

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علوم الاعلام والاتصال

مذكرة بعنوان:

تعرض الطلبة الجامعيين للمنصات التلفزيونية الرقمية و اتجاهاتهم نحوها .

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الشهيد حمدة لخضر _بالوادي_

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة علوم الاعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

د.أ خضير رشيد

إعداد الطلبة:

✓ رمضاني رانيا .

✓ بن حامد ابتسام .

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
زياد اسماعيل	د. أ	رئيسا
رشيد خضير	د. أ	مشرفا ومقررا
قيطة فاطمة الزهراء	د. أ	مناقشا





شكر وتقدير

قال الله تعالى: " فَادْكُرُونِي أذكُرْكُمْ وَأشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونِ ". البقرة 152.

قال الرسول صلى الله عليه وسلم: " من لم يشكر الناس لا يشكر الله "

نحمد ونشكر الله عز وجل الذي وفقنا وأهمننا الصبر والثبات والعزيمة والإصرار على مواصلة مشوارنا الدراسي ، وأعاننا على إنجاز هذا العمل ، فلك الحمد والشكر على نعمتك

وفضلك ، ونسألك أن تجعل هذا الجهد خالصا لوجهك الكريم نافعا للعلم وأهله.

كما نتوجه بجزيل الشكر والتقدير الى كل معلم ومعلمة وأستاذ وأستاذة من بداية مشوارنا

الدراسي الى وصولنا لهذا ، الذين ساهموا في تشكيل طريق رحلتنا العلمية ،

وزرعوا فينا شغف المعرفة ، وفتحوا لنا أبواب العلم والثقة .

كما نخص بالشكر الاستاذ المشرف "خضير رشيد " على دعمه وتوجيهاته

ومتابعته لنا . و نتقدم بخالص الشكر الى الاستاذ صابر علي شباط الذي كان نعم السند،

وشاركنا بخبرته وتوجيهاته القيمة ، ولم يبخل علينا بوقته وجهده ودعمه ، فكان لوقوفه الى

جانبنا أثر بالغ في هذا العمل . ولا يفوتنا أن نشكر كل من ساهم معنا في إنجاز هذا العمل.

ولا يفوتنا أن نشكر كل من ساهم معنا في إنجاز هذا العمل. لكم منا جزيل الامتنان وخالص الدعاء.

الاهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبتوفيقة يُكتب النجاح. إلى من كان حضنه وطمًا، وصوته أمنًا، ونصحه نورًا لا يخبويامن كنت لي القدوة، والمُلهم، والسند في كل لحظة، لا تكفيك السطور ولا العبارات، وكل إنجاز لا يكتمل دون رضاك وفخرك... إلى "أبي العزيز"

يا نبع الحنان، ويا قلبًا ما بخل يومًا بالاحتواء، ينقطع، ولا توفيك اللغة بأحرفها الثماني والعشرين؛ فأنتِ اللغة، وأنتِ الحكاية التي لا تنتهي... "إلى أمي الحبيبة"

وإلى إخوتي الأعزاء: "مروة" "وليد" "زكرياء" "ملاك". من شاركوني الخطوة والبسمة، كنتم دومًا العون، والضحكة التي تخفف كل تعب، ولكم في القلب امتنان لا يعرف حدًا.

وإلى زوج أختي هشام

شكرًا من القلب على تعاونك ودعمك خلال إعداد هذه المذكرة، كنتَ خير سند، وحضورك كان له بالغ الأثر.

وإلى أختي الحبيبة "انتصار"

توأم الروح، وبلسم الأيام، وشريكة الحلم، كان حضورك سندًا لا يُعوّض، ولكِ في قلبي شكر لا ينتهي.

وإلى خطيبي ونصفي "أيوب"

الذي كان وجوده فرق لا يقاس وأثر لا ينسى ، رفيق دربي ، وداعم القلب، لك شكري وودي، فوجودك صنع فرقًا عظيمًا في حياتي.

وإلى صديقتي العزيزة "رانيا"

رفيقة الدرب في المذكرة، وسند الأيام الجامعية، وصاحبة القلب الوفي، وجودك كان نورًا في أوقات العتمة. كنت الحضور الأجل في لحظات التعب.

وإلى صديقتي الغالية "هذيل"

رفيقة أيام الدراسة الجامعية، والشاهدة على البدايات، لكِ مني كل عرفان ومحبة. إليكم جميعًا أهدي ثمرة جهدي، وقطاف تعبي... فأنتم بعد الله أصحاب الفضل .

ابتسام



الاهداء



الى ضوء طريقي ، الى سندي الذي لا يميل ، الى الذي تعلمت منه الصبر والقوة والاصرار لأصل الى هذه المرحلة ، الى عزيز قلبي الذي ابتداءً معي اول خطوة في مشواري الدراسي وصولاً لكونه أول المشجعين بتسجيلي لنيل شهادة الماستر " أبي " الغالي .

الى من لا يشبهها أحد الى التي حملتني ومنحتني الحياة الى من لا عرفان يوفيهها ولا شكر يكفيها ، الى من سبق دعاؤها خطواتي ، " أمي " حبيبة قلبي التي رافقتني بدعائها ، وصبرها ، ودعمها ، لأنك البطلة التي تستحق أن يكتب اسمها في كل صفحة أهديك هذه المذكرة المتواضعة اليك يا أعظم امرأة رأتها عيني

الى أحبتي ورفاق قلبي وروحي الى من تقاسموا مع الحلم والدمعة الى الحب الذي لا ينتهي الى " اخوتي " وقطعة من روعي ادامكم الله قوتي ومسندي وفخري ، والي اختي وحبيبتي " هاجر "

الى من صنعت من الضعف قوة ومن التحدي طموح ومن الالم أمل ، الى الشجاعة الطموحة المتميزة الى " نفسي " .

الى من كانت لي داعماً حقيقياً وشاركتني كل لحظة من لحظات مسيرتي الجامعية ، وصولاً الى هذا العمل بكل تفاصيله وعبه ، اليك يامن جعلت العمل معاً رحلة تعاون ومثابرة وطموح الى " ابتسام "

الى صديقات ورفيقات الطفولة ، الاخوة اللتان لم تلهما امي ، الى من كبرنا معاً وكتبنا اولى حكايات العمر بضحكتنا الطفولية ، بكم ادركت معنى الصداقة " يسرى ورندة " الى من تحمل روحها الجميلة براءة المشاغبة ، الى من صنعت أجمل الذكريات للصداقة ، الى المرحلة الطموحة " هديل " رفيقتي دربي التي شاركتني أجمل لحظات الجامعة .

