعة والأربعين بالقاهرة حتى وصلت ساعات إرسالها ما يقرب من 19 ساعة عقب اجتماع وزراء الإعلام العرب في القاهرة في يوليو 1993 م، وفي أول يوليو 1994 أصبح إرسالها 24 ساعة يوميا، أما قناة الجزيرة بدأت بثها لأول مرة بتاريخ 1 نوفمبر 1996 لمدة 6 ساعات يوميا وفي أوائل عام 1997 زادت ساعات البث لتصبح 9 ساعات يوميا ثم 12 ساعة يوميا إلى أن وصلت ساعات البث اليومي في منتصف عام 1997 إلى 17 ساعة وفي شباط عام 1999 بدأت تبث على مدى أربع وعشرون يوميا

2/التطور في أعداد الفضائيات: شهد نمو ملحوظ في عدد للفضائيات العربية منذ نشأة أول فضائية عام 1990 وحتى شهر أكتوبر 2009، ونذكر منها:

³⁷ - فوزي يوسف مخلف، تأثير التلفزيون الفضائي على طلبة الجامعات، مصر، دار الكتب والوثائق القومية، ط 1،

في 12 ديسمبر 1990 بدأ البث الرسمي للقناة الفضائية المصرية ، كأول قناة فضائية عربية وفي 18 سبتمبر، 1991، أنطلق إرسال مركز تلفزيون الشرق الأوسط من لندن

وفي أكتوبر 1993، بدأت شبكة راديو وتلفزيون العرب بثها التجريبي من روما

وفي 25 مايو 1994، بدأت شبكة أوربت التابعة لمجموعة الموارد السعودية، التي يرأسها الأمير خالد بن عبد الرحمان آل سعود وفي 29 أكتوبر 1994 إنطلاق تلفزيون المستقبل التابع لعائلة الحريري من لبنان وفي 8 أبريل 1996، بدأ بث المؤسسة اللبنانية للإرسال، أما 1 نوفمبر 1996 فقد شكل منعطفا حاسما في تاريخ الإعلام العربي المعاصر باتجاه حرية التعبير والإبداع الإعلامي ، وذلك بانطلاق بث قناة الجزيرة الفضائية من دولة قطر وتظهر إحصائيات اتحاد الإذاعات العربية لعام 2009 بأن عدد الفضائيات العربية قد بلغ لغاية شهر أكتوبر 2009 حوالي 520 فضائية ، رسمية وخاصة ، مفتوحة ومشفرة

3/ نقل مقرات بعض الفضائيات من أوروبا إلى الوطن العربي: لجأت دول العربية مصر و الأردن و لبنان و الإمارات العربية المتحدة إلى إنشاء ما يسمى مدن إعلامية حرة تتمتع بقوانين وتسهيلات وإعفاءات خاصة ، وتتيح تواجد قنوات فضائية خاصة وطنية و عربية وأجنبية فقد قامت عام 2002 بنقل مقرها من لندن إلى مدينة دبي بالإمارات المتحدة ، لتستفيد من الإمكانيات التي المدينة الإعلامية الحرة هناك فنقل بذلك من التكاليف ، وتكون قريبة من الجمهور العربي³⁸

أما شبكة راديو وتلفزيون العرب التي بدأت انطلاقتها من روما عام 1993 فقد انتقلت إلى الأردن بعد شراء شركة إستديوهات الأردن

³⁸ - الأسد صالح على الأسد ، انفجار الفضائين العربية الأبعاد الأهداف التأثيرات الثقافة ، الأردن ، دار الغيداء

للتنشر والتوزيع ، ط1 ، 2011 ، ص ص 72-74

4/التوسع الشبكي للفضائيات العربية:أدى التطور الكبير في تكنولوجيا البث الفضائي من جهة ، والتنافس الشديد بين القنوات الفضائية العربية الخاصة فيما بينها من جهة أخرى، في سعيها المحموم لكسب أكبر عدد من المشاهدين العرب إلى توسع الفضائيات العربية في إطلاق قنوات متخصصة جديدة إلى شبكاتها

5/التوسع في البث عبر عدد من الأقمار الصناعية: ظل عدد كبير من الفضائيات العربية يبث عبر القمرين الصناعيين العربيين عرب و نايل سات إلى أن توسعت بعض الفضائيات في إرسالها بعد إطلاق أقمار عربية أخرى، كالقمر المصري نايل سات 102 والقمر الخليجي نور سات

6/تطور أسلوب العرض والإخراج الفني والتقني:أحدثت الفضائيات العربية تطورا ملموسا في شكل التغطية الإخبارية للأحداث من خلال الاهتمام بمعايير السرعة والحالية فمثلا: قناة الجزيرة بدأت في الاهتمام في تطوير الشكل جنبا إلى جنب مع الاهتمام بتطوير المضمون ، كما تهتم بالبعد التقني في النشرة ، حيث يظهر جهاز حاسوب آلي أمام المذيع ، وهو إخراج يقترب من إخراج النشرة ، بالإضافة إلى فوائد استخدام الحاسب الآلي في مجال الأخبار ، حيث تسهل عملية الاستغناء عن وحدات المونتاج الإلكتروني في الاستوديوهات ، وعن وحدات كتابة العناوين حيث يمكن للكمبيوتر أن يقوم بهذه المهام³⁹

³⁹ - الأسد صالح على الأسد ، مرجع سابق ، ص ص 76 83 .

