



## أثر استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون

دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الإعلام وقسم العلوم السياسية بكلية

الاقتصاد جامعة بنغازي في الفترة من 2018 - 2019

قدمت من قبل:

سليمان علي محمد الأحول

تحت إشراف:

د. الافي إدريس الرفادي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في

الإعلام

جامعة بنغازي

كلية الإعلام

فبراير 2020

Copyright © 2020 .All rights reserved , on part of this thesis may be reproduced in any form, electronic or mechanical, including permission in writhing from the author or the directorate of graduate studies and training of Benghazi university.

حقوق الطبع 2020 محفوظة، لا يسمح بأخذ أي معلومة من أي جزء من هذه الرسالة على هيئة نسخة إلكترونية أو ميكانيكية بطريقة التصوير أو التسجيل أو المسح دون الحصول على إذن كتابي من المؤلف أو إدارة الدراسات العليا والتدريب جامعة بنغازي.



قسم الإذاعة والتلفزيون

## أثر استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون

دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الإعلام وقسم العلوم السياسية بكلية

الاقتصاد جامعة بنغازي في الفترة من 2018 - 2019

قدمت من قبل:

سليمان علي محمد الأحول

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ: 2020/ 2 / 27

تحت إشراف

الدكتور: الافي إدريس الرفادي

التوقيع: .....

الدكتور: جمعة محمد الفطيسي.....(ممتحنا داخليا)

التوقيع: .....

الدكتور: طارق صالح المغربي.....(ممتحنا خارجيا)

التوقيع: .....

مدير إدارة الدراسات العليا والتدريب بالجامعة

أ. د. محمد صالح بوعمود

عميد الكلية

أ. د. أبوبكر مبروك الغزالي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿قَالُوا سُبْحٰنَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ﴾

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

سورة البقرة الآية (31)

# الإهداء

إلى روح والدي رحمه الله تعالى

إلى أمي حفظها الله وأطال في عمرها وأثابني رضاها

إلى أساتذتي الأفاضل وإلى كل من علمني حرفاً

إلى أشقائي وشقيقاتي وأصدقائي والزملاء

أهدى عملي هذا

## شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين الصادق الوعد الأمين سيدنا محمد صلى الله عليه وآله وسلم أما بعد:

أقدم شكري وأمنتاني وفائق تحياتي وتقديري لمن كانوا عوناً لي في استمرار واستكمال هذا البحث.

يسرني أن أتقدم بوافر الشكر وعظيم التقدير إلى المشرف على إعداد هذه الرسالة؛ الدكتور الفاضل اللافى إدريس الرفادي، فكلّما التثناء لا تفيك حقك فكنّت وستبقى بمثابة الوالد الصديق والقوة الحسنة فشكراً لك على عطائك في إتمام هذه الدراسة.

كما أشكر الدكتور عبدالغفار المنفي وفريقه على معالجة البيانات الإحصائية لهذه الدراسة. وكل الشكر والتقدير لكافة أعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام جامعة بنغازي وكل كليات وإدارات أم الجامعات الليبية.

فجزى الله الجميع عني خيراً

الباحث

## قائمة المحتويات

| رقم الصفحة | الموضوع         |
|------------|-----------------|
| ب          | حقوق الطبعة.    |
| ج          | ورقة الإجازة.   |
| د          | الآية القرآنية. |
| هـ         | الإهداء.        |
| و          | شكر وتقدير.     |
| ز          | قائمة المحتويات |
| ي          | قائمة الجداول.  |
| ن          | ملخص الدراسة.   |

## الفصل الأول الإطار المنهجي

|    |   |
|----|---|
| 2  | المقدمة                                 |
| 4  | مشكلة الدراسة                           |
| 5  | أهمية الدراسة                           |
| 5  | أهداف الدراسة                           |
| 6  | الدراسات السابقة                        |
| 15 | تساؤلات الدراسة                         |
| 15 | منهجية الدراسة                          |
| 16 | مصطلحات الدراسة                         |
| 18 | نظرية الدراسة                           |
| 21 | مجتمع الدراسة وعينة البحث               |
| 23 | أدوات جمع البيانات                      |
| 24 | اختبار الصدق والثبات                    |
| 25 | الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة |
| 26 | حدود الدراسة                            |

## الفصل الثاني

## الإطار المعرفي للدراسة

|    |  |
|----|--|
| 28 | الإنترنت   |
| 28 | تعريف الإنترنت   |
| 30 | نشأة وتطور الإنترنت  |
| 34 | استخدامات الإنترنت والمجالات المختلفة  |
| 38 | أبعاد استخدام الإنترنت   |
| 40 | استخدامات الإنترنت في مجال الصحافة   |
| 43 | استخدامات الإنترنت في مجال الإذاعة المسموعة                                  |
| 44 | استخدامات الإنترنت في التلفزيون  |
| 47 | الوسائط المتعددة   |
| 48 | خدمة الإنترنت في ليبيا   |
| 50 | التلفزيون  |
| 50 | نشأة وتطور التلفزيون   |
| 54 | نشأة وتطور التلفزيون في العالم   |
| 56 | نشأة وتطور التلفزيون في الوطن العربي   |
| 59 | البرث التلفزيوني الفضائي العربي  |
| 60 | الفضائية الليبية   |
| 60 | دور ووظائف التلفزيون في المجتمع  |
| 61 | سمات ووظائف التلفزيون  |
| 63 | كلية الإعلام جامعة بنغازي وقسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد<br>جامعة بنغازي |
| 63 | نشأة كلية الإعلام جامعة بنغازي وتطورها التاريخي                              |
| 64 | البرنامج العلمي لكلية الإعلام بجامعة بنغازي                                  |
| 65 | رسالة كلية الإعلام جامعة بنغازي  |
| 65 | الأهداف العامة لكلية الإعلام جامعة بنغازي                                    |
| 66 | قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي                               |
| 66 | كلية الاقتصاد جامعة بنغازي   |



| رقم الصفحة | الموضوع                  |
|------------|--------------------------|
| 66         | أهداف الكلية             |
| 67         | نشأة قسم العلوم السياسية |

### الفصل الثالث

#### الدراسة الميدانية عرض وتحليل النتائج

|     |                          |
|-----|--------------------------|
| 138 | النتائج العامة والتوصيات |
| 138 | النتائج العامة للدراسة   |
| 144 | توصيات الدراسة           |
| 153 | قائمة المصادر والمراجع   |
|     | الملاحق                  |

## قائمة الجداول

| الصفحة | عنوان الجدول   | رقم الجدول |
|--------|--|------------|
| 70     | توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير النوع  | 1          |
| 71     | توزيع مجتمع الدراسة حسب الكلية   | 2          |
| 71     | توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير الفصل الدراسي                                      | 3          |
| 72     | توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير التخصص الدراسي                                     | 4          |
| 73     | يوضح استخدام الإنترنت من عدمه  | 5          |
| 74     | يوضح مدى الحرص على استخدام الإنترنت  | 6          |
| 75     | يوضح الوسيلة المستخدمة للدخول على الإنترنت                                       | 7          |
| 76     | يوضح مكان استخدام الإنترنت   | 8          |
| 77     | يوضح معدل انتظام استخدام الإنترنت  | 9          |
| 78     | يوضح مدى اعتماد عينة الدراسة على الإنترنت في الحصول على المعلومات التي يحتاجونها | 10         |
| 79     | يوضح الفترة التي تفضل فيها عينة الدراسة استخدام الإنترنت                         | 11         |
| 80     | يوضح التطبيقات التي تستخدمها عينة الدراسة على الإنترنت                           | 12         |
| 81     | يوضح دوافع استخدام مواقع الإنترنت من قبل عينة الدراسة                            | 13         |
| 82     | يوضح عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في المرة الواحدة مستخدما الإنترنت      | 14         |
| 83     | يوضح مشاهدة عينة الدراسة لقنوات التلفزيون الفضائية                               | 15         |
| 83     | يوضح مدى حرص عينة الدراسة على مشاهدة قنوات التلفزيون الفضائية                    | 16         |
| 84     | يوضح معدلات مشاهدة عينة الدراسة لقنوات التلفزيون الفضائية                        | 17         |
| 85     | يوضح البرامج التي تشاهدها عينة الدراسة على القنوات الفضائية                      | 18         |
| 86     | يوضح الفترة التي يفضل فيها المبحوثون مشاهدة البرامج المبينة                      | 19         |
| 88     | يوضح الوقت الذي تقضيه عينة الدراسة في مشاهدة الفضائيات خلال كل فترة              | 20         |
| 89     | يوضح المصادر التي تفضلها عينة الدراسة لاستقاء الأخبار والمعلومات والقضايا        | 21         |

| الصفحة | عنوان الجدول  | رقم<br>الجدول |
|--------|---|---------------|
| 90     | يوضح تفضيل عينة الدراسة استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال الإنترنت لكونها.               | 22            |
| 91     | يوضح تفضيل عينة الدراسة استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال الفضائيات لكونها...            | 23            |
| 92     | يوضح درجة المصادقية التي يمنحها المبحوثون عن الأخبار والمعلومات والقضايا للفئات الواردة في الجدول | 24            |
| 92     | يوضح تأثير استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون لدى عينة الدراسة                                 | 25            |
| 93     | يوضح درجة تأثير استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون   | 26            |
| 94     | يوضح هل يعتبر المبحوثون أنفسهم من جمهور الإنترنت أو التلفزيون أو من جمهور كلتا الوسيلتين          | 27            |
| 95     | يوضح العلاقة الارتباطية بين استخدام الإنترنت ونوع المبحوث   | 28            |
| 95     | يوضح العلاقة الارتباطية بين استخدام الإنترنت والكلية التي يدرس بها المبحوثون                      | 29            |
| 96     | يوضح العلاقة الارتباطية بين تخصص المبحوثين واستخدام الإنترنت                                      | 30            |
| 97     | يوضح العلاقة الارتباطية بين مدى الحرص على استخدام الإنترنت  | 31            |
| 98     | يوضح العلاقة الارتباطية بين مدى الحرص على استخدام الإنترنت والكلية التي يدرس بها المبحوثون        | 32            |
| 99     | يوضح العلاقة الارتباطية بين تخصص المبحوثين ومدى الحرص على استخدام الإنترنت                        | 33            |
| 100    | يوضح العلاقة الارتباطية بين الوسيلة المستخدمة في الدخول للإنترنت ونوع المبحوثين                   | 34            |
| 101    | يوضح العلاقة الارتباطية بين مكان استخدام الإنترنت ونوع المبحوثين                                  | 35            |
| 102    | يوضح العلاقة الارتباطية بين النوع ومدى الانتظام في استخدام الإنترنت                               | 36            |
| 103    | يوضح العلاقة الارتباطية بين الوسيلة المستخدمة للدخول على الإنترنت والكلية التي يدرس بها المبحوثون | 37            |

| الصفحة | عنوان الجدول   | رقم<br>الجدول |
|--------|--|---------------|
| 104    | يوضح العلاقة الارتباطية بين مكان استخدام الإنترنت والكلية التي يدرس بها المبحوثون  | 38            |
| 105    | يوضح العلاقة الارتباطية بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون ومعدل الانتظام في استخدام الإنترنت                                    | 39            |
| 106    | يوضح العلاقة الارتباطية بين تخصص المبحوثين والوسيلة المستخدمة للدخول على الإنترنت  | 40            |
| 108    | يوضح العلاقة الارتباطية بين تخصص المبحوثين ومكان استخدام الإنترنت  | 41            |
| 110    | يوضح العلاقة الارتباطية بين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في المرة الواحدة مستخدمين الإنترنت ونوع المبحوث                    | 42            |
| 111    | يوضح العلاقة الارتباطية بين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في المرة الواحدة مستخدمين الإنترنت والكلية التي يدرس بها المبحوثون | 43            |
| 112    | يوضح العلاقة الارتباطية بين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في المرة الواحدة مستخدمين الإنترنت وتخصص المبحوث                   | 44            |
| 115    | يوضح العلاقة الارتباطية بين مشاهدة القنوات الفضائية ونوع المبحوث   | 45            |
| 115    | يوضح العلاقة الارتباطية بين مشاهدة القنوات والكلية التي يدرس بها المبحوثون   | 46            |
| 116    | يوضح العلاقة الارتباطية بين التخصص الذي يدرس به المبحوثون ومشاهدة القنوات الفضائية   | 47            |
| 117    | يوضح العلاقة الارتباطية بين النوع ومدى الحرص على مشاهدة القنوات الفضائية   | 48            |
| 118    | يوضح العلاقة الارتباطية بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون ومدى الحرص على مشاهدة القنوات الفضائية                                | 49            |
| 119    | يوضح العلاقة الارتباطية بين مدى حرص المبحوثين على مشاهدة قنوات التلفزيون الفضائية والتخصص الدراسي                                | 50            |
| 120    | يوضح العلاقة الارتباطية بين النوع ومعدلات المشاهدة لقنوات التلفزيون الفضائية   | 51            |

| الصفحة | عنوان الجدول   | رقم<br>الجدول |
|--------|--|---------------|
| 121    | يوضح العلاقة الارتباطية بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون<br>ومعدلات مشاهدة القنوات الفضائية  | 52            |
| 122    | يوضح العلاقة الارتباطية بين التخصص الدراسي ومعدلات مشاهدة<br>لقنوات التلفزيون الفضائية   | 53            |
| 124    | يوضح العلاقة الارتباطية بين كم الوقت المستغرق في مشاهدة خلال<br>كل جلسة مشاهدة ونوع المبحوث  | 54            |
| 125    | يوضح العلاقة الارتباطية بين كم الوقت المستغرق في مشاهدة خلال<br>كل فترة والكلية التي يدرس بها المبحوث  | 55            |
| 127    | يوضح العلاقة الارتباطية بين التخصص الدراسي وكم الوقت<br>المستغرق في مشاهدة خلال كل فترة  | 56            |
| 129    | يوضح العلاقة الارتباطية بين النوع وتفضيل المبحوثين للإنترنت أو<br>التلفزيون أو كلتا الوسيلتين في استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا                    | 57            |
| 130    | يوضح العلاقة الارتباطية بين الكلية التي يدرس فيها المبحوثون<br>وتفضيل الإنترنت أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين في استقاء الأخبار<br>والمعلومات والقضايا | 58            |
| 132    | يوضح العلاقة الارتباطية بين التخصص وتفضيل الإنترنت أو<br>التلفزيون أو كلتا الوسيلتين في استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا                             | 59            |
| 134    | يوضح العلاقة الارتباطية بين النوع واعتبار المبحوث من جمهور<br>الإنترنت أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين  | 60            |
| 135    | يوضح العلاقة الارتباطية بين الكلية التي يدرس فيها المبحوث واختياره<br>أنه من جمهور الإنترنت أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين                             | 61            |
| 136    | يوضح العلاقة الارتباطية بين التخصص الدراسي واختيار المبحوث<br>أنه من جمهور الإنترنت أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين                                     | 62            |

## أثر استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون

دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الإعلام وقسم العلوم السياسية بكلية

الاقتصاد جامعة بنغازي في الفترة من 2018 - 2019

قدمت من قبل:

سليمان علي محمد الأحول

تحت إشراف:

د. اللافى إدريس الرفادي

### ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى معرفة هل أثر استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون على طلاب كلية الإعلام جامعة بنغازي وطلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي، وبعد انتشار الإنترنت وسهولة استخدامه للوصول إلى المعلومات وتيسر الاتصال والتواصل والتفاعلية من خلاله مع العالم، وقلّة التكلفة وسهولة الاستخدام في كل وقت وحين، هل صار المبحوثون يستخدمون الإنترنت أكثر من مشاهدتهم للقنوات الفضائية؛ سعياً للحصول على الأخبار والمعلومات التي يحتاجونها عن القضايا التي تهمهم وللاطلاع على المعلومات التي تتعلق بتخصصهم الدراسي وتساعدهم على البحث العلمي، وكذا قضاء وقت للتسلية والترفيه وممارسة أنشطة متنوعة أو الاطلاع عليها والتعبير عن آرائهم في شتى المجالات والشؤون التي تهمهم.

وأى الوسيّلتين تحقق لهم رغباتهم أكثر من الأخرى. كما هدفت الدراسة لمعرفة الموضوعات والبرامج التي يشاهدونها على الفضائيات والتطبيقات التي يستخدمونها على الإنترنت ومعرفة وقت المشاهدة والاستخدام وعدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في مشاهدة القنوات الفضائية أو استخدام الإنترنت.

كما هدفت الدراسة لمعرفة العلاقة الارتباطية بين النوع أو التخصص الدراسي والكلية التي يدرس بها المبحوث واختياره للوسيلة - الإنترنت، التلفزيون - التي يحصل منها على المعلومات وتحقق له إشباعات معينة.

ومعرفة هل اتجه جمهور التلفزيون إلى استخدام الإنترنت أكثر من مشاهدته للتلفزيون وهل يمنح المبحوثون المصدقية للإنترنت أم للتلفزيون ومدى اعتمادهم على المعلومات التي يحصلون عليها من خلال التلفزيون والإنترنت.

وهذه الدراسة تعد من الدراسات الوصفية المعتمدة على طريقة المسح، حيث تم استخدام عينة الصدفة (العرضية)، والتي بلغ عددها (350) طالب وطالبة وزعت على (230) مبحوثاً في كلية الإعلام جامعة بنغازي و (120) مبحوثاً في قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي، ولقد استخدم الباحث لجمع البيانات استمارة الاستبيان.

وكان من أبرز النتائج التي تم التوصل إليها ما يلي:

1. النسبة الأكبر من المبحوثين اختاروا أن يكونوا من جمهور الإنترنت ويفضلون استقاء الأخبار والمعلومات من خلال الإنترنت ولم يحظَ التلفزيون بجمهور كبير.
2. منح المبحوثون درجة مصداقية أعلى للتلفزيون.

3. اتضح أن المستهدفين ذكورا وإناثا في كلية الإعلام وبكافة تخصصاتهم وقسم العلوم السياسية كثيرا ما يستخدمون الإنترنت وبشكل دائم. وهم أكثر من أولئك الذين يشاهدون القنوات الفضائية وكانوا أيضا غير حريصين على المشاهدة في الوقت ذاته.
4. بينت النتائج أن أكثر الطلبة والطالبات يستخدمون الهاتف المحمول للدخول على الإنترنت أكثر من استخدام الوسائل الأخرى وأن الإناث أكثر استخداما للهاتف المحمول للدخول على الإنترنت من الذكور
5. أكثر تطبيقات الإنترنت اختيارا تحصلت عليها مواقع التواصل الاجتماعي ثم محركات البحث ثم المواقع الإخبارية والبريد الإلكتروني.
6. كانت دوافع استخدام الإنترنت الأكثر اختيارا لصالح مواقع التواصل الاجتماعي ثم دوافع لأغراض البحث العلمي يليه لغرض التعبير عن آرائهم الخاصة ثم لأغراض التصفح والتسلية.
7. أكثر عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت لأكثر من 4 ساعات خلال كل جلسة استخدام.
8. حظي اختيار المسلسلات والأفلام بالمشاهدة على الفضائيات أكثر من البرامج الأخرى ويليهما جاء اختيار من يشاهدون البرامج العلمية والتي تساوت مع البرامج الإخبارية.
9. كانت نسبة من يشاهدون البرامج على الفضائيات من ساعة واحدة إلى أقل من 2 ساعة هي الأكبر يليها من 30 دقيقة إلى أقل من ساعة
10. يفضل العدد الأكبر من المبحوثين الإنترنت لاستقاء الأخبار والمعلومات ومتابعة القضايا.



# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

## المقدمة:

تسعى وسائل الإعلام لتحقيق معدلات استخدام عالية من قبل المتلقين - بمعنى الاستحواذ أو شد جمهور كبير - لمتابعة الوسيلة وما تعرضه وتقدمه بغية إحداث التأثير الذي تسعى لتحقيقه لدى الجمهور، وتقوم الوسائل الإعلامية ومراكز أبحاث الدراسات الإعلامية بإجراء دراسات لقياس رأي المتلقين ومدى الإقبال على هذه الوسيلة أو تلك وعدد مستخدميها؛ بغية تطوير أدائها أو تكثيف برامجها أو تعديلها بهدف الوصول إلى عدد كبير من الجماهير.

ويعد التلفزيون من أبرز وسائل الإعلام التي تحقق نسب مشاهدة عالية، وهناك دراسات توصلت إلى أن هذه الوسيلة تستحوذ على عدد كبير من المتلقين لما تتميز به من تحقيق القبول لدى جمهور المتلقين وتنوعهم، خاصة بعد استخدام الأقمار الصناعية في هذه الخدمة التي أتاحت استقبال القنوات التلفزيونية عبر أطباق استقبال إشارات البث وانخفاض سعرها.

وبشكل تدريجي، بدأت شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) تشهد تطورا يمهد الطريق أمام إحداث تغيير في صناعة التلفزيون، وعلى الرغم من ذلك، مازال من المستبعد أن يفقد الأخير دوره الرئيس بالكامل في عالم الترفيه المنزلي<sup>(1)</sup>.

ونظرا للتطور الذي يتحقق دائما وبصورة سريعة في وسائل الإعلام والاتصال وتقنياتها الحديثة تشهد هذه الوسائل تطورا في أنواعها وأشكالها وطرق اتصالها بالجمهور، وكان من أهم الوسائل الحديثة شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) التي يمكن القول إنها من الوسائل التي حققت قبولا وتواجدا لدى الجمهور، بل هناك من يعتقد أنه جذب إليه جمهور وسائل الإعلام الأخرى، كون شبكة المعلومات الدولية استوعبت كل تلك الوسائل لتكون أدواتها في التواصل.

---

(1) هل يصمد التلفزيون أمام زحف الإنترنت الجزيرة نت - أخبار ياهو - الأحد 20 يناير 2013م.

هذه الشبكة غيرت المعادلة بالنسبة إلى قطاع التلفزيون الذي عليه في ظل ازدهار الأجهزة اللوحية وأشرطة الفيديو المتاحة على الشبكة التكيف مع الوضع للحفاظ على الجمهور والإعلانات.

وجاء في دراسة مجموعة (Emma Richter) (إيماركر) نشرتها في أغسطس عام 2013م أنه للمرة الأولى هذا العام؛ يتوقع أن يمضي الأميركيون البالغون وقتاً أطول أمام الشبكة منه أمام التلفزيون، مع معدل وسطي يومي يبلغ خمس ساعات للشبكة وأربع ساعات ونصف الساعة للتلفزيون. ولفنتت الدراسة إلى أن الوسيطتين تُستخدمان في الوقت ذاته في بعض الأحيان، وأن أشرطة الفيديو هي جزء واحد لا غير من المضامين التي يتم الاطلاع عليها على الشبكة<sup>(1)</sup>.

وشهدت شبكة المعلومات الدولية إقبالا واضحا في هذه السنوات من قبل الشباب في منطقة الوطن العربي والتي منها ليبيا، حيث لعبت دوراً مهماً في إحداث آثار عديدة في حياة هذه المجتمعات خاصة بعد دورها في الأحداث التي شهدتها تونس ومصر، وأيضاً ليبيا في السابع عشر من فبراير 2011م وإقبال الشباب الليبي على استخدام الشبكة للحصول على المعلومات في كافة التخصصات والمجالات منها المعلومات التخصصية في الدراسة العلمية والبحثية، أيضاً مواقع التسلية والترفيه ومواقع التواصل الاجتماعي (الفايس بوك) (تويتر)... الخ من هذه المواقع والتطبيقات المختلفة التي يتم استخدامها من خلال التعامل مع الإنترنت.

---

(1) التلفزيون يضطر إلى التكيف مع عالم الإنترنت نيويورك - أ ف ب السبت 10 أغسطس 2013 صحيفة الحياة.

## مشكلة الدراسة:

تعد هذه الخطوة من الخطوات الأساسية في أي بحث علمي وهي جوهر البحث أو المحور الأساس الذي يدور حوله البحث وتحديد مشكلة البحث ويعد أمرا في غاية الأهمية لأي باحث لأن مشكلة البحث هي التي توضح للآخرين أهمية البحث ومجاله ومحتواه وإطاره ومدى الاستفادة من نتائجه<sup>(1)</sup>.

"ويؤدي التحديد الواضح لمشكلة الدراسة إلى تحديد نوع البيانات والمعلومات والمصادر التي يمكن استقاء هذه البيانات والمعلومات منها، إذا يجب جمع المعلومات عن المشكلة بطريقة معينة، بهدف التعرف على كل الحقائق المرتبطة بموضوع الدراسة بقدر الإمكان، ومعالجتها بأسلوب علمي للخروج بنتائج منطقية لها"<sup>(2)</sup>.

وتتلخص مشكلة هذا البحث في أن هناك إقبالا متزايدا على استخدام الشبكة، لدى الشباب الليبي يمثلهم هنا طلاب كلية الإعلام وقسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي، والسؤال الرئيس هو: هل أثر استخدام الشبكة على مشاهدة التلفزيون؟ وأن استخدام التلفزيون والتعرض لبرامجه تأثر بانتشار وتطور الإنترنت، وهل سحبت الشبكة العنكبوتية الجمهور من التلفزيون، هل انخفضت ساعات مشاهدة القنوات لدى الجمهور، واتجه أكثر لاستخدام شبكة المعلومات الدولية. وما هي الموضوعات التي تجذب مستخدمي الشبكة.

---

(1) عابدين الدردير الشريف، خطة البحث الإعلامي: مفهومها وأقسامها وطرق وأساليب إعدادها، مجلة البحوث الإعلامية، ع44، فصل الصيف لسنة 2008، مجلة فصلية محكمة تصدر عن مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي، طرابلس، ليبيا، ص 17.

(2) سمير محمد حسن، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط 2، 1995، ص 178.

## أهمية الدراسة:

- تعد أهمية الدراسة عنصراً من العناصر المهمة والأساسية في إعداد أي خطة بحثية وعادة ما يتوقف عليها قبول الدراسة أو رفضها<sup>(1)</sup>. ويمكن تلخيص أهمية هذه الدراسة في:
- تتناول موضوعاً حيويًا ومهماً حول الموضوعات التي يتعرض لها المبحوثون بما يمكن القائمين على هذه الوسائل من الاستفادة من النتائج التي سيتم التوصل إليها ومعرفة أسباب وأنماط الاستخدام وتطويرها أو تعديلها أو دعمها.
  - سد الفراغ والحاجة إلى الدراسات العلمية التي تتناول البحث في هل تأثر استخدام التلفزيون بظهور الشبكة العنكبوتية؟، كونه توافرت دراسات حول استخدامات الشبكة، والصحافة الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي وندرة الدراسات التي تبحث في هل ترك الجمهور استخدام التلفزيون وتوجه لاستخدام شبكة المعلومات الدولية؟.
  - إضافة مواضيع علمية جديدة تتناول علوم الإعلام والاتصال، نظراً للحاجة لمزيد من الدراسات التي تتناول استخدام شبكة المعلومات الدولية كوسيلة إعلامية تشهد إقبالاً متزايداً تجمع وتستوعب جل وسائل الإعلام والاتصال.

## أهداف الدراسة:

- أهداف الدراسة تعد من أساسيات البحث، التي يمكن عن طريقها التعرف على الجوانب المخفية، كما إن البحث العلمي عملية متصلة لذا فإن وضع الأهداف يُعين على تحديد أبعادها وجوانبها.

وتسعى هذه الدراسة لتحقيق أهداف يمكن تلخيصها فيما يلي:

- معرفة مدى تأثير استخدام شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) على مشاهدة التلفزيون.

---

(1) أ. د. عابدين الدردير الشريف، مرجع سابق، ص 26.

- الكشف عن حجم ومعدلات استخدام هذه الوسائل، واهتمامات المستخدمين، وتحديد نسب الاستخدام وأثره المتبادل على التعرض لكل من الوسيّلتين.
- معرفة أنماط استخدام الوسيّلتين وأنواعه، وتوزيعه حسب الموضوعات.
- معرفة مدى مصداقية وموثوقية الإنترنت والتلفزيون لدى مجتمع الدراسة.
- التوصل إلى تقديم بعض المقترحات الخاصة بالموضوعات التي يتعرض لها المبحوثين، وذلك بناء على ما يتم التوصل إليه من نتائج خلال الدراسة الميدانية.

### الدراسات السابقة:

إن كل دراسة أو بحث علمي غالباً ما تبدأ من حيث انتهت الدراسات السابقة، أيضاً تعد النتائج التي يتم التوصل إليها بداية لدراسات وأبحاث جديدة، كما إن الدراسات السابقة تعد بالغة الأهمية خاصة للباحثين المستجدين كونها توفر كماً من المعلومات النظرية الجاهزة، كما تساعد على تحديد المراجع والدراسات التي يمكن أن يركن إليها الباحث والاستفادة منها، وتساعد الباحث على اختيار أنسب المناهج والطرق العلمية التي يمكن استخدامها في جمع البيانات وتحليلها وتوظيفها في الدراسة الحالية، كما تساعد الباحث في كيفية التعامل مع مجتمع الدراسة وآلية وطريقة اختيار العينة<sup>(1)</sup>.

ومن الدراسات السابقة التي يمكن أن يستفاد منها في هذه الدراسة ما يلي:

---

(1) د عابدين الشريف " مفهوم وأهمية ودور الدراسات السابقة في البحث العلمي الإعلامي، مجلة البحوث الإعلامية، ع 42، السنة 2008، مجلة فصلية محكمة تصدر عن مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي، طرابلس، ليبيا، ص11.

- دراسة عبدالله عبدالله محمد الوزان (2018)<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة بشكل رئيس للتعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي الليبي على وسائل التواصل الاجتماعي؛ في زيادة معرفتهم السياسية. وينبثق من الهدف الرئيس عدة أهداف فرعية منها: رصد مدى اعتماد الشباب الجامعي الليبي على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة المجالات التي يزيد اعتمادهم عليها فيها.

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى لرصد، وتوصيف طبيعة تعرض الشباب الجامعي الليبي لوسائل التواصل الاجتماعي، ومدى اعتمادهم عليها في زيادة معلوماتهم السياسية.

وأجريت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة تكونت من (300) مبحوث قسمت كالتالي (150) مبحوثا من (ذكور، إناث) من كلية الفنون والإعلام بجامعة مصراتة، (75) مبحوثا ذكور (75) مبحوثة إناث، وكلية التربية من الجامعة نفسها (75) مبحوثا من الذكور (75) مبحوثة إناث من عمر (18-21) عاما، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها:

- معدل من يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي (دائما) بانتظام نسبتهم عالية جدا بلغت (65.7%) وكذلك من يستخدمونها (أحيانا) نسبتهم (29.3%).

- إن نسبة (95%) من عينة الدراسة يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي، وكانت درجات الاعتماد كالتالي الاعتماد عليها بشكل كبير بنسبة (55.6%) ثم الاعتماد عليها بشكل متوسط بنسبة (27.7%) ثم الاعتماد عليها بشكل قليل بنسبة (11.7%) بينما (5%) فقط هم من لا يعتمدون على هذه الوسائل.

---

(1) د عبدالله عبدالله محمد الوزان، مدى اعتماد الشباب الجامعي الليبي على وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة معرفتهم السياسية - دراسة ميدانية، مجلة بحوث الاتصال، العدد الرابع، السنة الثانية، ديسمبر 2018م.

- دراسة ماطر عبدالله حمدي (2018)<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة إلى معرفة درجة اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي؛ للتزود بالمعلومات والأخبار ومعرفة طبيعة المعلومات التي يبحث عنها الشباب السعودي، ومعرفة دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد طبيعة المعلومات والأخبار التي يبحث عنها الشباب الجامعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وتقدير درجة الثقة بمصادقية مواقع التواصل الاجتماعي.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وذلك لمعرفة خصائص هذه الظاهرة وتحديد درجة اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي، ثم التنبؤ بنتائج هذه الظاهرة، وآثارها على الشباب. واستهدف الباحث دراسة شريحة الشباب من خلال التركيز على فئة الشباب الجامعي في جامعة تبوك في المملكة العربية السعودية.

وكانت عينة الدراسة من طلبة الانتظام في جامعة تبوك، وتم الاعتماد على عينة طبقية عشوائية تكونت من (401) طالب من الجنسين الذكور والإناث ومن السنوات الدراسية الأربعة حسب السنة، وتم توزيع الاستبانة على العينة إلكترونياً.

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها أن عينة الدراسة يستخدمون المواقع بدافع الترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ، ثم للحصول على الأخبار والمعلومات، وجاء بعدها للعلاقات الاجتماعية مع الأصدقاء والأقارب. وتلاها للحصول على معلومات علمية وللتواصل مع زملاء الدراسة وللتواصل مع الأساتذة وأخيراً للبحث عن علاقات جديدة.

---

(1) ماطر عبدالله حمدي. اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات: دراسة مسحية في جامعة تبوك السعودية، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة تبوك السعودية، 2018م.



وتمثلت الموضوعات التي تبحث عنها عينة الدراسة موضوعات حول المجتمع السعودي، وأخبار ترفيهية، وفنون، ونكت، وتسلية، ومعلومات حول تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ثم معلومات علمية ومعارف مختلفة، ثم موضوعات سياسية محلية، وموضوعات حول المجتمعات العربية عامة، وموضوعات حول الشؤون الاقتصادية.

ومعدل ساعات الاستخدام اليومي كان لصالح الفئة معدل ساعات الاستخدام (من ساعتين إلى ثلاث ساعات يومياً، ومن ثم لصالح من ساعة إلى ساعتين يومياً، ومن ثم لصالح أكثر من ثلاث ساعات يومياً).

#### - دراسة عز الدين سلطان قائد علي (2010)<sup>(1)</sup>.

هدفت هذه الدراسة للتعرف على واقع استخدام شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) في التعليم والبحث العلمي لدى أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية بالجامعات اليمنية، وذلك من حيث التعرف على واقع استخدامهم لها في التعليم والبحث العلمي، وأهم استخداماتهم لها وفق أغراض معينة حددتها الدراسة.

وقد تكونت عينة الدراسة من جميع أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية الرئيسية بالجامعات اليمنية في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي (2008-2009م)، والبالغ عددهم (682) عضواً، في الكليات الرئيسية بالجامعات اليمنية، وعددها ثمان كليات، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي، وأداة الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات والبيانات في الدراسة، إلى جانب أداة المقابلة في نطاق ضيق من عينة الدراسة.

---

(1) عز الدين سلطان قائد علي، واقع استخدام شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) في التعليم والبحث العلمي لدى أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية بالجامعات اليمنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، السعودية، 2010م.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- إن معظم أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية بالجامعات اليمينية لا يستخدمون الإنترنت في التعليم حيث بلغت نسبة الذين لا يستخدمونه (68%)، بينما يستخدمونه في البحث العلمي حيث بلغت نسبة المستخدمين (83.4%) من بين أفراد عينة الدراسة.
  - إن أهم أغراضهم من الاستخدام في التعليم الاطلاع على الموضوعات، والدوريات، والكتب، والمستحدثات الحديثة في مجال التخصص.
  - إن أهم أغراضهم من استخدام الإنترنت في البحث العلمي البحث عن دراسات وبحوث سابقة، وجديدة متعلقة باهتماماتهم البحثية.
- أوجه الاستفادة والاختلاف مع الدراسات السابقة المتعلقة بدراسات تبحث في شبكة

#### المعلومات الدولية:

تأكيدا على دور الدراسات السابقة في إثراء هذه الدراسة من عدة جوانب منها ما هو متعلق بصياغة الإجراءات المنهجية انطلاقا من اختيار الموضوع، والأهمية، والأهداف، ووضع التساؤلات، وتحديد المنهج المناسب، ومقارنة النتائج التي تم التوصل إليها بما سبقها من دراسات.

كما ساعدت الباحث في التوصل لأهم المراجع التي يمكن الاستعانة بها في هذه الدراسة. وتولد لدى الباحث شعور بندرة البحوث التي تناولت استخدام الإنترنت وأثرة على استخدام التلفزيون. ويظهر الاختلاف في الزمان، والمكان، والجمهور الذي أجريت فيه وعليه هذه الدراسة، وكذا اختلفت مع الدراسات السابقة كونها تبحث في تأثير الإنترنت بشكل أوسع وليست مقتصرة على تطبيق واحد من التطبيقات التي تتوافر على شبكة الإنترنت، حيث اقتصر بعض الدراسات السابقة وركزت على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك، تويتر... الخ

تطبيق واحد أو أكثر، ك يوتيوب، أو مواقع صحافة إلكترونية، وهذه الدراسة بحثت في استخدام الإنترنت بشكل عام كوسيلة اتصال وتواصل وكوسيلة إعلام وخدمات متعددة؛ بمعنى الشبكة بمفهومها الأوسع وكل ما يحتويه من خدمات وما تحققه من إشباعات.

### دراسات سابقة حول الفضائيات:

- دراسة محمد بن عبدالله الكبيش الزهراني (2009)<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها دراسة الجوانب البحثية في نظرية الاستخدامات والإشباعات للقنوات الفضائية المتخصصة والمتغيرات والاتجاهات الحديثة في النظرية، وكذا تداخل النظرية مع غيرها من النظريات الإعلامية.

التعرف على أنماط تعرض الجمهور للقنوات الفضائية المتخصصة، والتعرف على درجة التعرض للقنوات المتخصصة، ومدى رضا الجمهور عما تقدمه تلك القنوات.

وقد استخدم الباحث في هذه الدراسة الوصفية، المنهج الكمي، كما تم تصميم استبانة خاصة لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة وفق أسلوب المسح بالعينة العشوائية والتي بلغت (720) مفردة ممن هم في الخامسة عشرة من العمر فأكبر ذكوراً وإناثاً من مجتمع الدراسة المتمثل في سكان مدينة الرياض؛ وذلك بهدف الوصول إلى وصف لدوافع التعرض للقنوات المتخصصة، وعلاقتها بالمتغيرات الأخرى.

وجاءت أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

---

(1) محمد بن عبدالله الكبيش الزهراني، دوافع تعرض الجمهور للقنوات التليفزيونية الفضائية المتخصصة دراسة ميدانية على عينة من أفراد المجتمع السعودي، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام (غير منشورة)، المملكة العربية السعودية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، 2009م.

- تركزت مشاهدة أفراد عينة الدراسة للقنوات المتخصصة في الفترة المسائية، حيث بلغت نسبتها (54.6%) ثم في فترة السهرة وبنسبة (41.5%) في حين بلغت نسبة المشاهدة في فترة الظهيرة (9.6%) والفترة الصباحية (2.9%).
- أوضحت الدراسة أن نسبة الذين يشاهدون القنوات المتخصصة بدرجة متوسطة (33.2%) وكثيراً (24.1%) وكثيراً جداً (11.2%) وقليلًا (26.5%). كما بلغت نسبة الذين يشاهدون القنوات المتخصصة بمعدل (1-3 ساعات يوميًا) (58.0%) ونسبة الذين يشاهدونها بمعدل (1-6 ساعات يوميًا) (16.7%) أما الذين يشاهدونها بمعدل (أقل من ساعة يوميًا) فقد بلغت نسبتهم (18.3%).
- فيما يتعلق بتفضيل أفراد العينة لمجالات عمل القنوات المتخصصة، جاء مجال الأفلام والدراما في المرتبة الأولى، وجاء في المرتبة الثانية المجال الديني، وفي المرتبة الثالثة مجال الرياضة والشباب، كما جاء في المرتبة الرابعة مجال التسلية والترفيه، تلاه مجال الأخبار خامسًا.