والى كل وأحبتي وعائلي وأساتذتي.



رانيا

ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة موضوع المنصات التلفزيونية الرقمية من خلال التركيز على مدى تعرض الطلبة الجامعيين لها واتجاهاتهم نحوها، وذلك في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها مجال الإعلام، وتهدف هذه الدراسة الى قياس تعرض الطلبة الجامعيين نحو المنصات التلفزيونية الرقمية وتحليل اتجاهاتهم، من حيث معدل الإستخدام ودوافع المشاهدة ومستوى الرضا، وإنعكاس ذلك على سلوكهم الإعلامي . كما تكمن أهمية الدراسة في فهم مدى استخدام الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية والعوامل التي تسهم في تفضيلاتهم وأنماط استهلاكهم للمحتوى. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي كونه المنهج المناسب لدراسة، بالاعتماد على أداة الاستبيان، وتم تطبيق الدراسة على العينة الطبقية المكونة من 96 طالباً وطالبة من مختلف الكليات في الجامعة وبعد إجراء الدراسة توصلنا الى مجموعة من النتائج تمثلت أهمها في:

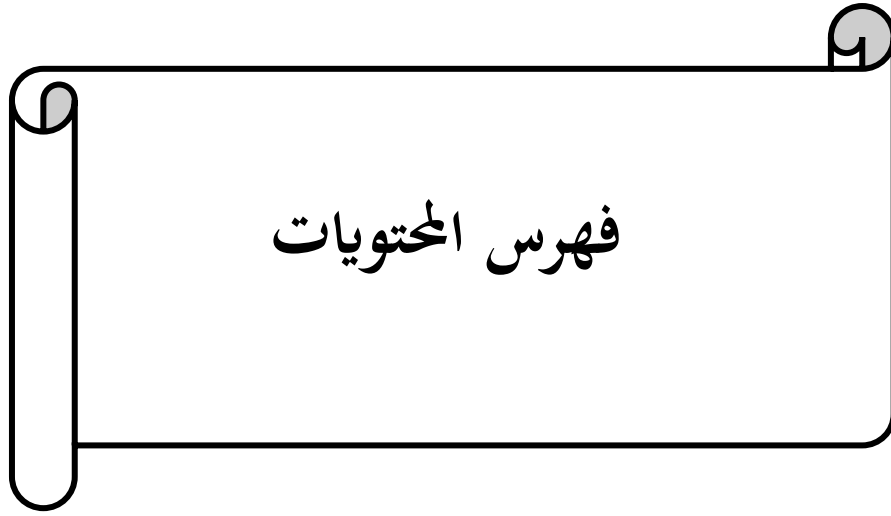
- منصة شاهد Shahid من أكثر المنصات التلفزيونية الرقمية استخداما لدى الطلبة الجامعيين لما تتضمنه من محتوى حصري و عربي مجاني يتماشى مع اهتماماتهم الثقافية والاجتماعية.
 - الدافع الاول وراء اقبال الطلبة على هذه المنصات هو سعيهم نحو محتوى متنوع وحصري يتجاوز ما يقدمه التلفزيون التقليدي من حيث الشكل والمضمون .
 - يلجأ الطلبة الى هذه المنصات كونها وسيلة للترفيه و تعديل المزاج وتخفيف التوتر الناتج عن الدراسة
 - تحقق المنصات رضا كبير لدى الطلبة نتيجة تلبية اهتمامهم الفكرية والثقافية .
- الكلمات المفتاحية:** المنصات التلفزيونية الرقمية – التعرض – الإتجاهات.

Summary of the study:

This study addressed the topic of digital television platforms by focusing on the extent of university students' exposure to them and their attitudes towards them, in light of the rapid transformations in the field of media, and this study aims to measure students' attitudes towards digital television platforms and analyze their attitudes towards them in terms of usage rate, viewing motives, level of satisfaction, and the reflection of this on their media behavior. The importance of the study lies in understanding the extent of students' use of digital TV platforms and the factors that contribute to their preferences and content consumption patterns. The study relied on the survey method as the appropriate method for a study, relying on the questionnaire tool, and the study was applied to a simple random sample consisting of 96 male and female students from various university majors. After conducting the study, we came up with a set of results, the most important of which are as follows:

- The Shahid platform is one of the most used digital TV platforms among university students because it includes exclusive and free Arabic content in line with their cultural and social interests
- The first motive behind students' interest in these platforms is their quest for diverse and exclusive content that exceeds what traditional television offers in terms of form and content
- Students resort to these platforms as a means of entertainment, mood modification and relieving stress resulting from the study
- The platforms achieve great satisfaction among students as a result of meeting their intellectual and cultural interests

Keywords:DigitalTelevisionPlatforms – Exposure – Attitudes



فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
I	الشكر والتقدير
II	الاهداء
III	الاهداء
IV	الملخص بالعربية
V	الملخص بالإنجليزية
VII	فهرس المحتويات
X I	فهرس الجداول
X II	فهرس الاشكال
X II	قائمة الملاحق
أ.ب.ج	المقدمة
الاطار المنهجي	
2	تمهيد
3	اشكالية الدراسة
4	فرضيات الدراسة
5	أسباب اختيار الموضوع
6	أهداف الدراسة
6	أهمية الدراسة
7	مفاهيم الدراسة
12	الدراسات السابقة
18	نظرية الدراسة
22	نوع الدراسة

22	منهج الدراسة
22	مجتمع الدراسة وعينته
23	ادوات جمع البيانات
25	الاساليب الاحصائية
الاطار النظري :	
الفصل الاول : المنصات التلفزيونية الرقمية	
28	تمهيد .
29	المبحث الاول :مدخل حول المنصات التلفزيونية الرقمية
29	المطلب الاول : نشأة المنصات التلفزيونية الرقمية
30	المطلب الثاني :. خصائص المنصات التلفزيونية الرقمية
32	المطلب الثالث :أنواع المنصات التلفزيونية الرقمية
38	المطلب الرابع :أهداف وأهمية المنصات التلفزيونية الرقمية
40	المطلب الخامس :مبادئ المنصات التلفزيونية الرقمية
40	المطلب السادس :أبعاد المنصات التلفزيونية الرقمية
41	المطلب السابع :سلبيات وإيجابيات المنصات التلفزيونية الرقمية
43	خلاصة الفصل .
الفصل الثاني : الأسس النظرية للتعرض لوسائل الاعلام	
45	تمهيد .
46	المبحث الاول : مدخل للتعرض لوسائل الاعلام
46	المطلب الاول :آلية التعرض
46	المطلب الثاني :أنواع التعرض
48	المطلب الثالث :أهمية التعرض
49	المطلب الرابع :الجمهور المتعرض