المبحث الثاني: بروز القنوات الوثائقية

المطلب الأول: نشأة والتطور قناة < نشيونال جيوغرافيك الأمريكية >

قناة نشيونال جيوغرافيك: كانت Géographique National قبل أن تصبح قناة، مجلة علمية مجلة " نشيونال جيوغرافيك" بالإنجليزية Géographique National " Magazine " وهي مجلة معرفية أمريكية، تصدرها منظمة "نشيونال جيوغرافيك الأمريكية" باللغة الإنجليزية منذ بدأت أنشطتها منذ عام 1888م. عندما قام مجموعة من الجغرافيين والمستكشفين، والمعلمين، وأخصائي رسم الخرائط، كذلك ضباط من الجيش ورجال الأعمال، بحيث مشروع مشترك بينهم يهدف إلى زيادة المعرفة العلمية واكتشاف المزيد من أغوار الحياة البشرية وكوكب الأرض الغامض. كما أن تلك الفترة شهدت شغف العالم بالبحث العلمي والاختراعات الجديدة، التي من شأنها أن "تزيد من نشر المعرفة الجغرافية". وهو ما أسفر على تأسيس أكبر مؤسسة علمية تعليمية غير ربحية في العالم وكان اسمها "الجمعية الجغرافية الوطنية". وتصدر باثنتين وثلاثين لغة عالمية، كما تقرر إصدار نسخة عربية منها ابتداء من شهر فبراير 2007 من قبل مجموعة شركات من بينها، مصر للنشر، والنسخة العربية من مجلة "ناشيونال جيوغرافيك" هي إعادة نشر موضوعات مجلتي "ناشيونال جيوغرافيك فور ليدز" و"ناشيونال جيوغرافيك إكسبلورر الأمريكية"، يتخطى عدد قراء 40 مليون شخصاً ومن المتوقع أن يطلع عليها ويقرأها بالعربية حوالي مائتي مليون شخص إضافيين. كما تعتبر المواضيع الجغرافية والخرائط التي تنشرها وتتناولها من أدق ما ينشر عادة تطورها⁴⁰

⁴⁰ - خديجة بريك "جمهور البرامج الوثائقية في القنوات الوثائقية"، مذكرة الماجستير غير منشورة "جامعة الحاج

وتطورت القناة الأم Magazine Géographique National لتصبح الآن منظمة (معهد) يساهم في إعداد أبحاث عن الطبيعة والحياة البرية والتكنولوجيا، فهي لم تتم بالحيوانات فقط بل بشتى العلوم وان ركزت بشكل ما على البيئة والحياة البرية. ثم أصبح لها عدة قنوات تلفزيونية مشفرة وغير مشفرة، ناطقة بمعظم لغات دول العالم، بما فيها اللغة العربية التي تشرف عليها شركة "أبوظبي للإعلام"، الكائن مقرها في أبوظبي بالإمارات العربية المتحدة. جدير بالذكر أن القناة الناطقة بالعربية لا تقدم إلا الأفلام القديمة والتي لا تكون ذات أهمية كبيرة، كما أن القناة تخضع إلى رقابة عالية لمنع بث أي فيلم ذو علاقة بالصراعات والصراعات الأيدلوجية، فبعد 114 عاما من تأسيس الجمعية الجغرافية الوطنية والمجلة ، و مع تطور وسائل الاتصال وظهور التلفزيون والتواصل عبر الأقمار الصناعية، وتحديدا في أيلول/سبتمبر 1997، تم إطلاق قناة "ناشيونال جيوغرافيك" التي تعتبر أول قناة من نوعها في العالم، وبدأت بثها في الأول من أوروبا وأستراليا. ثم في يوليو 1998 تم إطلاق قناة "ناشيونال جيوغرافيك" من آسيا، لتتطور بعد ذلك وتأسس لها وكلاء معتمدين في أكثر من 142 بلدا، كما أن عدد مشاهديها يزيد عن 145 مليون منزل في العالم، وهي تخاطب العالم بأكثر من 23 لغة. كما أن لها أزيد من 1200 فرق عمل يقومون بإعداد الأفلام الوثائقية لحسابها

المطلب الثاني: قناة ناشيونال جرافيك أبو ظبي

قناة "ناشيونال جيوغرافيك" المدبجة باللغة العربية: فقد انطلقت قناة "ناشيونال جيوغرافيك أبوظبي" في يوليو 2009 وهي تتمتع بالبيث الآني وتدعو المشاهدين في الشرق الأوسط إلى مراجعة نظرا إلى التلفزيون والعالم من خلال برامج ذكية ومبدعة تعرض باللغة العربية، وصلت هذه القناة إلى المنطقة نتيجة اتفاق عقد بين شركة أبوظبي للإعلام وقناة "ناشيونال جيوغرافيك" المخصصة لفهم العالم وحمايته بسمعتها الرائدة في إنتاج برامج حقيقية وواقعية تناسب مختلف الأذواق، تعرض هذه القناة برامج ذكية وترفيهية واقعية

تتعلق بالعلوم والتكنولوجيا والحيوانات والطبيعة وتعرض عمليات استكشاف وأحداث ثقافية ومعاصرة، يمثل إطلاق قناة ناشيونال جيوغرافيك أبوظبي "تكملة لقنوات ناشيونال جيوغرافيك "Géographique National" القائمة حاليا والعاملة في المنطقة بما في ذلك قناة Géographique National التي أطلقت في الشرق الأوسط في يوليو 1998 وقناة Aventure Géographique National التي لحقتها في سبتمبر 2007 و Wild Géographique Natural التي أطلقت في يناير 1998⁴¹