#### - دراسة نادية بوشتي الحارث - طارق محمد الصعيدي (2008)<sup>(1)</sup>.

وهي دراسة ميدانية بعنوان استخدامات الشباب الليبي للقنوات الفضائية العربية الدرامية والإشباع المتحققة منها، أُستخدم فيها منهج المسح باستخدام الأسلوب التحليلي على عينة من داخل ليبيا، واستهدفت الدراسة التعرف على حجم - الشباب من سن (18-21) عاما مشاهدة القنوات الفضائية العربية وأهم المواد والبرامج المفضلة لديهم من خلالها، ودوافع استخدام الشباب

---

(1) نادية بوشتي الحارث - طارق محمد الصعيدي، استخدامات الشباب الليبي للقنوات الفضائية العربية الدرامية والإشباع المتحققة منها، دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 44، 2008م.

الليبي للقنوات الفضائية الدرامية، والتعرف على نوعية الإشباع المتحققة من مشاهدة الشباب لها.

وجاءت أهم نتائج الدراسة في النقاط الآتية:

- ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية العربية مشاهدة دائمة بين الذكور والإناث وارتفاع هذه النسبة لدى الإناث.

- وأن فترة المساء هي الفترة المفضلة لدى عينة الدراسة لمشاهدة القنوات العربية الدرامية وأن المنزل هو أفضل الأماكن للمشاهدة.

- دراسة نديم ربحي محمد الحسن (2008)<sup>(1)</sup>.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، وإلى معرفة العادات الاتصالية وأنماط المشاهدة، إضافة إلى حجم تعرضهم لهذه المحطات بهدف الوقوف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية.

وجاءت للكشف عن العادات الاتصالية لطلبة الجامعات الأردنية وأنماط المشاهدة التلفزيونية لهذه الفئة من فئات المجتمع الأردني والتي تمثل الشباب. وللوقوف على حجم التعرض للمحطات الفضائية العربية. أنواع البرامج المفضلة عند طلبة الجامعات الأردنية. دوافع التعرض للمحطات الفضائية العربية بتصنيفاتها المختلفة. وكان مجتمع الدراسة طلبة وطالبات الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة، وشملت عينة الدراسة (5) جامعات تمثل جميع الأقاليم في الأردن، وتم انتقاء العينة بالطريقة العشوائية البسيطة وبلغ حجم العينة (650) مفردة.

---

(1) نديم ربحي محمد الحسن، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، رسالة ماجستير في الإعلام كلية العلوم الإنسانية (غير منشورة) جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2008م.

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

أظهرت الدراسة أن البرامج الدرامية (المسلسلات والأفلام) هي الأكثر تفضيلاً لأفراد العينة وجاءت بنسبة (51.4%) تليها برامج المنوعات والمسابقات بالمرتبة الثانية وبنسبة بلغت (32.2%) وفي المرتبة الثالثة جاءت البرامج العلمية بنسبة (21%).

وأظهرت الدراسة أن الدافع الأول لمشاهدة الفضائيات العربية، هو التسلية والترفيه، ثم قتل الملل وإضاعة الوقت بنسبة إجمالية للدافعين بلغت (97.9%). وبينت أن معظم الطلبة يشاهدون التلفزيون من (1-2) ساعة يومياً في أيام الدوام والدراسة، بينما يرتفع عدد ساعات مشاهدتهم إلى (4 ساعات وأكثر) في أيام العطل ونهاية الأسبوع.

وقالت الدراسة إن فترة السهرة من (8-11 مساءً) هي الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة، تليها فترة (حسب الوقت المتاح)، تليها فترة المساء من (5-8 مساءً).

**أوجه الاستفادة والاختلاف مع الدراسات السابقة التي تخص الفضائيات والتلفزيون:**

استفاد الباحث من الدراسات السابقة المتعلقة بدراسة علاقة الجمهور بالقنوات التلفزيونية الفضائية، وكذا الاستفادة من منهجية البحث وصياغة الأسئلة المطروحة، وسياقاتها والمقارنة بين النتائج التي تم التوصل إليها وصياغتها، وكذا الاستفادة في اقتراح بعض التوصيات التي ترتبط مع تأثير الإنترنت على مشاهدة القنوات الفضائية. واختلفت مع بعض الدراسات كونها تبحث في مشاهدة القنوات الفضائية بشكل عام وليست مقتصرة على القنوات المتخصصة، كالدراما أو السياسية أو الإخبارية بل القنوات الفضائية بشكل عام والمقارنة بين مشاهدة القنوات الفضائية واستخدام الشبكة العنكبوتية، وتأثير هذا الاستخدام على مشاهدة التلفزيون والأسباب التي أدت لهذا، كما اختلفت في الزمان، والمكان، والجمهور المتلقي، واختلاف المنهج المستخدم مع بعض الدراسات التي تم عرضها.

## تساؤلات الدراسة:

- تحاول هذه الدراسة الإجابة عن بعض التساؤلات التي تدور في ذهن الباحث ومحاولة الإجابة عليها عن طريق استمارة الاستبيان ومن ثم تحليل البيانات والتعليق عليها.
- ما هي الوسيلة المفضلة لدى المبحوثين (الإنترنت، التلفزيون)؟.
  - هل يعتمد مجتمع الدراسة في حصوله على المعلومات على الإنترنت أو التلفزيون؟.
  - ما أهم المصادر - الإنترنت، تلفزيون - التي يتعرض لها المبحوثون للحصول على المعلومات في شتى مجالات المعرفة السياسية، الاقتصادية، الدينية، الثقافية، العلمية، التواصل الاجتماعي، الترفيه...الخ؟.
  - ما نوعية المعلومات التي يتعرض لها المبحوثون من خلال الإنترنت؟.
  - ما نوعية البرامج التي يتعرض لها المبحوثون من خلال التلفزيون؟.
  - ما أسباب تعرض المبحوثين للتطبيقات؟، وما تفضيلاتهم للقضايا، والموضوعات التي يتعرضون لها من خلال مواقع الإنترنت؟.
  - ما درجة إقبال المبحوثين على استخدام كل من الإنترنت والتلفاز كمصادر للمعلومات التي يحتاجونها؟.
  - ما أثر استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون؟، وهل توجه المبحوثين إلى استخدام شبكة المعلومات الدولية أكثر من مشاهدتهم للتلفزيون؟.

## منهجية الدراسة:

لكل بحث منهج يسير عليه لدراسة المشكلة والمنهج هو اتباع طريقة منطقية موضوعية يتم اتباعها في تناول المشكلات، أو الظواهر الإعلامية، أو في معالجة القضايا العلمية بقصد تشخيصها وتحديد أبعادها، ومعرفة أسبابها وطرق علاجها، والوصول إلى نتائج عامة يمكن

تطبيقها، فالمنهج أسلوب للتفكير والعمل المنظم الذي يعتمد على آراء الباحث؛ لتنظيم أفكاره وعرضها وتحليلها بهدف الوصول للنتائج وتحقيق أهداف البحث أو الدراسة<sup>(1)</sup>.

إن المنهج الذي يختاره الباحث هو الطريقة التي يسلكها أو يتبعها للإجابة عن الأسئلة التي تثيرها مشكلة الدراسة المتناولة في البحث؛ والتي تنتمي إلى نوعية الدراسات الوصفية والتي تهتم بدراسة الحقائق حول الظواهر والأحداث والأوضاع القائمة، وذلك بجمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها وإصدار تعميمات بشأنها<sup>(2)</sup>. ويتوجه البحث الوصفي إلى تحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع.

ولاحظ الباحث أن المنهج الوصفي هو أقرب المناهج ملائمة لهذه الدراسة وباعتبار هذه الدراسة تُعنى بدراسة الحقائق الراهنة لطبيعة الظاهرة المدروسة. والكشف عن (أثر استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون).

وفي إطار ذلك استخدم الباحث أسلوب مسح الجمهور عن طريق أداة جمع البيانات استمارة الاستبيان وهي من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في المنهج الوصفي.

## مصطلحات الدراسة:

**أثر:** الاصطلاح هو ما تحدثه الوسيلة - الإنترنت، التلفزيون - من خلال رسائلها الإعلامية، وفي هذا البحث بمعنى استخدام هذه الوسائل؛ ونعني به هنا أثر استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون.

---

(1) السيد أحمد مصطفى، البحث الإعلامي. مفهومة، إجراءاته.. ومناهجه، مكتبة الفلاح للنشر، الكويت، ط2. 2002، ص179.

(2) عابدين الدردير الشريف، خطة البحث الإعلامي: مفهوماً وأقسامها وطرق وأساليب إعدادها، مرجع سابق، ص 29 - 30.



ومصطلح الأثر هنا كما استعمله السعيد بو معيزة في رسالة الدكتوراه حيث عرّفه كالآتي:  
إجرائيا "تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام وتتميز هذه العلاقة من جانب  
وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم  
لكي يتعرضوا لمحتوياته، وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئا ما على المستوى  
المعرفي أو الوجداني أو السلوكي"<sup>(1)</sup>.

والتعريف الإجرائي لهذا المفهوم هو أثر استخدام الإنترنت لدى عينة الدراسة على  
مشاهدتهم للقنوات الفضائية.

**استخدام:** وتعني قيام الشيء بوظيفة ما، نتج عنها عمل قد يرضي صاحبه وقد لا  
يرضيه، وجاءت من كلمة خدمة، والاستخدام هو عامل مساعد للشخص للقيام بعمله وإنجازه<sup>(2)</sup>.  
ويعني بها الباحث استخدام وسيلتي الإنترنت والتلفزيون لدى عينة الدراسة.

**الإنترنت:** وسيلة اتصال، واسعة الانتشار، ترتبط بها مجموعة من الحواسيب، وتوفر  
مجموعة من الخدمات، تتعلق بتقديم المعلومات، وتقديم خدمة الاتصالات ويقصد الباحث بها  
هنا كتعريف إجرائي وسيلة الإنترنت من خلال وظيفتها الإعلامية، والاتصالية، والترفيهية والتسليية،  
وكذا المعلومات المتاحة للجمهور في كافة التخصصات، كونها تسمح للمستخدمين فيها بالتنقل  
بصورة حرة بين المواقع ويستقبل من خلالها البيانات والمعلومات، أخبار، بحث علمي، صور،  
صوت، تسجيل فيديو، برامج إذاعية وتلفزيونية.

---

(1) فلة قيدوم، أثر استخدام الإنترنت لدى الشباب الجامعي على وسائل الإعلام التقليدية. دراسة تطبيقية على  
عينة من طلبة العلوم السياسية والإعلام بجامعة الجزائر، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص  
استراتيجي (غير منشورة)، 2009، ص 11-12.

(2) جمال الدين بن منظور، لسان العرب، دار بيروت للنشر والطباعة، بيروت، 1995، ص 10.

**مشاهدة:** وقت المشاهدة والزمن الذي يقضيه المتلقي في استخدام الوسيلة "التلفزيون" محسوب بالساعات أو الدقائق.

**التلفزيون:** القنوات التلفزيونية الفضائية بكافة أنواعها وغير محددة متخصصة، أو عامة الناطقة بالعربية أو غيرها من اللغات، وبشكل عام هي تلك القنوات التي تبث برامجها ويستقبلها المبحوثون من خلال الأطباق الفضائية.

### نظرية الدراسة:

#### - نظرية الاستخدامات والإشباع:

تعد نظرية الاستخدامات والإشباع، من النظريات المتعلقة بجمهور الإعلام والمفسرة لدور الجمهور، وتبحث في جانب تلبية حاجاته عبر وسائل الإعلام، والدور الذي يلعبه في تحريك عملية الاتصال، لكونها قائمة على الحاجات والدوافع، وذات علاقة بنفسية الفرد، حيث إن جوهر النظرية يقوم على أن الفرد يتعرض لوسائل الإعلام، بغرض إشباع حاجات معينة، وأن رغبته وارتباطه بالإعلام، أصبح بغرض تحقيق وإشباع حاجات معينة.

#### - التطور التاريخي للنظرية:

جاءت نشأة النظرية بعد دراسات وبحوث، في مطلع القرن العشرين، وكان هدفها معرفة رغبات الجمهور، وأسباب التعرض لوسائل الإعلام، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للجمهور، فكانت بداية نشأة النظرية عبر الباحث الياهو كاتز(\*) في العام 1959، ووجد بعد بحثه أن هناك أسبابا منطقية تدفع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام، وأن الخلفيات الثقافية للأشخاص تتحكم في الإقبال على وسائل الإعلام. وترى النظرية أن هناك جمهورا إيجابيا،

---

(\*) الياهو كاتز Elihu katz عالم اجتماع واتصال أمريكي ولد عام 1926 في نيويورك، وضع مع زميله لازرفيلد نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين.

يستخدم الرسالة الإعلامية، ليشبع حاجة معينة، وبذلك أصبح على وسائل الإعلام أن تحرص على معرفة توجهات الجمهور، وما يشبع رغباته<sup>(1)</sup>.

وترى النظرية أن الجمهور المتعرض لوسائل الإعلام، يمتاز بأنه نشيط، ولديه المبادرة والقدرة على الربط بين حاجاته، والوسائل الإعلامية التي ستشبع هذه الحاجات، بالإضافة إلى اعتقاد النظرية أن الأفراد لديهم القدرة على إدراك احتياجاتهم، وميولهم ورغباتهم<sup>(2)</sup>. ووفق النظرية، يختار الجمهور مضموناً من وسائل الإعلام المختلفة، ويقع الاختيار على الوسيلة التي تشبع حاجاته، مثل حاجات الترفيه أو الترفيه، والمعلومات، وهذه الإشباعات تنقسم إلى نوعين، الأول، هو الإشباع الذي يحققه الجمهور بعد البحث والوصول إليه، وإشباع الحاجة بالتعرض للوسيلة الإعلامية، وتسمى الإشباعات المطلوبة، أما النوع الآخر، فهو الإشباع التي تتحقق بعد استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، بعد التعرض واكتساب القيمة والمنفعة، وتحقيق الإشباع لدوافع الأفراد، وتسمى الإشباعات المتحققة أو المكتسبة<sup>(3)</sup>.

#### أهداف مدخل الاستخدامات والإشباعات:

- تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم.
- فهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام وأنماط التعرض المختلفة.
- معرفة النتائج المترتبة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال<sup>(4)</sup>.

---

(1) منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، (2012)، ص 173-174.  
(2) خالد أحمد العامودي..دمج نظرية القيم والتوقعات ونموذج الاستخدامات والإشباع للتنبؤ باستخدام الحاسوب في المجتمع السعودي، مجلة جامعة الملك سعود، الآداب، السعودية، مج7، ع1، (1995)، ص218.  
(3) منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص 200.  
(4) نادية بوشتي الحارث د. طارق محمد محمد الصعيدي، مرجع سابق، ص 115.

## الإشباع المترتبة على استخدام وسائل الإعلام:

- بما أن عنصر الإشباع من العناصر المهمة لبحوث الاستخدامات؛ كونه النتيجة التي يسعى الفرد إلى تحقيقها من تعرضه لوسائل الإعلام، وتنقسم الإشباع إلى:
- **إشباع المضمون:** وهي الناتجة عن التعرض لمضمون وسائل الإعلام، وتنقسم إلى إشباع توجيهية مثل زيادة المعلومات والمعرفة، وإشباع شبه اجتماعية مثل القدرة على التحدث مع الآخرين.
  - **إشباع الوسيلة:** وهي الناتجة عن استخدام وسائل اتصال، وتنقسم إلى: إشباع شبه توجيهية مثل الاسترخاء والشعور بالمتعة، أو إشباع شبه اجتماعية مثل التخلص من الوحدة والتخلص من الشعور بالملل<sup>(1)</sup>.

## النقد الموجه للنظرية:

- القول بأن الفرد هو الذي يختار الوسيلة الإعلامية التي تشبع احتياجاته، وبما يحققه له المضمون، أمر مبالغ فيه، حيث توجد العوامل الاقتصادية وغيرها التي تحول دون تحقيق الإشباع<sup>(2)</sup>.
- أن هناك إشكالية تتمثل في عدم معرفة مفهومي النشاط، والمنفعة، حيث تتعدد الكلمات التي تصب في المفهومين، بالنظر إلى استخدامات وسائل الإعلام، حيث إن الملاحظ أن الإعلام هو الذي يضع الوظائف، ثم يقع اختيار الفرد عليها<sup>(3)</sup>.

---

(1) عبدالصادق حسن عبدالصادق دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعات الإنترنت دراسة ميدانية، مجلة رؤى إستراتيجية، سبتمبر 2013، ص 123.

(2) المزاهرة، مرجع سابق، ص 204.

(3) محمد عبدالحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب (1997) ص 226 - 227.

- وجود جدل حول طريقة قياس استخدام المتلقي للوسيلة الإعلامية، وطريقة القياس نفسها، وزمنه، سواء كان خلال التعرض أو بعده<sup>(1)</sup>.
- يمكن أن تستغل النظرية، لنشر المحتوى السلبي، والهابط، ويمكن التبرير بالقول إن ذلك تلبية لاحتياجات الجمهور، وهذا رأي الباحث دينيس ماكويل<sup>(2)</sup>.

### أسباب توظيف النظرية في هذه الدراسة:

استخدام نظرية الاستخدامات والإشباع في هذه الدراسة على مجتمع طلاب كلية الإعلام جامعة بنغازي وقسم العلوم السياسية بكلية الاقتصاد بجامعة بنغازي؛ بغرض معرفة هل اتجه مجتمع البحث إلى استخدام الإنترنت أكثر من استخدامه التلفزيون لغرض الحصول على المعلومات في شتى مجالات الحياة وكذلك في البحث العلمي المتعلق بدراساتهم وكذا التسلية والترفيه والاتصال والتواصل مع محيطهم والعالم.

وكون فئة الشباب، من الفئات، التي تستهدفها وسائل الإعلام، كشريحة ضمن المجتمع، ونظرًا لأنها تمتاز بحب الاندفاع والاستكشاف، تم اختيار هذه النظرية، وللاستناد عليها في هذا البحث، نظرًا لأنها النظرية التي تعبر عن وجود حاجات يحتاج الجمهور لإشباعها، ومن الوسائل التي تعمل على ذلك هي وسائل الإعلام والاتصال.

### مجتمع الدراسة وعينة البحث:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، بحيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة

---

(1) المزاهرة، مرجع سابق، ص 204.

(2) المزاهرة، مرجع سابق، ص 205.

نتائج<sup>(1)</sup>. مجتمع البحث من المسائل الجوهرية التي من الضروري أن يضعها الباحث في اعتباره عند إجرائه أية دراسة ميدانية تحليلية، وذلك على اعتبار أن المجتمع الذي تقوم عليه الدراسة الميدانية تتوقف عليها النتائج العلمية الدقيقة الموضوعية للدراسة<sup>(2)</sup>.

مجتمع الدراسة هنا يتمثل في طلاب كلية الإعلام جامعة بنغازي والذي يضم كافة التخصصات بالكلية من الفصل التمهيدي، وقسم الصحافة والنشر، وقسم الإذاعة والتلفزيون، وقسم العلاقات العامة والإعلان، وقسم المسرح والسينما، وطلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي.

وتم تحديد مجتمع الدراسة لكونهم من فئة الشباب الذين عادة ما يكونوا مقبلين على استخدام وسائل الإعلام والاتصال بشكل عام وخاصة منها التلفزيون والإنترنت، كما أن تخصص طلاب الإعلام هو الأقرب لاستخدام الوسائل وهم على دراية بكيفية عمل هذه الوسائل، ويمكنهم الإجابة بعلمية عن استخدام الإنترنت وأثره على مشاهدة التلفزيون إن وجد.

كما أن طلاب قسم العلوم السياسية أقرب أيضا من استخدام وسائل الإعلام والاتصال كونها من أهم الأدوات التي يستخدمها السياسيون في الوصول والاتصال بالناس بغية حشد وتوجيه الجماهير لتبني أفكارهم ورؤاهم.

كما أن مجتمع الدراسة يهتمون باستخدام هذه الوسائل باعتبار أنهم كطلاب يحتاجون للبحث عن المعلومات التي يحتاجونها عبر الوسائل المتاحة والتي منها التلفزيون والإنترنت. كما يشتركون في البحث عن الترفية والتسلية والتواصل مع الآخرين للحديث وخلق صداقات وتعارف.

---

(1) محمد شفيق، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ط1، 1999، ص 112.

(2) عامر قندلجي، البحث العلمي: استخدام مصادر المعلومات، دار البارودي العلمية، عمان، ط 1، 1999، ص109.

ولتعدّر الحصول على قوائم الطلاب من كلية الإعلام جامعة بنغازي، وكذلك من قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي، حيث أفادوا أن الأعداد كبيرة ولا يمكن تقديمها في قوائم للباحث وأقتصر تقديمهم لإحصاءات بالعدد الإجمالي للطلاب ودون تحديد النوع ذكور وإناث. وكان مجتمع البحث في هذه الدراسة متمثلاً في طلاب في كلية الإعلام بإجمالي (1230) طالبا وطالبة، ومجتمع الدراسة المتمثل في طلاب قسم العلوم السياسية في كلية الاقتصاد بإجمالي (451) طالبا وطالبة، وبهذا بلغ إجمالي عدد مجتمع الدراسة (1771) طالبا وطالبة. وتم اختيار عينة الصدفة (العرضية)،  $(1771 \times 20 \div 100 = 354.2)$  وتكونت عينة طلاب كلية الإعلام من (230) طالبا وطالبة، وعينة قسم العلوم السياسية (120) طالبا وطالبة وبهذا جاء حجم عينة الدراسة حسب جدول مورجان (350) طالبا وطالبة.

وتمت عملية توزيع الاستمارات على مفردات العينة واسترجاعها بعد الإجابة عليها، وعقب فحصها كانت (230) استمارة لعينة كلية الإعلام صالحة للتعامل معها، وفقد من (120) استمارة الخاصة بعينة قسم العلوم السياسية عدد (4) استمارات لعدم صلاحيتها وصارت (116) استمارة صالحة للتعامل.

### أدوات جمع البيانات:

يؤدي التحديد الواضح لمشكلة الدراسة إلى تحديد نوع البيانات والمعلومات والمصادر التي يمكن استقاء هذه البيانات والمعلومات منها، لذا يجب جمع المعلومات عن المشكلة بطريقة معينة، بهدف التعرف على كل الحقائق المرتبطة بموضوع الدراسة بقدر الإمكان، ومعالجتها بأسلوب علمي للخروج بنتائج منطقية لها<sup>(1)</sup>.

---

(1) السيد أحمد مصطفى، إعداد المقترحات الأولية لمشروعات البحوث، منشورات جامعة قارون، ليبيا، ط1، 1992، ص61.

## - الاستبيان:

وهو من الأدوات المهمة في جمع البيانات والمعلومات وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على المعلومات، وآراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين يتطلب فيه الحصول على المعلومات أو معتقدات أو تصورات وآراء الأفراد ومن أهم ما يتميز به الاستبيان توفير الوقت والجهد<sup>(1)</sup>.

وقد استخدمها الباحث للكشف عن أثر استخدام شبكة الإنترنت على مشاهدة التلفزيون لدى طلاب كلية الإعلام جامعة بنغازي وقسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي. وتركز أدوات جمع البيانات في هذه الدراسة على استمارة الاستبيان التي توزع على المبحوثين وهي الأداة الرئيسة في الدراسة.

## اختبار الصدق والثبات:

### - اختبار الصدق:

قام الباحث بعرض استمارة الاستبيان على عدد من أساتذة الإعلام<sup>2</sup> مرفقة بالتعريفات الإجرائية للدراسة ومشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها؛ وذلك لإبداء الملاحظات بشأنها. وبعد العرض على المحكمين قام الباحث وبالتنسيق مع الدكتور المشرف بإجراء التعديلات الطفيفة على الاستمارة وبما يحقق التعديلات التي أبداهها الأساتذة على الاستمارة وكانت الاستمارة في صورتها النهائية كما في الملحق رقم (1)

---

(1) محمد عبيد وآخرون، منهجية البحث العلمي والقواعد والمراحل والتطبيقات، دار النشر للطباعة والنشر، عمان، ط، 1999، ص 211.

\* عابدين الدردير الشريف. أستاذ الإعلام في الجامعات الليبية  
\* سليمة زيدان. عضو هيئة التدريس كلية الإعلام جامعة بنغازي  
\* خالد اسبيطة. عضو هيئة التدريس كلية الإعلام جامعة بنغازي



## - اختبار الثبات:

لقياس مدى ثبات الاستمارة استخدم الباحث أسلوب الاختبار وإعادة الاختبار على عينة عشوائية قوامها (10) مفردات بغية قياس مدى ثبات الاستمارة وبعد فترة (10) أيام قام الباحث بتوزيع الاستمارة على مفردات العينة نفسها؛ للتحقق من مدى الاتساق والترابط بين الإجابات في المرة الأولى والثانية، وبناء على تلك البيانات قام الباحث بحساب الثبات وفق معادلة كوبر وجاءت كالآتي:

- مجموع الأسئلة التي أجاب عنها المبحوثون = (270) سؤالاً.

- عدد الأسئلة التي اتفقت عليها إجابات المبحوثين في المرة الأولى والثانية = (252) سؤالاً.

- عدد الأسئلة التي اختلفت فيها إجابات المبحوثين (18) سؤالاً وبتطبيق المعادلة كانت النتيجة كالآتي:  $252 / 270 \times 100 = 93\%$ .

قيمة معامل الثبات تساوي (93%) وهي نتيجة مرتفعة دلت على ثبات استمارة الاستبيان.

## الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

وللوصول إلى أهداف الدراسة وتبويب البيانات التي تم جمعها قام الباحث باستخدام

الأسلوب الإحصائي باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

وفيما يلي مجموعة الأساليب الإحصائية التي قام بها الباحث.

## - الجداول التكرارية البسيطة:

قام الباحث بجدولة البيانات في جداول تكرارية بسيطة لحساب التكرارات والنسب المئوية

عبر الحاسوب الأمر الذي أدى لإمكانية توصيف عينة الدراسة واستخراج أهم النتائج.

#### - معامل الارتباط:

استخدم لتحليل الارتباط في قياس درجة أو قوة العلاقة بين متغيرين أو أكثر والتعبير عن هذه العلاقة بعدد واحد يطلق عليه تسمية معامل الارتباط وتقع قيمة معامل الارتباط بين (1-1) فإذا كانت إشارة معامل الارتباط موجبة دل ذلك على وجود علاقة طردية وإذا كانت سالبة كانت العلاقة عكسية.

#### - حدود الدراسة:

تنقسم حدود الدراسة إلى:

#### - الحدود الجغرافية للدراسة:

تمثلت في حدود جامعة بنغازي بمنطقة قاريونس بمدينة بنغازي والتي تضم كلية الإعلام وقسم العلوم السياسية بكلية الاقتصاد جامعة بنغازي.

#### - الحدود الزمنية:

وهي الفترة التي قام فيها الباحث بتوزيع استمارة الاستبيان على عينة الدراسة خلال الفصل الدراسي الربيع 2019م.

#### - الحدود البشرية:

تمثلت في طلبة وطالبات كلية الإعلام وطلبة وطالبات قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد بجامعة بنغازي.

## الفصل الثاني

### الإطار المعرفي للدراسة

## شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت):

### تعريف شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت):

ظهرت عدة تعريفات للإنترنت حيث عرفه الباحثون كل حسب تخصصه أو استخدامه لهذه الشبكة ويتفق كثير من الباحثين على أن تعريف شبكة الإنترنت يرتبط بالمستخدمين لهذه الشبكة والغرض من استخدامها.

وإن تشعب الإنترنت وتنوع استخدامه من قبل دائرة مستخدمين تتسع في كل لحظة أدى لتعدد تعريفات الإنترنت، حيث يرى المستخدم العادي والمتصفح للشبكة بشكل مختلف عما يراه المهندس أو الإعلامي الذي يستخدم أيضا هذه الشبكة الآخذة في الانتشار<sup>(1)</sup>.

وكل تعريفات الإنترنت تتفق على عالمية هذه الشبكة وأنها عبارة عن عدة روابط بين عدد كبير من الحواسيب، ومن بين تعريفات الإنترنت ما يلي:

هي شبكة عالمية يرتبط بها عدد هائل من الحواسيب تسمح للمستخدمين بالاتصال والتواصل وبشكل تفاعلي مع بعضهم البعض، كما تمكنهم من المعلومات والأخبار في كافة المجالات وتتيح لهم الوصول إليها بيسر وسهولة.

ويكون التفاعل بين رواد الشبكة متى أرادوا الاستجابة للرسائل والمعلومات التي يستقبلونها مع من يتواصلون معه، وهذه الاستجابة والتفاعل قد تكون فورية وأنية وقد تكون بعد مرور وقت من استقبال أجهزتهم ومواقعهم الإلكترونية لهذه الرسائل عند فتح الأجهزة والمواقع الخاصة بهم متى أرادوا وتمكنوا من ذلك.

---

(1) د. فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط، 2014، ص38.

كما أن عدد الناس الذين يكونون على اتصال مع بعضهم غير محدد فقد يكون الاتصال بين شخصين أو أكثر وهذا التواصل يكون بشكل تفاعلي.

وعُرفت شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) في كتاب صادر عن برنامج التنمية التابع للأمم المتحدة عام 1994 بأنها "شبكة اتصالات دولية تتألف من مجموعة من شبكات الحواسيب التي ترتبط بين أكثر من (35) ألف شبكة من مختلف شبكات الحاسوب في العالم"<sup>(1)</sup>.

وتعتبر شبكة الإنترنت أشمل الشبكات الواسعة وهي مازالت تتسع أكثر وأكثر كل لحظة. وتعرف أيضا بأنها شبكة ضخمة من شبكات الحاسوب الممتدة حول الكرة الأرضية وهي اتفاقية عملاقة بين ملايين الحواسيب للارتباط مع بعضها البعض وهذه الشبكة العالمية المفتوحة تتيح للمشارك أو المستخدم الوصول إلى آلاف أو ملايين المصادر والخدمات في مجال المعلومات<sup>(2)</sup>.

وعرفها جليبيرث (Galbearth) عام 1997 بأنها "شبكة تتألف من شبكات حاسوبية تسمح بالاتصال وتبادل المعلومات بين أي جهازي حاسوب بشكل متزامن ودون أي اعتبار للموقع الجغرافي"<sup>(3)</sup>.

---

(1) عبدالملك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت. دراسة لمعرفة استخداماتها في مجال الإعلام، دار الراتب الجامعية، بيروت، ط الأولى، 2001، ص 36.

(2) صفية خليفة بن مسعود، واقع الصحافة الإلكترونية في ليبيا، اللجنة الشعبية العامة للثقافة والإعلام، ط الأولى، 2008، ص 87.

(3) وليد بن محمد العوض، دور استخدام شبكة الإنترنت في التحصيل الدراسي. لدى طلاب جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، رسالة ماجستير في العلوم الاجتماعية (غير منشورة)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الاجتماعية، 2005، ص 18.

وعرفها ثريثي (Tripathi) بأنها "حواسيب عالمية تتيح المجال لملايين المستخدمين لتلك الحواسيب للاتصال ببعضهم البعض والوصول إلى مصادر المعلومات على تلك الشبكة من سائر أرجاء العالم"<sup>(1)</sup>.

إضافة إلى كون الباحثين الذين حاولوا وضع تعريفات للإنترنت تناولوا الشبكة حسب طبيعة استخدامهم لها أو حسب المجال الذي تتم دراسته.

### نشأة وتطور الإنترنت:

بداية ظهور الإنترنت تعود إلى شبكة (ARPANET) آربانت، وهي عبارة عن شبكة معلومات سرية عسكرية أمريكية حيث قامت مجموعة من الباحثين عام 1969 بتكليف من وزارة الدفاع الأمريكية بتأسيس شبكة أطلق عليها اسم:

(Advanced Research Projects Network) وكان الهدف منها دعم المشاريع

والبحوث العلمية التي تختص بمجال الدفاع والشؤون العسكرية<sup>(2)</sup>.

هذا المشروع الخاص بوزارة الدفاع الأمريكية أخذ في النمو والتطور بشكل غير معلن عنه حتى سنة 1980م حيث ظهر للنور وبشكل محدود جدا وسمح آنذاك لبعض الجامعات الأمريكية المرموقة والباحثين فيها بالاستفادة منه واتسعت شبكة (ARAPANET) وأخذت في التطور.

وفيما بين عام 1982 – 1985م ظهر الإنترنت بعد أن انقسمت (ARAPANET) عام

1983 إلى قسمين (ARAPANET) و (MILENT).

---

(1) وليد بن محمد العوض، المرجع السابق، ص 18.

(2) فيصل أبو عيشة. مرجع سابق، ص 45.

وعندها اتسعت دائرة استخدام (ARAPANET) في مجال الأبحاث العلمية المدنية، أما (MILENT) فاحتفظ بها في مجال الاستخدامات العسكرية<sup>(1)</sup>.

وبهذا تخلت وزارة الدفاع الأمريكية عن (ARAPANET) اربانت لتتولاها وكالة أبحاث الفضاء الأمريكية (NASA) ناسا وتم ضم شبكات لتقديم خدمات تبادل ونقل المعلومات بين الجامعات ومراكز البحوث العلمية، والمؤسسات وتشكلت الإنترنت وتحولت إلى الأعمال البحثية أولاً. ومن ثم انتقل العمل بها في قفزة تقنية كبيرة إلى البعد المعلوماتي والإعلامي والتعليمي بشكل موسع<sup>(2)</sup>.

ومع بداية عام 1993م بدأ الانتشار الواسع للشبكة واعتقد عامة الأمريكيين أنها نوع من التآمر الإجرامي المنتامي الناجم عن تفكك الاتحاد السوفييتي وعندها أخذت وسائل الإعلام تتحدث بصوت عالٍ عنها وتعلم الناس بأنها وسيلة جديدة ومتطورة يمكنها أن تغير من حياة العالم في مجال الاتصالات والمعلومات<sup>(3)</sup>.

ومع تطور شبكة الإنترنت وسرعة نموها صارت المؤسسات الصغيرة والأفراد باختلافهم مرتبطون بها حتى غدت إحدى وسائل الاتصال والتواصل الأساسية كما الهاتف والفاكس بل تكاد احتلت مراكز هذه الوسائل<sup>(4)</sup>.

ويدخل شبكة المعلومات الدولية في حياة الناس بكافة تخصصاتهم ومجالات عملهم وهواياتهم صارت وسيلة اتصال وإعلام إلا أنها لا تعد فقط وسيلة للإرسال والاستقبال كما

---

(1) فيصل أبو عيشة. مرجع سابق، ص 46.

(2) عبدالمك ردمان الدناني، مرجع سابق، ص 45.

(3) عبدالمك ردمان الدناني، مرجع سابق، ص 47.

(4) صفية خليفة بن مسعود، مرجع سابق، ص 87.

الإذاعة المسموعة والمرئية، بل أصبحت وسيط اتصال في اتجاهين كما الهاتف ولكن بإضافة تقنيات متطورة جعلت منها ذات قدرات أكثر فاعلية<sup>(1)</sup>.

وتعتبر شبكة المعلومات الدولية أبرز ثمرة ناتجة عن تلاحم ثلاث ثورات هي ثورة المعلومات، وثورة الاتصالات، وثورة الحواسيب. "فظهر الإنترنت أدى إلى ما يسمى ثورة المعلومات أو تفجر المعلومات وهو مظهر آخر من مظاهر الهيمنة الاتصالية، حيث أدت إلى تغيير كثير من المعطيات وتوفير كثير من الخدمات وبدلت بشكل كلي في طريقة أداء وسائل الإعلام التقليدية وتأثيرها وفتحت عالما جديدا، ولقد بلغ عدد مستخدميها حتى يونيو 2014م ما يصل إلى أكثر من ثلاثة مليارات (3.035 مليار شخص)، وذلك وفقا لمؤسسة استخدام الإنترنت (World User) (Internet) وقد بلغ معدل الانتشار في الدول العربية ما يقارب (36%)<sup>(2)</sup>.

ولعل الإحصائيات توضح حقيقة تأثير شبكة المعلومات الدولية في العملية الاتصالية، ففي أفريقيا (26.5%) من السكان يستخدمون الشبكة بينما يصل المعدل إلى (45.7%) في آسيا والتي تشكل أكثر من نصف سكان العالم (3.996 مليون نسمة) بينما القارة الأمريكية (65%) وفي أوروبا (70%)، لم يعد معدل الأمية يقاس بالقراءة والكتابة بل بالقدرة على الولوج لمصادر المعرفة والمعلومات، وبلغ عدد مستخدمي الشبكة في ليبيا بحسب إحصائية يونيو 2014م (1.36 مليون) ما يمثل (21.8%) من نسبة عدد السكان. وورد في تقرير منظمة we (are social) لعام 2014م أن (93%) من سكان العالم يتعاملون مع الهاتف الجوال

---

(1) صفية خليفة بن مسعود، مرجع سابق، ص 88.

(2) إبراهيم الصديق على الإنترنت وأثره في عناصر الاتصال في تلفزيون السودان (2009-2014)، دكتوراه في علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 2015، ص 49.



(الموبايل) وأن أكثر من (663) مليون نسمة حول العالم يتعاملون مع الشبكة والمواقع الاجتماعية عبر الموبايل.

ونشر تقرير (IWS) (Internet World Status) أن عدد مستخدمي الإنترنت حول العالم كان في عام 2000م لا يتجاوز (360) مليون نسمة بينما تشير الأرقام وحتى (30) يونيو 2014م إلى أن معدل الاستخدام تجاوز (3) مليار نسمة بمعدل نمو يصل إلى (741%) وبلغت نسبة الزيادة في المنطقة الآسيوية أكثر من (1112%) بينما في الشرق الأوسط (3303%) و(6489%) في المنطقة الإفريقية<sup>(1)</sup>.

وأشار بعض الباحثين إلى أن هذه الوسيلة أصبحت الأسرع انتشارا في تاريخ البشرية، فقد احتاج الراديو إلى (38) عاما ليصل عدد مستخدميه إلى (50) مليون شخص واحتاج التلفزيون إلى (13) عاما للرقم نفسه وبينما حققت الشبكة الرقم خلال أقل من (5) أعوام فقط. وتعتبر هذه الحقيقة عن الترحيب الذي حظي به استخدام شبكة المعلومات الدولية، خاصة مع التطبيقات الجديدة التي ربطت بين أجهزة الهاتف الشخصي (الموبايل) وبين الإنترنت وخدمات التواصل والاتصال مع الأفراد والمجموعات، ويشمل ذلك الرسائل النصية وتبادل المعلومات والصور والملفات ومقاطع الفيديو وحتى المكالمات الهاتفية أو التسجيلات الصوتية مما سمح للجمهور بإبداء الرأي والمشاركة في نشر الأخبار والمعلومات من موقع الحدث<sup>(2)</sup>.