49	المطلب الخامس :انواع الجمهور المتعرض
50	المطلب السادس : دوافع التعرض
50	المطلب السابع : صعوبات التعرض
52	خلاصة الفصل .
الاطار التطبيقي :	
54	تمهيد
55	اجراءات الصدق والثبات
59	عرض وتحليل النتائج
67	عرض وتحليل ومناقشة الفرضيات
71	النتائج العامة
78	الخاتمة



فهرس الجداول والأشكال

فهرس الجداول :

الصفحة	الجدول
56	جدول رقم (01): يوضح معامل ارتباط درجة البند بدرجة المحور الذي ينتمي إليه (المحور الثاني)
56	جدول رقم (02): يوضح معامل ارتباط درجة البند بدرجة المحور الذي ينتمي إليه (المحور الثالث)
57	جدول رقم (03): يوضح معامل ارتباط درجة البند بدرجة المحور الذي ينتمي إليه (المحور الرابع)
57	جدول رقم (04): يوضح معامل ارتباط درجة البند بدرجة المحور الذي ينتمي إليه (المحور الخامس)
57	جدول رقم (05): يوضح ارتباط درجة المحور بالدرجة الكلية للإستبيان
58	جدول رقم (06): يوضح معاملات الثبات بطريقة التجزئة النصفية وألفا كرونباخ
59	جدول رقم : (07) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير النوع.
60	جدول رقم (08): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي.
61	جدول رقم (09): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الكلية .
62	جدول رقم (10): يوضح توزيع أفراد العينة حسب عادات وأنماط استخدام المنصات التلفزيونية الرقمية.
64	الجدول رقم (11) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب دوافع تعرض الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية.
65	الجدول (12) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب الاشباعات التي يحققها الطلبة من المنصات التلفزيونية الرقمية .
66	الجدول (13) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب الاتجاهات نحو المنصات التلفزيونية الرقمية .
67	جدول رقم (14) : يوضح قيمة ودلالة الفروق في عادات وأنماط استخدام الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية تبعاً لمتغيري الجنس والتخصص
68	جدول رقم (15): يوضح قيمة ودلالة الفروق في دوافع تعرض الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية تبعاً لمتغيري الجنس والتخصص .

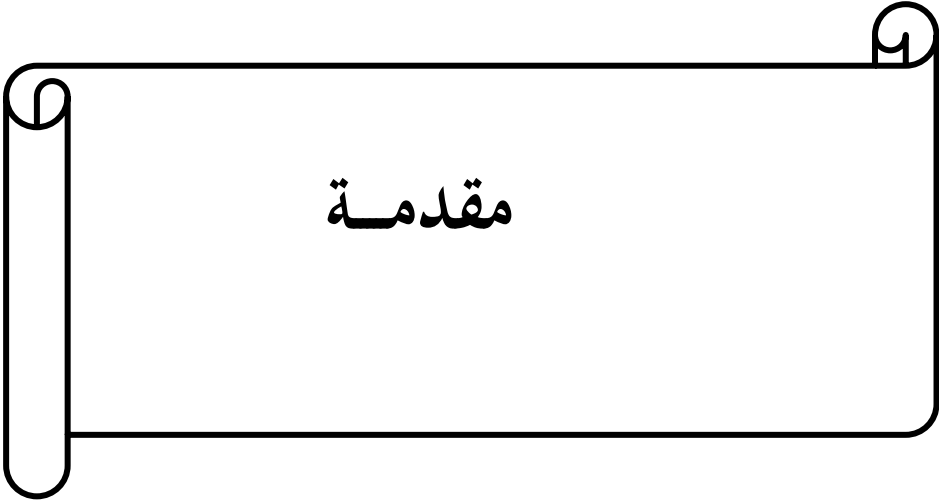
69	جدول رقم (16): يوضح قيمة ودلالة الفروق في الإشباع التي يحققها الطلبة من إستخدام المنصات التلفزيونية الرقمية تبعاً لمتغيري الجنس والتخصص .
70	جدول رقم (17): يوضح قيمة ودلالة الفروق في اتجاهات الطلبة نحو المنصات التلفزيونية الرقمية تبعاً لمتغيري الجنس والتخصص

فهرس الاشكال

الصفحة :	الشكل :
32	الشكل 01 يمثل منصة netflix
33	الشكل 02 يمثل منصة شاهد
34	الشكل 03 يمثل منصة watchit
35	الشكل 04 يمثل منصة hulu
36	الشكل 05 يمثل منصة amazon
37	الشكل 06 يمثل منصة الجزيرة 360
59	الشكل 07 دائرة نسبية تمثل النسب المؤوية للنوع
60	الشكل 08 دائرة نسبية تمثل النسب المؤوية للمستوى الدراسي
61	الشكل 09 دائرة نسبية تمثل النسب المؤوية للمستوى الدراسي

قائمة الملاحق

الملحق 01 : استمارة استبيان
الملحق 02 : قائمة الاساتذة المحكمين
الملحق 03 : بعض مخرجات برنامج SPSS



مقدمة :

يُعَدُّ الإعلام أحد الركائز الأساسية التي تقوم عليها المجتمعات المعاصرة، لما له من دور فعال في نقل المعرفة، وتشكيل الوعي، وصناعة الرأي العام ، فهو يشكل وسيطاً حيويًا للتواصل والتعبير وتبادل الأفكار بين الأفراد والمجتمعات .

ومع كل مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي، يشهد الاعلام تحولات جوهرية في بنيته ووظائفه وأدواته، منتقلًا من الوسائل التقليدية كالصحف والإذاعة والتلفزيون، إلى عصر الإعلام الرقمي الذي غيّر بشكل جذري في طريقة إنتاج المحتوى واستهلاكه .