وتنشط القناة الى يومنا هذا

⁴¹ - خديجة بريك ،، نفس المرجع سبق ذكره ، ص 123

المطلب الثالث: القنوات الوثائقية العربية:

في ظل التطور التقني والعلمي كانت الحاجة ملحة للظهور قنوات الفضائية نظرا لما يتطلبه الزمن وكذا الحاجات والإشباعات المجتمعية منها، ونخص بالذكر قنوات العربية الوثائقية وتتمثل أهمها فيما يلي:

أولاً: قناة الجزيرة الوثائقية: هي قناة تابعة لشبكة الجزيرة انطلقت عام 2007 للاستفادة من المكتبة الوثائقية الضخمة التي تمتلكها قناة الجزيرة الإخبارية ولتكون النافذة التي يطل منها المشاهد العربي على العالم ليتعرف منها على هويته وثقافته وتتجاز إلى قضاياها السياسية والتاريخية والإنسانية وتساهم في الارتقاء بمستواه الثقافي وتوسيع مداركه عبر إنتاجيتها المتميزة من أفلام وبرامج وثائقية أبرزها: برنامج وجهها لوجه، برنامج مقاتل الشعراء، برنامج عملة لها تاريخ، فيلم كشف المستور، فيلم نفايات موقوتة، فيلم حرب على مسري الأسرار، فيلم على باب الله اقتصاد الشارع.

ثانياً: قناة كويست الوثائقية 2020 : ناطقة بالعربية تركز على الجانب الترفيهي والتي تم إنتاجها إقليمياً وتعتمد على الأحداث في العالم العربي انطلقت أواخر عام 2015 م نتاج تعاون مثمر بين كلا من شركة أيمج نبش أبوظبي وقناة ديسك وفري ساعية لأن تكون الوجهة الأولى لاستقطاب المواهب العربية من شتى بقاع الأرض تمتاز بتقديم برامجية متنوعة تضم برامج الخدع السحرية والجرائم وعلوم الفضاء والسيارات والهندسة والطبيعة والحياة البرية من برامجها: برنامج رحالة. برنامج لقطات. برنامج بلد أثر، برنامج حكاوي، برنامج نبض المغامرة، برنامج وجوه وأماكن، برنامج من أجل البقاء.

ثالثاً: قناة رويال سيكرتس: ظهرت بعام 2020 وهي أحد أهم محطات شبكة رويال الإعلامية المعروفة بجودتها وتميز محتواها تحمل شعار ملك الأسرار وتختص ببث

البرامج الوثائقية والعلمية معتمدة على تنوعها وتزويد متابعيها بالمعرفة وتكشف لهم أسرار⁴²

الطبيعة والحياة عبر المحيطات والبحار والغابات وتسلط الضوء على كواليس العلم الحديث وكل ما هو جديد في شتى المجالات من خلال مجموعة من أفضل البرامج الواقعية والأفلام الوثائقية أهمها: برنامج عالم البحار، برنامج أسرار السينما، برنامج كيف صنعت؟، برنامج رحلة التحدي، برنامج تاريخ القرن العشرين. برنامج التحقيقات الفيديوي.

رابعا: قناة العراقية الوثائقية الجديد: وهي القناة الوثائقية العراقية الأولى التي تعنى بتوثيق وإبراز التراث العراقي المتنوع والعريق والذي يضم كل ما يحمله التاريخ العراقي وأرضه المملوءة بالحضارة والعلوم والمعرفة متبينة منذ بدء انطلاقتها عام 2013 من قبل شبكة الإعلام العراقي رسالة واضحة ومحددة هي تعريف الأجيال القادمة والشعوب العربية والغربية بماهية العراق وأصالته وإرثه الكبير و معتقداته الموروثة حاملة شعار صورة ... تقتفي الأثر من خلال ما تقوم بعرضه من برامج وأفلام وثائقية وتسجيلية منها: برنامج نورث، فيلم وثائقي عن حرب الكويت والعراق، برنامج معمل الأنابيب و المنازل الحقلية .

رابعا: قناة السعودية الثقافية: ظهرت 2020 والتي قام بتأسيسها التلفزيون السعودي عام 1431 هجريا وتبث من مقرها الرسمي بمدينة الرياض لتكون منبرا وشاشة لمشاهدي المملكة السعودية والدول العربية لاستكشاف العالم وأسرار الطبيعة والعلوم وتعزيز الثقافة والمعرفة في المجتمع السعودي والعربي ونشر الوعي وإبراز العادات والموروثات السعودية ومقدساتها ومدنها العريقة الذي يفوح منها عبق التاريخ والحضارة الإسلامية من برامجها : برنامج سطور، برنامج كشكول، برنامج الضحى، برنامج مصايفنا، برنامج ملامح مكية. برنامج المجلة الثقافية، برنامج مع الحدث سوق عكاظ.