وتشهد صناعة الإعلام الاجتماعي وشبكات التواصل الاجتماعي ازدهارا مستمرا مع ملايين المستخدمين الذين ينشرون التحديثات على صفحاتهم، ويتبادلون الصور، ويتكلمون على أخبار اليوم، حتى باتت هذه المواقع تشكل منصات هائلة للمحتوى. مع ذلك، لا يزال العديد من

---

(1) إبراهيم الصديق علي، مرجع سابق، ص 49-50.

(2) محمد سيد محمد وآخرون: وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت، دار الفكر، القاهرة، 2009م، ص 47.

القائمين على صناعة الترفيه في المنطقة العربية يخشون شبكة المعلومات الدولية، والإعلام الاجتماعي، هذا إن لم يكن يعتبرونه منافسا لهم، لأنهم ببساطة لا يعرفون كيفية التعامل معه"<sup>(1)</sup>.

أما عن ملكيتها- الإنترنت- فهي ليست ملك شخص أو مؤسسة أو حكومة، ولا تخضع للنظم الإدارية المتعارف عليها كونها ليس لها رئيس أو مجلس إدارة، فملكيتها تعود لجميع من يستخدمها، "والسلطة الوحيدة للشبكة تتمثل في جمعية الإنترنت (Internet Societ) وهي هيئة اختيارية العضوية تهدف إلى الارتقاء بالتبادل الدولي للمعلومات من خلال تقنية هذه الوسيلة" فكل من يمتلك جهاز حاسوب أو يستخدم الحاسوب في العمل أو أي مكان آخر وهذا الحاسوب يحتوي على مراسل (modem) والبرمجيات اللازمة ويرغب في دفع أجور الخدمات يستطيع أن يشترك في الإنترنت.

### استخدامات الإنترنت في المجالات المختلفة:

لشبكة عدة استخدامات وفي مجالات متنوعة لذا كان تعريفها متعددًا ومتنوعًا حسب المجال المستخدمة فيه، فالإنترنت تقدم لمستخدميها وروادها عدة خدمات في شتى المجالات الاتصالية والمعلوماتية والإعلامية، وتقدم هذه الخدمات بأقل تكلفة مادية وبأسرع وقت وأقل جهد.

كما أن استخدامها يتنوع ما بين استخدامات المؤسسات والمنظمات والأفراد كل حسب تخصصه وطلبه والحاجة التي جعلته يستخدم هذه الوسيلة.

---

(1) د. فيصل كامل نجم الدين، جودة البرامج بين الجمهور المباشر.. والجمهور الإلكتروني، مجلة الإذاعات العربية مجلة فصلية تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية العدد 3، 2016م، ص 54.

ولا يمكن حصر استخدامات الشبكة في نقاط محددة لأنها متطورة ومتنوعة وشاملة لكافة

التخصصات والحاجات ولكن يمكن ذكر بعضها على سبيل المثال لا الحصر<sup>(1)</sup>.

#### - الخدمات المالية والمصرفية:

أغلب المصارف اليوم تستخدم الشبكة في جل أعمالها المصرفية اليومية لتقديم الخدمات لزيائنها، وإدارة حساباتهم المصرفية، كما من خلالها يتم متابعة حركة البورصات المحلية والعالمية وأخبار الاقتصاد والمال، وعن طريق هذه الوسيلة يتم الربط بين فروع المصارف وإداراتها وعملائها في الداخل والخارج وإجراء كافة العمليات المصرفية. كما تتيح الشبكة عمليات الشراء والبيع والحولات المصرفية في الداخل والخارج لمن يشترك في هذا النوع من الخدمات.

#### - التعليم والبحث العلمي:

هذه الوظيفة ظهرت مبكرا في الجامعات الأمريكية قبل انتشار الشبكة عالميا واليوم تؤمن شبكة المعلومات الدولية خدمات تعليمية متنوعة، فهي تتيح للجامعات والمراكز البحثية والمؤسسات التعليمية في كافة التخصصات الاطلاع على كل ما يستجد في مجالات العلوم المختلفة، وتتيح لهذه الجامعات والمراكز نشر أبحاثها العلمية بما يسمح لرواد الشبكة من الباحثين والدارسين الحصول على هذه الأبحاث بأيسر الطرق وأسرعها وأقلها تكلفة.

كما أتاحت خدمة نقل واسترجاع ونسخ ونشر المعلومات والأبحاث والمواد العلمية إلى جانب الربط والتواصل بين الجامعات والمراكز البحثية في الداخل والخارج، وهناك عدد من المكتبات العلمية العالمية صار لها مواقع إلكترونية على شبكة المعلومات الدولية ترفع عليها ملايين الموضوعات والعناوين، وهي غالبا ما تكون ذات فائدة علمية للأساتذة والباحثين والطلاب لمواصلة الاطلاع والبحث العلمي والاستفادة مما ينشر في المجالات المتنوعة.

---

(1) عبدالمك ريمان الدنانى، مرجع سابق، ص59.

كما تستخدم الشبكة في عمليات التعليم عن بعد فظهرت عدة جامعات ومؤسسات علمية تمتلك مواقع إلكترونية تقدم خدمات التعليم عن بعد باشتراكات مالية وتمنح شهادات علمية.

#### - الصحافة:

لأهمية الأخبار بالنسبة للأفراد والجماعات وفيما بين الدول ظهرت وكالات الأنباء والأخبار والصحف والمجلات والمواقع التلفزيونية والإذاعية على الشبكة العنكبوتية، فهي تنشر الأخبار والمعلومات عبرها بعد أن وجدت فيها طريقا جديدا وسهلا وواسع الانتشار، كما أن الأفراد أيضا صاروا ينشرون الأخبار الخاصة بهم وبنشاطاتهم المتنوعة ومناسباتهم الاجتماعية على هذه الشبكة ليشاركونها مع غيرهم.

وبهذا أصبح كل مستخدم من الممكن أن يكون مراسلاً أو على تواصل مع وسائل الإعلام المحلية والدولية لنقل الأخبار والمعلومات والصور والفيديوهات عبر هذه الوسيلة الجديدة، وإعلام الجماهير بها وإثارة النقاش حولها.

كما إن الشبكة العنكبوتية صارت وسيلة الاتصال الأسهل والأسرع والأقل كلفة وجهد بين مراسلي الوسائل الإعلامية والإخبارية حول العالم لنقل الخبر وقت حدوثه نصا وصوتا وصورة<sup>(1)</sup>.

#### - خدمة البريد الإلكتروني:

يرى بعض الباحثين أن هذه الخدمة تعد أهم أسباب انتشار خدمات الشبكة لسرعتها وأهميتها، وأغنت عن استخدام الرسائل الورقية، والهاتف، والفاكس، كما تتميز بانخفاض التكلفة

---

(1) عبدالمك ريمان الدناني، مرجع سابق، ص59.

المادية وتعد هي الخدمة الأكثر شيوعا واستخداما بين الأفراد والمؤسسات، ويمكن لأي شخص فتح عنوان إلكتروني يرسل منه ويتلقى عليه الرسائل نصا مكتوبا وصوتا وصورة<sup>(1)</sup>.

#### - التسلية والترفيه:

توجد على شبكة المعلومات الدولية كثير من المواقع الإلكترونية التي تقدم خدمات الألعاب المتنوعة والمختلفة في كافة أنشطة التسلية والترفيه والألعاب الرياضية والذهنية، ويتاح لرواد هذه المواقع الاشتراك فيها والدخول عليها وممارسة الألعاب مع بعضهم البعض في ألعاب جماعية أو فردية أو بمشاركة شريك إلكتروني، كما يوجد على الشبكة الكثير من المواقع التي تنبث الموسيقى والأغاني والأفلام والمسلسلات، ويمكن الدخول على هذه المواقع في أي وقت ومن أي مكان متى ما توافرت أدوات الدخول على الشبكة.

وتعمل الشبكة في جميع مجالات الحياة نظرا لاحتوائها على معلومات كثيرة ووفيرة يمكن أن يطلبها روادها في أي وقت ومن أي مكان تتوفر فيه خدمة الإنترنت التي صارت تغطي مساحات واسعة جدا من الكرة الأرضية. كما أنها تغطي وتقدم هذه الخدمات بعيدا عن أعين الرقيب أي كان نوعه رسميا أو غيره.

وتعمل الشبكة في المجال الثقافي المتنوع الذي لا يخضع لسيطرة جهة معينة، وهي وسيلة فعالة لانتشار الثقافات من خلال التواصل بين الأفراد والجماعات داخل المجتمع الواحد أو مع مجتمعات ذات ثقافات وانتماءات متعددة ومختلفة.

كما أن خدمة الترجمة المتاحة على الشبكة حدت من عوائق اللغة في التواصل إلى جانب استخدام الصورة الثابتة والمتحركة التي تغني عن ألف كلمة. وتعمل الشبكة العنكبوتية في المجال السياسي حيث تمثل مسرحا للحوار والجدال السياسي توجه إليها الأفراد والأحزاب

---

(1) عبدالمك ردمان الدناني، مرجع سابق، ص107.

والهيئات السياسية لطرح وجهات نظرهم والحوار مع المؤيدين والمخالفين لهم ولجمع التأييد والتأثير في الآخرين. أيضا تعمل الشبكة في المجال الإعلامي فهي أضحت وسيلة إعلامية متعددة الوظائف وصارت جهازا إعلاميا متفاعلا لا يقف عند التلقي السلبي للمادة المنشورة حيث يمكن التحوار معها ومكنت المتلقي من طرح وجهة نظرة أمام الآخرين ومشاركتهم الآراء.

### أبعاد استخدامات شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت):

#### - أبعاد سياسية:

ظهور هذه الوسيلة وانتشارها كان له أثر على الجانب السياسي حيث مكنت المستخدمين من التعرف على الأوضاع السياسية في البلد والعالم والإطلاع على نشاطات الساسة وصار المواطنون يعقدون مقارنات مع البلدان الأخرى في هذا الجانب. كما أتاحت لهم الشبكة التعرف على معاني الديمقراطية والطرق التي تتم بها الانتخابات ومكنتهم من الاطلاع على برامج وخطط المنتخبين.

كما استخدمت الشبكة في بعض البلدان في تحفيز الناس ضد حكوماتهم والاعتراض على أداء حكوماتهم وعن طريقها يتم التحشيد لإحداث الثورات والانقلابات. وأيضا عن طريق الشبكة يمكن أن تتم الدعوة للتظاهرات المنددة أو المؤيدة لبرامج الحكومة.

كما يمكن أن تؤدي دورا في دعم الساسة والحكومة لتبني اتجاه ما، وكثير من ساسة وقادة العالم صار لهم مواقع على الشبكة ينشرون من خلالها رسائلهم للجماهير ويتلقون الردود بشكل تفاعلي آني<sup>(1)</sup>.

#### - أبعاد اجتماعية:

---

(1) مجلة آمال عربية تكنولوجيا عربية <http://arhope.com/technology>

لهذا البعد جانبان فمن جهة تعمل شبكة المعلومات الدولية على دعم وزيادة ترابط العلاقات الاجتماعية مع الآخرين والمساعدة على عقد صداقات جديدة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي المتنوعة والمتعددة الأغراض والمهام في صورة مذهلة للتواصل مع المحيط المحلي والخارجي وتبادل الثقافات والآراء.

ومن جهة أخرى يمكن أن تؤثر سلبيا على الترابط الأسري في المجتمع الواحد وتعمل على تفكيك العلاقات بين أفراد الأسرة الواحدة، وتجعل التواصل إلكترونيا باردا يفتقر لتكامل الأحاسيس، كما قد تؤدي إلى تبني ثقافات وعادات غريبة عن المجتمع، وقد تكون غير مقبولة ومنبوذة خاصة في المجتمعات التي توصف بالمحافظة.

#### - أبعاد اقتصادية:

يعد هذا البعد مهما حيث تؤثر هذه الوسيلة على الجانب الاقتصادي حيث ظهر نوع جديد من التجارة والتسوق الإلكتروني، ومن خلالها تنتشر المؤسسات الاقتصادية والصناعية والخدمية معلومات تسمح للأفراد بالبحث عن كافة المعلومات التي يرغبون في الحصول عليها وفي أي وقت ومن مصادر الإنتاج والتسويق لكافة أنواع الخدمات التجارية والخدمية ويمكن أن تقوم بعمليات الشراء والبيع والتبادل التجاري والخدمي بين الأفراد والجماعات والمؤسسات<sup>(1)</sup>.

#### - أبعاد ثقافية وعلمية:

بدايات شبكة المعلومات الدولية كانت تستخدم في الأغراض العلمية وإجراء البحوث وتبادل المعلومات بين الجامعات ومراكز الأبحاث والمكتبات وتطور العمل اليوم بها في هذا المجال وصولا إلى وجود جامعات ومؤسسات تعليمية تقوم بالتعليم عن بعد عبر الشبكة

---

(1) مجلة آمال عربية تكنولوجيا عربية <http://arhope.com/technology>

والوسائط المتعددة التي تعمل بها. كما يمكن عن طريقها الاتصال بالمكتبات والمراكز الثقافية للاستفادة منها في العلم والثقافة.

### استخدامات الشبكة في مجال الصحافة:

أصبحت الصحافة الإلكترونية أحد أهم البدائل الاتصالية الإعلامية التي صارت موجودة على الإنترنت ولها أثر في العملية الاتصالية الإعلامية، وصارت الصحف الإلكترونية سهلة التصفح مع إمكانية الرجوع إليها في أي وقت ومن أي مكان يمتلك فيه المستخدم أجهزة الدخول للشبكة، وبأقل تكلفة وجهد حيث تنبثق وتبرز العناوين عبر مسارات على شاشة الحاسوب أو الهاتف الذكي.

كما تمكن الصحافة الإلكترونية المستخدمين من الرجوع إلى خلفيات الخبر بشكل ميسر وتتيح الحصول على معلومات أكثر تفصيلا عن الخبر وخلفيات حدوثه من خلال روابط تشعبية مكنت من نقل المستخدم إليها للاستزادة عبر مسارات الخبر وتحليلات وتعليقات تتعلق به. كما أن أخبار الصحافة الإلكترونية أو المعلومات المنشورة تستفيد من سهولة تعرض المتلقين لهذه المواد وانجاس إشارات وإعلانات عنها في عدة مواقع على الشبكة لكي تحقق أعلى انتشار.

وقد صدرت أول صحيفة على الإنترنت عام 1992 وهي مطبوعة شيكاغو تريبيون (Chicago Online) واعتبرت صحافة الإنترنت حينها مجرد منفذ للتوزيع والانتشار بينما كشفت لاحقا أن الإنترنت تسعى إلى تحطيم الحاجز بين ما هو جمهوري ولا جمهوري، وتخليص



الإعلام من التلقي السلبي وتنوع الإعلام الجماهيري واسع الانتشار إلى إعلام متخصص موجه لفئات معينة<sup>(1)</sup>.

#### - تعريف الصحافة الإلكترونية:

ظهرت الصحافة الإلكترونية في بعض الدراسات العربية بعدة مسميات منها: الصحافة الإلكترونية، الصحافة التفاعلية، النسخ الإلكترونية، الصحافة الرقمية، الصحافة اللاورقية، الصحافة الفورية، صحافة الإنترنت، صحافة المدونات الصحافة الشخصية.

وعرف محمود علم الدين الصحافة الإلكترونية بأنها "الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت، وتكون على شكل جرائد مطبوعة على شاشات الحاسبات الإلكترونية تغطي صفحات الجريدة التي تشمل المتن الصور والرسوم والصوت والصور المتحركة"<sup>(2)</sup>.

وفي تعريف آخر بأنها "الصحافة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الإنترنت، ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها، بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدونها، وطبع ما يرغب في طباعته"<sup>(3)</sup>.

وهناك من عرّف الصحافة الإلكترونية بأنها هي النسخة الكمبيوترية للصحيفة، والتي تتم من خلال تخزين المعلومات إلكترونياً وإدارتها واستدعائها، سواء تم هذا الاستخراج والتخزين من مادة سبق نشرها ورقياً أو تم إدخالها مباشرة بما فيها من كلمات وصور ورسوم إلى شاشة الكمبيوتر الشخصي أو التلفزيون التفاعلي<sup>(4)</sup>.

---

(1) نبيل على: ثورة المعلومات (الجوانب التقنية)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت 2003م، ص21.  
(2) محمود علم الدين، شبكة الإنترنت ومستقبل صناعة الصحافة، جريدة الأهرام، بتاريخ 23 أكتوبر 1998م.  
(3) حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام، الصحافة الإلكترونية: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003م، ص13.

(4) محمد عبدالحكيم محمد، التجربة الإلكترونية للجرائد المصرية المطبوعة، دراسة تحليلية للجرائد القومية اليومية، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وأفاق التكنولوجيا، القاهرة: أكاديمية أخبار اليوم، أبريل 2003، ص4.

ويؤرخ بعض الباحثين بعام 1995م لانتشار الصحافة الإلكترونية حيث دخلت في هذا العام الصحافة الإلكترونية عصر التوزيع الإلكتروني الجماهيري، وأصبحت لغالبية الصحف مواقع على الشبكة تضم بعضها النسخة الكاملة من الصحيفة المطبوعة، أو منتجات معلوماتية أخرى<sup>(1)</sup>.

عربيا كانت صحيفة الشرق الأوسط أولى الصحف العربية التي دخلت عالم الإنترنت فقد أطلقت نسختها الإلكترونية في 9 سبتمبر 1995م، ثم لحقت بها صحيفة النهار اللبنانية في الأول من فبراير 1996م. ثم انتشر صدور النسخ الإلكترونية للصحف العربية، وأطلقت صحيفة الجزيرة كأول صحيفة سعودية تنشر نسختها الإلكترونية في منتصف أبريل 1997م<sup>(2)</sup>.

ومن العوامل التي ساعدت على اقتحام الصحافة لعالم الإنترنت<sup>(3)</sup>.

- أرادت الصحف أن تحجز لها مكانا على طريق المعلومات الجديد المتمثل في شبكة الإنترنت.

- الصحف دخلت هذا المجال تخوفا من أن تسبقها الصحف المنافسة.

- الصحف المطبوعة تعاني من الانخفاض المستمر في معدلات القراءة، والتوزيع.

- زيادة كلفة إنتاج الصحف المطبوعة وتوزيعها، في مقابل انخفاض تكاليف النشر الإلكتروني والانتشار الكبير الذي يمكن أن تحققه الصحف الإلكترونية.

- انخفاض عائدات الإعلان على الصحف الورقية.

- انتشار الإنترنت وتوجه كثير من الناس لاستخدام الشبكة.

---

(1) حسني محمد نصر، مرجع سابق، ص 13.

(2) عبدالله بن ناصر وفهد بن عبدالعزيز، اعتماد النخب على المصادر الإخبارية الإلكترونية الحديثة واتجاهاتهم نحو مستقبل انتشارها في المجتمع السعودي ص 7.

<http://www.e3lami.com/innerarticles.php?articleid=917&id=39>

(3) حسني محمد نصر، مرجع سابق، ص 93.

## استخدامات الشبكة في مجال الإذاعة المسموعة:

الإذاعة المسموعة عبر الإنترنت أو إذاعة الشبكة هو مصطلح يعني استخدام الإنترنت لتقديم الخدمات الإذاعية المسموعة.

المواد الإذاعية المقدمة من خلال الويب أو الإنترنت تقنياً لا يتم إرسالها عبر خطوط لاسلكية، لذا أطلق عليها اسم إذاعة ويب.

وللإذاعة عبر الإنترنت عدة مميزات منها انخفاض تكلفة إدارة الخدمة الإذاعية وتشغيلها، كما أن إمكانية وصولها إلى أي مستمع متاحة لكل من يستخدم شبكة الإنترنت في أي مكان في العالم. وبهذا تخطت العوائق التي قد تعترض وصول البث الإذاعي المسموع التي تستخدم تقنيات البث المعروفة في المحطات الإذاعية المسموعة.

وباستخدام الوسائط المتعددة يتم تقديم البث الإذاعي عبر شبكة الإنترنت القليلة التكلفة، والجهد حيث إنه لا حاجة لمعدات إلكترونية وأسلاك للتوصيل وغيرها من التقنيات التي كانت تستخدم عند إنشاء محطة إذاعية مسموعة المعروفة في السابق، كما أن إذاعة شبكة الإنترنت لا تحتاج لتوظيف تقنيين لإدارة المحطة ولا عدد كبير من الفنيين والموظفين<sup>(1)</sup>.

وعن إمكانية إنشاء إذاعة مسموعة باستخدام شبكة الإنترنت يقول المهندس محمد الصيرفي، المتخصص في الشبكات والبث الفضائي، إن كل ما يحتاجه من يرغب في إنشاء إذاعة مسموعة عبر الإنترنت هو مكان للبث، حتى لو كان هذا المكان هو المنزل، فقط يحتاج توافر جهاز كمبيوتر أو أكثر، بالإضافة إلى خط إنترنت فائق السرعة، ثم يتم العمل على شراء برنامج البث الإلكتروني للراديو، كما يمكن استخدام البرنامج المجاني المتاح على الشبكة أولاً.

---

(1) <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%>

أو استخدام طريقة المواد المسجلة، وبعد ذلك تأتي تكلفة حجز مساحة الموقع واختيار اسم النطاق (الدومين)<sup>(1)</sup>.

"ويعود تاريخ الإذاعة عبر شبكة الإنترنت إلى عام 1993 في الولايات المتحدة، حيث أطلق كارل ملاماد برنامج مقابلات عبر الشبكة، يقابل فيها خبيراً تقنياً كل أسبوع وتبث المقابلة عبر الشبكة. وقد كانت تلك الإذاعة تحمل اسم (إنترنت تالك راديو) وكانت تبث لعدد محدود من الساعات على مدار اليوم، تبعتها أول إذاعة إنترنت تبث على مدار اليوم في أميركا أيضاً عام 1995 تحت اسم (اتش. كي)<sup>(2)</sup>.

وفي العالم العربي، عرفت مصر إذاعة الإنترنت في عام 2000 من خلال المحطات التي دخلت هذا المجال، وهناك بعض الإذاعات استطاعت الدخول في هذا المجال، وخلق شخصية خاصة بها عبر الإنترنت مثل إذاعة (محطة مصر) و(وسط البلد) و(حريتنا) و(بنات وبس) والعديد من الإذاعات الأخرى.

إن راديو الإنترنت متعدد الوظائف وتفاعلي، وهذا الراديو من الممكن أن ينقل التحكم في هذه الوسيلة الإعلامية من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون إلى المتلقي<sup>(3)</sup>.

### استخدامات الشبكة في التلفزيون:

عملت شبكة الإنترنت على تسهيل العمل التلفزيوني بل صارت جزء من العمل التلفزيوني ذاته، وذلك أنها أوجدت نوعاً من العلاقة الحميمة مع المتلقي وإشعاره بأنه موضع اهتمام التلفزيون وجزء من العمل التلفزيوني.

---

(1) <http://alarab.co.uk/?id=24819> صحيفة العرب أول صحيفة عربية يومية تأسست في لندن 1977،

09/06/2014، العدد: 9584، ص(18)

(2) <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%>

(3) د. فيصل أبو عيشة، مرجع سابق، ص 86.

وأن تفاعله مع القناة مهم ورسائله ستجد طريقها للنشر والنقاش والرد عليها في الحلقة أو البرنامج ذاته، بل تعتبر ملاحظات المتلقين وآراؤهم من المواد الأساسية في البرامج التي تبثها.

كما أن القنوات الفضائية التلفزيونية تعمل على نشر تفاعلات الجماهير على شريط يظهر أسفل الشاشة ويتم تحديثه دوريا يحمل آراء وأفكار المشاهدين والمتابعين، كما تنتشر مشاركاتهم المصورة والفيديوهات التي يقوم مستخدمو الإنترنت بنشرها على الشبكة أو التي يتم إرسالها عبر التطبيقات إلى القنوات عبر الإنترنت. حيث تنتشر أغلب القنوات التلفزيونية عناوينها الإلكترونية والتطبيقات التي تتلقى بها المشاركات على شبكة الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك وتويتر وأنستغرام وغيرها وتذكر أنها تتلقى رسائل ومشاركات وآراء المشاهدين عبر هذه العناوين والتطبيقات وان موادهم ستجد طريقها للنشر والرد عليها.

أيضا تقوم الفضائيات باستطلاعات الرأي العام حول موضوعات البرامج والأحداث التي تهم المتلقين، وتنتشر تعليقاتهم حول الأحداث والأخبار والموضوعات المطروحة للنقاش والحوار.

أيضا ظهرت برامج متخصصة في عرض نشاطات ومناسبات الجماهير التي تنتشر على الإنترنت سعيا من القنوات الفضائية للمحافظة على جمهورها ومشاركاتهم لحظاتهم. كما أن ظهور مقدمي البرامج التلفزيونية وهم يتعاملون مع أجهزة الحاسوب الموضوعة أمامهم على الطاولة أو الأجهزة اللوحية أي باد أو الهاتف الذكي الموصولة بالإنترنت صارت جزءا من مستلزمات وأدوات مقدمي النشرات والبرامج التلفزيونية سعيا للتواصل مع المشاهد. ويظهر الإنترنت وتطور وسائل الاتصال الحديثة دفعت البعض إلى الحديث عن نهاية التلفزيون الذي ينشطى بتعدد شاشات العرض، وتنوع منصات البث، وبتشدد معه الجمهور الذي (يتحرر) من إكراهات الزمان والمكان. الجمهور الذي أصبح يمتلك العدة التقنية التي تمكنه من بناء شبكة برامجه التلفزيونية أو تشكيل قنواته التلفزيونية في ظل انفصال المادة التلفزيونية والثقافية عن

حاملها، وأضحى يروم دور الشريك في إنتاج البرامج التلفزيونية<sup>(1)</sup>. لذا القنوات الفضائية أوجدت لها مواقع إلكترونية خاصة بها حيث أصبحت هذه المواقع الإلكترونية على الإنترنت تعمل في إطار القناة التلفزيونية وتعد نظام تشغيل اجتماعي من المتلقين يساند عمل القناة<sup>(2)</sup>.

إذا لقد دخلت الإنترنت في عرين التلفزيون، وارتبطت لغة بأخرى وصار المتلقي يعيش التواصل البيئي المباشر عبر شبكة الإنترنت، ويمكن القول أن المتلقي صار يجلس في الأستوديو الخاص بالأخبار أو البرامج ويجلس في غرفة تحرير الأخبار وصار مراسلا وموفدا غير رسمي للقناة في مواقع الحدث. واهتمت مراكز أبحاث ودراسات بالقيام بدراسات واستطلاعات للوقوف على حقيقة توجه جمهور التلفزيون إلى استخدام الإنترنت حيث قالت دراسة نشرتها شركة (إفيكتف ميجر) (Effective Measures)، الشركة المتخصصة بأبحاث الإنترنت وتم تنفيذها بالتعاون مع شركة العلاقات العامة (Spot On PR) أن مستخدم الإنترنت في الشرق الأوسط يقضي وقتاً أطول على الإنترنت من الذي يقضيه في مشاهدة التلفزيون، ويظهر الاستطلاع الذي شمل أكثر من (2500) مستخدم للإنترنت في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بوضوح أن نسبة (88%) من مستخدمي الإنترنت في المنطقة تدخل إلى شبكة الإنترنت يومياً، وتمضي نسبة كبيرة منهم وقتاً أطول على شبكة الإنترنت من الوقت الذي يقضونه في مشاهدة التلفزيون<sup>(3)</sup>.

وعلق (Carrington Malin) كارينغتون مالين المدير العام لشركة (Spot On PR)

للعلاقات العامة قائلاً: "هناك القليل ممن يشكك في أن المنطقة تتحرك باتجاه استخدام واسع

---

(1) نصر الدين لعياضي، صعوبات التفكير في تلفزيون الجودة بالمنطقة العربية، مجلة الإذاعات العربية، مجلة فصلية تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 3، 2016م، ص 17-18.

(2) د. صباح ياسين، الإعلام الفضائي في الوطن العربي: تحليل للمضمون والتأثير في النخب والرأي العام، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، بيروت، 2013، ص 143.

(3) البوابة العربية للأخبار التقنية 2005-2013.

النطاق للإنترنت، ولكن من المثير للاهتمام أن يتم تحديد مقدار الوقت الذي يقضيه الناس للحصول على المعلومات من الإنترنت مقارنة مع الأشكال الأخرى من وسائل الإعلام<sup>(1)</sup>. وبهذا يكون التلفزيون الفضائي قد انضم إلى وسائط تواصلية اجتماعية ذات قيمة تفاعلية ولم تعد القيمة هنا في التدفق باتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي بل أضحي العمل التلفزيوني تبادليا بامتياز "إن التلفزيون الفضائي في اندماجه التفاعلي مع وسائط التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت قد حقق الانتقال المؤثر لقطاع المتلقين"<sup>(2)</sup>.

### الوسائط المتعددة:

شبكة المعلومات الدولية تستخدم تقنيات حديثة بفضل تطور أجهزة الحاسوب التي جعلت منها تعمل على تقديم المواد والمعلومات في قوالب متعددة، نص مكتوب، وصوت، وصور ثابتة ومتحركة، ورسومات وخطوط. وتعرف هذه التقنية بالوسائط المتعددة وكان قد سبق في استخدامها التلفزيون ولكن بتطورها صارت ذات إمكانات متعددة، وهي تقنية قديمة إلا إنها تطورت بشكل مذهل بفضل تزاوج الحاسوب والفيديو وأنتجت ما سُمي بالوسائط المتعددة، والتي أسهمت في تعظيم الأثر الاتصالي عامة و العملية الإعلامية خاصة، من خلال ما تتوافر عليه من عناصر مقروءة ومرئية ومسموعة. ولذا صار الإنترنت منافسا قويا للتلفزيون والوسائط الإعلامية والاتصالية الأخرى بفضل هذه التقنيات والمعلومات الوفيرة التي يتم نشرها بواسطتها. ويقول هولسنجر "بمقدور الوسائط المتعددة أن تكون إحدى أفكار أقوى الأشكال في نقل الأفكار، والبحث عن المعلومة وتجربة الأفكار الجديدة لأي وسيط اتصال تم تطويره والقسم

---

(1) شبكة المعلومات الدولية [www.Forum.egyot.com](http://www.Forum.egyot.com).

(2) صباح ياسين، مرجع سابق، ص 145.

الأكبر من برامج التلفزيون والفلم والرسوم الفنية والكتب والمجلات والتسجيلات الإذاعية والرسوم المتحركة، كما تضيف الوسائط المتعددة ميزة مهمة أخرى إلى هذا الخليط وهي التفاعلية<sup>(1)</sup>.

وتشير برامج الوسائط المتعددة إلى أنها برامج تمزج بين الكتابات والصور الثابتة والمتحركة والتسجيلات الصوتية والرسومات الخطية لعرض الرسالة وهي التي يستطيع المصمم أن يتفاعل معها مستعينا بالكمبيوتر وبرامجه، كما تعمل على إثارة العيون والآذان وأطراف الأصابع كما تعمل أيضا على إثارة العقول وهي تضم مزيجا من النصوص المكتوبة والرسومات والأصوات والموسيقى والرسوم المتحركة والصور الثابتة والمتحركة ويمكن تقديمها للمشاهد عن طريق التلفاز أو أي وسيلة إلكترونية أخرى.

وتعد الوسائط المتعددة بأنها التكامل بين أكثر من وسيلة واحدة تكمل كل منها الأخرى عند العرض، وقد أدى ظهور إمكانات إحداث التزاوج بين الفيديو والكمبيوتر، إلى حدوث تطورات هائلة في مجال تصميم وإنتاج برامج الوسائط المتعددة وعرضها بواسطة الحاسوب، أو أجهزة الهواتف الذكية، والتلفزيون<sup>(2)</sup>.

هذا التحول الكبير جعل من وسائل الإعلام القديمة الصحافة والمجلات والكتب والراديو والتلفزيون تتجه إلى أن يكون لها وجود على شبكة الإنترنت لتحد من منافسة هذه الشبكة حيث تقول بعض الدراسات والإحصاءات إن شبكة الإنترنت تكاد تستحوذ على سوق الإعلانات وتسحب المعلنين التلفزيونيين إليها.

### خدمة الإنترنت في ليبيا:

---

(1) أم هاني أبو صباح الشيخ الطيب، فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج برامج التلفزيون - دراسة تطبيقية على التصميم الإيضاحي بتلفزيون السودان في الفترة من 2009- 2011 جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية علوم الاتصال قسم الوسائط المتعددة بحث لنيل درجة الدكتوراه، 2012، ص 28.

(2) أم هاني، مرجع سابق، ص 39.



## نبذة عن شركة ليبيا للاتصالات والتقنية:

تعتبر شركة ليبيا للاتصالات والتقنية المزود الوحيد لخدمات الإنترنت في ليبيا، شركة ليبيا للاتصالات والتقنية اختصاراً (LTT) هي المزود الرئيس والمتحكم في توزيع خدمات الإنترنت في ليبيا. تأسست (كشركة مساهمة) ليبية عام 1997.

باشرت عملها كمزود خدمة الإنترنت الأول في ليبيا بمطلع سبتمبر 1999 تم ضمها فيما بعد إلى الشركة العامة للبريد والاتصالات السلكية واللاسلكية<sup>(1)</sup>.

اقتصرت خدماتها في البداية على خدمة الإنترنت عبر تقنية الطلب الهاتفي (Dial Up)، ثم خدمة الخطوط المخصصة (Leased line)، أضيفت إليها مع السنوات خدمات أخرى لفئتي الأفراد والأعمال. تنهم الشركة باحتكارها للسوق الليبي، سوء خدمات ما بعد البيع حيث إن الدعم الفني ضعيف جداً ومن النادر أن يتم الرد على هاتف الدعم الفني كما تعاني خدمة واي ماكس من الكثير العيوب. قيام الشركة وبصفتها المزود الوحيد للخدمة بحجب الكثير من المواقع الإلكترونية عن مستخدميها في ليبيا بالإضافة للعديد من المواقع التي لا ترضخ لسلطة النظام في ليبيا قبل وبعد 17 فبراير 2011.

تقدم الشركة خدمات منها للأفراد تتمثل في:

### - ليبيا نت:

الاسم التجاري للخدمة القائمة على تقنية الطلب الهاتفي طلب هاتفي. أولى تقنيات الإنترنت التي أطلقتها الشركة عام 1999م، وإحدى طرق الوصول إلى الإنترنت، يتيح استخدام الخط الهاتفي للولوج إلى شبكة الإنترنت، ولكنه يشغله طيلة فترة الاتصال.

### - خدمة ليبيا DSL:

---

(1) <https://ar.wikipedia.org/wiki/>

الاسم التجاري للخدمة القائمة على تقنية خط اشتراك رقمي غير متماثل. وتم إطلاق هذا النوع من الخدمة عام 2005م، وهي إحدى طرق الوصول إلى الإنترنت عبر الهاتف وأكثرها شيوعاً، يتيح استخدام الخط الهاتفي للاتصال بالإنترنت وإجراء المكالمات الهاتفية في الوقت ذاته.

#### - ليبيا ماكس Libya MAX:

الاسم التجاري للخدمة القائمة على تقنية (WiMAX) وتعد خدمة الاتصال بالإنترنت اللاسلكي واسع النطاق الأحدث على المستويين الإقليمي والدولي، وتم إطلاق هذا النوع من الخدمة عام 2009م وتأتي ليبيا في مصاف الدول التي أطلقت الخدمة، القائمة على تقنية الاتصال بشبكة الإنترنت لاسلكياً على نطاق واسع دون الحاجة إلى خطوط هاتفية، صممت المرحلة الأولى للمشروع لتستوعب (100.000) مشترك في (18) مدينة.

#### - الألياف إلى البيت Fiber to home:

خدمة حديثة من الخدمات التي أطلقتها الشركة لتستهدف بها التجمعات السكنية الحديثة، دشنت كبدية في مشروع حي الزهور بمدينة طرابلس، لتقديم العديد من الخدمات عبر وصلة واحدة، كتطبيقات الإنترنت متعددة الوسائط، الهاتف عبر بروتوكول الإنترنت، والعديد من الخدمات الأخرى<sup>(1)</sup>.

#### التلفزيون:

#### نشأة وتطور التلفزيون:

الإرسال التلفزيوني اليوم وبفضل الأقمار الصناعية والأطباق الفضائية صار يغطي مساحة شاسعة من الكرة الأرضية وبهذا وصل إلى جماهير عريضة ودخل حياة الشعوب، وأخذ

---

(1) <https://ar.wikipedia.org/wiki/>

مكانه في قائمة ضروريات البيت ومكاتب العمل والمقاهي وصار جزءا من وسائل المواصلات، ويفضل تقنيات الوسائط المتعددة تمكنت الهواتف الذكية وأجهزة الحاسوب والأجهزة اللوحية من تلقي إشارات البث التلفزيوني.

التلفزيون من أقدم وسائل الإعلام التي عرفها الإنسان على شد انتباه الناس كونه يجمع بين الصوت والصورة والحركة لارتباطها بحاستي السمع والنظر وهي من أهم الحواس لاتصالها بما يجري في نفس الإنسان من أفكار ومشاعر، كما أن قدرة التلفزيون على نقل الحدث وقت حدوثه في أي مكان من العالم شكلت رابطا بين البشر جعلهم يشتركون في متابعة الأحداث، وصاروا يتشاركون في تلقي المعلومات الجديدة من داخل البلد الواحد أو خارجه بأسلوب سهل وجذاب، والتلفزيون يمتلك خاصية تسجيل الأحداث والمعلومات وتكرار بثها وإمكانية استرجاعها، مما مكن الإنسان من التعرف على محيطه ومعرفة العالم من حوله ومتابعة الأحداث وتبادل الخبرات والمعارف والمعلومات. ولارتباط هذه الوسيلة بحياة الناس أصبح من الوسائل المهمة التي توجهت لها النخب السياسية والاقتصادية، والثقافية وغيرها لخلق التواصل مع الجماهير بهدف إعلام وتنقيف وترفيه الجمهور وتزويدهم بالمعلومات والأخبار بهدف التأثير عليه بغية جعل الناس تتبنى أفكار وآراء هذه النخب.

وتطورت رغبات وحاجات جمهور وسائل الإعلام مع تطور وسائل الإعلام وتقنياتها وظهر وسائل الإعلام الجديدة ومن أهمها الإنترنت التي حققت وخلقت حاجات جديدة وبدأ المتلقي فاعلا في تعامله مع هذه الوسائل.

أيضا الفضاء الاتصالي التلفزيوني عبر الأقمار الاصطناعية شهد زيادة في عدد القنوات الفضائية والمتخصصة التي صارت ترسم مسارات وخيارات سياسية واقتصادية واجتماعية جديدة تختلف عن عصر التلفزيون المحلي، وصار من الضرورة دراسة علاقة البث الفضائي وتفاعله

مع تقنيات العصر والتي منها شبكة المعلومات الدولية التي استوعبت كافة أشكال وسائل الإعلام التي صارت توصف بالتقليدية.

انتشار الفضائيات وشبكة المعلومات خلق اهتمامات جديدة لدى الجمهور وجب الوقوف عندها للاستجابة لهذه الاهتمامات لتحقيق الانتشار وتسخير تطور تكنولوجيا الاتصالات لكي تعمل وسائل الإعلام بشكل جيد ولتحافظ على تواصلها بالجمهور وتنمي العلاقة معه.