فقد ساهم انشار الانترنت في مختلف أنحاء العالم في احداث تغيرات جذرية على مستوى إنتاج وتوزيع واستهلاك المحتوى الاعلامي ، فلم يعد الجمهور مجرد متلقٍ سلبي كما كان الحال في النماذج التقليدية، بل أصبح فاعلاً في العملية الإعلامية، قادراً على اختيار ما يشاء من محتوى، والتفاعل معه في أي وقت ومن أي مكان .

أبرز هذا التحول أنماطاً جديدة من الإعلام تتسم بالتفاعلية والمرونة والتخصّص، وكانت المنصات الرقمية إحدى أبرز تجليات هذا التغير، إذ وفّرت للمستخدمين محتوى متنوعاً يمكن الوصول إليه بسهولة .

كما تتيح هذه المنصات للمستخدمين الوصول إلى مجموعة واسعة من الخدمات والخيارات، فقد تنوعت من حيث طبيعتها ووظيفتها، فبعضها يقدم محتوى مكتوباً أو صوتياً، في حين تركز أخرى على الفيديو والبث الحي ، ومن بين هذه المنصات ظهرت المنصات التلفزيونية الرقمية كأحد أهم الابتكارات في عالم الإعلام الرقمي، حيث اجتذبت ملايين المستخدمين حول العالم.

تُعرّف المنصات التلفزيونية الرقمية بأنها تطبيقات أو مواقع إلكترونية تقدم محتوى تلفزيونياً متنوعاً من خلال الإنترنت، بحيث يستطيع المستخدم مشاهدة البرامج والأفلام والمسلسلات والوثائقيات في أي وقت يريده، دون الارتباط بجداول بث محددة كما هو الحال في التلفزيون التقليدي ، وقد ساهمت هذه المنصات في تغيير عادات وأنماط استهلاك الجمهور للمحتوى المرئي .

وبالنظر إلى فئة الشباب، وخصوصاً الطلبة الجامعيين، نجد أنهم من أكثر الفئات استخداماً لهذه المنصات، وذلك بحكم طبيعتهم العمرية، وارتباطهم الدائم بالتكنولوجيا الحديثة، وسعيهم وراء المحتوى الترفيهي أو الثقافي السريع والمباشر .

وفي ظل هذا التغيير السريع في المشهد الإعلامي، برزت الحاجة إلى دراسة مدى تعرض الطلبة الجامعيين للمنصات التلفزيونية الرقمية، والتعرف على أنماط استخدامهم لها، والدوافع التي تقف وراء ذلك، بالإضافة إلى الوقوف على الإشباع المحققة من هذا الاستخدام، سواء كانت ترفيهية، معرفية، اجتماعية، أو غيرها. كما تسعى الدراسة إلى تحليل اتجاهاتهم نحو هذه المنصات، من حيث الرضا، أو التفضيل، أو الانتقاد .

لذلك تسعى هذه الدراسة الى تقديم صورة شاملة حول كيفية تفاعل هذه الفئة مع المنصات التلفزيونية الرقمية في ظل التحولات التكنولوجية المتسارعة.

وقد تضمنت هذه الدراسة مقدمة عامة وثلاثة فصول :

تمثلت **المقدمة العامة** في تقديم خلفية معرفية تناولت الظاهرة محل البحث، إلى جانب عرض الإطار المنهجي الذي حدد مسار الدراسة بدءًا من الإشكالية التي تناولت موضوع البحث بشكل منهجي، مرورًا بصياغة التساؤلات والفرضيات. كما تم توضيح دوافع اختيار الموضوع، سواء (الذاتية أو الموضوعية) مع إبراز الأهداف والأهمية العلمية والعملية التي تسعى الدراسة لتحقيقها، لتوسيع المعرفة حول الموضوع. كذلك، تم تحديد المفاهيم الأساسية التي تقوم عليها الدراسة، مع الاستفادة من مجموعة من الدراسات السابقة التي ساعدت في تعميق الفهم حول الموضوع. واستندت الدراسة إلى نظرية علمية وفرت إطارًا منهجيًا لتفسير الظاهرة وتوجيه إجراءات التحليل.

أما من الناحية المنهجية، فقد تم اعتماد المنهج المسحي باعتباره الأنسب لطبيعة الدراسة، مع تحديد المجتمع والعينة وأداة جمع البيانات المتمثلة في الاستبيان الميداني، إضافة إلى توضيح حدود الدراسة وأهم الأساليب الإحصائية المعتمدة في معالجة البيانات وتحليل النتائج.

وبالنسبة للإطار النظري قمنا بتقسيمه الى فصلين :

الفصل الاول تناول هذا الفصل مبحث رئيسي تحت عنوان " مدخل حول المنصات التلفزيونية الرقمية " وتفرع الى سبعة مطالب تمثلت في نشأة وتطور المنصات وأهم أنواعها، بالإضافة الى ابراز خصائصها، وأهميتها في العصر الرقمي ، مع التطرق الى المبادئ التي تستند عليها ، والأبعاد المختلفة التي تميزها ، كما تطرقنا الى أبرز سلبياتها وإيجابياتها .

اما **الفصل الثاني** جاء تحت عنوان " مدخل للتعرض لوسائل الاعلام " وتفرع الى آليه التعرض و أنواعه وأهميته ، مع ابراز خصائص الجمهور المتعرض وتصنيفاته المختلفة ، اضافة الى الصعوبات والمعوقات التي قد تعترض عملية التعرض لوسائل الاعلام .

وأخيرا الاطار التطبيقي الذي يحتوي على عرض بيانات الدراسة والتعليق عليها وتحليلها ، مع عرض حصيلة من النتائج التي توصلنا اليها .

كما يقتضي أي بحث علمي الاطلاع الواسع على مختلف المصادر والمراجع والدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع ، لما لها من دور أساسي في بناء اشكالية الدراسة وتحديد أهدافها وصياغة أدواتها ، لذا إعتدنا في هذه الدراسة على مجموعة من الدراسات السابقة التي ساهمت في بلورة الإطار النظري والمنهجي وساهمت في تصميم استمارة الاستبيان ، تمثلت مراجع الجانب المنهجي في دراسة "فروج ريان"-منصات بث المحتوى وعادات الاستهلاك الجديدة-دراسة ميدانية ، وكذلك بالاعتماد على المرجع الغني عن التعريف "موريس انجرس"-منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية-. كما اعتمدنا على عدة مراجع في الجانبالنظري تمثلت أهمها في دراسة" سيف السويدي"-صناعة المنصات الرقمية-ودراسة" أماني رضا"-المنصات التلفزيونية الرقمية التعارض والتكامل في الاعلام الرقمي.