⁴² - موقع الالكتروني، <https://www.muhtwa.com/121710>، وقت الزيارة، 2020 -9- 4 على الساعة 19:00

وتوجد العديد من القنوات الوثائقية على غرار قناة المجد وقناة ناشيونال جرافيك أبو ظبي
والعديد... الخ⁴³

⁴³ - نفس المرجع السابق، موقع الإلكتروني، <https://www.muhtwa.com/121710>، وقت الزيارة، 2020-9-4 على الساعة

الفصل الرابع

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

أولاً: تفرغ البيانات

ثانياً: النتائج على ضوء الفرضيات

ثالثاً: النتائج العامة للدراسة

رابعاً: خلاصة الفصل الثالث

أولاً: عرض وتحليل نتائج الدراسة

1.1 حسب الجنس:

الجدول رقم {1} يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية%
الذكور	11	22%
الإناث	39	78%
المجموع	50	100%

تبين النتائج الإحصائية المئوية في الجدول رقم {1} مايلي :

نلاحظ أن نسبة 78 % من المبحوثين كان جنسهم إناث في المرتبة الأولى أما المرتبة الثانية كانت بنسبة 22% لذكور

الجدول رقم {2} يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن:

السن	التكرار	النسبة المئوية%
هن 18 لى 25	40	80%
من 25 إلى 33	10	20%
من 34 فما فوق	0	0%
المجموع	50	100%

تبين النتائج الإحصائية المئوية في الجدول رقم {2} مايلي :

أن نسبة 80% من المبحوثين كانت أعمارهم من 18 إلى 25 في المرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية كانت من 25 إلى 33 بنسبة 20% أما بانسبة للذين أعمارهم فوق 34 سنة لم نسجل أي نسبة وظهور هذه النتائج تبين أن معظم الذين يكون لديهم هوس بالتلفزيون هم في مرحلة الشباب .

الجدول رقم {3} يوضح توزيع عينة الدراسة حسب التخصص :

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
إتصال وعلاقات عامة	17	34%
علوم الطبيعة والحياة	03	6%
إلكترونيك	01	2%
علوم إنسانية	01	2%
تاريخ	05	10%
إعلام آلي	01	2%
ادب عربي	03	6%
فرنسية	06	12%
علوم إجتماعية	05	10%
علوم وتكنولوجيا	01	2%
علوم إسلامية	02	4%
تسويق	01	2%
حقوق	02	4%
علوم تجارية	01	2%
علوم فلاحية	01	2%
المجموع	50	100%

تبيين النتائج الإحصائية في الجدول رقم {3} مايلي

نلاحظ أن نسبة 34% من الطلبة الجامعيين هم من تخصص إتصال وعلاقات عامة حيث كانوا في المرتبة الأولى أما المرتبة الثانية كانت لتخصص فرنسية بنسبة 12% والمرتبة الثالثة كانت لتخصصين هما تاريخ وعلوم إجتماعية أما باقي النسب كانت متقاربة في عدة تخصصات

الجدول رقم {4} يوضح توزيع عينة الدراسة حسب منذ متى يتابع الطلبة الجامعيين قناة ناشيونال جيوغرافيك

السنوات	التكرار	النسبة المئوية
منذ سنة	08	16%
بين سنة وسنتين	05	10%
أكثر من سنتين	37	74%
المجموع	50	100%

نلاحظ في الجدول رقم {4} أن نسبة 74% من الطلبة الجامعيين يتابعون قناة ناشيونال جيوغرافيك أكثر من سنتين ونلاحظ من هذه النسبة ان الطلبة الجامعيين مطلعين عليها منذ سنوات اما المرتبة الثانية فكانت بنسبة 16% منذ سنة والمرتبة الثالثة بنسبة 10% كانت بين سنة وسنتين وفي الأخير نستنتج أن معظم الطلبة الجامعيين لديهم إطلاع على هذه القناة ويتابعونها منذ سنوات.

الجدول رقم {5} يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الوقت الذي يقضيه الطلبة الجامعين في متابعة قناة ناشيونال جيوغرافيك

الساعات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	24	48%
من ساعة إلى ساعتين	21	42%
ما بين ساعتين إلى ثلاث ساعات	05	10%
أكثر من ثلاث ساعات في اليوم	00	00%
المجموع	50	100%

نلاحظ في الجدول رقم {5} نلاحظ أن فترة المشاهدة للطلبة الجامعين أقل من ساعة احتلت المرتبة الأولى بنسبة 48% من عينة البحث ثم تليها المدة من ساعة إلى ساعتين بنسبة 42% ثم في المرتبة الثالثة ما بين ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة 10% وفي المرتبة الأخيرة كانت أكثر من ثلاث ساعات في اليوم والتي لم نسجل فيها أي نسبة 0% وتشير هذه النتائج إلى أن الطلبة الجامعين لا يقضون وقت كبير في المشاهدة ويرجع هذا ربما لانشغالهم بدراسة أو, تحضير لمذكراتهم .