ومع إدخال هذه التقنية كان الخط بين الشبكة العنكبوتية والتلفزيون غير واضح وبسبب هذا يخشى كثيرون من أن إدخال الشبكة قد يكون بداية نهاية التلفزيون ففي عام 2011، كان (98) في المئة من المنازل الأمريكية لديها تلفزيون، وفي عام 2012 انخفض هذا الرقم إلى (97) في المئة، وهو أول انخفاض على الإطلاق في هذه الإحصائية. غير أن وجه التلفزيون قد تغير عدة مرات وفي كل مرة للأفضل، ولا نعرف ما الصورة التي سوف يبدو عليها التلفزيون غدا، ويعتقد أنه من الآمن القول إنها سوف تستمر في التطور وأن التلفزيون هو التقنية التي وجدت للبقاء<sup>(1)</sup>.  
التلفزيون وظهور الإنترنت اليوم هي من وسائل الإعلام الأكثر انتشارا التي جذبت إليها الباحثين لدراسة الوسيطتين وكيفية عملهما والوقوف عند المحتوى الذي يطلبه جمهور هذه الوسائل ومعرفة التقنيات والخدمات التي تؤديها كلتا الوسيطتين.

في هذا الوقت يُطرح سؤال: هل انحسر جمهور التلفزيون واتجه إلى الإنترنت الذي استوعب كل الوسائل الإعلامية وصار يقدم محتواها للمتلقي عبر أجهزة الحاسوب المحمولة والهاتف المحمول ويتيح له أن يكون فاعلا فيها بل صار المتلقي منتجا للمادة الإعلامية؟، هذا

---

(1) البث التلفزيوني عبر الإنترنت - 10 فبراير 2014 تطور تسليم التلفزيون  
<http://www.leightronix.com/&usg=ALkJrhgGUeIRojyogug9vQKOJm4V9Bpw=>

ما تبحث فيه هذه الدراسة. والحقيقة تقول لقد انعكست تطورات التقنية على التلفزيون وأحدثت تغييرات ملحوظة، أوجزها البعض في:

- **سلعية التلفزيون**، حيث تحول من مؤسسة تقوم على وظائف اجتماعية تحدد الدولة آليات استعمالها إلى مؤسسة اقتصادية يحكمها منطق الربح والخسارة.
  - **تغيير التلفزيون**: حيث سمحت ظاهرة الاندماج (Convergence) لظهور حوامل جديدة الإنترنت والهاتف الجوال، والأجهزة المماثلة وتؤدي هذه الظاهرة إلى تغيير عملية التلقي الاجتماعي حيث تشجع الحوامل الجديدة على أشكال تلقي أكثر فردية.
  - **بنية التلفزيون**: فقد تطور التلفزيون من وسيط لتبث المضامين إلى وسيلة تواصلية يستخدمها الأفراد للتواصل فيما بينهم كالهاتف والإنترنت. ولم يعد اليوم تعبير "شاشة" حصريا على التلفزيون، فقد تكون شاشة الكمبيوتر أو الهاتف وأجهزة أخرى مماثلة؛ وقد تزايدت شاشاتها للاقتراب من شاشة التلفزيون، كما تقلصت شاشة التلفزيون للاقتراب منها، ليس في الحجم فقط وإنما في الوظائف والاستخدام، لقد ولدت ما يسميه البعض (هجانة) أو أطلقت عليه تسمية (Media Siphon) حيث تتعايش أنماط اتصالية متعددة<sup>(1)</sup>.
- "أن نشأة وتطور التلفزيون ارتبط بالتكنولوجيا بشكل وثيق من خلال الإنتاج والتشغيل والبت والتوزيع"<sup>(2)</sup>.

سؤال انحسار الوسائل الإعلامية القديمة ليس بجديد رغم أهميته حيث هدد الراديو الصحافة المكتوبة بداية ظهوره؛ ولكنه سرعان ما استوعبها وطرحها لمستمعيه ضمن برامجه مما

---

(1) الصادق الحمamy وأحمد حيداس ورقية مصطفى: استخدامات الإنترنت في الإذاعة والتلفزيون، سلسلة بحوث ودراسات اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد68، تونس، 2009م، ص16.

(2) حسن مكاوي ومحمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة 2009م، ص67.

ضاعف الاهتمام به، وهذه الحالة سجلت مع كافة وسائل الإعلام الأخرى بدايات ظهورها والمتمثلة في القول بأن الوسائل الإعلامية الجديدة تهدد وجود الوسائل التي قبلها.

## نشأة وتطور التلفزيون في العالم:

استفاد مخترعو التلفزيون من الاختراعات السابقة حيث وظفت اختراعات كل من التصوير الفوتوغرافي، والسينما أسس نظرية وعلمية لتصوير الأشياء الثابتة والمتحركة ومن ثم عرضها على الشاشة، وبدوره وضع الراديو أسس نقل الإشارات الصوتية، وبالتالي المرئية عبر الموجات الهوائية. أيضا التطورات التاريخية والاجتماعية دفعت وساهمت في تطوير تقنيات الصورة التلفزيونية والإرسال التلفزيوني وضمنت توثيق الأحداث التاريخية والاجتماعية والعلمية والسياسية. اليوم الصورة التلفزيونية تجاوزت الزمانية والمكانية وجعلت من العالم قرية كونية صغيرة بفضل استخدام الأقمار الصناعية في مجال الإرسال التلفزيوني<sup>(1)</sup>.

ويقول وليامز ووليامز إن اختراع التلفاز لم يكن حدثا فرديا بل اعتمد على مجموعة من الاختراعات السابقة في مجال الكهرباء والتلغراف والتصوير الفوتوغرافي، والسينما، والإذاعة في الفترة من 1875 - 1890<sup>(2)</sup>.

وبداية ظهور التلفزيون في العشرينات من القرن العشرين، كانت بتوصل المهندسين إلى أن الصوت والصورة يمكن نقلها عن طريق موجات الراديو، وفي منتصف القرن قام المهندسون

---

(1) جمال محمد عبدالحى، مدخل تاريخي لنشأة وتطور التلفاز، أمارياك، مجلة علمية محكمة تصدر عن الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا، المجلد الثالث، العدد السابع، 2012، ص 1.

(2) جمال محمد عبدالحى، المرجع السابق، ص 3.

بتجربة مثيرة ومهمة لنقل الصورة بين نيويورك وواشنطن عن طريق الأسلاك، وبها أمكن مشاهدة الصورة على شاشة لا تزيد مساحتها على عدد صغير من البوصات<sup>(1)</sup>.

وفي بريطانيا جرت أولى المحاولات لنقل الصورة عام 1924م وحقت النجاح بعد خمس سنوات، عندما بدأ أول إرسال تلفزيوني غير منتظم. وقد بدأت الولايات المتحدة البث للجمهور في عام 1936م، وكانت أول محطة تقدم الخدمات التلفزيونية وبصورة منتظمة عبر المحطة التي أنشأها جون ولويجي بيرد (Bird)، وتأخر نمو التلفزيون بسبب عاملين هما الحرب العالمية الثانية والتجميد الذي فرضته الحكومة<sup>(2)</sup>.

ومع ظهور الأقمار الصناعية حقق التلفزيون استفادة مهمة من هذه التقنية التي عملت كنظام اتصال قادر على نقل الصور التلفزيونية إلى مسافات بعيدة منتصرا على العوامل الجغرافية، وبها تخطى حاجز المحلية في بثه.

وبمرور الوقت تطورت التقنيات وانطلقت إلى الفضاء مئات القنوات الفضائية، التي استطاع العديد منها جذب اهتمام المشاهد، وقد ارتبط تعدد القنوات الفضائية الحكومية والخاصة بنشأة المدن الإعلامية وتطورها، خاصة في البلاد التي تسمح قوانينها بذلك<sup>(3)</sup>.

ويشهد العالم حاليا زيادة هائلة في عدد القنوات الفضائية على مختلف المستويات الدولية والإقليمية، وتسابقت الهيئات التلفزيونية المختلفة على تحسين خدماتها الإنتاجية والتقنية.

وتسعى الفضائيات إلى إضافة المزيد من الخدمات في ظل الصراع والمنافسة المختلفة بين دول العالم، للاستحواذ على عقول الجماهير والتأثير عليها، وبهدف جذب اهتمام الجمهور

---

(1) علي محمد شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة "الإنترنت، القمر الصوتي، الملتيميديا"، (القاهرة: الدار القومية العربية للثقافة والنشر، 1999، ص 87.

(2) ملفين ل. ديفلير، سندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبدالرؤوف، ط 4، القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2002، ص 168.

(3) هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط 3، 2008م، ص 380.

وإشباع احتياجاته المختلفة، وتحقيق الانتشار الواسع لدى ملايين الجماهير وبيعها للمعلن لتحقيق الأرباح والاستمرار في العمل.

ومع ازدياد حدة المنافسة بين الفضائيات ظهرت الإنترنت في صورة متكاملة استوعبت كل القوالب الإعلامية التي تستخدمها وسائل الإعلام التقليدي بما فيها التلفزيون إن صح وصفه اليوم بالوسيلة التقليدية. ما أدى إلى "بروز الجمهور كأحد الفاعلين في المشهد الإذاعي والتلفزيوني من خلال "قدسية" عمليات سبر الآراء وتعدّد مسالك رد فعله"<sup>(1)</sup>.

### نشأة وتطور التلفزيون في الوطن العربي:

كانت بدايات البث التلفزيوني العربي قد تمت بواسطة الشركات الخاصة والغربية، وبعض القواعد العسكرية التي كانت موجودة في المنطقة العربية في الخمسينات من القرن الماضي. مثلاً في السعودية بدأت شركة آرامكو في البث التلفزيوني من مدينة الظهران لتغطي كافة المنطقة الشرقية في السعودية حيث تمكنت من البث في يونيو 1957م.

أما في ليبيا فكانت بداية البث التلفزيوني غير الحكومي قبل عام 1968م. عندما قامت القاعدة الجوية الأمريكية هوبلس (Wheelus Force Base) ببث برامج تلفزيونية. وفي مصر العربية كانت بداية البث التلفزيوني في 21 يوليو 1960م حيث بثت أولاً آيات من القرآن الكريم، ثم خطب جمال عبدالناصر، وفي يوليو عام 1961م تم إنشاء القناة الثانية المصرية وقدمت من

---

(1) د محمد قنطرة، الجودة والحوكمة في السمعى البصري، مجلة الإذاعات العربية، مجلة فصلية تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد3، 2016م، ص10.



خلالها البرامج الثقافية والتعليمية والتوجيهية، كما قامت الحكومة المصرية آنذاك بنشر تلفزيونات في الأرياف والقرى المصرية والمراكز الثقافية في حملة لترويج أفكار عبدالناصر وإيديولوجيته<sup>(1)</sup>. وبدأ البث التلفزيوني في البحرين عام 1973م من خلال محطة أنشأها الأمريكيون. وفي لبنان تقدمت مجموعة من رجال الأعمال للحكومة بطلب ترخيص لإنشاء محطة تلفزيونية خاصة، واعتمدت في دخلها وتمويلها على الإعلانات وكان ذلك عام 1956م.

أما البث التلفزيوني الرسمي الحكومي في الوطن العربي فكانت انطلاقته من العراق عام 1956م وكانت أغلب برامجه ترفيهية وفنية وقدمت البرامج باللغتين العربية والكردية<sup>(2)</sup>. وفي سوريا بدأ البث التلفزيوني عام 1960م كنتيجة للوحدة الاندماجية المصرية السورية. وفي سلطنة عمان بدأ البث التلفزيوني عام 1974م. أما في المملكة الأردنية الهاشمية فبدأ البث التلفزيوني في أبريل عام 1978م. تحت إشراف حكومي بالكامل، وافتتحت القناة الأردنية الثانية لتبث باللغة الإنجليزية ثم باللغة الفرنسية عام 1978م ويعتبر التلفزيون الأردني من أوائل التلفزيونات العربية التي بثت باللغة العبرية ووجهت للكيان الإسرائيلي كرد على الأخبار العربية التي يبثها المحتل الإسرائيلي.

وفي تونس بدأ البث التلفزيوني في 7 يناير 1966م. لساعتين في اليوم باللغتين العربية والفرنسية وغطى البث كامل تونس، وكانت بداية البث التلفزيوني في الجزائر في ديسمبر عام 1956م. وفي اليمن بدأ البث عام 1964م. وفي دولة الكويت بدأ البث التلفزيوني في 15 نوفمبر 1961م. وفي الإمارات كانت بداية البث التلفزيوني في 2 ديسمبر 1974م<sup>(3)</sup>.

---

(1) جمال محمد عبدالحى، مرجع سابق، ص 8-10.

(2) جمال محمد عبدالحى، مرجع سابق، ص 51.

(3) جمال محمد عبدالحى، مرجع سابق، ص 51.

والتحول الجذري في إطار البث التلفزيوني العربي تمثل في دخول القطاع الخاص غير الحكومي إلى ساحة البث التلفزيوني، حيث مهد لهذا التحول جملة من الخطوات كان من أهمها إنشاء منظمة عربية رسمية حكومية عام 1969م والتي عرفت باتحاد إذاعات الدول العربية. هذا الاتحاد بدوره مهد لبناء مؤسسة عربية أخرى رعت إنشاء قمر صناعي عربي لتأمين الاتصالات التي تختص في التبادل الإخباري بين الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية. عندها تأسست عام 1976 المنظمة العربية للتواصل الفضائي (أسكو) هذه المنظمة تولت الإشراف وتشغيل نظام التبادل الإخباري العربي عبر الأقمار الصناعية. وتطور هذا العمل بمرور الوقت ليصل لاتفاق الدول العربية على تأسيس المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عربسات) وتعد مؤسسة مستقلة في إطار جامعة الدول العربية. هذا المنجز العربي انبثق عنه وتبعه إنشاء منظمة محطات أرضية وتم التعاقد مع مؤسسات عالمية لتصنيع ثلاثة أقمار صناعية وإطلاقها لتغطي مساحة واسعة في فضاء العالم العربي وبعض البلدان المجاورة، وبالتالي وفرت هذه الأقمار خدمة هي الأولى من نوعها في المنطقة في مجال الخدمات الاتصالية التلفزيونية والإذاعية وفي مجالات الاتصالات التقليدية<sup>(1)</sup>. وتسارعت تطورات الاهتمام بالبث الفضائي التلفزيوني في الوطن العربي منذ عام 1967م. عند انعقاد مؤتمر وزراء الإعلام العرب في تونس حيث قرر في هذا اللقاء دراسة استخدام التكنولوجيا الحديثة في العمل على تطوير وسائل الإعلام العربية التي تعنى باستخدام البث التلفزيوني الفضائي<sup>(2)</sup>.

---

(1) د. صباح ياسين، مرجع سابق، ص 14.

(2) د. المنصف العياري. أ. محمد عبدالكافي، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية 56، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006، ص 7.

## البث التلفزيوني الفضائي العربي:

بدأ البث الفضائي التلفزيوني الرسمي في الوطن العربي في الأول من ديسمبر عام 1990م مع انطلاق القناة الفضائية المصرية، ثم لحقت بها قناة الكويت ودبي في أكتوبر 1992م وفي نوفمبر من العام ذاته انطلقت قناة أبو ظبي، وفي يناير 1993 كان انطلاق القناة الأردنية، وفي لبنان انطلق بث تلفزيون المستقبل في سبتمبر 1993م، وفي الفترة نفسها انطلقت القناة الفضائية المغربية والموريتانية وقناتا السعودية الأولى والثانية، وقناة عمان، وقناة التبادل الإخباري والبرامجي التابعة لاتحاد الإذاعات العربية.

وانطلق بث الفضائية السورية في يونيو 1995م وقنوات كل من السودان واليمن في نوفمبر 1995م، وقناة الشارقة في أكتوبر 1996م ثم انطلقت فضائيات كل من ليبيا وتونس في ديسمبر عام 1996م، وقناة عجمان الفضائية في فبراير 1998<sup>(1)</sup>.

انطلق البث التلفزيوني الفضائي في الوطن العربي الخاص ولأول مرة خارج حدود الدولة الوطنية وحدودها السياسية والجغرافية في عام 1990م حيث كانت البداية مع قناة (MBC) محطة تلفزيون الشرق الأوسط وبدأت البث من لندن كأول محطة تلفزيونية فضائية عربية مستقلة<sup>(2)</sup>.

واعتبرت هذه الخطوة هي الأولى التي خرج فيها التلفزيون العربي من سيطرة الحكومات العربية وخارج إطار الرقابة المسبقة واللاحقة كما يراها بعض المهتمين.

وانتشرت الفضائيات العربية بعد أن أتيحت لها السعة في الأقمار الصناعية وشهدت نهاية القرن الماضي وبداية الألفية الثالثة ما سمي انفجارا في عدد القنوات الفضائية العربية.

---

(1) هناء السعيد، الفضائيات وقادة الرأي، ط 2، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2005م)، ص 54.

(2) د. صباح ياسين، مرجع سابق، ص 19.

كما ظهر ما يمكن تسميته بمدن الإنتاج التلفزيوني العربي ومن أهمها مدينة القاهرة ومدينة دبي لتتحول لقاعدة نشطة في إنتاج وصناعة البرامج التلفزيونية في محاولة لتلبية الحاجات المتزايدة للقنوات العربية الفضائية وخلقت أجواء تنافسية شديدة لجذب المعلنين<sup>(1)</sup>.

### الفضائية الليبية:

افتتحت الفضائية الليبية بتاريخ 30 يونيو 1996م وحملت اسم "قناة الجماهيرية الفضائية" وتم افتتاح القناة بناء على قرار أمين اللجنة الشعبية العامة للإعلام والثقافة والتعبئة الجماهيرية الصادر في تاريخ 5 يونيو 1996م. وكانت هذه القناة قد بدأت في عملية بث إرسالها التجريبي في 15 مايو 1996 لتغطي شمال إفريقيا وأوروبا بواسطة القمر الصناعي (EUTE SATIIF) في الموقع المداري (16) درجة شرقا وعلى حيز (KU)<sup>(2)</sup>.

وبعد أن تم إطلاق القمر الصناعي المصري نايل سات (-NILE SAT-101) قامت الفضائية الليبية بحجز إحدى قنواته وشرعت ببث إرسالها عبر هذا القمر في يونيو 1998<sup>(3)</sup>.

### دور ووظائف التلفزيون في المجتمع:

التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري في العصر الحديث، وأكثرها تطورا ومواكبة للتكنولوجيا العصرية الحديثة وتوظيفها لخدمة عمله وتأثيره على جذب وشد انتباه المتلقي، ويعد من أكثر أجهزة الاتصال تأثيراً، فهو يخاطب العين والأذن معاً بالصوت والصورة.

---

(1) د. صباح ياسين، مرجع سابق، ص 20.

(2) أبوبكر مصطفى الوصيف "استخدام المرأة للتلفزيون الليبي والإشباع المتحققة. رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، 2004) ص 175.

(3) إياد شاكر، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، ب ط (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2001) ص

وتقول بعض الدراسات النفسية "إن الإنسان العادي يحصل على (98%) من معرفته عن طريق حاستي السمع والبصر، ومن هذه النسبة يحصل المرء على (90%) تقريبا عن طريق الأبصار وحدة فيما يحصل على نسبة (8%) عن طريق حاسة السمع و(2%) عن طريق حواس أخرى"<sup>(1)</sup>.

وفي قوة التأثير يقترب التلفزيون من الاتصال الشخصي الذي يتميز بفاعلية أكبر في درجة التأثير على الآراء والمواقف، حيث يتفوق التلفزيون على الاتصال الشخصي لما يمتاز به في بعض التفاصيل ومنها القدرة على تكبير الأشياء المتناهية الصغر، ويظهر للمشاهد التفاصيل الدقيقة عن طريق استخدام وتحريك الأشياء الثابتة بقدرة فائقة أو التركيز على أهم اللقطات القريبة المشاهدة بصورة لا مثيل لها، وتستخدم هذه الميزة في عمليات التعليم والإيضاح والتفسير والكشف والإمتاع مثال ذلك عند مشاهدة مراحل نمو الكائنات الحية الدقيقة وإبراز التفاصيل التي لا يمكن مشاهدتها أثناء الحركة الطبيعية وممارسة الحياة، وبتسجيلها وإعادة بثها بشكل بطيء ومكبر يمكن رؤية كثير من التفاصيل التي تغيب عن المشاهدة الطبيعية لخدمة أهداف متعددة<sup>(2)</sup>.

### سمات ووظائف التلفزيون:

يعتبر التلفزيون - تاريخياً - من وسائل الإعلام الجماهيرية، من خلال بث مضامين مختلفة نحو جمهور واسع غير متجانس، وبانتشار مصادر جديدة للمعلومات والترفيه على شبكة الإنترنت، والهواتف المحمولة وغيرها من وسائل الإعلام والقنوات التلفزيونية في مقدمتها مدعومة

---

(1) جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص 368 .

(2) محمد معوض: فنون العمل التلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ب ط، 2008م، ص 9.

أكثر من أي وقت مضى إلى أن تكون قادرة على لعب دورها كاملا في هذا العالم المَعُولم بإعطاء صوت لمن لا صوت لهم، ونشر التنوع الثقافي<sup>(1)</sup>.

وارتبطت وظائف التلفزيون في غالب نظريات الإعلام، بالترفيه والتثقيف والأخبار والتنشئة والتعبئة أو التنمية<sup>(2)</sup>.

- التلفزيون يعمل من خلال الجمع بين الحديث الصوتي والصورة المتحركة، وبهذا يتم نقل الوقائع والأحداث التي ييئها للمتلقي في صورتها الفعلية الواقعية.
- التلفزيون يقوم بنقل الصور وإظهار الانفعالات مع إبراز انفعال المشاركين وردود أفعالهم غير المنطوقة التي تظهر على تعابير وجوههم وأجسادهم وحركتهم.
- إمكانية التلفزيون على تقديم خدمة النقل المباشر للحدث، مما يمكن المشاهدين البعيدين عن مكان الحدث والمناسبات المهمة من متابعتها وقت حدوثها.
- يسجل وينقل التلفزيون بعض الأحداث التي يصعب ويتعذر مشاهدتها مباشرة على الطبيعة مثل نقل وقائع على سطح القمر أو الحياة في أعماق البحار والأنهار، وتسجيل ما لا تتمكن العين البشرية من التقاطه وقت حدوثه.
- ينقل التلفزيون صوراً ومشاهد لمشاهير الشخصيات العالمية والمحلية التي يصعب على الشخص الالتقاء بهم.
- يضاعف التلفزيون من درجة تركيز المشاهد كونه يخاطب في وقت واحد حاستي السمع والبصر.

---

(1) عبدالصمد مطيع، الجودة في القنوات التلفزيونية العمومية الأوروبية المحددات والأسس، مجلة الإذاعات العربية مجلة فصلية تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 3، 2016م، ص 29.

(2) جيهان رشتى: الأسس العلمية لنظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993م، ص 356.

- ينافس التلفزيون السينما بقوة حيث إنه ينقل الأفلام الروائية والتسجيلية إلى مكان المشاهد في بيته أو عمله أو في وسيلة المواصلات.
- يقوم التلفزيون بالتعليم وتعتمد الرسائل العلمية في التلفزيون على الصورة كعنصر أساسي كما إمكانية عرض النصوص المكتوبة والرسم وتكرار العرض ببطء.
- متابعة برامج التسلية والمسابقات والألعاب المباشرة التي تستهوي فئات المجتمع من الصغار والكبار.
- يتيح التلفزيون المشاركة المباشرة والمداخلات والتفاعل في البرامج الطبية والرياضية والدينية والسياسية وغيرها<sup>(1)</sup>.

### **كلية الإعلام جامعة بنغازي وقسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي:**

- نشأة كلية الإعلام بجامعة بنغازي وتطورها التاريخي:
- تعتبر كلية الإعلام واحدة من الكليات العلمية التابعة لجامعة بنغازي، وهي تمنح طلبتها درجة البكالوريوس في تخصصات الصحافة والنشر، الإذاعة والتلفزيون، العلاقات العامة والإعلان وفنون المسرح والسينما، وتمنح درجة الماجستير في تخصص الإعلام. وتعود بدايات إنشاء كلية الإعلام إلى عام 1975م عندما كانت شعبة للصحافة تابعة لقسم اللغة العربية، ثم تحولت إلى قسم مستقل تابع لكلية الآداب عام 1975م، لتتحول إلى كلية مستقلة عام 2010م بمسمى (كلية الفنون والإعلام) ومن ثم تغير اسم (كلية الإعلام) منذ عام 2011م، ويعد قسم الإعلام بجامعة قاريونس سابقا من أوائل أقسام الإعلام في العالم العربي، حيث يأتي في الترتيب الرابع من حيث النشأة على المستوى العربي بعد مصر والسودان وسوريا، كما يعتبر القسم الأول

(1) أم هاني أبو صباح الشيخ الطيب، مرجع سابق، ص 62.

والرائد في النشأة وطنياً، سواء في الدراسات الجامعية، أو في الدراسات العليا<sup>(1)</sup>. تحتوي كلية الإعلام على أربعة أقسام علمية في مرحلة البكالوريوس، وقسم واحد في مرحلة الماجستير، وهي تتمثل في قسم الصحافة والنشر الذي أنشئ عام 1975، وقسم الإذاعة والتلفزيون الذي أنشئ عام 1975، وقسم العلاقات العامة والإعلان الذي أنشئ عام 1986، وقسم فنون المسرح والسينما الذي أنشئ عام 2010، وافتتح قسم الدراسات العليا عام 1984م.

#### - البرنامج العلمي لكلية الإعلام بجامعة بنغازي:

يعتمد البرنامج العلمي المبني على الرؤية المستقبلية لكلية الإعلام على مساعدة الكلية على التطور من خلال تفعيل أدوار برامجها العلمية بما يضمن إعداد الطلاب بناء على معايير الجودة التي تكفل إمداد المؤسسات الإعلامية في المجتمع بالكوادر المدربة والمؤهلة علمياً ومهارياً ووظيفياً، وذلك من خلال تحويل الكلية من مؤسسة تعليم إلى مؤسسة تعلم وفق منظور اقتصاد المعرفة، ومن خلال تبني المعايير العلمية للجودة المبنية على برنامج متدرج يبدأ من الإعداد الأكاديمي للطلبة في المرحلة الجامعية والدراسات العليا، والارتقاء بمهارات المعيدين وأعضاء هيئة التدريس بتخصصاتهم ودرجاتهم العلمية المتنوعة، وصولاً إلى إعداد الموظفين والعاملين بالكلية، إلى جانب العمل على كسب الشركاء والمتعاونين في تنفيذ البرنامج العلمي للكلية، والاستفادة القصوى من برامج الدعم الطلابي والمؤسسي.

---

(1) مقابلة مع الدكتورة سكينه بن عامر، عضو هيئة تدريس في كلية الإعلام جامعة بنغازي، بنغازي، بمكتبها بالكلية يوم الاثنين 23 أكتوبر 2017م، الساعة 11:45.



وترنو كلية الإعلام بجامعة بنغازي إلى أن تكون (بيت الخبرة الإعلامية) وبذلك تكون كلية رائدة ومنتطورة في إطار الحفاظ على الهوية الوطنية المبنية على قيم التميز والتطور المستمر والانتلاق نحو العالمية والنظرة المستقبلية.

#### - رسالة كلية الإعلام:

تتبنى كلية الإعلام بجامعة بنغازي رسالة تسعى إلى (إعداد خريجين يتحلون بأخلاقيات المهنة الإعلامية، ملتزمين بالمسؤولية الاجتماعية والمهنية لوسائل الإعلام، قادرين على التعامل مع متطلبات العصر، والمنافسة على مستوى سوق العمل الوطني والعالمي، مؤهلين لإجراء البحوث العلمية المرتبطة بأولويات المجتمع، والمساهمة في تطوير المؤسسات الإعلامية الأخرى بتقديم الاستشارات والبرامج التدريبية، لتكون بذلك كلية الإعلام بيتاً من بيوت الخبرة الوطنية والدولية). كما ترفع الكلية شعاراً لها ينص على تبني (أصالة الفكر وتميز الأداء) كعنوان لها ولأهدافها وبرامجها.

#### - الأهداف العامة لكلية الإعلام:

- تكوين شخصية متميزة للخريجين بحيث يكون كل واحد منهم مستقلاً مجتمعياً وتقنياً وفنياً واقتصادياً، مما ينعكس إيجاباً على مستقبلهم المهني بعد التخرج.
- الاعتماد على مجموعة من النتائج والأهداف التعليمية المعرفية والاتصالية والذهنية والمهنية، التي تشكل الأسس المعرفية والمهارية للبرنامج العلمي للكلية.
- تهيئة البيئة الأكاديمية للطلبة بصورة نظامية وتمكينهم من اكتساب المهارات الشخصية المستدامة من تبني مبادئ البحث العلمي والتفكير الابتكاري والتطور العلمي والمهني وفق معايير الجودة العلمية.

- تطوير مهارات أعضاء هيئة التدريس بالكلية وتمكينهم من البحث العلمي والتقنية المعاصرة والمشاركة والمساهمة العلمية في المجتمع<sup>(1)</sup>.

### قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي:

- كلية الاقتصاد جامعة بنغازي<sup>(2)</sup>

قسم العلوم السياسية من أقسام كلية الاقتصاد جامعة بنغازي وكلية الاقتصاد تأسست عام 1957 وتخرجت أول دفعة من طلبتها عام 1961م.

لقد حدثت عدة تغييرات مسايرة لطبيعية التطور في أقسامها العلمية كافة، تضمنت بعض التعديلات في نظام الدراسة وشروط قبول الطلاب وكذلك لائحتها الداخلية، أخذاً بعين الاعتبار حاجة البلاد إلى الكفاءات في كافة المجالات المالية والإدارية والسياسية.

### - أهداف الكلية:

تهدف كلية الاقتصاد جامعة بنغازي، والتي من بين أقسامها قسم العلوم السياسية، إلى خدمة المجتمع ومؤسساته المختلفة في المجالات الاقتصادية والإدارية والسياسية، ولتحقيق ذلك تسعى الكلية إلى القيام بالآتي:

1. إعداد المتخصصين والخبراء في العلوم الاقتصادية والإدارية والمحاسبية والسياسية.
2. القيام بالبحوث والدراسات العلمية في مجال اختصاصها، وربطها بواقع الحياة العلمية ونشرها.

---

(1) مقابلة مع الدكتورة سكبنة بن عامر. عضو هيئة التدريس بكلية الإعلام جامعة بنغازي.

(2) مقابلة مع الدكتور أحمد الزروق الرشيد بمكتبه - إدارة التعاون الدولي جامعة بنغازي الإدارة العامة. بنغازي.

منطقة الحميضة الأربعاء 28 أغسطس 2019م الساعة 10:00 صباحاً.

3. توطيد الصلات العلمية والثقافية، وتبادل الخبرات مع الجهات العلمية الأخرى داخل ليبيا وخارجها.

#### - الدرجات العلمية:

1. درجات الإجازة المتخصصة (البكالوريوس).

2. درجة التخصص العالي (الماجستير).

#### - نشأة قسم العلوم السياسية:

تأسس قسم العلوم السياسية بكلية الاقتصاد جامعة بنغازي في عام 1976، واستقبل الدفعة الأولى في ربيع 1977، وكان عدد الطلبة لا يتجاوز ثلاثين طالبا، ويمنح القسم درجة البكالوريوس ودرجة الماجستير في العلوم السياسية، وهو علم دراسة الدولة والمؤسسات والأجهزة التي تمارس من خلالها سلطتها، والنتائج والعلاقات الناجمة عن ذلك على مستوى الفرد والمجتمع وعلى المستوى الدولي.

يساهم تخصص العلوم السياسي في تأهيل الطلبة للحصول على البكالوريوس في العلوم السياسية وصقل مهاراتهم في مجالات العلاقات الدولية، والتنظيم الدبلوماسي والقنصلي، والسياسة الخارجية، والقانون الدولي، والنظم السياسية، والسياسة العامة. كما يؤهل القسم الخريجين للعمل في مختلف وزارات ومؤسسات الدولة خاصة وزارة الخارجية والتعاون الدولي، والتخطيط، ومجلس الوزراء بهدف المساهمة في عملية تنمية المجتمع الليبي في شتى المجالات. إلى جانب دوره الأكاديمي، يهتم القسم بمناقشة أهم القضايا المعاصرة وأسبابها وطرائق حلها، وذلك من خلال عقد الندوات والمؤتمرات لتقديم المعلومات اللازمة لصانعي القرار، إلى جانب

عقد الدورات التدريبية للعاملين في مختلف قطاعات ومؤسسات الدولة، خاصة للراغبين في الالتحاق بالعمل في وزارة الخارجية والتعاون الدولي<sup>(1)</sup>.

---

(1) مقابلة مع الدكتور أحمد الزروق الرشيد.

## الفصل الثالث

### الدراسة الميدانية

## الجدول الوصفية للدراسة:

قام الباحث بتفريغ استمارة الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) وذلك لجدولة البيانات بغية الحصول على نتائج علمية ودقيقة وفقا لإجابات المبحوثين التي تم تفريغها وتم تقسيمها وفقا للآتي: أولا خصائص المبحوثين. ثانيا محور متعلق بالإنترنت. ثالثا محور متعلق بالفضائيات.

### خصائص المبحوثين:

#### جدول رقم (1)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب النوع

| النوع    | التكرار | النسبة % |
|----------|---------|----------|
| ذكور     | 153     | 44.2%    |
| إناث     | 193     | 55.8%    |
| الإجمالي | 346     | 100%     |

يوضح هذا الجدول توزيع عينة الدراسة حسب النوع حيث بلغ إجمالي عددهم (346) مبحوثا، ويشار هنا إلى أن عدد (4) استمارات من عينة طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي تم استبعادها لعدم صلاحيتها. وجاء توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع من الذكور بنسبة مئوية بلغت (44.2%) فيما مثلت النسبة الأكبر من المبحوثين الإناث حيث جاءت بنسبة (55.8%) كما هو موضح بالجدول، وحسب اعتقاد الباحث يرجع ذلك لطبيعة الدراسات الأدبية التي قد تجذب لها الإناث وسجلت هنا زيادة عدد الإناث بفارق (40) مفردة عن الذكور ويعتقد الباحث أنه فارق يمكن القبول به.

## جدول رقم (2)

يبين الكلية التي ينتمي إليها أفراد عينة الدراسة

| النسبة % | التكرار | الكلية أو القسم                   |
|----------|---------|-----------------------------------|
| 66.5%    | 230     | كلية الإعلام                      |
| 33.5%    | 116     | قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد |
| 100%     | 346     | الإجمالي                          |

يبين هذا الجدول توزيع عينة البحث حسب الكلية التي ينتمي لها المبحوثون والتي تمثلت في طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي، وطلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي حيث أظهر الجدول عدد العينة من طلاب كلية الإعلام بنسبة بلغت (66.5%) فيما بلغت عينة طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي (33.5%). وذلك لأن طلبة الإعلام يمثلون كلية أما طلبة العلوم السياسية فهم يمثلون قسم من كلية الاقتصاد.

## جدول رقم (3)

يوضح الفصل الدراسي لعينة الدراسة

| النسبة % | التكرار | الفصل        |
|----------|---------|--------------|
| 22.5%    | 78      | الفصل الأول  |
| 10.1%    | 35      | الفصل الثاني |
| 4.6%     | 16      | الفصل الثالث |
| 7.5%     | 26      | الفصل الرابع |
| 11.0%    | 38      | الفصل الخامس |
| 5.2%     | 18      | الفصل السادس |
| 14.5%    | 50      | الفصل السابع |
| 7.5%     | 26      | الفصل الثامن |
| 10.7%    | 37      | الفصل التاسع |
| 6.4%     | 22      | دراسات عليا  |
| 100%     | 346     | الإجمالي     |

يبين هذا الجدول الفصل الدراسي الذي يدرس به الطلاب عينة الدراسة التي تشمل طلبة كلية الإعلام وطلبة قسم العلوم السياسية جامعة بنغازي حيث بين أن عدد طلاب الفصل الأول يمثل أعلى نسبة بلغت (22.5%). فيما بلغ طلاب الفصل الثاني (10.1%). أما أقل نسبة تمثيل فظهرت في عدد طلاب الفصل الثالث حيث بلغت (4.6%). وبلغت نسبة عينة الدراسة لطلاب الفصل الرابع (7.5%). ونسبة من يدرسون في الفصل الخامس ظهرت بـ (11.0%)، وبلغت نسبة طلاب الفصل السادس (5.2%) ويبين الجدول أن طلاب الفصل السابع بنسبة مئوية (14.5%) وبلغ تمثيل طلاب الفصل الثامن (7.5%) وطلاب الفصل التاسع بنسبة بلغت (10.7%) وأخيرا يبين الجدول رقم (3) أن طلاب الدراسات العليا جاء بنسبة (6.4%). وعينة طلاب الفصل الأول من كلية الإعلام مثلت الأعلى نسبة لأن الفصل الأول هو بداية التنسيب وبالتالي تكون الأعداد أكبر.

#### جدول رقم (4)

يوضح التخصص الدراسي لعينة الدراسة

| النسبة % | التكرار | التخصص                   |
|----------|---------|--------------------------|
| 16.5%    | 57      | عام تمهيدي لطلبة الإعلام |
| 11.3%    | 39      | الصحافة والنشر           |
| 14.2%    | 49      | الإذاعة والتلفزيون       |
| 22.3%    | 77      | العلاقات العامة والإعلان |
| 2.3%     | 8       | المسرح والخيالة          |
| 33.5%    | 116     | قسم العلوم السياسية      |
| 100%     | 346     | الإجمالي                 |

يتبين من هذا الجدول تخصص الطلاب الذين يمثلون عينة الدراسة حيث أظهر أن طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد مثلت (33.5%) كونه يمثل قسم من كلية الاقتصاد يمثلون (116) طالبا هم عينة الدراسة ويظهر هنا فقدان عدد (4) استمارات من هذه العينة كانت غير



صالحة للقياس. فيما جاءت نسبة طلاب العام التمهيدي لطلبة كلية الإعلام (16.5%) ويمثل الفصل التمهيدي مرحلة الإعداد ويتم توزيع الطلاب مستقبلا على أقسام الكلية المبينة، وجاء تخصص قسم الصحافة والنشر بنسبة بلغت (11.3%)، والعينة التي مثلت قسم الإذاعة والتلفزيون بنسبة (14.2%) وبلغت العينة في قسم العلاقات العامة والإعلان (22.3%) ويظهر هنا قسم العلاقات العامة الأكثر تخصصا في كلية الإعلام لأن عدد طلاب هذا التخصص بالكلية هو الأكثر، وجاء قسم المسرح والخيالة بنسبة (2.3%) وهذه النسبة هي الأدنى في التخصصات كونه أحدث الأقسام ويعتقد الباحث أن لذلك علاقة برغبات الطلاب التي تقودهم للتخصص في مجالات كلية الإعلام.