كما لا يخلو أي بحث من الصعوبات حيث تجلت الصعوبات في تصميم الإستبيان حيث واجهنا صعوبة في صياغة أسئلة دقيقة تقيس التعرض والاتجاهات والدوافع والإشباعات بشكل واضح وغير متحيز ، وكذلك في قياس الاتجاهاتحيث ان الاتجاهات قد تكون غير مستقرة أو متغيرة، مما يصعب قياسها بدقة في لحظة زمنية واحدة ، كذلك واجهنا صعوبة ضعف التفاعل بعض الطلبة الذين لا يجيبون بجدية أو يكتفون بإجابات سريعة وغير مدروسة ، مما يجعلهم يترددون في الكشف عن عادات المشاهدة لأسباب شخصية أو اجتماعية وبالنسبة للاطار النظري واجهنا صعوبة تمثلت في نقص المراجع والمصادر التي تتناول موضوع المنصات التلفزيونية الرقمية وأهم ما يتعلق بهذه المنصات.

الاطار المنهجي

تمهيد

- ❖ 1- اشكالية الدراسة .
- ❖ 2- تساؤلات الدراسة .
- ❖ 3- فرضيات الدراسة .
- ❖ 4- أسباب اختيار الموضوع .
- ❖ 5- أهداف الدراسة .
- ❖ 6- أهمية الدراسة .
- ❖ 7- مفاهيم الدراسة .
- ❖ 8- الدراسات السابقة .
- ❖ 9- نظرية الدراسة .
- ❖ 10- نوع الدراسة .
- ❖ 11- منهج الدراسة .
- ❖ 12- مجتمع الدراسة وعينته .
- ❖ 13- أدوات جمع البيانات .
- ❖ 14- الاساليب الاحصائية .

تمهيد :

يتناول هذا الاطار الجانب المنهجي للدراسة ، الذي يعتبر الاساس الذي تبنى عليه الاجراءات البحثية لتحقيق الاهداف المرجوة ، حيث استهل بالإشكالية التي حددت موضوع البحث ، ثم طرحنا فيه التساؤلات و الفرضيات ، بالإضافة الى عرض الاسباب التي دفعت لاختيار الموضوع ، كما تطرقنا الى اهداف وأهمية الدراسة ، ثم قمنا بضبط المفاهيم ، بالإضافة الى عرض جملة من الدراسات السابقة المشابهة للموضوع ، مع بيان النظرية المستخدمة ، وصولا الى نوع الدراسة والمنهج المتبع ، مع ابراز العينة والادوات المناسبة لجمع البيانات .

1- اشكالية الدراسة :

شهدت العقود الأخيرة تطورًا تكنولوجيًا متسارعًا ألقى بظلاله على مختلف مناحي الحياة، وكان لوسائل الإعلام والاتصال نصيب وافر من هذا التحول. فمنذ منتصف تسعينات القرن الماضي، عرف المشهد الإعلامي تحولات عميقة، انتقلت بموجبها المجتمعات من الاعتماد على الإذاعة والتلفزيون كمصادر تقليدية للمعلومات والترفيه، إلى فضاءات إعلامية أوسع وأسرع وأكثر تنوعًا، عززها انتشار الإنترنت وتقنيات الاتصال الحديثة، مما أحدث تغييرًا جذريًا في كيفية استهلاك الأفراد للمحتوى الإعلامي.

لقد مثل التلفزيون لعقود طويلة وسيلة محورية في تشكيل الوعي الجمعي، وإطارًا مرجعيًا للأخبار والبرامج الثقافية والترفيهية، حيث ظل لعشرات السنين المصدر الأول للأحداث والوقائع ومتابعة المجريات اليومية، إلى أن جاء ظهور القنوات الفضائية ليوسّع نطاق الخيارات المتاحة أمام الجمهور، ويفتح المجال أمام مشاهدات متنوعة ومتعددة الهويات والمصادر. غير أن هذه المرحلة لم تكن سوى مقدمة لمرحلة أشمل وأعمق، تجسّدت مع ظهور الإعلام الجديد الذي أفرز منظومة اتصالية مغايرة، كان في مقدمتها المنصات الرقمية بمختلف أشكالها.

كما تعرف المنصات الرقمية بأنها أنظمة إلكترونية تعتمد على شبكة الإنترنت، تتيح للمستخدمين الوصول إلى خدمات ومحتويات رقمية متنوعة بشكل تفاعلي وفوري. وتشمل هذه المنصات تطبيقات ومواقع تقدم محتوى مرئي، صوتي، أو مكتوب، وفقًا لاهتمامات واحتياجات المتلقي.

وفي سياق هذا التحول الإعلامي، برزت ما يُعرف اليوم بـ المنصات التلفزيونية الرقمية، وهي منصات تعتمد على شبكة الإنترنت لتقديم خدمات بث مرئي سمعي تمكن المستخدمين من مشاهدة المحتوى في الأوقات والأماكن التي يختارونها، مع تحررهم من قيود البث التقليدي وجداول البرامج المحددة سلفًا. وتمثل هذه المنصات اليوم نمطًا إعلاميًا متجددًا يتسم بالمرونة، التنوع، وإمكانية التفاعل مع المحتوى، إضافة إلى توفير خدمات متعددة كالبث الحي، المشاهدة حسب الطلب، والمحتوى المخصص حسب اهتمامات المشاهدين.

وتتنوع هذه المنصات من حيث خدماتها وطبيعتها محتواها، فمنها ما يتخصص في الترفيه والمسلسلات والأفلام، ومنها ما يجمع بين الأخبار والبرامج الوثائقية، ومنها ما يقدم محتويات تعليمية وتنقيفية، فضلًا عن وجود منصات هجينة تقدم جميع هذه الأشكال ضمن مكتبات إلكترونية ضخمة. ومن أبرز أمثلتها عالميًا: Netflix،

Amazon وفي العالم العربي: Shahid VIP, وAljazeera360 وغيرها من المنصات التي أصبحت جزءاً من العادات اليومية لفئات واسعة من المستخدمين.