الجدول رقم {6} يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الفترات الذي يفضل فيها الطلبة الجامعين مشاهدة قناة ناشيونال جيوغرافيك

الفترات	التكرار	النسبة المئوية
الصباح	13	26%
منتصف النهار	08	16%
المساء	12	24%
الليل	17	34%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم {6} أن فترة مشاهدة عند الطلبة بنسبة 34% كانت في الليل في المرتبة الأولى أما المرتبة الثانية فكانت في الصباح بنسبة 26% والمرتبة الثالثة في فترة المساء بنسبة 24% وأخيرا في منتصف النهار بنسبة 16% وتشير هذه النتائج على ان الوقت المناسب لمشاهدة قناة ناشيونال جيوغرافيك تقريبا في الليل وذلك راجع لانشغالاتهم سواء في الدراسة او خارج نطاق الدراسة أو ممكن هناك برامج مفضل التي يشاهدونها تبث في الليل ويرجع ايضا إلى ملائمة هذه الفترة لمشاهدتهم للقناة

الجدول رقم {7} يوضح توزيع عينة الدراسة مع من يتابع الطلبة الجامعين قناة ناشيونال جيوغرافيك

الأفراد	التكرار	النسبة المئوية
وحدى	18	36%
مع افراد العائلة	32	64%
مع الأصدقاء	00	00%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم {7} ان نسبة 64% من الطلبة الجامعيين يتابعون قناة ناشيونال جيوغرافيك مع افراد العائلة وهي المرتبة الأولى وهذا راجع إلى الارتباط العائلي لعينة الدراسة، وتليها نسبة 36% في المرتبة الثانية يتابعونها وحدهم وفي الأخير لم نسجل اي نسبة متابعة مع الأصدقاء

الجدول رقم {8} يوضح توزيع عينة الدراسة من خلال اي وسيلة يتابع الطلبة الجامعيين

الوسيلة	التكرار	النسبة المئوية
التلفاز	49	98%
جهاز الكمبيوتر	01	02%
الهاتف	00	00%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم {8} أن نسبة 98% من الطلبة الجامعيين يتابعون قناة ناشيونال جيوغرافيك من خلال التلفزيون وهي المرتبة الأولى وهذا لأن في كل بيت يوجد جهاز التلفاز ويفضلون المشاهدة في التلفاز اما في المرتبة الثانية فكانت 2% ويمكن ترجع هذه النسبة إلى عدم توفر جهاز الكمبيوتر عند بعض الطلبة الجامعيين وفي المرتبة الأخيرة الهاتف حيث لم نسجل اي نسبة .

الجدول رقم {9} يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المجالات التي يفضلها الطلبة الجامعين في قناة ناشيونال جيوغرافيك

المجالات	التكرار	النسبة المئوية
البرامج الوثائقية التاريخية	23	46%
الإختراعات	09	18%
البرامج العلمية	18	36%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم {09} أن نسبة 46% من الطلبة الجامعين يميلون إلى مجال البرامج الوثائقية التاريخية بحيث احتلت المرتبة الأولى أما المرتبة الثانية فكانت لمجال البرامج العلمية بنسبة 36% أما المرتبة الأخيرة فكانت لمجال الاختراعات بنسبة 18%

الجدول رقم {10} يوضح توزيع عينة الدراسة حسب نوعية البرامج التي يفضلها الطلبة الجامعين في قناة ناشيونال جيوغرافيك

نوعية البرامج	التكرار	النسبة المئوية
التسلية	08	16%
المجازفة	20	40%
العلوم	22	44%
المجموع	50	100%

تلاحظ من خلال الجدول رقم {10} ان نسبة 44% من الطلبة الجامعيين يفضلون نوعية البرامج العلمية وراجع هذا إلى انهم طلبة جامعيين حيث نساعدهم هذه البرامج في مساهم العلمي

الجدول رقم {11} يوضح توزيع عينة الدراسة حسب إسم البرامج الذي يفضلها الطلبة الجامعيين في متابعة قناة ناشيونال جيوغرافيك

أسماء البرامج	التكرار	النسبة المئوية
برامج البراري	17	34%
كوارث طبيعية	07	14%
صيد الحيتان	14	28%
أعماق البحار	09	18%
كوارث جوية	03	06%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول {11} بان نسبة 34% من الطلبة الجامعيين يفضلون متابعة برنامج براري والمرتبة الثانية بنسبة 28% يفضلون متابعة برنامج صيد الحيتان والمرتبة الثالثة أعماق البحار بنسبة 18% اما المرتبة الرابعة فكانت لبرنامج كوارث طبيعية وفي الأخير برنامج كوارث جوية

الجدول رقم {12} يوضح توزيع عينة الدراسة حسب هل تلبى قناة ناشيونال جيوغرافيك لحاجات الطلبة الجامعيين أم لا

النسبة المئوية	التكرار	
86%	43	نعم
14%	07	لا
100%	50	المجموع

تلاحظ من خلال الجدول رقم {12} ان نسبة 86% من الطلبة الجامعيين تلمي قناة ناشيونال جيوغرافيك لحاجاتهم اما نسبة 14% من الطلبة لا تلمي حاجاتهم

الجدول رقم {13} يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الإشباعات التي تحققها قناة ناشيونال جيوغرافيك للطلبة الجامعيين

الإشباعات	التكرار	النسبة المئوية
التسلية	09	18%
التثقيف	26	52%
إكتشاف العالم	13	26%
التعليم	02	4%
المجموع	50	100%

نلاحظ في الجدول رقم {13} ان اهم إشباع تحققه قناة ناشيونال جيوغرافيك للطلبة الجامعيين هو التثقيف بنسبة 52% من المجموع الكلي وفي المرتبة الثانية اكتشاف العالم بنسبة 26% اما بنسبة للتسلية والتعليم فكانت نسبهم متقاربة.