#### جدول رقم (5)

يوضح استخدام عينة الدراسة للإنترنت من عدمه

| النسبة % | التكرار | الإجابة  |
|----------|---------|----------|
| 89.3%    | 309     | نعم      |
| 1.4%     | 5       | لا       |
| 9.2%     | 32      | أحيانا   |
| 100%     | 346     | الإجمالي |

ويشير هذا الجدول إلى إجابات الباحثين عن استخدامهم للإنترنت من عدمه وأظهر أن من أجابوا بنعم يستخدمون الإنترنت بلغت نسبتهم (89.3%) ونسبة من يستخدمون الإنترنت أحيانا مثلت (9.2%) وأظهرت النتائج أدنى عدد وأجابوا أنهم لا يستخدمون الإنترنت بنسبة (1.4%) وبالتالي يظهر تفوق عدد من يستخدمون الإنترنت وانفقت مع نتائج دراسة عبدالله عبدالله محمد الوزان، (2018) في أن معدل من يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي (دائما) بانتظام نسبتهم عالية مع الإشارة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تطبيق من تطبيقات

الإنترنت الكثيرة جدا التي يقبل على استخدامها كل التخصصات والفئات والأعمار وهذا يعني انتشار استخدام الإنترنت وتحقيق إشباعات متنوعة لمستخدميه.

وقد أشار اختبار مربع كأي لجودة التوفيق أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ذا دلالة معنوية فقد بلغت قيمه إحصائية مربع كأي (490.965) والقيمة الاحتمالية المناظرة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض وبهذا فإننا نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

### جدول رقم (6)

#### مدى الحرص على استخدام الإنترنت

| النسبة % | التكرار | الإجابة        |
|----------|---------|----------------|
| 51.0%    | 174     | حريص           |
| 41.6%    | 142     | حريص إلى حد ما |
| 7.3%     | 25      | غير حريص       |
| 100%     | 341     | الإجمالي       |

يظهر هذا الجدول مدى حرص عينة الدراسة على استخدام الإنترنت ونشير هنا إلى عدم إجابة (5) مبحوثين على هذا السؤال وجاء إجمالي الإجابات بعدد (341) مبحوثا وبينت النتائج أن من يحرصون على استخدام الإنترنت بلغت نسبتهم (51.0%) كما أظهرت النتائج أن الحريصين إلى حد ما على استخدام الإنترنت بلغت نسبة (41.6%) وجاء عدد غير الحريصين على استخدام الوسيلة وهي الأدنى وبنسبة بلغت (7.3%) فقط من عينة الدراسة. وهذه النتائج تؤكد أن هذا الحرص على الاستخدام يحقق إشباعات لدى عينة الدراسة يجعلهم يقبلون على استخدام الإنترنت ما قد يقلل تعرضهم لوسائل إعلام واتصال أخرى منها التلفزيون وهذا قد يكون في اتجاه يثبت أثر استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون.

وقد أشار اختبار مربع كأي لجودة التوفيق إلى أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ذا دلالة معنوية فقد بلغت قيمه إحصائية مربع كأي (108.252) والقيمة الاحتمالية المناظرة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض وبهذا فإننا نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

#### الجدول رقم (7)

يوضح الوسيلة المستخدمة للدخول على الإنترنت

| النسبة % | التكرار | الإجابة                  |
|----------|---------|--------------------------|
| 2.6%     | 9       | جهاز حاسوب مكتبي         |
| 9.4%     | 32      | جهاز حاسوب محمول         |
| 54.5%    | 186     | جهاز الهاتف              |
| 33.4%    | 114     | جهاز الحاسوب والهاتف معا |
| 100%     | 341     | الإجمالي                 |

يُظهر هذا الجدول تحديد الوسيلة التي يستخدمها المبحوثون للدخول للإنترنت وتجدر الإشارة إلى عدم إجابة (5) مبحوثين على هذا السؤال وجاء إجمالي الإجابات بعدد (341) مبحوثاً وأظهرت النتائج أن من يستخدمون جهاز الهاتف المحمول للدخول للإنترنت هي الأعلى وتمثلت (54.5%) ويرجع ذلك حسب اعتقاد الباحث لسهولة استخدام الهاتف وحجمه الذي يسمح بأن يحمله المستخدم في اليد والجيب وكونه مرافق دائم للمبحوثين في البيت والكلية وأثناء التنقل والحركة ويجعلهم قادرين على تحقيق إشباعات في شتى المجالات وفي كل وقت وحين أينما كانوا. فيما كانت أدنى نسبة استخدام لجهاز الحاسوب المكتبي حيث بلغت (2.6%) ويرجع ذلك لكونه يتطلب الجلوس على مكتب وبحالة استقرار مكاني. فيما بلغ نسبة من يستخدمون جهاز الحاسوب المحمول (9.4%) وجاءت نسبة من يستخدمون جهاز الحاسوب والهاتف معا (33.4%) وتأتي في المرتبة الثانية بعد من يستخدمون الهاتف المحمول.

وقد أشار اختبار مربع كأي لجودة التوفيق إلى أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ذا دلالة معنوية فقد بلغت قيمه إحصائية مربع كأي (230.226) والقيمة الاحتمالية المناظرة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض وبهذا فإننا نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

#### الجدول رقم (8)

يوضح مكان استخدام عينة الدراسة للإنترنت

| النسبة % | التكرار | الإجابة          |
|----------|---------|------------------|
| 83.3%    | 284     | البيت            |
| 5.0%     | 17      | مقهى الإنترنت    |
| 1.2%     | 4       | المقهى العام     |
| 0.6%     | 2       | في المقهى والبيت |
| 10.0%    | 34      | في العمل         |
| 100%     | 341     | الإجمالي         |

يبين هذا الجدول إجابات المبحوثين عن مكان استخدامهم للإنترنت مع الأخذ في الاعتبار عدم إجابة (5) مبحوثين عن هذا السؤال وجاء إجمالي الإجابات بعدد (341) مبحوثا وكان خيار استخدام الإنترنت في البيت بنسبة (83.3%) ويعتقد الباحث أن هذه النسبة العالية تعود للفترات الأطول التي ربما تفضيها عينة الدراسة داخل البيت خاصة الإناث، وأظهرت النتائج أن من يستخدمون الإنترنت في مقهى الإنترنت نسبتهم بلغت (5.0%) وكانت نسبة من يستخدمون الإنترنت في المقهى العام (1.2%) ومن يستخدمون الإنترنت في المقهى والبيت بنسبة (0.6%) وأما من يستخدمون الإنترنت في العمل سجلت بنسبة (10.0%).

وقد أشار اختبار مربع كأي لجودة التوفيق إلى أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ذا دلالة معنوية فقد بلغت قيمه إحصائية مربع كأي (863.120) والقيمة الاحتمالية

المناظرة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض وبهذا فإننا نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

### جدول رقم (9)

يوضح معدل انتظام عينة الدراسة في استخدام الإنترنت

| النسبة % | التكرار | الإجابة    |
|----------|---------|------------|
| 53.7%    | 183     | مستمرة     |
| 20.5%    | 70      | متقطعة     |
| 1.8%     | 6       | نادرة      |
| 24.0%    | 82      | حسب الظروف |
| 100%     | 341     | الإجمالي   |

ويبين هذا الجدول معدل انتظام الباحثين في استخدام الإنترنت وجاءت نسبة الذين يستخدمونه بصورة مستمرة بـ (53.7%) وهو الخيار الأعلى نسبة، وأن عدد من يستخدمون الإنترنت بشكل متقطع بنسبة بلغت (20.5%) ويعتقد الباحث أن ارتفاع نسبة الاستخدام المستمر أو المتقطع للإنترنت إنما يدل على الحاجة لتحقيق إشباعات تلبّيها شبكة الإنترنت في كل وقت وحين متى طلب المستخدم خدمة الإنترنت. أما من يستخدمون الإنترنت بصورة نادرة بنسبة بلغت (1.8%)، وبلغت نسبة من يستخدمون الإنترنت حسب الظروف (24.0%).

وقد أشار اختبار مربع كاي لجودة التوفيق إلى أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ذا دلالة معنوية فقد بلغت قيمه إحصائية مربع كاي (188.607) والقيمة الاحتمالية المناظرة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض وبهذا فإننا نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

## جدول رقم (10)

يوضح مدى اعتماد عينة الدراسة على الإنترنت في الحصول على المعلومات التي يحتاجونها

| النسبة % | التكرار | الإجابة               |
|----------|---------|-----------------------|
| 49.3%    | 168     | أعتمد عليها           |
| 48.1%    | 164     | أعتمد عليها إلى حد ما |
| 2.6%     | 9       | لا أعتمد عليها        |
| 100%     | 341     | الإجمالي              |

ويوضح هذا الجدول اعتماد المبحوثين على الإنترنت في الحصول على المعلومات التي يحتاجونها حيث أظهرت أن نسبة من يعتمدون عليها مثلت (49.3%) أما من يعتمدون إلى حد ما على الإنترنت في الحصول على المعلومات بلغت (48.1%) وهي مقاربة لمن يعتمدون عليها وكانت إجابات المبحوثين الذين قالوا إنهم لا يعتمدون على الإنترنت في الحصول على المعلومات هي الأدنى وبنسبة مئوية بلغت (2.6%).

ويعتقد الباحث أن الاعتماد على خدمات الإنترنت جاء بدافع البحث عن إشباعات كثيرة يحققها لهم استخدام الإنترنت وهذا ما تقول به نظرية الاستخدامات والإشباعات. واتفقت مع دراسة عبدالله عبدالله محمد الوزان، (2018) التي قالت إن نسبة (95%) من عينة الدراسة يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي التي تعد أحد تطبيقات الإنترنت.

وقد أشار اختبار مربع كأي لجودة التوفيق إلى أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ذا دلالة معنوية فقد بلغت قيمه إحصائية مربع كأي (144.639) والقيمة الاحتمالية المناظرة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض وبهذا فإننا نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

## جدول رقم (11)

يوضح الفترة التي تفضل فيها عينة الدراسة استخدام الإنترنت

| النسبة % | التكرار | الفترة                           |
|----------|---------|----------------------------------|
| 41.3%    | 141     | من 9 صباحا إلى أقل من 12 ظهرا    |
| 15.0%    | 51      | من 12 ظهرا إلى أقل من 5 مساءً    |
| 28.4%    | 97      | من 5 مساءً إلى أقل من 9 مساءً    |
| 15.2%    | 52      | من 9 مساءً إلى 2 بعد منتصف الليل |
| 100%     | 341     | الإجمالي                         |

يظهر هذا الجدول الفترة التي تفضل فيها عينة الدراسة استخدام الإنترنت وجاءت أعلى نسبة لمن يستخدمون الإنترنت من الساعة (09) صباحا إلى أقل من (12) ظهرا بواقع (41.3%) باعتبار أن فترة الصباح تمثل نشاطا لمتابعة أحداث سابقة أو جديدة وأيضا تواصل مع الآخرين بداية اليوم، كما بين أن نسبة من يستخدمون الإنترنت في الفترة من الساعة (12) ظهرا إلى أقل من (05) مساءً وهي غالبا ما تكون فترة القيلولة (15.0%) وكشفت الدراسة أن من يستخدمون الإنترنت في الفترة من (05) مساءً إلى أقل من الساعة (09) مساءً بلغت (28.4%)، وأظهر الجدول أن من يستخدمون الإنترنت من الساعة (09) مساءً إلى الساعة الثانية بعد منتصف الليل بلغت (15.2%).

وقد أشار اختبار مربع كأي لجودة التوفيق إلى أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ذا دلالة معنوية فقد بلغت قيمه إحصائية مربع كأي (64.806) والقيمة الاحتمالية المناظرة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض وبهذا فإننا نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

## الجدول رقم (12)

يوضح التطبيقات التي تستخدمها عينة الدراسة على الإنترنت

| النسبة %   | عدد الإجابات | ما هي التطبيقات التي تستخدمها على الإنترنت |
|------------|--------------|--|
| 18.8       | 111          | محركات البحث                               |
| 13.4       | 79           | البريد الإلكتروني                          |
| 13.4       | 79           | المواقع الإخبارية                          |
| 12.8       | 76           | يوتيوب                                     |
| 1.7        | 10           | مواقع الإذاعة المسموعة fm                  |
| 2.2        | 13           | مواقع البث التلفزيوني                      |
| 32.5       | 192          | مواقع التواصل الاجتماعي                    |
| 5.2        | 31           | كل ما سبق ذكره                             |
| <b>100</b> | <b>591</b>   | <b>إجمالي الإجابات</b>                     |

يبين الجدول التطبيقات التي يستخدمها المبحوثون على الإنترنت وجاء اختيار استخدام محركات البحث باختيارات بنسبة (18.8%) واختيار استخدام تطبيق البريد الإلكتروني بنسبة (13.4%) واختيار تطبيق المواقع الإخبارية بنسبة (13.4%) وكان اختيار استخدام تطبيق اليوتيوب بنسبة (12.8%) وبلغ عدد من يستخدمون تطبيق مواقع الإذاعة المسموعة (fm) بنسبة (1.7) أما تطبيق مواقع البث التلفزيوني فجاء اختيار بنسبة (2.2%) مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (32.5%) كل ما سبق بنسبة (5.2%) ويرجع عدد الـ (591) ممثلاً لإجمالي الإجابات لاختيار أكثر من بديل. وأعلى نسبة كانت لاختيار تطبيقات التواصل الاجتماعي التي تقدم عدة خدمات في عدة مجالات اتصال وإعلام وتواصل وتفاعل وتسليية وبحث علمي وغيرها من إشباعات يتم تحقيقها بهذا الاستخدام.



### الجدول رقم (13)

يوضح الدوافع لاستخدام مواقع الإنترنت من قبل عينة الدراسة

| النسبة %   | عدد الإجابات | دوافع استخدام مواقع الإنترنت |
|------------|--------------|------------------------------|
| 12.6       | 133          | التعبير عن آرائي الخاصة      |
| 6.4        | 67           | التراسل بالبريد الإلكتروني   |
| 6.6        | 69           | موضوعات سياسية               |
| 15.8       | 167          | لأغراض البحث العلمي          |
| 18.1       | 191          | مواقع التواصل الاجتماعي      |
| 12.3       | 129          | التصفح والتسلية              |
| 8.3        | 87           | استماع أو تنزيل موسيقى       |
| 4.5        | 47           | مشاهدة فيديو وأفلام          |
| 4.7        | 49           | الثقافة والفنون              |
| 1.5        | 17           | البحث عن أصدقاء              |
| 8.7        | 92           | الدرشة                       |
| 0.5        | 5            | كل ما سبق ذكره               |
| <b>100</b> | <b>1053</b>  | <b>مجموع الإجابات</b>        |

يبين هذا الجدول دوافع استخدام المبحوثين لمواقع الإنترنت وكان اختيار دافع التعبير عن آرائي الخاصة بنسبة (12.6%) التراسل بالبريد الإلكتروني بنسبة (6.4%) موضوعات سياسية بنسبة (6.6%) ودافع أغراض البحث العلمي بنسبة (15.8%) ودافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (18.1%) دافع التصفح والتسلية بنسبة (12.3%) دافع استماع أو تنزيل موسيقى بنسبة (8.3%) دافع مشاهدة فيديو وأفلام بنسبة (4.5%) موضوعات الثقافة والفنون بنسبة بلغت (4.7%) دافع البحث عن أصدقاء بنسبة (1.5%) الدردشة بنسبة (8.7%) كل ما سبق ذكره بنسبة (0.5%) وبلغ مجموع الإجابات (1053) كونه اختيار أكثر من بديل. ويلاحظ هنا ارتفاع نسبة من يستخدمون تطبيقات التواصل الاجتماعي التي تحقق إشباعاً متنوعة

لمستخدمي هذا التطبيق واتفقت هنا مع دراسة عبدالله عبدالله محمد الوزان، (2018) في معدل من يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل دائم.

#### جدول رقم (14)

يوضح عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في المرة الواحدة مستخدماً الإنترنت

| النسبة % | التكرار | الفئة                                     |
|----------|---------|---|
| 21.7%    | 74      | أقل من ساعة واحدة في كل مرة               |
| 26.1%    | 89      | من ساعة واحدة إلى أقل من 2 ساعة في كل مرة |
| 25.5%    | 87      | من 2 ساعة إلى أقل من 4 ساعات في كل مرة    |
| 26.7%    | 91      | أكثر من 4 ساعات                           |
| 100%     | 341     | الإجمالي                                  |

يبين هذا الجدول عدد الساعات التي يقضيها المبحوث في المرة الواحدة مستخدماً الإنترنت

وأن من يقضي أقل من ساعة واحدة في كل مرة مستخدماً للإنترنت بلغت نسبتهم (21.7%) وهي الأدنى في الخيارات. وأن من يقضون من ساعة واحدة إلى أقل من (2) ساعة في كل مرة مثلت (26.1%) وأن من يقضون من (2) ساعة إلى أقل من (4) ساعات في كل مرة بنسبة بلغت (25.5%) وأخيراً جاءت نسبة المبحوثين الذين يقضون أكثر من (4) ساعات في المرة الواحدة مستخدمين للإنترنت بلغت (26.7%) وهي الأعلى في هذه النتائج.

وكانت نتائج دراسة ماطر عبدالله حمدي (2018) من حيث معدل ساعات الاستخدام

اليومي لصالح الفئة من ساعتين إلى ثلاث ساعات يومياً، وهي مقارنة لهذه الدراسة والتي جاءت كما هو مبين في الجدول لصالح من ساعة واحدة إلى أقل من (2) ساعة في كل مرة.

### جدول رقم (15)

يوضح مشاهدة عينة الدراسة لقنوات التلفزيون الفضائية

| النسبة % | التكرار | الفئة    |
|----------|---------|----------|
| 51.2%    | 177     | نعم      |
| 48.8%    | 169     | أحيانا   |
| 100%     | 346     | الإجمالي |

يظهر هذا الجدول إجابات المبحوثين عن سؤال هل تشاهد قنوات التلفزيون الفضائية وجاءت نسبة من أجابوا بنعم بـ (51.2%) وأظهر أن من أجابوا بمشاهدة التلفزيون أحيانا بلغت نسبتهم (48.8%). وبهذا نرى أنه لا يوجد فارق كبير بين من أجابوا بنعم ومن أجابوا بأحيانا وتظهر هذه النتائج أنه وعلى الرغم من الإقبال الكبير على استخدام الإنترنت إلا أن استخدام التلفزيون يبقى قائما. وقد أشار اختبار مربع كأي لجودة التوفيق إلى أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ليس ذا دلالة معنوية فقد بلغت قيمه إحصائية مربع كأي (0.185) والقيمة الاحتمالية المناظرة (0.667) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%).

### جدول رقم (16)

يوضح مدى حرص عينة الدراسة على مشاهدة قنوات التلفزيون الفضائية

| النسبة % | التكرار | الفئة          |
|----------|---------|----------------|
| 28.0%    | 97      | حريص           |
| 49.1%    | 170     | حريص إلى حد ما |
| 22.8%    | 79      | غير حريص       |
| 100%     | 346     | الإجمالي       |

يبين هذا الجدول مدى حرص عينة الدراسة على مشاهدة قنوات التلفزيون الفضائية حيث كانت نسبة الحريصين على مشاهدة التلفزيون (28.0%) ونسبة الحريصين إلى حد ما على مشاهدة التلفزيون بلغت (49.1%) وهي الأعلى في خيارات الإجابة على هذا السؤال فيما بلغت نسبة غير الحريصين على مشاهدة التلفزيون (22.8%) وهي الأدنى. ويشار هنا إلى أن نسبة

من هم حريصون والحريصون إلى حد ما على استخدام الإنترنت هي الأعلى من الحريصون على استخدام التلفزيون كما موضح في الجدول رقم (6).

وقد أشار اختبار مربع كأي لجودة التوفيق إلى أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ذا دلالة معنوية فقد بلغت قيمه إحصائية مربع كأي (40.272) والقيمة الاحتمالية المناظرة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض وبهذا فإننا نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

#### جدول رقم (17)

يوضح معدلات مشاهدة عينة الدراسة لقنوات التلفزيون الفضائية

| النسبة % | التكرار | الفئة      |
|----------|---------|------------|
| 17.9%    | 62      | مستمرة     |
| 40.8%    | 141     | متقطعة     |
| 15.3%    | 53      | نادرة      |
| 26.0%    | 90      | حسب الظروف |
| 100%     | 346     | الإجمالي   |

يكشف هذا الجدول عن معدلات مشاهدة لقنوات التلفزيون الفضائية لدى عينة الدراسة حيث أظهر أن من يشاهدون الفضائيات باستمرار جاءت بنسبة بلغت (17.9%) بينما من يشاهدون الفضائيات بصورة متقطعة بنسبة (40.8%) وهي الأعلى، وبين الجدول أن من يشاهدون الفضائيات بصورة نادرة بلغت نسبتهم (16.3%) من عينة الدراسة وهي الأدنى. وأن نسبة من يشاهدون الفضائيات حسب الظروف بلغت (26.0%) ويشار هنا إلى أن من يستخدمون الإنترنت بشكل مستمر أعلى من نسبة من يستخدمون التلفزيون بصورة مستمرة كما موضح في الجدول رقم (9).

وقد أشار اختبار مربع كأي لجودة التوفيق إلى أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ذا دلالة معنوية فقد بلغت قيمه إحصائية مربع كأي (54.393) والقيمة الاحتمالية المناظرة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض وبهذا فإننا نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

### جدول رقم (18)

يبين البرامج التي تشاهدها عينة الدراسة على القنوات الفضائية

| النسبة %   | الإجابات    | البرامج                |
|------------|-------------|------------------------|
| 12.5       | 133         | البرامج العلمية        |
| 8.5        | 91          | البرامج الدينية        |
| 12.5       | 133         | البرامج الإخبارية      |
| 7.1        | 76          | البرامج الحوارية       |
| 10.2       | 109         | البرامج الرياضية       |
| 2.3        | 25          | البرامج الاقتصادية     |
| 9.0        | 96          | البرامج الثقافية       |
| 18.9       | 201         | المسلسلات والأفلام     |
| 6.1        | 65          | البرامج السياسية       |
| 6.4        | 68          | الموسيقى               |
| 6.1        | 65          | المنوعات               |
| 0.4        | 4           | كل ما سبق ذكره         |
| <b>100</b> | <b>1066</b> | <b>إجمالي الإجابات</b> |

يبين هذا الجدول البرامج التي يشاهدها المبحوثون على القنوات الفضائية وكان إجمالي إجابات المبحوثين عن الخيارات المدرجة (1066) اختيار وجاءت البرامج العلمية بنسبة (12.5%) واختيارات البرامج الدينية بنسبة (8.5%) واختلفت هنا عن دراسة محمد بن عبدالله الكبش الزهراني (2009) التي حلت فيها البرامج الدينية المرتبة الثانية في المشاهدة، والبرامج الإخبارية نسبة من يشاهدونها في هذه الدراسة بنسبة (12.5%) وهي أعلى مما حصلت عليه في دراسة الزهراني (2009) والبرامج الحوارية بنسبة مشاهدة (7.1%) البرامج الرياضية بنسبة

(10.2%) البرامج الاقتصادية بنسبة (2.3%) البرامج الثقافية بنسبة (9.0%)، المسلسلات والأفلام بنسبة (18.9%) وسجل هنا النسبة الأعلى لاختيار مشاهدة المسلسلات والأفلام، ويتفق هذا مع دراسة الزهراني (2009) فيما يتعلق بتفضيل أفراد العينة لمجالات عمل القنوات المتخصصة، التي جاء فيها مجال الأفلام والدراما في المرتبة الأولى.

أما البرامج السياسية جاءت بنسبة (6.1%) الموسيقى بنسبة (6.4%) المنوعات بنسبة (6.1%) كل ما سبق ذكره من برامج بنسبة (0.4%) ويعود الحجم هنا إلى السماح باختيار أكثر من بديل.

#### جدول رقم (19)

يبين الفترة التي يفضل فيها المبحوثون مشاهدة البرامج المبينة

| المجموع |     | السهرة |     | مساء |     | ظهرا |    | صباحا |     | الفترة<br>البرامج     |
|---------|-----|--------|-----|------|-----|------|----|-------|-----|-----------------------|
| %       | ك   | %      | ك   | %    | ك   | %    | ك  | %     | ك   |                       |
| 100     | 255 | 4      | 13  | 40   | 101 | 16   | 40 | 40    | 101 | العلمية               |
| 100     | 224 | 2      | 5   | 23   | 51  | 26   | 58 | 49    | 110 | الدينية               |
| 100     | 250 | 8      | 17  | 40   | 100 | 28   | 71 | 24    | 62  | الإخبارية             |
| 100     | 180 | 16.2   | 29  | 47.2 | 85  | 19.4 | 35 | 17.2  | 31  | الحوارية              |
| 100     | 213 | 18.8   | 40  | 45.5 | 97  | 11.2 | 24 | 24.5  | 52  | الرياضية              |
| 100     | 132 | 6.4    | 8   | 35.6 | 47  | 30   | 40 | 28    | 37  | الاقتصادية            |
| 100     | 195 | 17.1   | 33  | 42.5 | 83  | 22   | 43 | 18.4  | 36  | الثقافية              |
| 100     | 328 | 53     | 174 | 31.5 | 103 | 7    | 23 | 8.5   | 28  | المسلسلات<br>والأفلام |
| 100     | 181 | 7.1    | 13  | 49.1 | 89  | 22.6 | 41 | 21.2  | 38  | السياسية              |
| 100     | 222 | 27.2   | 60  | 37.8 | 84  | 13   | 29 | 22    | 49  | الموسيقية             |
| 100     | 204 | 25.4   | 52  | 33.5 | 68  | 19.6 | 40 | 21.5  | 44  | المنوعات              |
| 100     | 161 | 32.2   | 52  | 33.5 | 54  | 19.3 | 31 | 15    | 24  | اهتمامات أخرى         |

يبين هذا الجدول الفترة التي يفضل فيها المبحوثون مشاهدة عدد من البرامج التي تعرض على قنوات التلفزيون الفضائية وجاءت مشاهدة البرامج العلمية خلال الفترة الصباحية بنسبة (40%)، وفترة الظهيرة (16%) ومشاهدتها فترة مساءً سجلت بـ (40%) وفترة السهرة (4%).

أما مشاهدة البرامج الدينية خلال الفترة الصباحية كانت بنسبة (49%) والمشاهدة خلال فترة الظهيرة (26%) وفترة المساء (23%) ومشاهدة البرامج الدينية خلال فترة السهرة (2%).

وسجلت مشاهدة البرامج الإخبارية خلال الفترة الصباحية نسبة (24%) والمشاهدة خلال فترة الظهيرة (28%) وفترة المساء (40%) ومشاهدتها في فترة السهرة تحصلت على (8%).

وبين الجدول الفترة التي يفضل فيها المبحوثون مشاهدة البرامج الحوارية خلال الفترة الصباحية ما نسبته (17.2%) وفترة الظهيرة (19.4%) وفترة المساء (47.2%) وكانت مشاهدة البرامج الحوارية خلال فترة السهرة (16.2%).

وأن (24.5%) من المبحوثين يفضلون مشاهدة البرامج الرياضية خلال الفترة الصباحية ومن يشاهدونها خلال فترة الظهيرة (11.2%) وسجلت المشاهدة في فترة المساء (45.5%) وفترة السهرة (18.8%).

وأن (28%) كانت لمن يشاهدون البرامج الاقتصادية خلال الفترة الصباحية ومن يشاهدونها في فترة الظهيرة كانت (30%) ومشاهدة المبحوثين للبرامج الاقتصادية فترة المساء سجلت (35.6%) وفترة السهرة (6.4%).

وأن (18.4%) من المبحوثين يفضلون مشاهدة البرامج الثقافية خلال الفترة الصباحية وسجلت المشاهدة خلال فترة الظهيرة (22%) وفترة المساء (42.5%) وفترة السهرة (17.1%).

أما المسلسلات والأفلام يفضل (8.5%) من المبحوثين مشاهدتها خلال الفترة الصباحية ومن يفضلون مشاهدة هذا النوع من البرامج خلال فترة الظهيرة (7%) وتفضيل المبحوثين لمشاهدة المسلسلات والأفلام في فترة المساء كان (31.5%) وتفضيل فترة السهرة (53%). وأن (21.2%) من المبحوثين يفضلون مشاهدة البرامج السياسية خلال الفترة الصباحية وأن (22.6%) يفضلون مشاهدتها خلال فترة الظهيرة، وتفضيل المشاهدة خلال فترة المساء (49.1%) وفترة السهرة (7.1%).

وجاء تفضيل مشاهدة برامج الموسيقى خلال الفترة الصباحية بنسبة (22%) وفترة الظهيرة (13%) وفترة المساء (37.8%) وفترة السهرة (27.2%).

وأن (21.5%) من المبحوثين يفضلون مشاهدة المنوعات خلال الفترة الصباحية وتفضيل فترة الظهيرة كان بنسبة (19.6%) وسجلت تفضيل المشاهدة لبرامج المنوعات خلال فترة المساء (33.5%) وفترة السهرة (25.4%).

وبين الجدول أن (15%) من المبحوثين لديهم تفضيل الفترة الصباحية لمشاهدة برامج أخرى تعرضها قنوات التلفزيون الفضائية واختار (19.3%) من المبحوثين مشاهدة برامج أخرى خلال فترة الظهيرة وفترة المساء (33.5%) وفترة السهرة (32.2%). ويعود الحجم وعدد الإجابات هنا إلى السماح باختيار أكثر من بديل.

#### جدول رقم (20)

يظهر كمّ الوقت الذي تقضيه عينة الدراسة في مشاهدة الفضائيات خلال كل فترة

| النسبة % | التكرار | الفترة                      |
|----------|---------|-----------------------------|
| 12.7%    | 44      | أقل من 30 دقيقة             |
| 36.3%    | 122     | من 30 دقيقة إلى أقل من ساعة |
| 39.3%    | 136     | من ساعة إلى أقل من 2 ساعة   |
| 12.7%    | 44      | من 2 ساعة فأكثر             |
| 100%     | 346     | الإجمالي                    |



يوضح الجدول الوقت المستغرق الذي يقضيه المبحوثون في المشاهدة خلال كل فترة حيث جاءت فترة أقل من (30) دقيقة بنسبة (12.7%) والفئة من (30) دقيقة إلى أقل من ساعة بلغت نسبتها (36.3%) أما فئة من ساعة إلى أقل من (2) ساعة جاءت بنسبة بلغت (39.3%) والفئة من (2) ساعة فأكثر سُجّلت بنسبة (12.7%).

وقد أشار اختبار مربع كأي لجودة التوفيق إلى أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ذا دلالة معنوية فقد بلغت قيمه إحصائية مربع كأي (84.659) والقيمة الاحتمالية المناظرة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض وبهذا فإننا نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

#### جدول رقم (21)

يوضح المصادر التي تفضلها عينة الدراسة لاستقاء الأخبار والمعلومات والقضايا

| النسبة % | التكرار | الفئة          |
|----------|---------|----------------|
| 61.6%    | 213     | الإنترنت       |
| 26.3%    | 91      | التلفزيون      |
| 12.1%    | 42      | كلتا الوسيلتين |
| 100%     | 346     | الإجمالي       |

يوضح هذا الجدول خيار هل تفضل استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال الإنترنت سجل بنسبة مئوية بلغت (61.6%) وهو الأعلى في هذا من التلفزيون الذي بلغ نسبة (26.3%) وجاء اختيار تفضيل استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال الوسيلتين بنسبة (12.1%) ويظهر هنا أن النسبة الأعلى هي لمن يفضلون الشبكة كمصدر للأخبار والمعلومات كما سجل في الجدول رقم (10) نسبة هي الأعلى لمن يعتمدون عليها في الحصول على الأخبار والمعلومات.

وقد أشار اختبار مربع كأي لجودة التوفيق إلى أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ذا دلالة معنوية فقد بلغت قيمه إحصائية مربع كأي (134.468) والقيمة الاحتمالية المناظرة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض وبهذا فإننا نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

#### جدول رقم (22)

متعلق بتفضيل عينة الدراسة استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال الإنترنت لكونها

| النسبة % | التكرار | الفئة  |
|----------|---------|--|
| 61.5%    | 131     | أسرع في نقل الأخبار والمعلومات والقضايا من التلفزيون           |
| 21.6%    | 46      | أخباره ومعلوماته وقضاياه أكثر تنوعا من التلفزيون               |
| 4.6%     | 10      | أخباره ومعلوماته وقضاياه أكثر دقة من التلفزيون                 |
| 3.8%     | 8       | أخباره ومعلوماته وقضاياه أكثر تفصيلا من التلفزيون              |
| 7.0%     | 15      | أخباره ومعلوماته وقضاياه أسهل في الحفظ والاسترجاع من التلفزيون |
| 1.4%     | 3       | غير خاضعة للرقابة  |
| 100%     | 213     | الإجمالي   |

يبين هذا الجدول من كانت إجاباتهم بتفضيل استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال الإنترنت لكونها أسرع في نقل الأخبار والمعلومات والقضايا من التلفزيون وجاءت بنسبة هي الأعلى بـ (61.5%)، ومن اختاروا فئة كون أخباره ومعلوماته وقضاياه أكثر تنوعا من التلفزيون سُجلت المرتبة الثانية في الاختيارات بنسبة (21.6%) وهنا تظهر الحاجة للإشباع من خلال العلم بالشيء وقت حدوثه ومطلب السرعة التي تتحقق مع استخدام الشبكة وأيضا أكثر تنوعا مما يحققه التلفزيون. وكان عدد المبحوثين الذين اختاروا فئة أخباره ومعلوماته وقضاياه أكثر دقة من التلفزيون بنسبة (4.6%) أما من اختاروا فئة أخباره ومعلوماته وقضاياه أكثر تفصيلا من التلفزيون كانت بنسبة (3.8%) وجاء عدد من اختار فئة أخباره ومعلوماته وقضاياه

أسهل في الحفظ والاسترجاع من بنسبة (7.0%) ومن اختاروا فئة أن الشبكة غير خاضعة للرقابة فقط بنسبة بلغت (1.4%). وقد أشار اختبار كأي لجودة التوفيق إلى أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ذا دلالة معنوية وقد بلغت فيه إحصائية مربع كأي (341.225) والقيمة الاحتمالية المناظرة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض وبهذا فإننا نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

### جدول رقم (23)

متعلق بتفضيل عينة الدراسة استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال الفضائيات لكونها

| النسبة % | التكرار | الفئة              |
|----------|---------|--------------------|
| 35.2%    | 32      | أكثر مصداقية       |
| 30%      | 30      | أكثر تفصيلا        |
| 18.7%    | 17      | الصورة أكثر وضوحا  |
| 13.2%    | 12      | تحدد فيه المسؤولية |
| 100%     | 91      | الإجمالي           |

يشير هذا الجدول إلى أن الذين يفضلون استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال قنوات الفضائيات بسبب أنه أكثر مصداقية تبلغ نسبتهم (35.2%) وذكر (30%) من المبحوثين أنهم يفضلون استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من الفضائيات لأنها أكثر تفصيلا. وبين الجدول السابق أن (18.7%) من المبحوثين يفضلون الفضائيات لأن الصورة أكثر وضوحا من الشبكة، والذين قالوا بأنهم يستقون الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال القنوات الفضائية كونها تتحدد فيها المسؤولية (13.2%). وقد أشار اختبار كأي لجودة التوفيق إلى أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ذا دلالة معنوية وقد بلغت فيه إحصائية مربع كأي (12.604) والقيمة الاحتمالية المناظرة (0.006) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض وبهذا فإننا نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

جدول رقم (24)

يوضح درجة المصداقية التي يمنحها المبحوثون عن الأخبار والمعلومات والقضايا للفئات الواردة في الجدول

| النسبة % | التكرار | الفئة          |
|----------|---------|----------------|
| 44.2%    | 153     | الإنترنت       |
| 51.4%    | 178     | التلفزيون      |
| 4.3%     | 15      | كلتا الوسيلتين |
| 100%     | 346     | الإجمالي       |

يوضح هذا الجدول درجة المصداقية عن الأخبار والمعلومات والقضايا يمنحها لدى المبحوثين لـ الإنترنت أو التلفزيون أو لكلتا الوسيلتين؛ وكانت نسبة الذين منحوا المصداقية للشبكة (22.2%) وجاء منح المصداقية للتلفزيون بنسبة (51.4%) ومثلت النسبة الأعلى، وعلى الرغم من هذه النسبة العالية الممنوحة للتلفزيون من حيث المصداقية إلا إن استخدام الشبكة يحظى بنسبة استخدام أعلى من التلفزيون. ويظهر هنا أثر استخدام الشبكة على مشاهدة التلفزيون. أما من منح درجة المصداقية لكل من الوسيلتين فكانت بنسبة (4.3%).

وقد أشار اختبار مربع كأي لجودة التوفيق إلى أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ذا دلالة معنوية فقد بلغت قيمه إحصائية مربع كأي (133.636) والقيمة الاحتمالية المناظرة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض وبهذا فإننا نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

جدول رقم (25)

يبين تأثير استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون لدى عينة الدراسة

| النسبة % | التكرار | الفئة    |
|----------|---------|----------|
| 69.2%    | 236     | نعم      |
| 30.8%    | 105     | لا       |
| 100%     | 341     | الإجمالي |

يبين هذا الجدول إجابة المبحوثين عن سؤال هل يؤثر استخدامك للإنترنت على مشاهدة التلفزيون وكشفت الدراسة عن نسبة من قالوا بتأثير الشبكة على مشاهدتهم للتلفزيون حيث بلغت (69.2%)، بينما من يرون بتأثيرها على مشاهدتهم للتلفزيون سجلت بنسبة بلغت (30.8%). وقد أشار اختبار مربع كأي لجودة التوفيق إلى أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ذا دلالة معنوية فقد بلغت قيمه إحصائية مربع كأي (50.326) والقيمة الاحتمالية المناظرة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض وبهذا فإننا نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

#### جدول رقم (26)

يوضح درجة تأثير استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون

| النسبة % | التكرار | الفئة          |
|----------|---------|----------------|
| 39.8%    | 94      | يؤثر           |
| 57.6%    | 136     | يؤثر إلى حد ما |
| 2.5%     | 6       | لا يؤثر        |
| 100%     | 236     | الإجمالي       |

هذا الجدول يظهر إجابة المبحوثين عن سؤال هل يؤثر استخدام شبكة المعلومات على مشاهدة التلفزيون ودرجة التأثير وكان اختيار أنه يؤثر بنسبة (39.8%) من المبحوثين فيما كانت إجابة من يؤثر إلى حد ما بنسبة (57.6%) وهي الأعلى، وهنا يتضح تأثير الشبكة على مشاهدة القنوات، وأنها - شبكة المعلومات الدولية- صارت تستقطب إليها جمهور التلفزيون فيما كانت نسبة من أجابوا بأن الإنترنت لا يؤثر عليهم في المشاهدة فقط (2.5%) وهي الأدنى.

وقد أشار اختبار مربع كأي لجودة التوفيق إلى أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ذا دلالة معنوية فقد بلغت قيمه إحصائية مربع كأي (111.898) والقيمة الاحتمالية

المناظرة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض وبهذا فإننا نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

#### جدول رقم (27)

يوضح هل يعتبر المبحوثون أنفسهم من جمهور الإنترنت أو التلفزيون أو من جمهور كلتا الوسيلتين

| النسبة % | التكرار | الفئة          |
|----------|---------|----------------|
| 72.8%    | 252     | الإنترنت       |
| 18.2%    | 63      | التلفزيون      |
| 9.0%     | 31      | كلتا الوسيلتين |
| 100%     | 346     | الإجمالي       |

هذا الجدول يبين هل تعتبر نفسك من جمهور الإنترنت أو التلفزيون أو كل من الوسيلتين وبين أن (71.8%) من المبحوثين يعتبرون أنفسهم من جمهور الشبكة، فيما حل من يعتبرون أنفسهم من جمهور التلفزيون في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (18.2%) وكان الخيار الثالث من يعتبرون أنفسهم من جمهور كل من الوسيلتين بنسبة (9.0%) وهنا يظهر أن عينة الدراسة الذين يميلون لاستخدام الشبكة هم الأغلبية.