في ظل هذا الواقع، يُطرح تساؤل بشأن فئة اجتماعية بعينها، وهي فئة الطلبة الجامعيين، باعتبارها من الفئات الأكثر تعرضاً وتفاعلاً مع الوسائط الرقمية الحديثة، نظراً لخصوصية هذه الفئة العمرية من حيث الاهتمامات، أنماط الاستهلاك الإعلامي، وأشكال التفاعل مع التقنيات الجديدة. فقد أصبح من اللافت تنامي اعتماد الطلبة الجامعيين على هذه المنصات، سواء لأغراض ترفيهية، تثقيفية، أو حتى تعليمية، ما يدفع للتساؤل عن طبيعة دوافعهم وأنماط استخدامهم لهذه المنصات، والإشباع التي يحققونها من ورائها، فضلاً عن اتجاهاتهم حيالها.

وفي هذا السياق، ومن دون افتراضات مسبقة حول شكل هذه الدوافع أو نوعية الإشباع، أو طبيعة الاتجاهات السائدة لدى الطلبة الجامعيين، تسعى هذه الدراسة إلى مقارنة هذا الموضوع من خلال البحث في دوافع استخدام الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية، وتحديد طبيعة الإشباع المتحققة من ذلك، إلى جانب الوقوف على اتجاهاتهم نحو هذا النمط الإعلامي المتجدد، الذي أضحي يشكل جزءاً من تفاصيلهم اليومية.

وعليه، تنطلق هذه الدراسة من الإشكالية العامة التالية: ما هي دوافع تعرض الطلبة الجامعيين عينة الدراسة للمنصات التلفزيونية الرقمية والإشباع المتحققة و طبيعة اتجاهاتهم نحوها؟

2-تساؤلات الدراسة :

- 01- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة عينة الدراسة للمنصات التلفزيونية الرقمية؟
- 02- ما هي دوافع تعرض الطلبة عينة الدراسة للمنصات التلفزيونية ؟
- 03- ما هي طبيعة الإشباع المتحققة لدى الطلبة عينة الدراسة من استخدام المنصات التلفزيونية الرقمية؟
- 04- ما اتجاهات الطلبة عينة الدراسة نحو المنصات التلفزيونية الرقمية؟

3- فرضيات الدراسة :

ف0- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة حول عادات وأنماط استخدام المنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغيري الجنس، والتخصص.

ف1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة حول عادات وانماط استخدام المنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغيري الجنس ، والتخصص .

ف0- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة حول دوافع استخدام المنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغيري الجنس، والتخصص.

ف1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة حول دوافع استخدام المنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغيري الجنس، والتخصص.

ف0- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة حول الإشباع المتحققة من استخدام المنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغيري الجنس، والتخصص.

ف1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة حول الإشباع المتحققة من استخدام المنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغيري الجنس، والتخصص.

ف0- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة حول اتجاهاتهم نحو المنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغيري الجنس، والتخصص.

ف1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة حول اتجاهاتهم نحو المنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغيري الجنس، والتخصص.

4- أسباب اختيار الموضوع :

يعد اختيار موضوع البحث خطوة أساسية في العملية البحثية، إذ يستند إلى مجموعة من العوامل الموضوعية والذاتية التي تضمن أهميته العلمية وقابليته للإنجاز، مما يساهم في تحقيق أهداف الدراسة وإثراء المعرفة في المجال المختار.

أ/ الاسباب الذاتية :

__ الرغبة في أن تكون دراستنا مفيدة وواقعية أردنا أن ندرس موضوع نكون على علاقة مباشرة به، وليس فقط بحثاً نظرياً بعيداً عن واقعنا ، لأن هذا سيجعلنا أكثر صدقاً في الطرح والتحليل.

__ الرغبة في معرفة تأثير المنصات التلفزيونية الرقمية على الحياة اليومية للطلبة ومعرفة مدى تأثيرها على حياتهم العامة (الدراسة، العلاقات الاجتماعية والانشطة الاخرى)

__ الأهمية البالغة والقيمة التي احسنها تجاه الموضوع كونه مرتبط مباشرة بتخصص تكويننا الجامعي.

__الاهتمام الشخصي بمجال الاعلام الرقمي .

ب/ الاسباب الموضوعية :

__التطور السريع في وسائل الاعلام ، والتلفزيون خاصة وانتقاله من البث التقليدي الى المنصات الرقمية.

__التعرف على المنصات التلفزيونية الرقمية وابرار مختلف العادات الاستهلاكية للطلبة الجامعيين ، مما يسهم في فهم سلوكهم الاعلامي .

__الاهتمام بالإعلام الجديد ودوره في تشكيل الرأي العام .

__قلة الدراسات العربية حول الموضوع رغم انتشار المنصات التلفزيونية الرقمية ، فإن الدراسات التي تناولت تأثيرها على المجتمعات لا تزال محدودة .

5- أهداف الدراسة :

يعتبر مجال البحث العلمي مجالاً واسعاً تختلف أهدافه وتتعدد معطياته ، لذلك تسعى دراستنا الى :

__استكشاف عادات وانماط استخدام الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية .

__التعرف على العوامل والدوافع التي تؤثر على استخدام الطلبة للمنصات .

__تحديد طبيعة الاشباع المحققة لدى الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية .

__قياس اتجاهات الطلبة نحو المنصات التلفزيونية الرقمية .

6-أهمية الدراسة :

لكل دراسة أهمية تنبع من الحاجة الى فهم أبعاد موضوعها وتبسيط الضوء على جوانبها المختلفة مما يسهم في اثراء

المعرفة العلمية ، حيث تتمثل أهمية دراستنا في:

__تتناول الدراسة ظاهرة من ظواهر العصر الدائمة التطور يوماً بعد يوم وهي المنصات التلفزيونية الرقمية .

__تعالج فجوة معرفية في الدراسات الإعلامية العربية، من خلال التطرق إلى موضوع لا يزال محدود التداول في الأبحاث الجامعية.

__فهم سلوك الطلبة الجامعيين حيث تسهم الدراسة في فهم مدى استخدام الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية

والعوامل التي تسهم في تفضيلاتهم وانماط استهلاكهم للمحتوى .

_توفر هذه الدراسة بيانات حول أنواع المحتوى الذي يفضلونه الطلبة الجامعيين.