الجدول رقم {14} يوضح توزيع العينة حسب ما يعجب الطلبة الجامعيين في قناة ناشيونال جيوغرافيك

	التكرار	النسبة المئوية
هادفة	31	62%
تنوع المضامين	14	28%
الإخراج	05	10%
المجموع	50	100%

لاحظ من خلال الجدول رقم 14% انها هادفة بنسبة 62% من المجموع الكلي وفي المرتبة الثانية تنوع المضامين بنسبة 28% والمرتبة الأخيرة الإخراج بنسبة 10%

الجدول رقم {15} يوضح توزيع عينة الدراسة حسب هل تعجب برامج قناة ناشيونال جيوغرافيك الطلبة الجامعين

التكرار	النسبة المئوية	
49	98%	نعم
01	02%	لا
50	100%	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم {15} ان اغلب عينة الدراسة بنسبة 98% تعجبهم برامج قناة ناشيونال جيوغرافيك ونسبة 1% لا تعجبهم

الجدول رقم {16} يوضح توزيع عينة الدراسة حسب راي الطلبة الجامعين في قناة ناشيونال جيوغرافيك مقارنة مع القنوات الوثائقية الأخرى

التكرار	النسبة المئوية	آراء الطلبة
36	72%	قناة رائدة
11	22%	منافسة للقنوات الأخرى
03	6%	هناك قنوات أفضل منها
50	100%	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم {16} ان نسبة 72% من الطلبة الجامعين يرون ان قناة ناشيونال جيوغرافيك قناة رائدة وفي المرتبة الثانية بنسبة 22% منافسة للقنوات الأخرى وفي الأخير بنسبة 6% هناك قنوات أفضل منه

اهم نتائج الدراسة الميدانية

أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة

1. نلاحظ ان نسبة 78% من المبحوثين كان جنسهم إناث في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية كانت للذكور بنسبة 22%

2. نلاحظ ان نسبة 80% من المبحوثين كانت اعمارهم من 18 إلى 25 سنة في المرتبة ثانية بنسبة 20% اعمارهم من 25 على 33 وفي الأخير من 34 فما فوق لم نسجل اي نسبة

3. نجد نسبة 34% من المبحوثين كانوا من تخصص اتصال وعلاقات عامة في المرتبة الأولى، اما المرتبة الثانية فكانت بنسبة 12% بالنسبة لتخصص فرنسية ثم تليه التخصصات الأخرى متفاوتة النسب

4. إن نسبة 74% من مفردات مجتمع البحث يتابعون قناة ناشيونال جيوغرافيك أكثر من سنتين ، أما المرتبة الثانية فكانت بنسبة 16% ها من ساعة إلى ساعتين بنسبة 42% والمرتبة الثالثة بنسبة 10% ما بين ساعتين إلى ثلاث ساعات وفي الأخير اكثر من ثلاث ساعات في اليوم لم نسجل فيها اي نسبة

5. إن الوقت الذي يقضيه مفردات مجتمع الدراسة في مشاهدة القناة كان ب ت في المرتبة الأولى نسبة 48% اقل من ساعة ثم تلي

6. اهم فترة لمشاهدة عينة الدراسة لقناة ناشيونال جيوغرافيك تعود للفترة الليلية بنسبة 34، وفي المرتبة الثانية الفترة الصباحية بنسبة 26% وفي المرتبة الثالثة الفترة المسائية بنسبة 24% وفي المرتبة الأخيرة فترة منتصف النهار بنسبة 16%

7 . نجد ان معظم عينة الدراسة يشاهدون قناة ناشيونال جيوغرافيك مع افراد العائلة بنسبة 64% ثم المرتبة الثانية بنسبة 36% يشاهدونها لوحدهم اما في المرتبة الأخيرة مع الأصدقاء لم نسجل فيها اي نسبة

8 . نجد نسبة 98% من مجتمع البحث يشاهدون قناة ناشيونال جيوغرافيك عن طريق التلفاز أما في المرتبة الثانية بنسبة ضئيلة 2 عن طريق جهاز الكمبيوتر أما في المرتبة الأخيرة الهاتف لم نسجل أي نسبة

9 . نسبة 46% من عينة البحث يفضلون مجال البرامج الوثائقية التاريخية في قناة ناشيونال جيوغرافيك أما المرتبة الثانية كانت نسبة 36% يفضلون مجال البرامج العلمية أما في المرتبة الأخيرة بنسبة 18% يفضلون مجال الاختراعات

10 . نلاحظ نسبة 44 من مفردات عينة الدراسة أنهم يفضلون نوعية برامج العلوم وتليها نسبة 40% المجازفة أما في الأخير نسبة 16% برامج التسلية

11 . نلاحظ أن نسبة 34% من مفردات عينة البحث يفضلون برامج براري أما في المرتبة الثانية بنسبة 28% يفضلون برنامج صيد الحيتان، وفي المرتبة الثالثة بنسبة 18% يفضلون برنامج أعماق البحار وفي المرتبة الرابعة بنسبة 14% يفضلون برنامج كوارث طبيعية، أما المرتبة الأخيرة بنسبة 6% برنامج كوارث جوية

12 . نجد أن نسبة 86% من عينة البحث تلي قناة ناشيونال جيوغرافيك لحاجاتهم أما بنسبة 14% لا تلي حاجاتهم