وقد أشار اختبار مربع كأي لجودة التوفيق إلى أن الاختلاف في هذه النسب للأسباب قد كان ذا دلالة معنوية فقد بلغت قيمه إحصائية مربع كأي (247.358) والقيمة الاحتمالية المناظرة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض وبهذا فإننا نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

## جداول العلاقات الارتباطية:

جدول رقم (28)

يوضح العلاقة بين استخدام الإنترنت ونوع المبحوث

| القيمة الاحتمالية | كا    | الاستخدام |        |       | المقياس | النوع |
|-------------------|-------|-----------|--------|-------|---------|-------|
|                   |       | لا أستخدم | أحيانا | دائما |         |       |
| 0.399             | 1.835 | 3         | 11     | 139   | العدد   | نكر   |
|                   |       | 2.0       | 7.2    | 90.8  | %       |       |
|                   |       | 2         | 21     | 170   | العدد   | أنثى  |
|                   |       | 1.0       | 10.9   | 88.1  | %       |       |

يوضح هذا الجدول العلاقة بين نوع المبحوث واستخدام الشبكة؛ حيث أظهر أن (90.8%) من الذكور يستخدمونها بشكل دائم، وأن (88.1%) من الإناث يستخدمن الشبكة بشكل دائم، بينما (2.0%) من الذكور و(1.0%) من الإناث لا يستخدمونها، وقد أشار اختبار مربع كاي للاستقلالية إلى أن قيمة  $\chi^2 = 1.833$  والقيمة الاحتمالية تساوي (0.399) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين النوع والاستخدام.

جدول رقم (29)

يوضح العلاقة بين استخدام الإنترنت والكلية التي يدرس بها المبحوثون

| القيمة الاحتمالية | كا    | الاستخدام |        |       | المقياس | الكلية                               |
|-------------------|-------|-----------|--------|-------|---------|--------------------------------------|
|                   |       | لا أستخدم | أحيانا | دائما |         |                                      |
| 0.543             | 1.222 | 3         | 24     | 203   | العدد   | كلية الإعلام<br>جامعة بنغازي         |
|                   |       | 1.3       | 10.4   | 88.3  | %       |                                      |
|                   |       | 2         | 8      | 106   | العدد   | قسم العلوم السياسية<br>كلية الاقتصاد |
|                   |       | 1.7       | 6.9    | 91.4  | %       |                                      |

أظهرت البيانات الخاصة بالعلاقة بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون واستخدام الشبكة أن (88.3%) من طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي يستخدمونها دائما، وأن (91.4%) من

طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي، يستخدمونها بشكل دائم، بينما (1.3%) من طلبة كلية الإعلام و(1.7%) من طلبة قسم العلوم السياسية لا يستخدمون شبكة المعلومات. وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (1.222) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.543) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون واستخدام شبكة المعلومات الدولية.

### جدول رقم (30)

يوضح العلاقة بين تخصص المبحوثين واستخدام الإنترنت

| القيمة الاحتمالية | كا    | الاستخدام |        |       | المقياس | التخصص                   |
|-------------------|-------|-----------|--------|-------|---------|--------------------------|
|                   |       | لا أستخدم | أحيانا | دائما |         |                          |
| 0.478             | 9.585 | 1         | 5      | 51    | العدد   | عام تمهيدي كلية الإعلام  |
|                   |       | 1.8       | 8.8    | 89.5  | %       |                          |
|                   |       | 1         | 1      | 37    | العدد   | الصحافة والنشر           |
|                   |       | 2.6       | 2.6    | 94.9  | %       |                          |
|                   |       | 0         | 4      | 45    | العدد   | الإذاعة والتلفزيون       |
|                   |       | 0.0       | 8.2    | 91.8  | %       |                          |
|                   |       | 1         | 13     | 63    | العدد   | العلاقات العامة والإعلان |
|                   |       | 1.3       | 16.9   | 81.8  | %       |                          |
|                   |       | 0         | 1      | 7     | العدد   | المسرح والخيالة          |
|                   |       | 0.0       | 12.5   | 87.5  | %       |                          |
|                   |       | 2         | 8      | 106   | العدد   | قسم العلوم السياسية      |
|                   |       | 1.7       | 6.9    | 91.4  | %       |                          |

أظهرت البيانات الخاصة بالعلاقة بين تخصص المبحوثين واستخدام الإنترنت أن (89.5%) من طلاب وطالبات الفصل التمهيدي بكلية الإعلام يستخدمونها بشكل دائم، كما بينت أن (94.9%) من طلاب قسم الصحافة والنشر يستخدمونها دائما، و(91.8%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بدورهم يستخدمون شبكة المعلومات بشكل دائم، كما أن



(81.8%) من طلاب قسم العلاقات العامة والإعلان يستخدمونها بشكل دائم، وأن (87.5%) من طلاب قسم المسرح والخيالة يستخدمون الشبكة دائماً، كما أظهر الجدول أن (91.4%) من طلبة قسم العلوم السياسية يستخدمون الإنترنت بشكل دائم. وأن (8.8%) من طلاب وطالبات الفصل التمهيدي بكلية الإعلام يستخدمون الإنترنت أحياناً، كما وأن (2.6%) من طلاب قسم الصحافة والنشر يستخدمونها أحياناً، و(8.2%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون يستخدمون الشبكة أحياناً، كما أن (16.9%) من طلاب قسم العلاقات العامة والإعلان يستخدمون الإنترنت أحياناً، وأن (12.5%) من طلاب قسم المسرح والخيالة يستخدمونها أحياناً، كما أظهرت النتائج أن (6.9%) من طلبة قسم العلوم السياسية يستخدمون الإنترنت أحياناً. وكشفت بيانات الجدول أن (1.8%) من طلاب الفصل التمهيدي بكلية الإعلام و(2.6%) من طلاب الصحافة والنشر و(1.3%) من طلاب قسم العلاقات العامة والإعلان و(1.7%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي لا يستخدمون شبكة المعلومات الدولية. وأشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (9.585) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.478) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين تخصص الباحثين واستخدام شبكة المعلومات الدولية.

### جدول رقم (31)

يوضح العلاقة بين مدى الحرص على استخدام الإنترنت ونوع المبحوث

| القيمة الاحتمالية | كا    | الاستخدام |                |      | المقياس | النوع |
|-------------------|-------|-----------|----------------|------|---------|-------|
|                   |       | غير حريص  | حريص إلى حد ما | حريص |         |       |
| 0.173             | 3.509 | 12        | 54             | 84   | العدد   | ذكر   |
|                   |       | 8.0       | 36.0           | 56.0 | %       |       |
|                   |       | 13        | 88             | 90   | العدد   | أنثى  |
|                   |       | 6.8       | 46.1           | 47.1 | %       |       |

أظهر الجدول الخاص بالعلاقة بين نوع المبحوث ومدى الحرص على استخدام الإنترنت أن (56.0%) من الذكور حريصين على استخدامها، وأن (47.1%) من الإناث يحرصون على استخدامها، بينما (8.0%) من الذكور و(6.8%) من الإناث لا يحرصون على استخدامها، وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة  $\chi^2 = (3.509)$  والقيمة الاحتمالية تساوي (0.173) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين النوع ومدى الحرص على استخدام الإنترنت.

### جدول رقم (32)

يوضح العلاقة بين مدى الحرص على استخدام الإنترنت والكلية التي يدرس بها المبحوثون

| القيمة الاحتمالية | كا    | الاستخدام |                |      | المقياس | الكلية                 |
|-------------------|-------|-----------|----------------|------|---------|------------------------|
|                   |       | غير حريص  | حريص إلى حد ما | حريص |         |                        |
| 0.490             | 1.428 | 19        | 91             | 117  | العدد   | كلية الإعلام           |
|                   |       | 8.4       | 40.1           | 51.5 | %       | جامعة بنغازي           |
|                   |       | 6         | 51             | 57   | العدد   | قسم العلوم             |
|                   |       | 5.3       | 44.7           | 50.0 | %       | السياسية كلية الاقتصاد |

يظهر هذا الجدول العلاقة بين الكلية التي يدرس فيها المبحوثون ومدى الحرص على استخدام شبكة المعلومات الدولية؛ أن (51.5%) من طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي يحرصون على استخدامها، وأن (50.0%) من طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي يحرصون على استخدامها، بينما (8.4%) من طلبة كلية الإعلام و(5.3%) من طلبة قسم العلوم السياسية غير حريصين على استخدامها. وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية أن قيمة  $\chi^2 = (1.428)$  والقيمة الاحتمالية تساوي (0.490) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض 5% وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون ومدى الحرص على استخدام شبكة المعلومات الدولية.

جدول رقم (33)

يوضح العلاقة بين تخصص المبحوثين ومدى الحرص على استخدام الإنترنت

| القيمة الاحتمالية | كا     | مدى الحرص على الاستخدام |                |      | المقياس | التخصص                   |
|-------------------|--------|-------------------------|----------------|------|---------|--------------------------|
|                   |        | غير حريص                | حريص إلى حد ما | حريص |         |                          |
| 0.324             | 11.446 | 4                       | 25             | 27   | العدد   | عام تمهيدي كلية الإعلام  |
|                   |        | 7.1                     | 44.6           | 48.2 | %       |                          |
|                   |        | 0                       | 13             | 25   | العدد   | الصحافة والنشر           |
|                   |        | 0.0                     | 34.2           | 65.8 | %       |                          |
|                   |        | 7                       | 19             | 23   | العدد   | الإذاعة والتلفزيون       |
|                   |        | 14.3                    | 38.8           | 46.9 | %       |                          |
|                   |        | 8                       | 30             | 38   | العدد   | العلاقات العامة والإعلان |
|                   |        | 10.5                    | 39.5           | 50.0 | %       |                          |
|                   |        | 0                       | 4              | 4    | العدد   | المسرح والخيالة          |
|                   |        | 0.0                     | 50.0           | 50.0 | %       |                          |
|                   |        | 6                       | 51             | 57   | العدد   | قسم العلوم السياسية      |
|                   |        | 5.3                     | 44.7           | 50.0 | %       |                          |

يوضح الجدول العلاقة بين تخصص المبحوثين ومدى الحرص على استخدام الإنترنت أن (48.2%) من طلاب وطالبات الفصل التمهيدي بكلية الإعلام يحرصون على استخدامها، كما بينت النتائج إن (65.8%) من طلاب قسم الصحافة والنشر يحرصون على استخدامها، و(46.9%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون هم حريصون على استخدام الشبكة، و(50.0%) من طلاب قسم العلاقات العامة والإعلان بدورهم حريصون على استخدامها، وأيضاً (50.0%) من طلاب قسم المسرح والخيالة حريصون على استخدام الشبكة، كما أظهرت النتائج أن (50.0%) من طلبة قسم العلوم السياسية يحرصون على استخدامها. وبينت النتائج أن (44.6%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام و(34.2%) من طلاب الصحافة و(38.8%) من طلاب الإذاعة والتلفزيون و(39.5%) من طلاب قسم العلاقات العامة والإعلان و(50.0%) من طلاب قسم المسرح والخيالة و(44.7%) من طلاب قسم العلوم

السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي حريصون إلى حد ما على استخدام شبكة المعلومات الدولية.

وبين الجدول أن (7.1%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام و(14.3%) من طلاب الإذاعة والتلفزيون و(10.5%) من طلاب قسم العلاقات العامة والإعلان و(5.3%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي هم غير حريصين على استخدام الإنترنت. وأشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (11.446) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.324) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين تخصص الباحثين ومدى الحرص على استخدام الإنترنت.

#### جدول رقم (34)

يوضح العلاقة بين الوسيلة المستخدمة في الدخول للإنترنت ونوع الباحثين

| القيمة الاحتمالية | كا     | الوسيلة المستخدمة            |                     |                  |                  | المقياس | النوع |
|-------------------|--------|------------------------------|---------------------|------------------|------------------|---------|-------|
|                   |        | جهاز الحاسوب المحمول والهاتف | جهاز الهاتف المحمول | جهاز حاسوب محمول | جهاز حاسوب مكتبي |         |       |
| 0.004             | 13.425 | 64                           | 68                  | 12               | 6                | العدد   | ذكر   |
|                   |        | 42.7                         | 45.3                | 8.0              | 4.0              | %       |       |
|                   |        | 50                           | 118                 | 20               | 3                | العدد   | أنثى  |
|                   |        | 26.2                         | 61.8                | 10.5             | 1.6              | %       |       |

هذا الجدول يبين العلاقة بين نوع المبحوث والوسيلة المستخدمة في الدخول على الشبكة حيث إن (4.0%) من الذكور يستخدمون جهاز الحاسوب المكتبي للدخول على الشبكة، و (8.0%) من الذكور يستخدمون جهاز الحاسوب المحمول لذات الغرض، و (45.3%) منهم يستخدمون جهاز الهاتف المحمول للدخول على الشبكة، و (42.7%) من الذكور يستخدمون جهاز الحاسوب المحمول والهاتف المحمول.

كما بين الجدول أن (1.6%) من الإناث يستخدمن جهاز الحاسوب المكتبي للدخول للشبكة، وأن (10.5%) من الإناث يستخدمن جهاز الحاسوب المحمول، بينما (61.8%) من الإناث يستخدمن جهاز الهاتف المحمول، وأن (26.2%) يستخدمن جهاز الحاسوب المحمول والهاتف في الدخول على الشبكة. وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (13.425) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.004) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر يدل على وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين النوع والوسيلة المستخدمة من قبل المبحوثين في الدخول على شبكة المعلومات.

### جدول رقم (35)

يوضح العلاقة بين مكان استخدام الإنترنت ونوع المبحوثين

| القيمة الاحتمالية | كا     | مكان استخدام الإنترنت |                  |        |               |       | المقياس | النوع |
|-------------------|--------|-----------------------|------------------|--------|---------------|-------|---------|-------|
|                   |        | في العمل              | في المقهى والبيت | المقهى | مقهى الإنترنت | البيت |         |       |
| 0.000             | 20.853 | 22                    | 1                | 3      | 14            | 110   | العدد   | ذكر   |
|                   |        | 14.7                  | 0.7              | 2.0    | 9.3           | 73.3  | %       |       |
|                   |        | 12                    | 1                | 1      | 3             | 174   | العدد   | أنثى  |
|                   |        | 6.3                   | 0.5              | 0.5    | 1.6           | 91.1  | %       |       |

يبين هذا الجدول العلاقة بين نوع المبحوث ومكان استخدام شبكة المعلومات أن (73.3%) من الذكور يستخدمونها في البيت، وأن (9.3%) من الذكور يستخدمونها في المقهى الخاص بالإنترنت، وأن (2.0%) يستخدمونها في المقهى العام، وأن (0.7%) من الذكور يستخدمونها في البيت والمقهى، وأن (14.7%) من الذكور يستخدمونها في مكان العمل. ويظهر الجدول أن (91.1%) من الإناث يدخلن على الشبكة في البيت، وأن (1.6%) من الإناث يدخلن على الشبكة في المقهى الخاص بالإنترنت، وأن (0.5%) من الإناث يدخلن على الشبكة في المقهى، وكذلك (0.5%) من الإناث يستخدمنها أثناء تواجدهن في المقهى

والبيت، وأن (6.3%) من الإناث يدخلن على شبكة المعلومات الدولية أثناء وجودهن في مكان العمل.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (20.853) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر يدل على وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين النوع ومكان استخدام الإنترنت.

### جدول رقم (36)

يوضح العلاقة بين النوع ومدى الانتظام في استخدام الإنترنت

| النوع | المقياس | معدل الانتظام في استخدام الإنترنت |        |       |            |
|-------|---------|-----------------------------------|--------|-------|------------|
|       |         | مستمرة                            | متقطعة | نادرة | حسب الظروف |
| ذكر   | العدد   | 87                                | 30     | 1     | 32         |
|       | %       | 58.0                              | 20.0   | 0.7   | 21.3       |
| أنثى  | العدد   | 96                                | 40     | 5     | 50         |
|       | %       | 50.3                              | 20.9   | 2.6   | 26.2       |

يوضح هذا الجدول العلاقة بين نوع المبحوث ومدى الانتظام في استخدام الشبكة أن (58.0%) من الذكور يستخدمونها بشكل مستمر، وأن (20.0%) منهم يستخدمونها بشكل متقطع، و(0.7%) من الذكور نادرا ما يدخلون على الشبكة، و(21.3%) منهم يستخدمونها حسب الظروف المتاحة. ويبين الجدول أن (50.3%) من الإناث يستخدمن الشبكة بشكل مستمر، وأن (20.9%) من الإناث يدخلن عليها بشكل متقطع، و(2.6%) من الإناث نادرا ما يدخلن على الشبكة، و(26.2%) من الإناث يستخدمنها حسب الظروف المتاحة.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (3.612) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.307) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين النوع ومدى الانتظام في استخدام الإنترنت.

جدول رقم (37)

يوضح العلاقة بين الوسيلة المستخدمة للدخول على الإنترنت والكلية التي يدرس بها المبحوثون

| الكلية  | المقياس | الوسيلة المستخدمة |                  |                     |                              | كا    | القيمة الاحتمالية |
|---|---------|-------------------|------------------|---------------------|------------------------------|-------|-------------------|
|   |         | جهاز حاسوب مكتبي  | جهاز حاسوب محمول | جهاز الهاتف المحمول | جهاز الحاسوب المحمول والهاتف |       |                   |
| كلية الإعلام<br>جامعة بنغازي<br>قسم العلوم<br>السياسية كلية<br>الاقتصاد | العدد   | 8                 | 24               | 116                 | 79                           | 4.895 | 0.180             |
|   | %       | 3.5               | 10.6             | 51.1                | 34.8                         |       |                   |
|   | العدد   | 1                 | 8                | 70                  | 35                           |       |                   |
|   | %       | 0.9               | 7.0              | 61.4                | 30.7                         |       |                   |

يبين هذا الجدول أن العلاقة بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون ونوع الوسيلة التي يدخل بها المبحوثون على الشبكة أن (3.5%) من طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي يستخدمون جهاز حاسوب مكتبي للدخول على الشبكة، وأن (7.0%) من طلبة كلية الإعلام يدخلون على الشبكة بواسطة جهاز الحاسوب المحمول، و(61.4%) منهم يستخدم جهاز الهاتف المحمول في الدخول على الشبكة، وأن (34.8%) من طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي يستخدمون كل من جهاز الحاسوب المحمول والهاتف المحمول للدخول على شبكة المعلومات الدولية.

كما بين الجدول العلاقة بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون ونوع الوسيلة التي يدخل بها المبحوثون على الشبكة أن (0.9%) من طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي يستخدمون جهاز حاسوب مكتبي للدخول على الشبكة، وأن (10.6%) من طلبة قسم العلوم السياسية يدخلون عليها بواسطة جهاز الحاسوب المحمول، و(51.1%) منهم يستخدم جهاز الهاتف المحمول في الدخول على الشبكة، وأن (30.7%) من طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي يستخدمون كل من جهاز الحاسوب المحمول والهاتف المحمول للدخول على الشبكة. وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (4.895)

والقيمة الاحتمالية تساوي (0.180) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون ونوع الوسيلة المستخدمة للدخول على شبكة الإنترنت.

### جدول رقم (38)

يوضح العلاقة بين مكان استخدام الإنترنت والكلية التي يدرس بها المبحوثون

| القيمة الاحتمالية | كا    | مكان استخدام الإنترنت |                  |        |               |       | المقياس | الكلية                 |
|-------------------|-------|-----------------------|------------------|--------|---------------|-------|---------|------------------------|
|                   |       | في العمل              | في المقهى والبيت | المقهى | مقهى الإنترنت | البيت |         |                        |
| 0.257             | 5.309 | 26                    | 1                | 1      | 10            | 189   | العدد   | كلية الإعلام           |
|                   |       | 11.5                  | 0.4              | 0.4    | 4.4           | 83.3  | %       | جامعة بنغازي           |
|                   |       | 8                     | 1                | 3      | 7             | 95    | العدد   | قسم العلوم             |
|                   |       | 7.0                   | 0.9              | 2.6    | 6.1           | 83.3  | %       | السياسية كلية الاقتصاد |

يكشف هذا الجدول العلاقة بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون ومكان استخدامهم للشبكة

أن (83.3%) من طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي يستخدمونها في البيت، وأن (4.4%) من طلبة الكلية يستخدمونها في المقهى الخاص بالإنترنت، وأن (0.4%) يستخدمونها في المقهى العام، وأن (0.4%) من طلبة الإعلام يستخدمونها في البيت والمقهى، وأن (11.5%) من المعنيين يستخدمونها في مكان العمل.

وبينت نتائج هذا الجانب أن (83.3%) من طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي يستخدمونها في البيت، وأن (6.1%) من طلبة العلوم السياسية يستخدمونها في المقهى الخاص بالإنترنت، وأن (2.6%) يستخدمونها في المقهى العام، وأن (0.9%) من طلبة قسم العلوم السياسية يستخدمونها في البيت والمقهى، وأن (7.0%) يستخدمونها في مكان العمل.



وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (5.309) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.257) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون ومكان استخدام شبكة الإنترنت.

### جدول رقم (39)

يوضح العلاقة بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون ومعدل الانتظام في استخدام الإنترنت

| القيمة الاحتمالية | كا    | معدل الانتظام في استخدام الإنترنت |       |        |        | المقياس | الكلية                 |
|-------------------|-------|-----------------------------------|-------|--------|--------|---------|------------------------|
|                   |       | حسب الظروف                        | نادرة | متقطعة | مستمرة |         |                        |
| 0.370             | 3.145 | 56                                | 2     | 46     | 123    | العدد   | كلية الإعلام           |
|                   |       | 24.7                              | 0.9   | 20.3   | 54.2   | %       | جامعة بنغازي           |
|                   |       | 26                                | 4     | 24     | 60     | العدد   | قسم العلوم             |
|                   |       | 22.8                              | 3.5   | 21.1   | 52.6   | %       | السياسية كلية الاقتصاد |

يبين هذا الجدول العلاقة بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون ومعدل الانتظام في استخدام الشبكة أن (54.2%) من طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي يستخدمونها بشكل مستمر، وأن (20.3%) منهم يستخدمونها بشكل متقطع، و(0.9%) من طلبة الإعلام نادرا ما يدخلون على الشبكة، و(24.7%) منهم يستخدمونها حسب الظروف المتاحة.

كما بين الجدول أن (52.6%) من طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي يدخلون على الشبكة بشكل مستمر، وأن (21.1%) من طلبة القسم يدخلون عليها بشكل متقطع، و(3.5%) من طلاب العلوم السياسية نادرا ما يدخلون على الشبكة، و(22.8%) من طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد يدخلون على الشبكة حسب الظروف المتاحة.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (3.145) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.370) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود

علاقة ذات دلالة معنوية بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون ومعدل الانتظام في استخدام شبكة المعلومات الدولية.

#### جدول رقم (40)

يوضح العلاقة بين تخصص المبحوثين والوسيلة المستخدمة للدخول على الإنترنت

| القيمة الاحتمالية | كا     | الوسيلة المستخدمة       |                |                  |                  | المقياس | التخصص          |
|-------------------|--------|-------------------------|----------------|------------------|------------------|---------|-----------------|
|                   |        | الحاسوب والهاتف المحمول | الهاتف المحمول | جهاز حاسوب محمول | جهاز حاسوب مكتبي |         |                 |
| 0.000             | 47.572 | 15                      | 38             | 2                | 2                | العدد   | عام تمهيدي      |
|                   |        | 26.3                    | 66.7           | 3.5              | 3.5              | %       | كلية الإعلام    |
|                   |        | 20                      | 11             | 7                | 1                | العدد   | الصحافة         |
|                   |        | 51.3                    | 28.2           | 17.9             | 2.6              | %       | والنشر          |
|                   |        | 15                      | 25             | 9                | 0                | العدد   | الإذاعة         |
|                   |        | 30.6                    | 51.0           | 18.4             | 0.0              | %       | والتلفزيون      |
|                   |        | 24                      | 45             | 5                | 3                | العدد   | العلاقات العامة |
|                   |        | 31.2                    | 58.4           | 6.5              | 3.9              | %       | والإعلان        |
|                   |        | 5                       | 0              | 1                | 2                | العدد   | المسرح والخيالة |
|                   |        | 62.5                    | 0.0            | 12.5             | 25.0             | %       |                 |
|                   |        | 35                      | 70             | 10               | 1                | العدد   | قسم العلوم      |
|                   |        | 30.2                    | 60.3           | 8.6              | 0.9              | %       | السياسية        |

يوضح هذا الجدول العلاقة بين التخصص الذي يدرس به المبحوثون ونوع الوسيلة

المستخدمة في الدخول على الشبكة أن (3.5%) من طلبة الفصل التمهيدي في كلية الإعلام

جامعة بنغازي يستخدمون جهاز حاسوب مكتبي للدخول على الشبكة، وأن (3.5%) من طلبة

التمهيدي يدخلون إليها بواسطة جهاز الحاسوب المحمول، و(66.7%) منهم يستخدمون جهاز

الهاتف المحمول في الدخول على الشبكة، وأن (26.3%) من طلبة الفصل التمهيدي كلية

الإعلام جامعة بنغازي يستخدمون كلا من جهاز الحاسوب المحمول والهاتف المحمول للدخول

على الشبكة. كما بين الجدول العلاقة بين التخصص الذي يدرس به المبحوثون ونوع الوسيلة

التي يدخل بها على الشبكة أن (2.6%) من طلبة قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام جامعة بنغازي يستخدمون جهاز حاسوب مكتبي للدخول إليها وأن (17.9%) من طلاب الصحافة يدخلون عليها بواسطة جهاز الحاسوب المحمول، و(28.2%) منهم يستخدمون جهاز الهاتف المحمول في الدخول على الشبكة، وأن (51.3%) من طلبة قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام جامعة بنغازي يستخدمون كلا من جهاز الحاسوب المحمول والهاتف المحمول للدخول على الشبكة. وأن (18.4%) من طلبة قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة بنغازي يستخدمون جهاز حاسوب محمول للدخول على الشبكة، وأن (51.0%) من طلاب الإذاعة والتلفزيون يدخلون إلى الشبكة بواسطة الهاتف المحمول، و(30.6%) من طلبة قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة بنغازي يستخدمون كل من جهاز الحاسوب المحمول والهاتف المحمول للدخول على شبكة المعلومات الدولية.

وبالنسبة لطلبة قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام فإن (3.9%) منهم يدخلون إلى الشبكة بواسطة جهاز الحاسوب المكتبي و(6.5%) يدخلون على الشبكة باستخدام الحاسوب المحمول، وأن (58.4%) يدخلون إليها باستخدام الهاتف المحمول، وأن (31.2%) من طلاب العلاقات العامة بدخول على الشبكة من خلال استخدام جهاز الحاسوب المحمول والهاتف المحمول، ويظهر الجدول أن (25.0%) من طلبة قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام جامعة بنغازي يلجؤون للشبكة من خلال استخدام جهاز الحاسوب المكتبي، و(12.5%) منهم يدخل إلى الشبكة باستخدام الحاسوب المحمول، وأن (62.5%) من طلاب المسرح والخيالة يدخلون عليها بواسطة استخدام كل من الحاسوب المحمول والهاتف المحمول.

فيما (0.9%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي يدخلون إلى الشبكة من خلال الحاسوب المكتبي، و(8.6%) يدخلون إليها من خلال الحاسوب المحمول،

وأن (60.3%) من طلبة هذا القسم يلج الشبكة من خلال الهاتف المحمول، وأن (30.2%) يدخلون إليها من خلال استخدام كل من الحاسوب المحمول والهاتف المحمول.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (47.572) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر يدل على وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين التخصص الذي يدرس به المبحوثون ونوع الوسيلة المستخدمة للدخول على شبكة المعلومات الدولية.

#### جدول رقم (41)

يوضح العلاقة بين تخصص المبحوثين ومكان استخدام الإنترنت

| القيمة الاحتمالية | كا     | مكان استخدام الإنترنت |               |              |               |       | المقياس | التخصص          |
|-------------------|--------|-----------------------|---------------|--------------|---------------|-------|---------|-----------------|
|                   |        | العمل                 | المقهى والبيت | المقهى العام | مقهى الإنترنت | البيت |         |                 |
| 0.015             | 36.116 | 8                     | 0             | 0            | 3             | 46    | العدد   | عام تمهيدي كلية |
|                   |        | 14.0                  | 0.0           | 0.0          | 5.3           | 80.7  | %       | الإعلام         |
|                   |        | 5                     | 0             | 0            | 4             | 30    | العدد   | الصحافة والنشر  |
|                   |        | 12.8                  | 0.0           | 0.0          | 10.3          | 76.9  | %       |                 |
|                   |        | 6                     | 0             | 1            | 3             | 39    | العدد   | الإذاعة         |
|                   |        | 12.2                  | 0.0           | 2.0          | 6.1           | 79.6  | %       | والتلفزيون      |
|                   |        | 7                     | 0             | 0            | 1             | 69    | العدد   | العلاقات العامة |
|                   |        | 9.1                   | 0.0           | 0.0          | 1.3           | 89.6  | %       | والإعلان        |
|                   |        | 0                     | 1             | 0            | 0             | 7     | العدد   | المسرح والخيالة |
|                   |        | 0.0                   | 12.5          | 0.0          | 0.0           | 87.5  | %       |                 |
|                   |        | 8                     | 1             | 4            | 7             | 96    | العدد   | قسم العلوم      |
|                   |        | 6.9                   | 0.9           | 3.4          | 6.0           | 82.8  | %       | السياسية        |

يبين هذا الجدول العلاقة بين التخصص الذي يدرس به المبحوثون ومكان استخدام الشبكة

أن (80.7%) من طلبة الفصل التمهيدي في كلية الإعلام جامعة بنغازي يستخدمونها في البيت، وأن (5.3%) من طلبة التمهيدي يدخلون إلى الشبكة في مقهى الإنترنت، وأن (14.0%) من طلبة الفصل التمهيدي كلية الإعلام جامعة بنغازي يستخدمونها في مكان العمل.

كما بين الجدول الخاص بالعلاقة بين التخصص الذي يدرس به المبحوثون ومكان الدخول على الشبكة أن (76.9%) من طلبة قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام جامعة بنغازي يستخدمون الشبكة في البيت، وأن (10.3%) من طلاب الصحافة يدخلونها في مقهى الإنترنت، و(12.8%) منهم يستخدمها في مكان العمل.

ويوضح الجدول أن (79.6%) من طلبة قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة بنغازي يستخدمون الشبكة في البيت، وأن (6.1%) من طلاب الإذاعة والتلفزيون يدخلون إليها في مقهى الإنترنت، و(2.0%) منهم يستخدمونها في المقهى العام، وأن (12.2%) من طلبة الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة بنغازي يدخلون إليها في مكان العمل.

وبالنسبة لطلبة قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام فإن (89.6%) منهم يدخلون إلى الشبكة في البيت و(1.3%) يدخلون إلى الشبكة في مقهى الإنترنت، وأن (9.1%) يدخلون إلى هذه الوسيلة في مكان العمل.

وبين الجدول أن (87.5%) من طلبة قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام جامعة بنغازي يدخلون إلى الشبكة في البيت، و(12.5%) منهم يدخلها في المقهى والبيت.

فيما (82.8%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي يدخلون إلى الشبكة في البيت، و(6.0%) يدخلونها في مقهى الإنترنت، وأن (3.4%) من طلبة هذا القسم يدخلون إلى الشبكة في المقهى العام، وأن (0.9%) يدخلونها في المقهى والبيت، وأن (6.9%) منهم يستخدمها في مكان العمل.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (36.116) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.015) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض 5% وهذا مؤشر يدل على وجود

علاقة ذات دلالة معنوية بين التخصص الذي يدرس به المبحوثون ومكان الدخول على شبكة المعلومات الدولية.

#### جدول رقم (42)

يوضح العلاقة بين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في المرة الواحدة مستخدمين الإنترنت ونوع المبحوث

| القيمة الاحتمالية | كا    | عدد الساعات التي يقضيها المبحوث في المرة الواحدة مستخدماً الإنترنت |  |   |                             | المقياس | النوع |
|-------------------|-------|--|--|---|-----------------------------|---------|-------|
|                   |       | أكثر من 4 ساعات في كل مرة  | من 2 ساعة إلى أقل من 4 ساعات في كل مرة | من ساعة واحدة إلى أقل من 2 ساعة في كل مرة | أقل من ساعة واحدة في كل مرة |         |       |
| 0.173             | 4.979 | 44   | 37                                     | 44  | 25                          | العدد   | ذكر   |
|                   |       | 29.3   | 24.7                                   | 29.3                                      | 16.7                        | %       |       |
|                   |       | 47   | 50                                     | 45  | 49                          | العدد   | أنثى  |
|                   |       | 24.6   | 26.2                                   | 23.6                                      | 25.7                        | %       |       |

يوضح هذا الجدول العلاقة بين نوع المبحوث وعدد الساعات التي يقضيها في المرة

الواحدة مستخدماً الشبكة أن (16.7%) من الذكور يقضون أقل من ساعة واحدة في كل جلسة

استخدام، وأن (25.7%) من الإناث يقضين أقل من ساعة واحدة في كل جلسة استخدام، بينما

(29.3%) من الذكور يقضون من ساعة واحدة إلى أقل من (2) ساعة في كل مرة استخدام

و(23.6%) من الإناث يستخدمن الشبكة من ساعة واحدة إلى أقل من (2) ساعة في كل جلسة

استخدام، وأن (24.7%) من الذكور يقضون من (2) ساعة إلى أقل من (4) ساعات في كل

مرة استخدام، وتقضي (26.2%) من الإناث من (2) ساعة إلى أقل من (4) ساعات في كل

مرة استخدام. وأن (29.3%) من الذكور يستخدمونها أكثر من (4) ساعات في كل مرة، وفي

المقابل تقضي (24.6%) من الإناث أكثر من (4) ساعات في كل جلسة واحدة.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (4.979) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.173) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين النوع وعدد الساعات التي يقضيها في كل جلسة استخدام.

#### جدول رقم (43)

يوضح العلاقة الارتباطية بين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في المرة الواحدة مستخدمين الإنترنت والكلية التي يدرس بها المبحوثون

| القيمة الاحتمالية | كا    | عدد الساعات التي يقضيها المبحوث في المرة الواحدة مستخدماً الإنترنت |  |   |                             | المقياس | الكلية                 |
|-------------------|-------|--|--|---|-----------------------------|---------|------------------------|
|                   |       | أكثر من 4 ساعات في كل مرة  | من 2 ساعة إلى أقل من 4 ساعات في كل مرة | من ساعة واحدة إلى أقل من 2 ساعة في كل مرة | أقل من ساعة واحدة في كل مرة |         |                        |
| 0.254             | 4.071 | 53   | 61                                     | 63  | 50                          | العدد   | كلية الإعلام           |
|                   |       | 23.3   | 26.9                                   | 27.8                                      | 22.0                        | %       | جامعة بنغازي           |
|                   |       | 38   | 26                                     | 26  | 24                          | العدد   | قسم العلوم             |
|                   |       | 33.3   | 22.8                                   | 22.8                                      | 21.1                        | %       | السياسية كلية الاقتصاد |

يبين هذا الجدول العلاقة بين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في المرة الواحدة مستخدمين الشبكة والكلية التي يدرسون بها أن (22.0%) من طلاب كلية الإعلام يقضون أقل من ساعة واحدة في كل جلسة استخدام، وأن (21.1%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي يقضون أقل من ساعة واحدة في كل جلسة استخدام، وأن (27.8%) من طلاب الإعلام يقضون من ساعة واحدة إلى أقل من (2) ساعة في كل مرة استخدام و(22.8%) من طلبة قسم العلوم السياسية يستخدمون الشبكة من ساعة واحدة إلى أقل من (2) ساعة في كل جلسة استخدام. وأن (26.9%) من طلاب الإعلام يقضون من (2) ساعة إلى أقل من (4) ساعات في كل مرة استخدام، ويقضي (22.8%) من طلاب قسم العلوم السياسية

من (2) ساعة إلى أقل من (4) ساعات في كل مرة استخدام. وأن (23.3%) من طلاب كلية الإعلام يستخدمونها أكثر من (4) ساعات في كل مرة، وفي المقابل يقضي (33.3%) من طلاب قسم العلوم السياسية أكثر من (4) ساعات في كل جلسة استخدام.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة  $\chi^2 = (4.071)$  والقيمة الاحتمالية تساوي (0.254) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين الكلية التي يدرس فيها المبحوثون وعدد ساعات الاستخدام في كل جلسة.

#### جدول رقم (44)

يوضح العلاقة الارتباطية بين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في المرة الواحدة مستخدمين الإنترنت وتخصص المبحوث

| القيمة الاحتمالية | كا     | عدد الساعات التي يقضيها المبحوث في المرة الواحدة مستخدماً الإنترنت |  |   |                             | المقياس | التخصص                   |
|-------------------|--------|--|--|---|-----------------------------|---------|--------------------------|
|                   |        | أكثر من 4 ساعات في كل مرة  | من 2 ساعة إلى أقل من 4 ساعات في كل مرة | من ساعة واحدة إلى أقل من 2 ساعة في كل مرة | أقل من ساعة واحدة في كل مرة |         |                          |
| 0.007             | 31.578 | 17   | 9                                      | 21  | 10                          | العدد   | عام تمهيدي               |
|                   |        | 29.8   | 15.8                                   | 36.8                                      | 17.5                        | %       | كلية الإعلام             |
|                   |        | 9  | 16                                     | 8   | 6                           | العدد   | الصحافة والنشر           |
|                   |        | 23.1   | 41.0                                   | 20.5                                      | 15.4                        | %       | الإذاعة والتلفزيون       |
|                   |        | 14   | 9                                      | 14  | 12                          | العدد   | العلاقات العامة والإعلان |
|                   |        | 28.6   | 18.4                                   | 28.6                                      | 24.5                        | %       | المسرح والخيالة          |
|                   |        | 12   | 27                                     | 15  | 22                          | العدد   | قسم العلوم السياسية      |
|                   |        | 15.6   | 35.1                                   | 19.5                                      | 29.9                        | %       |                          |
|                   |        | 1  | 0                                      | 5   | 2                           | العدد   |                          |
|                   |        | 12.5   | 0.0                                    | 62.5                                      | 25.0                        | %       |                          |
|                   |        | 39   | 26                                     | 26  | 25                          | العدد   |                          |
|                   |        | 33.6   | 22.4                                   | 22.4                                      | 21.6                        | %       |                          |



يبين هذا الجدول العلاقة بين عدد الساعات التي يقضيها المبحوث في المرة الواحدة مستخدماً شبكة المعلومات والتخصص الذي يدرس فيه المبحوثون؛ أن (17.5%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام يقضون أقل من ساعة واحدة في كل جلسة استخدام، وأن (36.8%) منهم يقضون من ساعة واحدة إلى أقل من (2) ساعة في كل جلسة استخدام، وأن (15.8%) من طلاب التمهيدي يقضون من (2) ساعة إلى أقل من (4) ساعات في كل مرة استخدام و(29.8%) من طلاب الفصل التمهيدي يستخدمونها لأكثر من (4) ساعات في كل جلسة استخدام.