7- تحديد مفاهيم الدراسة :

01- مفهوم المنصة :

لغة: موضع مرتفع يُرتقى عليه، يقف عليه الخطيب أو المتحدث.¹

اصطلاحاً: المنصة مجموعة من النظم الفرعية والواجهات التي تشكل بنية مشتركة يمكن من خلالها إنتاج مجموعة من المنتجات المشتقة وتطويرها بكفاءة، وقد يكون منتج معين ، تطبيقات يمكن دمجها في المنصة "وحدات بناء" ، تحدد وظيفتها من طرف عدة مستخدمين"²

اجرائياً : كل تطبيق أو موقع إلكتروني يُمكن الطالب الجامعي من مشاهدة المحتوى السمعي البصري (مثل الأفلام، المسلسلات، البرامج، أو الفيديوها) عبر الإنترنت، باستخدام جهاز رقمي مثل الهاتف الذكي أو الحاسوب أو التلفاز الذكي ، سواء كانت هذه المنصات مجانية أو مدفوعة.

02- مفهوم الرقمنة :

لغة : تحويل البيانات أو المعلومات إلى صيغة رقمية يمكن قراءتها ومعالجتها باستخدام الأجهزة الإلكترونية، خاصة الحواسيب.³

اصطلاحاً : هي بيئة تفاعلية قائمة على استخدام التكنولوجيا لعدة مشاركين بالإتصال والتفاعل مع بعضهم البعض لتبادل المعرفة والمعلومات والبيانات حيث تسمح المنصات بإزالة العوائق والحواجز أمام التواصل وتعزيز التفاعلات الاجتماعية في جميع المجالات، وتسهم المنصات الرقمية في بناء شبكة تفاعلية مع زملاء آخرين بنفس التخصص مع إمكانية الحوار والنقاش وتبادل الآراء والأفكار وإيجاد مواضيع أخرى مرتبطة بتخصص مشابه.

كما تعرف : هي مجموعة من التقنيات التي بها مميزات فريدة وتستخدم للتفاعل الرقمي من خلال محتوى رقمي يتم إعداده وتهيئة للهدف الإتصالي، كما تعرف المنصات الرقمية بأنها مجموعة تنظيم معقدة تتألف من مجموعة من المعلومات والمستودعات والعمليات والتحليل وأدوات تصور المعلومات.⁴

¹ مجمع اللغة العربية ، المعجم الوسيط ، ط1، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة 2005 ، ص 920

² سيف السويدي، صناعة المنصات الرقمية، ط1، منصة أريد، ماليزيا، 2020، ص.18.17.

³ تم الاطلاع بتاريخ 2024/02/20 الساعة 20:30 سا <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-a> الموقع الالكتروني معجم المعاني

⁴ نجم عبد خلف العيساوي، توظيف المنصات الرقمية في العلم والتعليم في زمن الكورونا الإستخدام والتأثير، ملحق مجلة الجامعة العراقية(2-15) ص 87.

اجرائيا: الرقمنة هي عملية تحويل المحتوى التلفزيوني من صيغته التقليدية عبر التلفزيون التقليدي إلى صيغ رقمية تُبث عبر الإنترنت، من خلال منصات رقمية تتيح للطلبة الجامعيين الوصول إلى البرامج والمسلسلات والأفلام عبر أجهزة رقمية مثل الهواتف الذكية، الحواسيب، أو الشاشات الذكية، في أي وقت ومكان .

03- مفهوم التلفزيون :

لغة : جهاز تنقل بواسطته صور وأصوات الأشياء على مسافات بعيدة بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية .¹

اصطلاحا : التلفزيون هو وسيلة إعلامية سمعية بصرية تعتمد على نقل الصور والأصوات المتحركة إلى المشاهدين، ويعد من أهم وسائل الاتصال الجماهيري لما له من قدرة على التأثير في الرأي العام وصياغة الاتجاهات الفكرية والاجتماعية.²

اجرائيا : هو الوسيلة السمعية البصرية التي يلجأ إليها الطلبة الجامعيون لمتابعة محتوى مرئي مسجل أو مباشر، عبر الأجهزة التقليدية (جهاز التلفاز) ، أو من خلال المنصات الرقمية المتصلة بالإنترنت.

04- مفهوم المنصات التلفزيونية الرقمية :

اصطلاحا:

هي خدمات تتيح للمستخدمين مشاهدة المحتوى التلفزيوني عبر الإنترنت، سواء كان ذلك بثًا مباشرًا أو محتوى حسب الطلب. تعتمد هذه المنصات على تقنيات البث الرقمي والإنترنت لتقديم تجربة مشاهدة تفاعلية ومرنة. يمثل هذا المصطلح التحول من البث التلفزيوني التناظري التقليدي، الذي يعتمد على إرسال إشارات عبر الهواء، إلى البث الرقمي الذي يستخدم إشارات رقمية لتقديم المحتوى، هذا التحول يسمح بتقديم جودة صورة وصوت أفضل، بالإضافة إلى ميزات تفاعلية أكثر تنوع المنصات.³

¹مجمع اللغة العربية ، مرجع سابق ، ص923

²الاعلام الجديد وتحديات المستقبل ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2009 ، ابراهيم محمود ، ص 45

³ سعد ولد جاب الله، المنصات الرقمية وتأثيرها على عادات تعرض الجمهور للمسلسلات التلفزيونية، ملحق مجلة جامعة محمد بوضياف المسيلة (الجزائر)، مجلة المحترف لعلوم الرياضة والعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد (11) العدد (03) ص228-247/2024

اجرائيا:

يُقصد بالمنصات التلفزيونية الرقمية في هذا البحث التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي تقدم محتوى تلفزيونيًا (مرئيًا ومسموعًا) عبر الإنترنت، والتي يستخدمها الطلبة الجامعيون لمتابعة برامج ومسلسلات وأفلام، بشكل فردي وفي أوقات مرنة، بعيدًا عن جداول البث التقليدية.

05- مفهوم التعرض:

لغة :

هو من الفعل تَعَرَّضَ، ويعني أظهر نفسه لشيء، أو قابله وواجهه، فيقال: تعرَّض للأمر أي أبان نفسه له وقابله.¹

اصطلاحا:

أما مفهوم التعرض الإعلامي في قاموس المصطلحات الإعلامية (فهو ما يصدر عن الفرد من عرض شفوي أو كتابي لحقائق أو وقائع)²

تعني كلمة التعرض لوسائل الإعلام هو تعرض الجمهور لتلك الوسائل وتأثره بها، وقد يكون هذا التأثير بوعي منه فيكون مقصوداً أو غير مقصود ويختلف الأفراد بعضهم عن البعض الآخر بسبب الفروق التي بينهم في مدى التعرض لوسائل الإعلام.³

تلقي المشاهد المادة الإعلامية من خلال أحد الوسائل الإعلامية المرئية والسمعية أو المقروءة كانت أو من خلال الانترنت وذلك وفق المعايير الخاصة بمفهوم وعناصر الاعلام المتكونة من الرسالة والمرسل والمستقبل والوسيلة، بغض النظر عن نمط العرض أو الوسيلة الاعلامية للمشاهد.⁴

اجرائيا :

عدد مرات استخدام الطالب للمنصات التلفزيونية الرقمية، ومدى مدة المشاهدة، ونوع المحتوى الذي يتابعه، إضافة إلى توقيت المشاهدة والأجهزة المستخدمة .