13 . إن أهم إشباع تحققه قناة ناشيونال جيوغرافيك لمفردات عينة الدراسة هو التثقيف بنسبة 52 وفي المرتبة الثانية إكتشاف العالم بنسبة 26% أما بالنسبة لتسلية والتعليم فكانت النسبة متساوية ب 4%

14 . نلاحظ أن نسبة 62% من مفردات عينة الدراسة تعجبهم لأنها قناة هادفة أما في المرتبة الثانية بنسبة 28% تنوع المضامين وفي الأخير بنسبة 10% الإخراج الجيد

15 . نجد أن معظم مفردات عينة الدراسة تعجبهم برامج قناة ناشيونال جيوغرافيك بنسبة 98% أما بنسبة 2% لا تعجبهم

16 . نجد نسبة 72% من عينة الدراسة يرون أن قناة ناشيونال جيوغرافيك قناة رائدة أما في المرتبة الثانية بنسبة 22% يرونها أنها منافسة لقنوات أخرى وفي الأخير بنسبة 6% يرون أن هناك قنوات أفضل منها

نفي أو إثبات الفرضيات

1 . مناقشة الفرضية الأولى :

يتابع الطلبة الجامعين قناة ناشيونال جيوغرافيك عادة في المساء ، لقد تم نفي هذه الفرضية نسبة لأن كانت نسبة كبيرة من عينة الدراسة يتابعون قناة ناشيونال جيوغرافيك كانت في الفترة الليلية بنسبة 34 أما الفترة المسائية فكانت بنسبة

2 . مناقشة الفرضية الثانية :

يفضل الطلبة الجامعين برامج كوارث طبيعية أكثر في لقناة ناشيونال جيوغرافيك ، لقد تم نفي هذه الفرضية لأن كانت النسبة الأولى من عينة الدراسة يفضلون برامج براري بنسبة 34 أما برامج كوارث طبيعية كان بنسبة 14%

3 . مناقشة الفرضية الثالثة :

يحقق الطلبة الجامعين من خلال متابعة قناة ناشيونال جيوغرافيك زيادة الثقافية، لقد تم إثباتنا لهذه الفرضية بحيث نسبة 52% من مفردات عينة الدراسة تحقق لهم التثقيف حيث جاءت في المرتبة الأولى

4 . مناقشة الفرضية الرابعة:

يرى جل الطلبة الجامعين أنها قناة رائدة، لقد تم إثباتنا لهذه الفرضية بحث نسبة 72% من عينة الدراسة يرون أنها قناة رائدة حيث جاءت في المرتبة الأولى

الخاتمة

الخاتمة

أدت التطورات المتلاحقة في مجال الإنتاج والبث التلفزيوني العابر للحدود إلى إيجاد لتقديم المادة الوثائقية مثل قناة ناشيونال جيوغرافيك الذي تنوع محتوى برامجها سواء كانت متعلقة بصور الأسماك في أعماق البحار أو الوحوش في الغابات والبراري أو الكوارث الطبيعية ، واستطاعت برامجها في وقت وجيز استقطاب عدد هائل من المشاهدين ولا سيما الطلبة الجامعيين ومن هذا تنوع الجماهير يفرض بطبيعة ضرورة تنوع في برامجها .

ومن خلال ما سبق حاولنا عن طريق دراستنا التعرف على عادات وأنماط متابعة الطلبة لهذه القناة التي أخذناها كنموذج من القنوات الوثائقية وعملنا عليها دراستنا ' فهذه القناة من القنوات التي لاقت استحسان عديد من الطلبة وذلك لأنها تعتبر لديهم قناة رائدة وتزيد من رصيدهم الثقافي .

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

- أحمد عبد المالك ،قضايا إعلامية ،عمان، دار المجلاوي للنشر، ط1، 1999
- الأسد صالح على الأسد ، إنفجار الفضائيين العربية الأبعاد الأهداف التأثيرات الثقافة ،الأردن ، دار الغيداء للنشر والتوزيع ،ط1، 2011
- بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، عمان ، 2010 ،
- حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مصر، دار الفكر العربي 1991.
- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، طبعة 12،
- سعد سليمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، الإمارات- لبنان، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، ط1، 2017
- سوسان يوسف أحمد القليعي ، الاتصال ووسائله ونظرياته ، ط2 ، مصر ، دار النهضة العربية ، 1999 ،
- عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية ، القاهرة، دار الفكر العربي،2011
- عبد الرزاق الدليمي ، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين ، الطبعة العربية ، 2016، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان

- عبد الله فتحي الظواهر ، علي أحمد الخضر المعماري ، أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية السياسية ، دار غياة للنشر والتوزيع ، ط1، 2013،
- فوزي يوسف مخلف ، تأثير التلفزيون الفضائي على طلبة الجامعات، مصر، دار الكتب والوثائق القومية، ط1، 2013
- منال هلال المزاهرة ، نظريات الإتصال ،عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ط1، 2002،
- نهى عاطف العبد، أطفالنا والقنوات الفضائية، القاهرة، دار الفكر العربي، د-ط، 2005.
- عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 1999
- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مصر، عالم الكتب، ط3 2004
- محمد منير الحجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، د، ط 2000،
- مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، الأردن، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، 2000

ثانيا: رسائل ومنشورات جامعية

- خديجة بريك "جمهور البرامج الوثائقية في القنوات الوثائقية، مذكرة الماجستير غير منشورة " جامعة الحاج لخضر، كلية الحقوق، قسم علوم الإعلام والاتصال 2010