وأن (15.4%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام يقضون أقل من ساعة واحدة في كل جلسة استخدام، وأن (20.5%) منهم يقضون من ساعة واحدة إلى أقل من (2) ساعة في كل جلسة استخدام، وأن (41.0%) من طلاب الصحافة يقضون من (2) ساعة إلى أقل من (4) ساعات في كل مرة استخدام و(23.1%) من طلاب قسم الصحافة يستخدمون هذه الوسيلة لأكثر من (4) ساعات في كل جلسة استخدام.

وأن (24.5%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام يقضون أقل من ساعة واحدة في كل جلسة استخدام، وأن (28.6%) منهم يقضون من ساعة واحدة إلى أقل من (2) ساعة في كل جلسة استخدام، وأن (18.4%) من طلاب تخصص الإذاعة والتلفزيون يقضون من (2) ساعة إلى أقل من (4) ساعات في كل مرة استخدام و(28.6%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام يستخدمون الشبكة لأكثر من (4) ساعات في كل جلسة استخدام.

وأن (29.9%) من طلاب قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام يقضون أقل من ساعة واحدة في كل جلسة استخدام، وأن (19.5%) منهم يقضون من ساعة واحدة إلى أقل من

(2) ساعة في كل جلسة استخدام، وأن (35.1%) من طلاب تخصص العلاقات العامة يقضون من (2) ساعة إلى أقل من (4) ساعات في كل مرة استخدام و(15.6%) من طلاب قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام يستخدمونها لأكثر من (4) ساعات في كل جلسة استخدام.

كما أظهر الجدول أن (25.0%) من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام يقضون أقل من ساعة واحدة في كل جلسة استخدام، وأن (62.5%) منهم يقضون من ساعة واحدة إلى أقل من (2) ساعة في كل جلسة استخدام، وأن (0.0%) من طلاب تخصص المسرح والخيالة يقضون من (2) ساعة إلى أقل من (4) ساعات في كل مرة استخدام و(12.5%) من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام يستخدمونها لأكثر من (4) ساعات في كل جلسة استخدام.

ويوضح الجدول أن (21.6%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي يقضون أقل من ساعة واحدة في كل جلسة استخدام، وأن (22.4%) منهم يقضون من ساعة واحدة إلى أقل من (2) ساعة في كل جلسة استخدام، وأن (22.4%) من طلاب قسم العلوم السياسية يقضون من (2) ساعة إلى أقل من (4) ساعات في كل مرة استخدام و(33.6%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد يستخدمونها لأكثر من (4) ساعات في كل جلسة استخدام.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (31.578) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.007) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في المرة الواحدة مستخدمين الإنترنت والتخصص.

جدول رقم (45)

يوضح العلاقة بين مشاهدة قنوات التلفزيون الفضائية ونوع المبحوث

| القيمة الاحتمالية | كا    | المشاهدة |      | المقياس | النوع |
|-------------------|-------|----------|------|---------|-------|
|                   |       | أحيانا   | نعم  |         |       |
| 0.708             | 0.141 | 73       | 80   | العدد   | ذكر   |
|                   |       | 47.7     | 52.3 | %       |       |
|                   |       | 96       | 97   | العدد   | أنثى  |
|                   |       | 49.7     | 50.3 | %       |       |

يوضح هذا الجدول العلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية ونوع المبحوثين أن (52.3%)

من الذكور يشاهدونها غالبا و(47.7%) يشاهدونها أحيانا، وأن (50.3%) من الإناث يشاهدن

القنوات الفضائية و(49.7%) يشاهدنها أحيانا.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية أن قيمة كا = (0.141) والقيمة الاحتمالية تساوي

(0.708) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة

ذات دلالة معنوية بين النوع ومشاهدة القنوات.

جدول رقم (46)

يوضح العلاقة بين مشاهدة القنوات والكلية التي يدرس بها المبحوثون

| القيمة الاحتمالية | كا     | المشاهدة |        | المقياس | الكلية                                  |
|-------------------|--------|----------|--------|---------|---|
|                   |        | أحيانا   | دائماً |         |   |
| 0.000             | 12.215 | 97       | 133    | العدد   | كلية الإعلام<br>جامعة بنغازي            |
|                   |        | 42.2     | 57.8   | %       |   |
|                   |        | 72       | 44     | العدد   | قسم العلوم<br>السياسية كلية<br>الاقتصاد |
|                   |        | 62.1     | 37.9   | %       |   |

يوضح هذا الجدول العلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية والكلية التي يدرس فيها

المبحوثون حيث إن (57.8%) من طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي يشاهدون غالبا القنوات

الفضائية، وأن (37.9%) من طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي يشاهدونها دائماً.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (12.215) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين مشاهدة القنوات والكلية التي يدرس بها المبحوثون.

#### جدول رقم (47)

يوضح العلاقة بين التخصص الذي يدرس به المبحوثون ومشاهدة القنوات الفضائية

| القيمة الاحتمالية | كا     | المشاهدة |        | المقياس | التخصص             |
|-------------------|--------|----------|--------|---------|--------------------|
|                   |        | أحياناً  | دائماً |         |                    |
| 0.007             | 16.074 | 27       | 30     | العدد   | فصل تمهدي          |
|                   |        | 47.4     | 52.6   | %       |                    |
|                   |        | 13       | 26     | العدد   | الصحافة            |
|                   |        | 33.3     | 66.7   | %       |                    |
|                   |        | 18       | 31     | العدد   | الإذاعة والتلفزيون |
|                   |        | 36.7     | 63.3   | %       |                    |
|                   |        | 34       | 43     | العدد   | العلاقات العامة    |
|                   |        | 44.2     | 55.8   | %       |                    |
|                   |        | 5        | 3      | العدد   | المسرح والخيالة    |
|                   |        | 62.5     | 37.5   | %       |                    |
|                   |        | 72       | 44     | العدد   | العلوم السياسية    |
|                   |        | 62.1     | 37.9   | %       |                    |

يوضح هذا الجدول العلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية والتخصص الذي يدرس فيه المبحوثون؛ أن (52.6%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام يشاهدون الفضائيات دائماً، وأن (66.7%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام يشاهدونها دائماً، وأن (63.3%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام يشاهدونها دائماً، وبين الجدول أن (55.8%)

من طلاب قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام يشاهدون الفضائيات دائما، وأن (37.5%) من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام دائما ما يشاهدون الفضائيات. وأن (37.9%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي يشاهدونها دائما. وأن (47.4%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام يشاهدون الفضائيات أحيانا، وأن (33.3%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام أحيانا يشاهدون الفضائيات، وأن (36.7%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام يشاهدونها أحيانا، ويوضح الجدول أن (44.2%) من طلاب قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام يشاهدون الفضائيات أحيانا، وأن (62.5%) من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام أحيانا ما يشاهدون الفضائيات. كما وأن (62.1%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي أحيانا يشاهدون الفضائيات.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (16.074) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.007) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين التخصص ومشاهدة الفضائيات.

#### جدول رقم (48)

يوضح العلاقة بين النوع ومدى الحرص على مشاهدة القنوات الفضائية

| القيمة الاحتمالية | كا 2  | مدى حرص المبحوثين على مشاهدة القنوات الفضائية |                |      | المقياس | النوع |
|-------------------|-------|---|----------------|------|---------|-------|
|                   |       | غير حريص                                      | حريص إلى حد ما | حريص |         |       |
| 0.278             | 2.560 | 41  | 70             | 42   | العدد   | ذكر   |
|                   |       | 26.8  | 45.8           | 27.5 | %       |       |
|                   |       | 38  | 100            | 55   | العدد   | أنثى  |
|                   |       | 19.7  | 51.8           | 28.5 | %       |       |

يوضح هذا الجدول العلاقة بين نوع المبحوثين ومدى الحرص على مشاهدة القنوات؛ أن (27.5%) من الذكور حريصون على المشاهدة، وأن (28.5%) من الإناث يحرصن على المشاهدة. في حين أن (26.8%) من الذكور غير حريصين على المشاهدة، و(19.7%) من الإناث غير حريصات على مشاهدة قنوات التلفزيون الفضائية.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (2.560) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.278) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين النوع ومدى الحرص على مشاهدة قنوات التلفزيون الفضائية.

#### جدول رقم (49)

يوضح العلاقة بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون ومدى الحرص على مشاهدة القنوات الفضائية

| القيمة الاحتمالية | كا    | مدى الحرص على المشاهدة |                |      | المقياس | الكلية              |
|-------------------|-------|------------------------|----------------|------|---------|---------------------|
|                   |       | غير حرص                | حريص إلى حد ما | حريص |         |                     |
| 0.015             | 8.347 | 42                     | 118            | 70   | العدد   | كلية الإعلام        |
|                   |       | 18.3                   | 51.3           | 30.4 | %       | جامعة بنغازي        |
|                   |       | 37                     | 52             | 27   | العدد   | قسم العلوم السياسية |
|                   |       | 31.9                   | 44.8           | 23.3 | %       | كلية الاقتصاد       |

يبين هذا الجدول العلاقة بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون ومدى الحرص على مشاهدة قنوات التلفزيون الفضائية؛ أن (30.4%) من طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي حريصون على المشاهدة، وأن (23.3%) من طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي حريصون على المشاهدة. بينما (18.3%) من طلاب كلية الإعلام غير حريصين على المشاهدة، و(31.9%) من طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي غير حريصين على مشاهدة القنوات الفضائية.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (8.347) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.015) وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون ومدى الحرص على المشاهدة.

#### جدول رقم (50)

يوضح العلاقة بين مدى حرص المبحوثين على مشاهدة قنوات التلفزيون الفضائية والتخصص الدراسي

| القيمة الاحتمالية | كا     | مدى الحرص على المشاهدة |                |      | المقياس | التخصص                   |
|-------------------|--------|------------------------|----------------|------|---------|--------------------------|
|                   |        | غير حرص                | حريص إلى حد ما | حريص |         |                          |
| 0.176             | 13.932 | 9                      | 26             | 22   | العدد   | عام تمهيدي               |
|                   |        | 15.8                   | 45.6           | 38.6 | %       | كلية الإعلام             |
|                   |        | 9                      | 19             | 11   | العدد   | الصحافة والنشر           |
|                   |        | 23.1                   | 48.7           | 28.2 | %       |                          |
|                   |        | 10                     | 23             | 16   | العدد   | الإذاعة والتلفزيون       |
|                   |        | 20.4                   | 46.9           | 32.7 | %       |                          |
|                   |        | 13                     | 46             | 18   | العدد   | العلاقات العامة والإعلان |
|                   |        | 16.9                   | 59.7           | 23.4 | %       |                          |
|                   |        | 1                      | 4              | 3    | العدد   | المسرح والخيالة          |
|                   |        | 12.5                   | 50.0           | 37.5 | %       |                          |
|                   |        | 37                     | 52             | 27   | العدد   | قسم العلوم السياسية      |
|                   |        | 31.9                   | 44.8           | 23.3 | %       |                          |

يظهر في هذا الجدول العلاقة بين مدى الحرص على مشاهدة القنوات الفضائية والتخصص الذي يدرس فيه المبحوثون؛ أن (38.6%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام حريصون على المشاهدة، وأن (28.2%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام حريصون على المشاهدة، وأن (32.7%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام حريصون على المشاهدة، وأن (23.4%) من طلاب قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام يحرسون على المشاهدة، وأن (37.5%) من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام

حريصون على المشاهدة. و(23.3%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي حريصون على المشاهدة. وتحصلت كافة التخصصات على أعلى نسبة لمن هم حريصون إلى حد ما على المشاهدة.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (13.932) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.176) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين مدى حرص المبحوثين على مشاهدة قنوات التلفزيون الفضائية والتخصص الدراسي

#### جدول رقم (51)

يوضح العلاقة بين النوع ومعدلات المشاهدة لقنوات التلفزيون الفضائية

| القيمة الاحتمالية | كا    | معدلات مشاهدة القنوات الفضائية |       |        |        | المقياس | النوع |
|-------------------|-------|--------------------------------|-------|--------|--------|---------|-------|
|                   |       | حسب الظروف                     | نادرة | متقطعة | مستمرة |         |       |
| 0.764             | 1.156 | 42                             | 20    | 63     | 28     | العدد   | ذكر   |
|                   |       | 27.5                           | 13.1  | 41.2   | 18.3   | %       |       |
|                   |       | 48                             | 33    | 78     | 34     | العدد   | أنثى  |
|                   |       | 24.9                           | 17.1  | 40.4   | 17.6   | %       |       |

يوضح هذا الجدول العلاقة بين نوع المبحوثين ومعدلات مشاهدة القنوات؛ أن (18.3%) من الذكور يشاهدونها بشكل مستمر، وأن (17.6%) من الإناث يشاهدن القنوات بشكل مستمر. في حين أن (41.2%) من الذكور يشاهدونها بشكل متقطع، و(40.4%) من الإناث يشاهدن القنوات بشكل متقطع.

وأن (13.1%) من الذكور نادرا ما يشاهدون القنوات، وأن (17.1%) من الإناث من النادر أن يشاهدن القنوات. بينما (27.5%) من الذكور يشاهدونها بحسب الظروف، وأن (24.9%) من الإناث يشاهدن القنوات حسب الظروف.



وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (1.156) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.764) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين النوع ومعدلات المشاهدة لقنوات التلفزيون الفضائية.

#### جدول رقم (52)

يوضح العلاقة بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون ومعدلات المشاهدة لقنوات التلفزيون الفضائية

| القيمة الاحتمالية | كا    | معدلات مشاهدة القنوات الفضائية |       |        |        | المقياس | الكلية                 |
|-------------------|-------|--------------------------------|-------|--------|--------|---------|------------------------|
|                   |       | حسب الظروف                     | نادرة | متقطعة | مستمرة |         |                        |
| 0.074             | 6.947 | 61                             | 27    | 98     | 44     | العدد   | كلية الإعلام           |
|                   |       | 26.5                           | 11.7  | 42.6   | 19.1   | %       | جامعة بنغازي           |
|                   |       | 29                             | 26    | 43     | 18     | العدد   | قسم العلوم             |
|                   |       | 25.0                           | 22.4  | 37.1   | 15.5   | %       | السياسية كلية الاقتصاد |

يبين هذا الجدول العلاقة بين الكلية التي يدرس فيها المبحوثون ومعدلات المشاهدة لقنوات التلفزيون؛ أن (19.1%) من طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي يشاهدون القنوات بشكل مستمر، وأن (15.5%) من طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي يشاهدون القنوات بشكل مستمر. بينما (42.6%) من طلاب كلية الإعلام مشاهدتهم للقنوات متقطعة و(37.1%) من طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي يشاهدون القنوات بصفة متقطعة. وأن (11.7%) من طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي، مشاهدتهم للقنوات نادرة، وأن (22.4%) من طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي نادرا ما يشاهدونها. بينما (26.5%) من طلاب كلية الإعلام مشاهدتهم تتم حسب الظروف و(25.0%) من طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي يشاهدون القنوات بحسب الظروف.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (6.947) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.074) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين الكلية التي يدرس فيها المبحوثون ومعدلات المشاهدة لقنوات التلفزيون الفضائية.

### جدول رقم (53)

يوضح العلاقة بين التخصص الدراسي ومعدلات المشاهدة لقنوات التلفزيون الفضائية

| القيمة الاحتمالية | كا 2   | معدلات مشاهدة القنوات الفضائية |       |        |        | المقياس | التخصص                   |
|-------------------|--------|--------------------------------|-------|--------|--------|---------|--------------------------|
|                   |        | حسب الظروف                     | نادرة | متقطعة | مستمرة |         |                          |
| 0.344             | 16.586 | 11                             | 9     | 23     | 14     | العدد   | عام تمهيدي               |
|                   |        | 19.3                           | 15.8  | 40.4   | 24.6   | %       | كلية الإعلام             |
|                   |        | 12                             | 2     | 16     | 9      | العدد   | الصحافة والنشر           |
|                   |        | 30.8                           | 5.1   | 41.0   | 23.1   | %       |                          |
|                   |        | 13                             | 6     | 19     | 11     | العدد   | الإذاعة والتلفزيون       |
|                   |        | 26.5                           | 12.2  | 38.8   | 22.4   | %       |                          |
|                   |        | 23                             | 10    | 35     | 9      | العدد   | العلاقات العامة والإعلان |
|                   |        | 29.9                           | 13.0  | 45.5   | 11.7   | %       |                          |
|                   |        | 2                              | 0     | 5      | 1      | العدد   | المسرح والخيالة          |
|                   |        | 25.0                           | 0.0   | 62.5   | 12.5   | %       |                          |
|                   |        | 29                             | 26    | 43     | 18     | العدد   | قسم العلوم السياسية      |
|                   |        | 25.0                           | 22.4  | 37.1   | 15.5   | %       |                          |

يوضح هذا الجدول العلاقة بين التخصص ومعدلات المشاهدة لقنوات التلفزيون؛ أن (24.6%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام يشاهدون القنوات بشكل مستمر، وأن (23.1%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام يشاهدونها بشكل مستمر وأن 22.4% من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام يشاهدونها بشكل مستمر، وأن (11.7%) من طلاب قسم العلاقات العامة كلية الإعلام يشاهدونها بشكل مستمر وأن

(12.5%) من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام يشاهدونها بشكل مستمر، وأن (15.5%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد يشاهدون القنوات بشكل مستمر.

وأن (40.4%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام يشاهدونها بشكل متقطع، وأن (41.0%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام يشاهدون القنوات بشكل متقطع وأن (38.8%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام يشاهدونها بشكل متقطع، وأن (45.5%) من طلاب قسم العلاقات العامة كلية الإعلام يشاهدون القنوات بشكل متقطع، وأن 62.5% من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام يشاهدونها بشكل متقطع، وأن (37.1%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد يشاهدون القنوات بشكل متقطع.

وأن (15.8%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام يشاهدون القنوات بشكل نادر، وأن (5.1%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام نادرا ما يشاهدون القنوات وأن (12.2%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام من النادر أن يشاهدون القنوات، وأن (13.0%) من طلاب قسم العلاقات العامة كلية الإعلام يشاهدون القنوات بشكل نادر، ولم تسجل أي نسبة لطلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام في خيار نادرا ما يشاهدون القنوات، وأن (22.4%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد من النادر أن يشاهدون القنوات.

وأن (19.3%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام يشاهدون القنوات بحسب الظروف، وأن (30.8%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام يشاهدون القنوات حسب الظروف، وأن (26.5%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام بحسب الظروف تتم مشاهدتهم للقنوات، وأن (29.9%) من طلاب قسم العلاقات العامة كلية الإعلام يشاهدون القنوات حسب الظروف وأن (25.0%) من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام

يشاهدون القنوات بحسب الظروف، و(25.0%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد حسب الظروف يشاهدون القنوات.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (16.586) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.344) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين التخصص ومعدلات المشاهدة للقنوات الفضائية.

#### جدول رقم (54)

يوضح العلاقة بين كم الوقت المستغرق في المشاهدة خلال كل جلسة ونوع المبحوث

| القيمة الاحتمالية | كا    | الوقت المستغرق في المشاهدة خلال كل فترة |                           |                      |                 | المقياس | النوع |
|-------------------|-------|---|---------------------------|----------------------|-----------------|---------|-------|
|                   |       | من 2 ساعة فأكثر                         | من ساعة إلى أقل من 2 ساعة | من 30 دقيقة إلى ساعة | أقل من 30 دقيقة |         |       |
| 0.709             | 1.387 | 20                                      | 55                        | 58                   | 20              | العدد   | ذكر   |
|                   |       | 13.1                                    | 35.9                      | 37.9                 | 13.1            | %       |       |
|                   |       | 24                                      | 81                        | 64                   | 24              | العدد   | أنثى  |
|                   |       | 12.4                                    | 42.0                      | 33.2                 | 12.4            | %       |       |

يوضح هذا الجدول العلاقة بين كم الوقت المستغرق في مشاهدة القنوات خلال كل جلسة ونوع المبحوث؛ أن (13.1%) من الذكور يشاهدونها أقل من (30) دقيقة خلال كل جلسة مشاهدة، وأن (12.4%) من الإناث يشاهدن القنوات أقل من (30) دقيقة خلال كل جلسة مشاهدة.

وأن (37.9%) من الذكور يشاهدون القنوات من (30) دقيقة إلى ساعة خلال كل جلسة مشاهدة، و (33.2%) من الإناث يشاهدن القنوات من (30) دقيقة إلى ساعة خلال كل جلسة مشاهدة.

وأن (35.9%) من الذكور يشاهدون القنوات من ساعة إلى أقل من (2) ساعة خلال كل جلسة مشاهدة، وأن (42.0%) من الإناث يشاهدن القنوات من ساعة إلى أقل من (2) ساعة خلال كل جلسة مشاهدة.

وأن (13.1%) من الذكور يشاهدون القنوات من (2) ساعة فأكثر خلال كل جلسة مشاهدة، وأن (12.4%) من الإناث يشاهدن القنوات من (2) ساعة فأكثر خلال كل جلسة مشاهدة.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة  $\chi^2 = 1.387$  والقيمة الاحتمالية تساوي (0.709) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين كم الوقت المستغرق في مشاهدة القنوات خلال كل جلسة ونوع المبحوث.

#### جدول رقم (55)

يوضح العلاقة بين كم الوقت المستغرق في مشاهدة  
خلال كل فترة والكلية التي يدرس بها المبحوث

| القيمة الاحتمالية | كا 2  | الوقت المستغرق في مشاهدة خلال كل فترة |                           |                      |                 | المقياس | الكلية              |
|-------------------|-------|---------------------------------------|---------------------------|----------------------|-----------------|---------|---------------------|
|                   |       | من 2 ساعة فأكثر                       | من ساعة إلى أقل من 2 ساعة | من 30 دقيقة إلى ساعة | أقل من 30 دقيقة |         |                     |
| 0.208             | 4.546 | 31                                    | 86                        | 88                   | 25              | العدد   | كلية الإعلام        |
|                   |       | 13.5                                  | 37.4                      | 38.3                 | 10.9            | %       |                     |
|                   |       | 13                                    | 50                        | 34                   | 19              | العدد   | قسم العلوم السياسية |
|                   |       | 11.2                                  | 43.1                      | 29.3                 | 16.4            | %       |                     |

يوضح هذا الجدول العلاقة بين الكلية التي يدرس بها المبحوثون وكم الوقت المستغرق في مشاهدة القنوات خلال كل فترة؛ أن (10.9%) من طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي يشاهدون القنوات أقل من (30) دقيقة خلال كل جلسة مشاهدة وأن (16.4%) من طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي، يشاهدونها أقل من (30) دقيقة خلال كل جلسة مشاهدة.

وأن (38.3%) من طلبة الإعلام يشاهدون القنوات من (30) دقيقة إلى ساعة خلال كل جلسة مشاهدة، وأن (29.3%) من طلبة قسم العلوم السياسية يشاهدونها من (30) دقيقة إلى ساعة خلال كل جلسة مشاهدة.

وأن (37.4%) من طلبة كلية الإعلام يشاهدون القنوات من ساعة إلى أقل من (2) ساعة خلال كل جلسة مشاهدة، وأن (43.1%) من طلبة قسم العلوم السياسية يشاهدون القنوات من ساعة إلى أقل من (2) ساعة خلال كل جلسة مشاهدة

وأن (13.5%) من طلبة كلية الإعلام يشاهدون القنوات من (2) ساعة فأكثر خلال كل جلسة مشاهدة، وأن (11.2%) من طلبة قسم العلوم السياسية يشاهدونها من (2) ساعة فأكثر خلال كل جلسة مشاهدة.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة  $\chi^2 = 4.546$  والقيمة الاحتمالية تساوي (0.208) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين كم الوقت المستغرق في المشاهدة خلال كل فترة والكلية التي يدرس بها المبحوث.

جدول رقم (56)

يوضح العلاقة بين التخصص الدراسي وكم الوقت المستغرق في مشاهدة القنوات خلال كل فترة

| القيمة الاحتمالية | كا 2   | كم الوقت المستغرق في مشاهدة القنوات الفضائية خلال كل فترة |                           |                      |                 | المقياس | التخصص                   |
|-------------------|--------|---|---------------------------|----------------------|-----------------|---------|--------------------------|
|                   |        | من 2 ساعة فأكثر   | من ساعة إلى أقل من 2 ساعة | من 30 دقيقة إلى ساعة | أقل من 30 دقيقة |         |                          |
| 0.094             | 22.574 | 7   | 23                        | 19                   | 8               | العدد   | عام تمهيدي               |
|                   |        | 12.3  | 40.4                      | 33.3                 | 14.0            | %       | كلية الإعلام             |
|                   |        | 2   | 22                        | 11                   | 4               | العدد   | الصحافة والنشر           |
|                   |        | 5.1   | 56.4                      | 28.2                 | 10.3            | %       |                          |
|                   |        | 12  | 13                        | 22                   | 2               | العدد   | الإذاعة والتلفزيون       |
|                   |        | 24.5  | 26.5                      | 44.9                 | 4.1             | %       |                          |
|                   |        | 9   | 26                        | 32                   | 10              | العدد   | العلاقات العامة والإعلان |
|                   |        | 11.7  | 33.8                      | 41.6                 | 13.0            | %       |                          |
|                   |        | 1   | 2                         | 4                    | 1               | العدد   | المسرح والخيالة          |
|                   |        | 12.5  | 25.0                      | 50.0                 | 12.5            | %       |                          |
|                   |        | 13  | 50                        | 34                   | 19              | العدد   | قسم العلوم               |
|                   |        | 11.2  | 43.1                      | 29.3                 | 16.4            | %       | السياسية                 |

يوضح هذا الجدول العلاقة بين التخصص وكم الوقت المستغرق في مشاهدة القنوات خلال كل فترة؛ أن (14.0%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام يشاهدونها أقل من (30) دقيقة خلال كل جلسة مشاهدة، وأن (10.3%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام يشاهدونها أقل من (30) دقيقة خلال كل جلسة مشاهدة، وأن (4.1%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام يشاهدونها أقل من (30) دقيقة خلال كل جلسة مشاهدة، وأن (13.0%) من طلاب قسم العلاقات العامة كلية الإعلام يشاهدونها أقل من (30) دقيقة خلال كل جلسة مشاهدة، وأن (12.5%) من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام خلال كل جلسة مشاهدة وأن (12.5%) من طلاب قسم العلوم والسياسية يشاهدونها أقل من (30) دقيقة خلال كل جلسة مشاهدة.

يشاهدونها أقل من (30) دقيقة خلال كل جلسة مشاهدة وأن (16.4%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد يشاهدون القنوات أقل من (30) دقيقة خلال كل جلسة.

وأن (33.3%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام يشاهدون القنوات من (30) دقيقة إلى ساعة خلال كل جلسة، وأن (28.2%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام يشاهدون القنوات من (30) دقيقة إلى ساعة خلال كل جلسة مشاهدة، وأن (44.9%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام يشاهدونها من (30) دقيقة إلى ساعة خلال كل جلسة، وأن (41.6%) من طلاب قسم العلاقات العامة كلية الإعلام يشاهدونها من (30) دقيقة إلى ساعة خلال كل جلسة و(50.0%) من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام يشاهدون القنوات من (30) دقيقة إلى ساعة خلال كل جلسة مشاهدة، و(29.3%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد يشاهدون القنوات من (30) دقيقة إلى ساعة.

وأن (40.4%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام يشاهدون القنوات من ساعة إلى أقل من (2) ساعة خلال كل جلسة مشاهدة، و(56.4%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام يشاهدون القنوات من ساعة إلى أقل من (2) ساعة خلال كل جلسة مشاهدة، و(26.5%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام يشاهدون القنوات من ساعة إلى أقل من (2) ساعة خلال كل جلسة مشاهدة، و(33.8%) من طلاب قسم العلاقات العامة كلية الإعلام يشاهدون القنوات من ساعة إلى أقل من (2) ساعة خلال كل جلسة مشاهدة، وأن (25.5%) من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام يشاهدون من ساعة إلى أقل من (2) ساعة خلال كل جلسة مشاهدة و(43.1%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد يشاهدون من ساعة إلى أقل من (2) ساعة.



وأن (12.3%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام يشاهدون القنوات من (2) ساعة فأكثر خلال كل جلسة مشاهدة، و(5.1%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام يشاهدون القنوات من (2) ساعة فأكثر خلال كل جلسة مشاهدة، و(24.5%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام يشاهدون من (2) ساعة فأكثر خلال كل جلسة مشاهدة، و(11.7%) من طلاب قسم العلاقات العامة كلية الإعلام يشاهدون القنوات من (2) ساعة فأكثر خلال كل جلسة مشاهدة، و(12.5%) من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام يشاهدون من (2) ساعة فأكثر خلال كل جلسة مشاهدة، و(11.2%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد يشاهدون القنوات من (2) ساعة فأكثر.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (22.574) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.094) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين التخصص وكم الوقت المستغرق في مشاهدة قنوات التلفزيون خلال كل جلسة.

#### جدول رقم (57)

يوضح العلاقة بين النوع وتفضيل المبحوثين الإنترنت

أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين في استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا

| القيمة الاحتمالية | كا    | تفضيل استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال |           |          | المقياس | النوع |
|-------------------|-------|--|-----------|----------|---------|-------|
|                   |       | كلتا الوسيلتين                                   | التلفزيون | الإنترنت |         |       |
| 0.695             | 0.727 | 20   | 37        | 96       | العدد   | ذكر   |
|                   |       | 13.1   | 24.2      | 62.7     | %       |       |
|                   |       | 22   | 54        | 117      | العدد   | أنثى  |
|                   |       | 11.4   | 28.0      | 60.6     | %       |       |

يوضح هذا الجدول العلاقة بين النوع وتفضيل شبكة المعلومات الدولية أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين في استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا أن (62.7%) من الذكور يفضلون الشبكة لاستقاء الأخبار والمعلومات والقضايا، وأن (60.6%) من الإناث يفضلن استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال الشبكة. وأن (24.2%) من الذكور يفضلون التلفزيون على الشبكة لاستقاء الأخبار والمعلومات والقضايا، وأن (28.0%) من الإناث يفضلن استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال التلفزيون.

وأن (13.1%) من الذكور يستقون الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال كلتا الوسيلتين، وأن (11.4%) من الإناث يفضلن الحصول على الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال كلتا الوسيلتين.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية أن قيمة كا = (0.727) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.695) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين النوع وتفضيل الوسائل المبينة لاستقاء الأخبار والمعلومات والقضايا.

#### جدول رقم (58)

يوضح العلاقة بين الكلية التي يدرس فيها المبحوثون وتفضيل الإنترنت أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين في استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا

| القيمة الاحتمالية | كا    | تفضيل استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال |           |          | المقياس | الكلية       |
|-------------------|-------|--|-----------|----------|---------|--------------|
|                   |       | كلتا الوسيلتين                                   | التلفزيون | الإنترنت |         |              |
| 0.542             | 1.224 | 25   | 63        | 142      | العدد   | كلية الإعلام |
|                   |       | 10.9   | 27.4      | 61.7     | %       |              |
|                   |       | 17   | 28        | 71       | العدد   | قسم العلوم   |
|                   |       | 14.7   | 24.1      | 61.2     | %       | السياسية     |

يوضح هذا الجدول العلاقة بين الكلية التي يدرس فيها المبحوثون وتفضيل شبكة المعلومات الدولية أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين في استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا؛ أن (61.7%) من طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي يفضلون الشبكة في استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا، وأن (61.2%) من طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي يفضلون استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال الشبكة. وأن (27.4%) من طلبة الإعلام يفضلون القنوات التلفزيونية على الشبكة لاستقاء الأخبار والمعلومات والقضايا، و(24.1%) من طلاب قسم العلوم السياسية يفضلون استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال التلفزيون.

وأن (10.9%) من طلاب كلية الإعلام جامعة بنغازي يفضلون الحصول على الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال كلتا الوسيلتين. وأن (14.7%) من طلبة قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي يفضلون الحصول على الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال كلتا الوسيلتين.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة  $\chi^2 = 1.224$  والقيمة الاحتمالية تساوي (0.542) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين الكلية التي يدرس فيها المبحوثون وتفضيل شبكة المعلومات الدولية أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين لاستقاء الأخبار والمعلومات والقضايا.

جدول رقم (59)

يوضح العلاقة بين التخصص وتفضيل الإنترنت أو التلفزيون  
أو كلتا الوسيلتين في استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا

| القيمة<br>الاحتمالية | كا     | تفضيل استقاء الأخبار والمعلومات<br>والقضايا من خلال |           |          | المقياس | التخصص              |
|----------------------|--------|---|-----------|----------|---------|---------------------|
|                      |        | كلتا<br>الوسيلتين                                   | التلفزيون | الإنترنت |         |                     |
| 0.432                | 10.101 | 4   | 20        | 33       | العدد   | عام تمهيدي          |
|                      |        | 7.0   | 35.1      | 57.9     | %       | كلية الإعلام        |
|                      |        | 6   | 5         | 28       | العدد   | الصحافة والنشر      |
|                      |        | 15.4  | 12.8      | 71.8     | %       |                     |
|                      |        | 5   | 15        | 29       | العدد   | الإذاعة والتلفزيون  |
|                      |        | 10.2  | 30.6      | 59.2     | %       |                     |
|                      |        | 8   | 22        | 47       | العدد   | العلاقات العامة     |
|                      |        | 10.4  | 28.6      | 61.0     | %       | والإعلان            |
|                      |        | 2   | 1         | 5        | العدد   | المسرح والخيالة     |
|                      |        | 25.0  | 12.5      | 62.5     | %       |                     |
|                      |        | 17  | 28        | 71       | العدد   | قسم العلوم السياسية |
|                      |        | 14.7  | 24.1      | 61.2     | %       |                     |

يبين هذا الجدول العلاقة بين التخصص وتفضيل شبكة المعلومات الدولية أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين في استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا؛ أن (57.9%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام جامعة بنغازي يفضلون الشبكة في استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا، وأن (71.8%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام يفضلونها في استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا، وأن (59.2%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام يفضلون الشبكة في استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا، وأن (61.0%) من طلاب قسم العلاقات العامة كلية الإعلام يفضلون هذه الوسيلة في استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا، و(62.5%) من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام يفضلونها في استقاء الأخبار والمعلومات

والقضايا، وأن (61.2%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد يفضلون الشبكة في استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا.

وأن (35.1%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام يفضلون استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال التلفزيون، وأن (12.8%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام يفضلون استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال هذه الوسيلة، وأن (30.6%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام يفضلون استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال هذه الوسيلة، وأن (28.6%) من طلاب قسم العلاقات العامة كلية الإعلام يفضلون استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال التلفزيون، وأن (12.5%) من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام يفضلون استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال هذه الوسيلة، وأيضا (24.1%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد يفضلون استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال هذه الوسيلة.

وأن (7.0%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام يفضلون الحصول على الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال كلتا الوسيلتين، وأن (15.4%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام يفضلون الحصول على الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال كلتا الوسيلتين، وأن (10.2%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام يفضلون الحصول على الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال كلتا الوسيلتين، وأن (10.4%) من طلاب قسم العلاقات العامة كلية الإعلام يفضلون الحصول على الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال كلتا الوسيلتين، وأن (25.0%) من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام يفضلون الحصول على الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال كل من الوسيلتين، وأن (14.7%) من طلاب قسم العلوم

السياسية كلية الاقتصاد يفضلون الحصول على الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال كلتا الوسيلتين.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (10.101) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.432) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين التخصص وتفضيل الإنترنت أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين لاستقاء الأخبار والمعلومات والقضايا

#### جدول رقم (60)

يوضح العلاقة بين النوع واعتبار المبحوث من جمهور الإنترنت أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين

| النوع | المقياس | المبحوث من جمهور |           |                | كا 2  | القيمة الاحتمالية |
|-------|---------|------------------|-----------|----------------|-------|-------------------|
|       |         | الإنترنت         | التلفزيون | كلتا الوسيلتين |       |                   |
| ذكر   | العدد   | 111              | 28        | 14             | 0.015 | 0.992             |
|       | %       | 72.5             | 18.3      | 9.2            |       |                   |
| أنثى  | العدد   | 141              | 35        | 17             |       |                   |
|       | %       | 73.1             | 18.1      | 8.8            |       |                   |

يوضح هذا الجدول العلاقة بين النوع واعتبار المبحوث نفسه من جمهور شبكة المعلومات الدولية أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين؛ أن (72.5%) من الذكور يعتبرون أنفسهم من جمهور الشبكة، وأن (73.1%) من الإناث يعتقدن إنهن من جمهور هذه الوسيلة. وأن (18.3%) من الذكور اختاروا أن يكونوا من جمهور التلفزيون، وأن (18.1%) اخترن الوسيلة نفسها. وأن (9.2%) من الذكور يعتقدون بأنهم من جمهور كلتا الوسيلتين، وأن (8.8%) من الإناث اخترن الانحياز لجمهور كلتا الوسيلتين.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (0.015) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.992) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود

علاقة ذات دلالة معنوية بين النوع واعتبار المبحوث نفسه من جمهور شبكة المعلومات الدولية أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين.

### جدول رقم (61)

يوضح العلاقة بين الكلية التي يدرس فيها المبحوث واختياره أنه من جمهور الإنترنت أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين

| القيمة الاحتمالية | كا    | المبحوث من جمهور |           |          | المقياس | الكلية       |
|-------------------|-------|------------------|-----------|----------|---------|--------------|
|                   |       | كلتا الوسيلتين   | التلفزيون | الإنترنت |         |              |
| 0.512             | 1.338 | 22               | 45        | 163      | العدد   | كلية الإعلام |
|                   |       | 9.6              | 19.6      | 70.9     | %       |              |
|                   |       | 9                | 18        | 89       | العدد   | قسم العلوم   |
|                   |       | 7.8              | 15.5      | 76.7     | %       | السياسية     |

يبين هذا الجدول العلاقة بين الكلية التي يدرس فيها المبحوث واعتقاده أنه من جمهور شبكة المعلومات الدولية أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين؛ أن (70.9%) من طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي يعتبرون أنفسهم من جمهور الشبكة، وأن (76.7%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي يعتقدون أنهم من جمهور هذه الوسيلة.