- زكية منزل غرابة، مناهج البحث في العلوم الإسلامية والإنسانية، مطبوعة لطلبة ل م د السنة الأولى جذع مشترك، كلية الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر، 2017/2016،
- سلامي خولة وآخرون "أثر الإشهار التلفزيوني على متابعة البرامج الحوارية في القنوات العربية"، مذكرة الماستر غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2017-2016
- شايب ربي أحلام، مخالفة حنان، "متابعة الطلبة الجامعيين للمضامين الثقافية المحلية عبر الفيس بوك"، مذكرة الماستر غير منشورة، جامعة محمد بوضياف - المسيلة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال 2018-2017
- محمد عبد العزيز سيد طه، "دور القنوات الوثائقية في تزويد الجمهور بالمعارف واتجاهاتهم" رسالة الماجستير غير منشورة في الآداب جامعة ألمنيا كلية الآداب قسم الإعلام 2013
- مراد دلال، "استخدام المرأة للقنوات الفضائية الإعلامية والإشباع المحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة، العلوم الإسلامية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة حمة لخضر الوادي، 2015،

ثالثا: مواقع الكترونية

موقع الالكتروني، <https://www.muhtwa.com/121710> وقت الزيارة، 2020-

4-9 على الساعة 19:00

الملاحق

جامعة عمار ثليجي - الأغواط

كلية العلوم الانسانية والعلوم الاسلامية والحضارة

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان

استمارة استبيان لبحث بعنوان

متابعة الطلبة الجامعيين للقنوات الوثائقية العربية

قناة ناشيونال جيوغرافيك

نموذجا

دراسة لعينة من طلبة جامعة الأغواط

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

في إطار إجراء دراسة ميدانية لمذكرة تخرج ضمن متطلب لنيل شهادة الماستر في علوم

الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات العامة نضع بين أيديكم هذه الاستمارة

راجين منكم الاجابة على الأسئلة الواردة فيها، ونحيطكم علما أن المعلومات المقدمة

طرفكم تكون على السرية والكتمان ولن نستغلها إلا لإغراض علمية بحثية.

وفي الأخر تقبلوا منا فائق عبارات الاحترام والتقدير.

المحور الأول: بيانات الشخصية

1-الجنس:

نكر أنثى

2-السن:

من 11 الى 22
من 22 إلى 33
من 33 فما فوق

3-التخصص:

المحور الثاني: عادات وأنماط متابعة الطلبة الجامعيين لقناة ناشيونال جيوغرافيك؟

4- منذ متى تتابع قناة ناشيونال جيوغرافيك؟

-منذ سنة
-بين سنة و سنتين
-أكثر من سنتين

5- كم من وقت تقضيه في متابعة قناة ناشيونال جيوغرافيك ف يوم؟

-أقل من ساعة
-من ساعة إلى ساعتين
-ما بين ساعتين إلى ثلاث ساعات
-أكثر من ثلاث ساعات في اليوم

6- ما هي الأوقات التي تفضل في مشاهدة قناة ناشيونال جيوغرافيك؟

-الصباح

-منتصف النهار

-المساء

- الليل

7- مع من تتابع قناة ناشيونال جيوغرافيك؟

-وحيدي

-مع أفراد العائلة

-مع الأصدقاء

8- من خلال أي وسيلة تتابع قناة ناشيونال جيوغرافيك؟

-التلفاز

-جهاز الكمبيوتر

-الهاتف

المحور الثالث: نوعية البرامج التي يفضلها الطلبة الجمعيين في مشاهدتهم لقناة

ناشيونال جيوغرافيك

9- ما هي المجالات التي تفضلها في قناة ناشيونال جيوغرافيك؟

-البرامج الوثائقية التاريخية

-الاختراعات

-البرامج العلمية

.....أخرى تذكر

10- ما هي نوعية البرامج التي تفضلها في قناة ناشيونال جيوغرافيك؟

-التسلية

-المجازفة

-العلوم

.....أخرى تذكر

11- ما اسم البرامج التي تفضلها في متابعة قناة ناشيونال جيوغرافيك؟

-برامج البراري

-كوارث طبيعية

-كوارث جوية

-صيد الحيتان

-أعماق البحار

.....أخرى تذكر

المحور الرابع: إشباعات محققة للطلبة الجامعيين من خلال متابعتهم القناة ناشيونال

جيوغرافيك

12- هل تلمي متابعتك لقناة ناشيونال جيوغرافيك لحاجتك؟

نعم لا

13- إذا كان نعم ما هي الإرشادات التي تحقق لك من خلال متابعتك لها

- التسلية
- التثقيف
- اكتشاف العالم
- التعليم

أخرى تذكر.....

المحور الخامس: رأي الطلبة الجامعيين في قناة ناشيونال جيوغرافيك؟

14- ما الذي يعجبك في قناة ناشيونال جيوغرافيك؟

- هادفة
- تنوع المضامين
- الايخراج الجيد

أخرى تذكر.....

15- هل تعجبك برامج قناة ناشيونال جيوغرافيك؟

نعم لا

16- مقارنة بين القنوات الوثائقية الأخرى كيف ترى قناة ناشيونال جيوغرافيك؟

-قناة رائدة

-منافسة لقنوات أخرى

-هناك قنوات افضل منها

.....أخرى تذكر