وأن (19.6%) من طلبة كلية الإعلام اختاروا أن يكونوا من جمهور التلفزيون، وأن (15.5%) طلاب قسم العلوم السياسية اختاروا أن يكونوا أيضا من جمهور هذه الوسيلة. وأن (9.6%) من طلبة كلية الإعلام يعتقدون بأنهم من جمهور كلتا الوسيلتين، وأن (7.8%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد اختاروا أن يكونوا من جمهور كلتا الوسيلتين.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة كا = (1.338) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.512) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين الكلية التي يدرس فيها المبحوثون واختيارهم أن يكونوا من جمهور شبكة المعلومات الدولية أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين.

جدول رقم (62)

يوضح العلاقة بين التخصص الدراسي واختيار المبحوث أنه من جمهور الإنترنت أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين

| القيمة الاحتمالية | كا    | المبحوث من جمهور |           |          | المقياس | التخصص                   |
|-------------------|-------|------------------|-----------|----------|---------|--------------------------|
|                   |       | كلتا الوسيلتين   | التلفزيون | الإنترنت |         |                          |
| 0.896             | 4.933 | 5                | 10        | 42       | العدد   | عام تمهيدي               |
|                   |       | 8.8              | 17.5      | 73.7     | %       | كلية الإعلام             |
|                   |       | 3                | 6         | 30       | العدد   | الصحافة والنشر           |
|                   |       | 7.7              | 15.4      | 76.9     | %       |                          |
|                   |       | 3                | 10        | 36       | العدد   | الإذاعة والتلفزيون       |
|                   |       | 6.1              | 20.4      | 73.5     | %       |                          |
|                   |       | 10               | 17        | 50       | العدد   | العلاقات العامة والإعلان |
|                   |       | 13.0             | 22.1      | 64.9     | %       |                          |
|                   |       | 1                | 2         | 5        | العدد   | المسرح والخيالة          |
|                   |       | 12.5             | 25.5      | 62.5     | %       |                          |
|                   |       | 9                | 18        | 89       | العدد   | قسم العلوم السياسية      |
|                   |       | 7.8              | 15.5      | 76.7     | %       |                          |

يوضح هذا الجدول العلاقة بين التخصص الدراسي واختيار المبحوث أنه من جمهور شبكة المعلومات الدولية أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين؛ أن (73.7%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام جامعة بنغازي يعتبرون أنفسهم من جمهور الشبكة، وأن (76.9%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام يعتبرون أنفسهم من جمهور الشبكة، وأن (73.5%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام يعتبرون أنفسهم من جمهور شبكة المعلومات، وأن (64.9%) من طلاب قسم العلاقات العامة كلية الإعلام يعتبرون أنفسهم من جمهور الشبكة، وأن (62.5%) من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام يعتبرون أنفسهم من جمهور الشبكة، و(76.7%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد يعتبرون أنفسهم من جمهور شبكة المعلومات.



وأن (17.5%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام اختاروا أن يكونوا من جمهور التلفزيون، وأن (15.4%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام يعتقدون بأنهم يكونوا من جمهور هذه الوسيلة، وأن (20.4%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام يعدون أنفسهم من جمهور هذه الوسيلة، وأن (22.1%) من طلاب قسم العلاقات العامة كلية الإعلام يعتبرون أنفسهم من جمهور هذه الوسيلة، وأن (25.0%) من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام اختاروا أن يكونوا من جمهور التلفزيون، وكذلك (15.5%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد اختاروا أن يكونوا من جمهور هذه الوسيلة.

وأن (8.8%) من طلاب الفصل التمهيدي كلية الإعلام يعتقدون بأنهم من جمهور كلتا الوسيلتين، وأن (7.7%) من طلاب قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام يعتبرون أنفسهم من جمهور كلتا الوسيلتين، وأن (6.1%) من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام اختاروا أن يكونوا من جمهور كل من الوسيلتين، وأن (13.0%) من طلاب قسم العلاقات العامة كلية الإعلام يرون بأنهم من جمهور كلتا الوسيلتين، وأن (12.5%) من طلاب قسم المسرح والخيالة كلية الإعلام يعتقدون بأنهم من جمهور كل من الوسيلتين، وأن (7.8%) من طلاب قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد يعدون أنفسهم من جمهور كلتا الوسيلتين.

وقد أشار اختبار مربع كأي للاستقلالية إلى أن قيمة  $\chi^2 = 4.933$  والقيمة الاحتمالية تساوي (0.896) وهي أكبر من مستوى المعنوية المفترض (5%) وهذا مؤشر على عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين التخصص الدراسي واختيار المبحوث أن يكون من جمهور الشبكة أو التلفزيون أو كلتا الوسيلتين.

## النتائج العامة والتوصيات

### النتائج العامة للدراسة:

تبين من البحث أنه قد تكون الدراسات التي بحثت في تأثير استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى كالصحافة الورقية والراديو قد شهدت خلال السنوات الأخيرة بعض الاهتمام من قبل الباحثين والدارسين في هذا المجال، ولكنها تبقى قليلة بطبيعة نشاط حركة البحث العربي مقارنة بالتطور السريع الذي تشهده تقنيات الاتصال والتواصل.

كما أن دراسة تأثير استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون لم تكن بشكل مركز ومباشر حيث إن أغلب الدراسات التي تمت غالبا ما تدرس وتبحث في استخدام تطبيق أو أكثر من تطبيقات الإنترنت ولم تبحث في استخدام الإنترنت بشكل عام وما يقدمه من خدمات حيث اقتصرت على البحث في استخدامات مواقع التواصل الإلكتروني فيس بوك وتويتر وغيرها من مواقع التواصل والبحث في آثارها السلوكية والنفسية وتأثيرها على القيم الثقافية والمجتمعية والخدمات التي تقدمها ونادرا ما بحثت في توجه جمهور التلفزيون للإنترنت الذي يعتقد أنه سحب البساط من تحت التلفزيون وهو ما كان له أثر في توجه المعلنين لمواقع الإنترنت الأمر الذي قد يؤثر في تحقيق مكاسب الإعلانات لصالح التلفزيون.

- اتضح من خلال هذه الدراسة أن المستهدفين ذكورا وإناثا في كلية الإعلام وبكافة تخصصاتهم وقسم العلوم السياسية كثيرا ما يستخدمون الإنترنت وبشكل دائم. وهم أكثر من أولئك الذين يشاهدون القنوات الفضائية وكانوا أيضا غير حريصين على المشاهدة في الوقت ذاته.

- اتضح أن عددا كبيرا من المبحوثين ذكورا وإناثا وطلاب كلية الإعلام بكافة تخصصاتهم وطلاب قسم العلوم السياسية حريصون على استخدام الإنترنت ويلبهم الحريصون إلى حد ما.

- بينت النتائج التي تم التوصل إليها أن أكثر الطلبة والطالبات يستخدمون الهاتف المحمول للدخول على الإنترنت أكثر من استخدام الوسائل الأخرى وأن الإناث أكثر استخداما للهاتف المحمول للدخول على الشبكة من الذكور. ثم يليه جاء من حيث النسبة من يستخدمون الهاتف المحمول وجهاز الحاسوب المحمول في الدخول على الشبكة. ولم تظهر علاقة ذات دلالة معنوية بين الكلية التي يدرس بها المبحوث ونوع الوسيلة المستخدمة. فيما ظهرت علاقة ذات دلالة معنوية بين التخصص داخل كلية الإعلام ونوع الوسيلة المستخدمة للدخول على الإنترنت حيث إن طلبة الفصل التمهيدي هم الأكثر استخداما للهاتف المحمول في الدخول على الشبكة منه لدى التخصصات الأخرى ثم يليه جاء قسم العلاقات العامة ثم قسم الإذاعة والتلفزيون.

- العدد الأكبر من المبحوثين يدخلون إلى الإنترنت أثناء وجودهم في البيت وأن الطالبات يدخلن على شبكة الإنترنت في البيت أكثر منه لدى الذكور. في حين أن عدداً من الذكور يدخلون إلى شبكة الإنترنت في البيت ومكان العمل. وهو مؤشر على وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين النوع ومكان الاستخدام. كما ظهرت علاقة ذات دلالة معنوية بين التخصص ومكان الاستخدام حيث كان طلاب العلاقات العامة هم أكثر من يستخدم الإنترنت في البيت يليهم قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد ثم الفصل التمهيدي كلية الإعلام ثم الإذاعة والتلفزيون وبعده قسم الصحافة.

- تقارب عدد من يعتمدون على الإنترنت ومن يعتمدون عليها إلى حد ما في الحصول على المعلومات التي يحتاجونها وأكثر عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت خلال فترة الصباح إلى ما قبل الظهر. يليهم من يستخدمونها خلال فترة المساء.
- العدد الأكبر من عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت خلال الفترة من الساعة 9 صباحاً إلى أقل من الساعة ظهراً. ثم يليهم من يستخدمونها خلال الفترة من الساعة 5 مساءً إلى أقل من الساعة 9 مساءً.
- أكثر تطبيقات الإنترنت اختياريًا تحصلت عليها مواقع التواصل الاجتماعي ثم محركات البحث ثم المواقع الإخبارية والبريد الإلكتروني وتطبيق اليوتيوب.
- كانت دوافع استخدام الإنترنت الأكثر اختياراً لصالح مواقع التواصل الاجتماعي ثم دوافع لأغراض البحث العلمي يليه لغرض التعبير عن آرائهم الخاصة ثم لأغراض التصفح والتسلية.
- أكثر عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت لأكثر من 4 ساعات خلال كل جلسة استخدام ويليها كانت كل من ساعة واحدة إلى أقل من ساعتين خلال كل جلسة استخدام ثم من 2 ساعة إلى أقل من 4 ساعات وهذا يبين أنهم يستخدمون الإنترنت لساعات تكاد تغطي كل اليوم 24 ساعة. وعدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين النوع والكلية التي يدرس بها المبحوث وعدد ساعات الاستخدام. فيما ظهرت علاقة ذات دلالة معنوية بين عدد ساعات الاستخدام والتخصص لدى طلاب الإعلام حيث طلاب الفصل التمهيدي يقضون وقت أكثر في استخدام الإنترنت يليهم طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون.

- تقاربت أعداد من يشاهدون الفضائيات ومن يشاهدونها أحيانا من الذكور والإناث وأن طلاب كلية الإعلام في تخصصات الصحافة والإذاعة والعلاقات العامة أكثر منه لدى طلاب تخصص الفصل التمهيدي وطلاب قسم العلوم السياسية.
- طلبة وطالبات قسم العلوم السياسية وكلية الإعلام بكافة التخصصات حريصون إلى حد ما على مشاهدة القنوات الفضائية وأكثرهم يشاهدونها بصورة متقطعة وبمعدل من ساعة إلى أقل من ساعتين خلال كل فترة مشاهدة. وظهرت علاقة ذات دلالة معنوية بين الكلية التي يدرس بها المبحوث ومدى الحرص على المشاهدة في حين لم تكن هناك علاقة ذات دلالة معنوية بين التخصص داخل كلية الإعلام والحرص على المشاهدة.
- إن الأغلبية من المبحوثين ذكورا وإناثا في قسم العلوم السياسية وكلية الإعلام بكافة التخصصات اختاروا أن يكونوا من جمهور الإنترنت ويفضلون استقاء الأخبار والمعلومات من خلال الإنترنت ولم يحظَ التلفزيون بجمهور كبير. وهنا تظهر حقيقة أن جمهور التلفزيون اتجه عدد كبير منهم إلى استخدام الإنترنت.
- حظي اختيار المسلسلات والأفلام بالمشاهدة أكثر من البرامج الأخرى يليه جاء اختيار من يشاهدون البرامج العلمية والتي تساوت مع البرامج الإخبارية. وجاءت في المرتبة الثالثة اختيارات البرامج الرياضية من حيث نسبة المشاهدة. ثم كانت اختيارات قليلة للبرامج الثقافية، وبعدها البرامج الدينية فيما لم تحظَ البرامج السياسية والحوارية والمنوعات والموسيقى بنسبة اختيار مشاهدة عالية، ولم تحظَ البرامج الاقتصادية إلا بنسبة قليلة من المشاهدة.
- كانت نسبة من يشاهدون البرامج من ساعة واحدة إلى أقل من 2 ساعة هي الأكبر يليها من 30 دقيقة إلى أقل من ساعة.

- يفضل العدد الأكبر من المبحوثين الإنترنت لاستقاء الأخبار والمعلومات ومتابعة القضايا.
- بينت النتائج أن اختيار عينة الدراسة للإنترنت الغالبية منهم يرون أنه أسرع من التلفزيون في نقل المعلومات والأخبار ثم يأتي سبب الإقبال على الاستخدام لكون الإنترنت أخبارها ومعلوماتها أسهل في الحفظ والاسترجاع. ويليه من يرون أن الإنترنت يقدم معلومات وأخبار ويعرض قضايا أكثر دقة من التلفزيون، ويليه من يرى أن الإنترنت يمددهم بأخبار ومعلومات ويعرض قضايا أكثر تنوعاً من الفضائيات. وعدد قليل منهم يرى أن دافع الاستخدام كونه غير خاضع للرقابة.
- منح المبحوثون درجة مصداقية أعلى للتلفزيون.
- أغلب المبحوثين يرون أن استخدامهم للإنترنت كان له أثر على مشاهدتهم للفضائيات والعدد الأكبر منهم يرى أنه أثر عليهم إلى حد ما. ورغم هذه النتيجة إلا أنهم يستخدمون الإنترنت أكثر مما يشاهدون الفضائيات.
- أغلب عينة الدراسة اختاروا أن يكونوا من جمهور الإنترنت بفارق كبير عن يعتقدون أنهم من جمهور التلفزيون.

### التوصيات:

- يوصي الباحث بأن تعمل كليات الجامعة بفتح قاعات ومقاهٍ خاصة بالإنترنت وإنشاء مواقع علمية تختص بنشر الأبحاث والكتب والمراجع والمحاضرات العلمية على الشبكة، إلى جانب إنشاء مواقع إخبارية موثوقة وتسلية وترفيه.
- أن تكثف القنوات الفضائية من تواجدها على تطبيقات الإنترنت وإعداد برامج ترتبط وتتصل وتتفاعل مع تطبيقات الإنترنت.

- العمل على إنتاج وبت برامج على الفضائيات تهم شريحة الشباب خلال الفترة من الساعة 5 مساءً إلى أقل من الساعة 9 مساءً وهي الفترة التي ينشط فيها استخدام الشباب للانترنت. والعمل على جذب الشباب لمشاهدة الفضائيات خلال هذه الفترة وتعديل نوع البرامج السياسية والحوارية التي جرت العادة أن تكون في مثل هذا الوقت ولكنها لم تحظُ بنسبة مشاهدة مقبولة لدى الشباب ما دفعهم للإقبال على استخدام الإنترنت بكثافة خلال هذه الفترة.
- إتاحة الفرصة بشكل أوسع للشباب ليعبروا عن آرائهم الخاصة كون هذا الدافع من الدوافع المهمة التي جعلت الشباب يستخدمون الإنترنت وأيضاً الاهتمام بالبرامج العلمية وبرامج التسلية الخفيفة والمفيدة التي يقبل عليها الشباب من خلال تطبيقات الإنترنت.
- على العاملين والقائمين على الفضائيات المحافظة على المصداقية حيث منح المبحوثين درجة مصداقية أعلى للتلفزيون.
- أن تعمل القنوات الفضائية على تطوير عملها وأطقمها - مراسلين، إعداد برامج، تقديم، استخدام الوسائط المتعددة، خارطة توزيع البرامج ووقت بثها... إلخ - عبر الإنترنت ووضعها في الاعتبار كمنافس بما يضمن استكمال دور الفضائيات لإيصال رسائلها إلى الجمهور وبطرق متعددة وجذبة نحو التلفزيون.
- تكثيف الدراسات الخاصة بالجمهور المستهدف للوقوف على رغباته، واستطلاع رأيه عبر الإنترنت - للتفاعلية- للمشاركة في وضع خارطة البرامج ونوعها.
- تنشيط الدراسات والبحث العلمي الأكاديمي لبناء نظرية متكاملة لواقع الإنترنت وعلاقته بالجمهور وأثر استخدامه على التلفزيون.

## قائمة

## المصادر والمراجع



## أولاً: الكتب:

1. السيد أحمد مصطفى، البحث الإعلامي.. مفهومة، إجراءاته.. ومناهجه، مكتبة الفلاح للنشر، الكويت، ط2، 2002.
2. السيد أحمد مصطفى، إعداد المقترحات الأولية لمشروعات البحوث، منشورات جامعة قاريونس، ليبيا، ط 1، 1992.
3. إياد شاكر، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، ب. ط (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2001).
4. جمال الدين بن منظور، لسان العرب، دار بيروت للنشر والطباعة، بيروت، 1995.
5. جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993م.
6. جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978
7. حسن مكاوي ومحمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009م.
8. حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام.. الصحافة الإلكترونية، العين: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003م.
9. سمير محمد حسن، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط 2، 1995.
10. صباح ياسين، الإعلام الفضائي في الوطن العربي: تحليل للمضمون والتأثير في النخب والرأي العام، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، بيروت، 2013.
11. صفية خليفة بن مسعود، واقع الصحافة الإلكترونية في ليبيا، اللجنة الشعبية العامة للثقافة والإعلام، ط الأولى، 2008.

12. عامر قندلجي، البحث العلمي: استخدام مصادر المعلومات، دار البارودي العلمية، عمان، ط1، 1999.
13. عبدالمك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت. دراسة لمعرفة استخداماتها في مجال الإعلام، دار الراتب الجامعية، بيروت، ط الأولى.
14. علي محمد شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة "الإنترنت، القمر الصوتي، الملتيميديا"، (القاهرة: الدار القومية العربية للثقافة والنشر، 1999).
15. فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط ، 2014.
16. محمد سيد محمد وآخرون: وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت، دار الفكر القاهرة، 2009م.
17. محمد شفيق، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ط 1، 1999.
18. محمد عبدالحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب، (1997).
19. محمد عبيد وآخرون، منهجية البحث العلمي والقواعد والمراحل والتطبيقات، دار النشر للطباعة والنشر، عمان، ط، 1999.
20. محمد معوض: فنون العمل التلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ب ط، 2008م.
21. منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، (2012).
22. نبيل على: ثورة المعلومات (الجوانب التقنية)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت 2003م.
23. هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، ط 3، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008م

24. هناء السعيد، الفضائيات وقادة الرأي، ط 2، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2005م).
25. ملفين ل. ديفلير، سندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبدالرؤوف، ط 4، القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2002.

### ثانياً: الدوريات والمجلات العلمية:

1. الصادق الحمامي وأحمد حيداس ورقية مصطفى: استخدامات الإنترنت في الإذاعة والتلفزيون، سلسلة بحوث ودراسات اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 68، تونس، 2009م.
2. المنصف العياري. ومحمد عبدالكافي، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة. سلسلة بحوث ودراسات إذاعية 56، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006.
3. جمال محمد عبدالحى، مدخل تاريخي لنشأة وتطور التلفاز. أماراباك، مجلة علمية محكمة تصدر عن الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا، المجلد الثالث، العدد السابع، 2012.
4. خالد أحمد العامودي.. دمج نظرية القيم والتوقعات ونموذج الاستخدامات والإشباع للتنبؤ باستخدام الحاسوب في المجتمع السعودي، مجلة جامعة الملك سعود، الآداب، السعودية، مج7، ع1، (1995).
5. عابدين الدردير الشريف "مفهوم وأهمية ودور الدراسات السابقة في البحث العلمي الإعلامي، مجلة البحوث الإعلامية، ع 42، السنة 2008، مجلة فصلية محكمة تصدر عن مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي، طرابلس، ليبيا.

6. عابدين الدردير الشريف، خطة البحث الإعلامي: مفهومها وأقسامها وطرق وأساليب إعدادها، مجلة البحوث الإعلامية، ع44، فصل الصيف لسنة 2008، مجلة فصلية محكمة تصدر عن مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي، طرابلس، ليبيا.
7. عبدالصمد مطيع، الجودة في القنوات التلفزيونية العمومية الأوروبية المحددات والأسس، مجلة الإذاعات العربية مجلة فصلية تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 3، 2016م.
8. عبدالصديق حسن عبدالصديق، دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعات الإنترنت دراسة ميدانية، مجلة رؤى إستراتيجية، سبتمبر 2013.
9. عبدالله عبدالله محمد الوزان، مدى اعتماد الشباب الجامعي الليبي على وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة معرفتهم السياسية - دراسة ميدانية، مجلة بحوث الاتصال، العدد الرابع السنة الثانية، ديسمبر 2018م.
10. فيصل كامل نجم الدين، جودة البرامج بين الجمهور المباشر.. والجمهور الإلكتروني، مجلة الإذاعات العربية، مجلة فصلية تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 3، 2016م.
11. محمد قنطارة، الجودة والحوكمة في السمع البصري، مجلة الإذاعات العربية، مجلة فصلية تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 3، 2016م.
12. محمود علم الدين، شبكة الإنترنت ومستقبل صناعة الصحافة، جريدة الأهرام بتاريخ 23 أكتوبر 1998م.

13. نادية بوشتي الحارث- طارق محمد الصعيدي، استخدامات الشباب الليبي للقنوات الفضائية العربية الدرامية والإشباعيات المتحققة منها، دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد44، 2008.
14. نصر الدين لعياضي، صعوبات التفكير في تلفزيون الجودة بالمنطقة العربية، مجلة الإذاعات العربية، مجلة فصلية تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية العدد 3، 2016م.

### ثالثا الرسائل العلمية:

1. إبراهيم الصديق علي، الإنترنت وأثره في عناصر الاتصال في تلفزيون السودان (2009-2014)، دكتوراه غير منشورة في علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 2015.
2. أبوبكر مصطفى الوصيف، "استخدام المرأة للتلفزيون الليبي والإشباعيات المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، 2004).
3. أم هاني أبو صباح الشيخ الطيب، فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج برامج التلفزيون، دكتوراه غير منشورة - دراسة تطبيقية على التصميم الإيضاحي بتلفزيون السودان في الفترة من 2009-2011 جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية علوم الاتصال، قسم الوسائط المتعددة بحث لنيل درجة الدكتوراه، 2012.
4. عزالدين سلطان قائد علي، واقع استخدام شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) في التعليم والبحث العلمي لدى أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية بالجامعات اليمنية، رسالة جامعية جامعة أم القرى السعودية، 2010.

5. فلة قيديم، أثر استخدام الإنترنت لدى الشباب الجامعي على وسائل الإعلام التقليدية. دراسة تطبيقية على عينة من طلبة العلوم السياسية والإعلام بجامعة الجزائر، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص استراتيجي، 2009.
6. مطر عبدالله حمدي. اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات: دراسة مسحية في جامعة تبوك السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، في الإعلام جامعة تبوك السعودية، 2018م.
7. محمد بن عبدالله الكبش الزهراني، دوافع تعرض الجمهور للفتنات التلفزيونية الفضائية المتخصصة دراسة ميدانية على عينة من أفراد المجتمع السعودي، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، المملكة العربية السعودية جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، 2009.
8. نديم رحي محمد الحسن، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة في الإعلام كلية العلوم الإنسانية جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2008م.
9. وليد بن محمد العوض، دور استخدام شبكة الإنترنت في التحصيل الدراسي. لدى طلاب جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، رسالة ماجستير في العلوم الاجتماعية، غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الاجتماعية، 2005.

#### رابعاً: الإنترنت:

1. هل يصمد التلفزيون أمام زحف الإنترنت الجزيرة نت- أخبار ياهو- الأحد 20 يناير 2013م.

2. التلفزيون يضطر إلى التكيف مع عالم الإنترنت نيويورك - أ ف ب السبت 10 أغسطس 2013 صحيفة الحياة.

3. مجلة آمال عربية تكنولوجيا عربية <http://arhope.com/technology>

4. عبدالله بن ناصر و فهد بن عبدالعزيز، اعتماد النخب على المصادر الإخبارية الإلكترونية الحديثة واتجاهاتهم نحو مستقبل انتشارها في المجتمع السعودي ص7

<http://www.e3lami.com/innerarticles.php?articleid=917&id=39>

5. <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%>

6. <http://alarab.co.uk/?id=24819> صحيفة العرب أول صحيفة عربية يومية تأسست في لندن 1977، 09/06/2014، العدد: 9584، ص18

7. البوابة العربية للأخبار التقنية 2005-2013

8. شبكة المعلومات الدولية [www. Forum.egyot. com](http://www.Forum.egyot.com)

9. <https://ar.wikipedia.org/wiki>

10. البث التلفزيوني عبر الإنترنت - 10 فبراير 2014 تطور تسليم التلفزيون

<http://www.leightronix.com/&usg=ALkJrhhgGUeIRojyiojug9vQKOJm4V9Bpw>

### خامساً: المؤتمرات العلمية:

- محمد عبدالحكيم محمد، التجربة الإلكترونية للجرائد المصرية المطبوعة، دراسة تحليلية للجرائد القومية اليومية، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وآفاق التكنولوجيا، القاهرة: أكاديمية أخبار اليوم، أبريل 2003.

## سادساً: المقابلات:

1. مقابلة مع الدكتورة سكينه بن عامر، عضو هيئة تدريس في كلية الإعلام جامعة بنغازي،  
بنغازي، بالكلية يوم الإثنين 23 أكتوبر 2017م الساعة 11:45
2. مقابلة مع الدكتور أحمد الزروق الرشيد في مكتبه، إدارة التعاون الدولي جامعة بنغازي  
الإدارة العامة، بنغازي، منطقة الحميضة 2019م الساعة 10:00 صباحاً.



## الملاحق

ملحق رقم (1)  
دولة ليبيا

قسم الدراسات العليا  
قسم الإذاعة والتلفزيون

جامعة بنغازي  
كلية الإعلام

استبيان دراسة بعنوان:

## أثر استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون

دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الإعلام وقسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة

بنغازي

إعداد الباحث

سليمان علي الأحول

إشراف الدكتور

اللافي إدريس الرفادي

2020

أخي المبحوث

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يسرني أن أضع بين يديك هذا الاستبيان الذي صمم لجمع المعلومات اللازمة للبحث الذي أقوم بإعداده لغرض استكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام تحت عنوان: أثر استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون "دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الإعلام وقسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة بنغازي"

لذا نأمل منكم الاطلاع على كل عبارة من عبارات هذا الاستبيان والإجابة عنها بكل دقة وموضوعية، علما بأن أجابتك ستكون موضع العناية والاهتمام ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

هذا الاستبيان مخصص لطلاب كلية الإعلام وطلاب قسم العلوم السياسية جامعة بنغازي.

شاكرين لكم حسن تعاونكم ومقدرين جهودكم

وتقبلوا خالص تحياتي

الباحث

سليمان علي الأحول

## أثر استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون

دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الإعلام وقسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد جامعة  
بنغازي

أولا بيانات عامة:

1. النوع:

أ. ذكر ( ) ب. أنثى ( )

2. الكلية :

أ. كلية الإعلام جامعة بنغازي ( ) ب. قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد ( )

3. السنة أو الفصل الدراسي:

أ. الفصل الأول ( ) ب. الفصل الثاني ( )  
ج. الفصل الثالث ( ) د. الفصل الرابع ( )  
هـ. الفصل الخامس ( ) و. الفصل السادس ( )  
ز. الفصل السابع ( ) ح. الفصل الثامن ( )  
ط. الفصل التاسع ( ) ي. دراسات عليا ( )

4. التخصص:

أ. عام تمهيدي ( ) ب. الصحافة ( )  
ج. الإذاعة والتلفزيون ( ) د. العلاقات العامة ( )  
هـ. المسرح والخيالة ( ) و. قسم العلوم السياسية ( )

ثانياً: محور متعلق بالإنترنت:

1. هل تستخدم شبكة الإنترنت؟

أ. نعم ( ) ب. لا ( ) ج. أحيانا ( )

2. في حال الإجابة بنعم، أو أحيانا هل تحرص على استخدام الإنترنت؟

أ. حريص ( ) ب. حريص إلى حد ما ( ) ج. غير حريص ( )

3. ما هي الوسيلة التي تستخدمها للدخول للإنترنت؟

- أ. جهاز حاسوب مكتبي ( )      ب. جهاز حاسوب محمول ( )  
ج. جهاز الهاتف ( )      د. جهاز الحاسوب والهاتف معا ( )  
هـ. أخرى..... ( )

4. مكان استخدام الإنترنت؟

- أ. البيت ( )      ب. مقهى الإنترنت ( )      ج. مكان آخر..... ( )

5. ما هو معدل انتظامك في استخدام الإنترنت؟

- أ. مستمرة ( )      ب. متقطعة ( )  
ج. نادرة ( )      د. حسب الظروف ( )

6. أعتمد على الإنترنت في الحصول على المعلومات التي احتاجها؟

- أ. أعتمد عليها ( )  
ب. أعتمد عليها إلى حد ما ( )  
ج. لا أعتمد عليها ( )

7. ما الفترة التي تفضل فيها استخدام الإنترنت.؟ يمكن اختيار أكثر من إجابة؟

- أ. من 9 صباحا إلى أقل من 12 ظهرا ( )  
ب. من 12 ظهرا إلى أقل من 5 مساء ( )  
ج. من 5 مساء إلى أقل من 9 مساء ( )  
د. من 9 مساء إلى 2 بعد منتصف الليل ( )

8. ما هي التطبيقات التي تستخدمها على الإنترنت؟

- أ. محركات البحث ( )      ب. البريد الإلكتروني ( )  
ج. المواقع الإخبارية ( )      د. يوتيوب ( )  
هـ. مواقع الإذاعة المسموعة fm ( )      و. مواقع البث التلفزيوني ( )  
ز. مواقع التواصل الاجتماعي ( )      ح. أخرى تذكر ..... ( )

9. ما هي دوافعك لاستخدام مواقع الإنترنت: يمكن اختيار أكثر من إجابة؟

- أ. التعبير عن آرائي الخاصة ( ) ب. التراسل بالبريد الإلكتروني ( )  
ج. موضوعات سياسية ( ) د. لأغراض البحث العلمي ( )  
هـ. مواقع التواصل الاجتماعي ( ) و. التصفح والتسلية ( )  
ز. استماع أو تنزيل موسيقى ( ) ح. مشاهدة فيديو وأفلام ( )  
ط. الثقافة والفنون ( ) ي. الدردشة ( )  
ك. البحث عن أصدقاء ( ) ل. اهتمامات أخرى..... ( )

10. عدد الساعات التي تقضيها في المرة الواحدة مستخدماً الإنترنت؟

- أ. أقل من ساعة واحدة في كل مرة ( )  
ب. من ساعة واحدة إلى أقل من 2 ساعة في كل مرة ( )  
ج. من 2 ساعة إلى أقل من 4 ساعات في كل مرة ( )  
د. أكثر من 4 ساعات ( )

ثالثاً: محور متعلق بالتلفزيون " الفضائيات:

1. هل تشاهد قنوات التلفزيون الفضائية:

- أ. نعم ( ) ب. لا ( ) ج. أحيانا ( )

2. إذا كانت الإجابة بنعم أو أحيانا هل تحرص على مشاهدة قنوات التلفزيون الفضائية:

- أ. حريص ( ) ب. حريص إلى حد ما ( ) ج. غير حريص ( )

3. ما هي معدلات المشاهدة لقنوات التلفزيون الفضائية:

- أ. مستمرة ( ) ب. منقطعة ( )  
ج. نادرة ( ) د. حسب الظروف ( )

4. ما هي البرامج التي تشاهدها على القنوات الفضائية: يمكن اختيار أكثر من إجابة:

- أ. البرامج العلمية ( ) ب. البرامج الدينية ( )  
ج. البرامج الإخبارية ( ) د. البرامج الحوارية ( )  
هـ. البرامج الرياضية ( ) و. البرامج الاقتصادية ( )  
ز. البرامج الثقافية ( ) ح. المسلسلات والأفلام ( )  
ط. البرامج السياسية ( ) ي. الموسيقى ( )  
ك. المنوعات ( ) ل. اهتمامات أخرى..... ( )

5. في أي الأوقات التالية تفضل مشاهدة البرامج المعروضة أدناه (يمكن اختيار أكثر من نوع):

- |                         |           |          |          |            |
|-------------------------|-----------|----------|----------|------------|
| أ. العلمية ...          | صباحا ( ) | ظهرا ( ) | مساء ( ) | السهرة ( ) |
| ب. الدينية ...          | صباحا ( ) | ظهرا ( ) | مساء ( ) | السهرة ( ) |
| ج. الإخبارية ...        | صباحا ( ) | ظهرا ( ) | مساء ( ) | السهرة ( ) |
| د. الحوارية ...         | صباحا ( ) | ظهرا ( ) | مساء ( ) | السهرة ( ) |
| هـ. الرياضية ...        | صباحا ( ) | ظهرا ( ) | مساء ( ) | السهرة ( ) |
| و. الاقتصادية...        | صباحا ( ) | ظهرا ( ) | مساء ( ) | السهرة ( ) |
| ز. الثقافية ...         | صباحا ( ) | ظهرا ( ) | مساء ( ) | السهرة ( ) |
| ح. مسلسلات والأفلام ... | صباحا ( ) | ظهرا ( ) | مساء ( ) | السهرة ( ) |
| ط. السياسية...          | صباحا ( ) | ظهرا ( ) | مساء ( ) | السهرة ( ) |
| ي. الموسيقى...          | صباحا ( ) | ظهرا ( ) | مساء ( ) | السهرة ( ) |
| ك. المنوعات...          | صباحا ( ) | ظهرا ( ) | مساء ( ) | السهرة ( ) |
| ل. اهتمامات أخرى...     | صباحا ( ) | ظهرا ( ) | مساء ( ) | السهرة ( ) |

6. كم الوقت المستغرق في المشاهدة خلال كل فترة:

- أ. أقل من 30 دقيقة ( )  
ب. من 30 إلى أقل من ساعة ( )  
ج. من ساعة إلى أقل من 2 ساعة ( )  
د. من 2 ساعة فأكثر ( )

رابعاً: محور المقارنة بين الإنترنت والتلفزيون:

1. هل تفضل استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال:

- أ. الإنترنت ( ) ب. التلفزيون ( ) ج. كلتا الوسيلتين ( )

2. إذا كانت الإجابة بتفضيل استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال الإنترنت هل لكونها:

- أ. أسرع في نقل الأخبار والمعلومات والقضايا من التلفزيون ( )  
ب. أخباره ومعلوماته وقضاياها أكثر تنوعا من التلفزيون ( )  
ج. أخباره ومعلوماته وقضاياها أكثر دقة من التلفزيون ( )  
د. أخباره ومعلوماته وقضاياها أكثر تفصيلا من التلفزيون ( )  
هـ. أخباره ومعلوماته وقضاياها أسهل في الحفظ والاسترجاع من التلفزيون ( )  
و. غير خاضعة للرقابة ( )  
ز. أخرى تذكر..... ( )

3. إذا كانت الإجابة بتفضيل استقاء الأخبار والمعلومات والقضايا من خلال التلفزيون هل لكونه:

- أ. أكثر مصداقية لاستقاء الأخبار والمعلومات والقضايا ( )  
ب. معلومات أكثر تفصيلاً ( )  
ج. الصورة أكثر وضوحاً ( )  
د. تتحدد فيه المسؤولية ( )  
هـ. أخرى تذكر..... ( )

4. درجة المصداقية لديك عن الأخبار والمعلومات والقضايا تمنحها لـ

- أ. الإنترنت ( ) ب. التلفزيون ( ) ج. كلتا الوسيلتين ( )

5. هل يؤثر استخدامك للإنترنت على مشاهدة التلفزيون

- أ. نعم ( ) ب. لا ( )

6. إذا كانت الإجابة بنعم ما هي درجة التأثير؟

- أ. يؤثر ( ) ب. يؤثر إلى حد ما ( ) ج. لا يؤثر ( )

7. هل تعتبر نفسك من جمهور:

- أ. الإنترنت ( ) ب. التلفزيون ( ) ج. كلتا الوسيلتين ( )

شكراً لحسن تعاونكم معنا ،،،



## **The impact of the internet using on watching TV**

**" An empirical study on a sample of students from the Faculty of Information and the Department of Political Science at the Faculty of Economics - University of Benghazi in the period 2018-2019 "**

**By:**

**Suliman Ali Mohamed Al Ahwel**

**Supervision**

**Ellafi I. Alrfadi**

### **Abstract**

The aim of the study is to identify the effect of internet use on watching TV on students of the Faculty of Information and students of the Department of Political Science, Faculty of Economics, University of Benghazi . After the spread of the Internet and its ease of use to access information and facilitate contact, communication , interactivity through it with the world , low cost and ease of use at the time. Did the students use the Internet more than watching the satellite channels in an attempt to get the news and information they need about the issues that concern them and to see information related to their academic specialization and help them in scientific research? And is it also to spend time for amusement and entertainment, and the practice of various activities or access to them and express their opinions in various areas and affairs that they concern ? And any way to achieve their desires more than the other ?

The study also aimed to find out the topics and programs they watch on satellite channels and the applications they use on the Internet and to know the time of watching and use and the number of hours spent by students watching satellite channels or using the Internet.

The study also aimed to find out the correlation between the type or academic specialization and the college in which the students study and their choice of the way ( the Internet or the television ) from which they obtain information and achieve certain satisfaction, and knowing whether the TV audience tended to use the Internet more than watching TV, and did the students give credibility to the Internet or to the TV and how much they relied on the information they obtained through TV and the Internet.

This study is one of the descriptive studies based on the survey method, where the accidental sample was used, which numbered (350) male and female students, distributed to (230) in the Faculty of Information, University of Benghazi, and (120) in the Department of Political Science, Faculty of Economics Benghazi University .The researcher used the questionnaire to collect data.

**The most important results reached are the following :-**

- The largest percentage of students chose the Internet, preferring to get news and information through the Internet, and television did not have a large audience
- The students gave credibility to the TV.
- 3. It turned out that the targeted male and female students in the Faculty of Information and all their specializations and the Department of Political Science often use the Internet permanently, and they are more than those who watch satellite channels and they were also not keen to watch at the same time.
- 4. The results showed that most male and female students use a mobile phone to access the Internet more than other methods, and that females are more used to a mobile phone to access the Internet than males.
- The most selective internet applications are social media, search engines, news websites, and email .
- The most common motives for using the internet were for social media, then motives for scientific research followed by the purpose of expressing their own opinions ,after that purposes of browsing and finally entertainment.

- Most of the study sample used the internet for more than 4 hours during each session.
- The choice of series and films was more watched on satellite channels than other programs, followed by the choice of those who watched scientific programs which were equal to news programs.
- The ratio of people watching programs on satellite TV from one hour to less than 2 hours was the largest, followed by 30 minutes to less than an hour.
- The largest number of students prefer the Internet to obtain news and information and follow up on issues.



# **The impact of the internet using on watching TV**

**" An empirical study on a sample of students from the  
Faculty of Information and the Department of Political  
Science at the Faculty of Economics - University of Benghazi  
in the period 2018-2019 "**

**By:**

**Suliman Ali Mohamed Al Ahwel**

**Supervision**

**Ellafi I. Alrfadi**

**This Thesis was submitted in Partial Fulfillment of the  
Requirements for Master's Degree of in Media**

**Benghazi University**

**Faculty of Information**

**February 2020**