¹ ابن منظور ، لسان العرب ، دار صادر، بيروت ، ص 348

² أحمد زكي بدوي : معجم المصطلحات الاعلامية ، ط01، دار الكتاب اللبناني ، بيروت 1975م، ص154.

³ كرم شلي : معجم المصطلحات الاعلامية ، دار الشروق ، القاهرة 1989 ، ص213 .

⁴ حسين عمر سليمان الماروتي ، التعرض لوسائل الاعلام الرياضي ودوره في العوامل النفسية والاداء الرياضي ، ط01 ، شركة دار الاكاديميون للنشر والتوزيع ، عمان -الاردن ، 2017 ، ص 10.

06- مفهوم الإتجاه:

لغة :

مأخوذ من وجه واتجه، والجهة والوجهة جميع الموضوع الذي تتوجه إليه وتقصد هواتجه له رأي.¹

اصطلاحا:

يعرفه جوردون ألبورت: على أنه حالة من الاستعداد العقلي والعصبي التي تكونت خلال التجارب والخبرات السابقة التي مر بها الفرد، والتي تعمل على توجيه استجابته نحو الموضوعات والمواقف المتعلقة بالاتجاه وتكون هذه الاستجابة بالموافقة أو المعارضة أو المحايدة.²

اجرائيا:

يُقصد بالاتجاه الموقف أو الرأي الذي يتخذه الطالب الجامعي تجاه المنصات التلفزيونية الرقمية، ويظهر ذلك في درجة الرضا أو القبول أو الرفض أو التفضيل لاستخدام هذه المنصات .

07- مفهوم الطلبة :

لغة :

الطالب في اللغة هو اسم فاعل من "طلب"، أي سعى إلى الشيء وأراده، فيقال: طلب العلم أي سعى لتحصيله. وجاء في لسان العرب لابن منظور "طلب" التماس الشيء والحرص عليه، والطلب هو الساعي وراء العلم أو الحاجة".³

اصطلاحا:

الطلبة الجامعيين، منوجهة النظر العلمية التقليدية يمثلون جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة واذ يتركز المئات والآلاف من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية العالي.⁴

¹ ابن منظور ، مرجع سابق ، ص161

² فرح عبد القادر طه وآخرون، معجم علم النفس والتحليل النفسي، دار النهضة العربية، بيروت، ص01

³ ابن منظور، مرجع سابق ، ص 213

⁴ واقع الطالب الجامعي الجزائري من الأمس الى اليوم ماذا تحقق؟ نذيرة مرزارة ، شعباي مليكة ، الملتقى الوطني حول: تشخيص واقع الطالب الجامعي مخبر الوقاية وايرغنوميا. جامعة الجزائر 2. المجلد لا يوجد ص 64.06.

اجرائيا:

هم الأفراد المسجلون في جامعة الشهيد حمه لخضر ، الذين تتراوح أعمارهم عادةً بين 18 و30 سنة، من مختلف الكليات ، والذين يُشكلون عينة الدراسة لتحليل تعرضهم للمنصات التلفزيونية الرقمية واتجاهاتهم نحوها.

08-تعريف الجامعة:

لغة :

إن مصطلح جامعة "university" لغويا مأخوذ من كلمة "universitas" وتعني الاتحاد الذي يضم ويجمع أقوى الأسر نفوذا في مجال السياسة في المدينة من اجل ممارسة السلطة، وقد استخدمت الجامعة لتدل على تجمع الأساتذة والطلاب من مختلف البلاد والشعوب، حيث جاء هذا التجمع على غرار الاتحادات الصناعية والحرفية التي كانت تقوم بدور تعليمي مهم في العصور الوسطى.¹

اصطلاحا:

تعرف على أنها مجموعة من الأشخاص يجمعهم نظام ونسق خاصين، تستعمل وسائل وتنسق بين مهام مختلفة للوصول بطرق ما الى المعرفة العليا، إذ تعتبر المصدر الأساسي للخبرة والمحور الذي يدور حوله النشاط الثقافي في الآداب والعلوم والقانون.²

اجرائيا:

الجامعة في سياق هذه الدراسة هي: "جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي"، وهي مؤسسة عمومية للتعليم العالي بالجزائر، تضم عددًا من الكليات والتخصصات، وتشكل الإطار المكاني الذي أُجريت فيه الدراسة على الطلبة الجامعيين من مختلف الكليات

¹ جورج مقدسي، نشأة الجامعة في الإسلام والغرب، بيروت دار المدار الإسلامي، بيروت 2006، ص 45

² قدور، نورة، غراز، طاهر، 2021، الجامعة الجزائرية نظام ل. م. د. ومدى نجاعته في تحقيق الانماء الحضاري في المجتمع ، مجلة اللغة والإعلام والمجتمع، المجلد لا يوجد ص.172

الدراسة الاولى :

دراسة أحمد بن موسى الزهراني "استخدامات الجمهور للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والاجنبية والاشباع المتحققة منها " (دراسة مسحية على عينة من مستخدمي المنصات التلفزيونية الدرامية والعربية : (2024)

تناولت اشكالية الدراسة كيفية التعامل مع نمط جديد من انماط الاعلام الرقمي ، وهي المنصات الرقمية الدرامية لمتابعة المسلسلات ، حيث أصبحت المنصات الرقمية المنصات الرقمية جهة جذب وخاصة للأجيال الشابة التي تفضل متابعة الدراما التلفزيونية عبر الانترنت ، لذا تبلورت الاشكالية في رصد معدلات وانماط ودوافع استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية الدرامية وانعكاس ذلك على الاشباع المتحققة من مشاهدة المحتوى الدرامي عبرها ، كما تهدف هذه الدراسة الى رصد استخدامات الجمهور للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية (العربية والاجنبية) والاشباع المتحققة منها من خلال حجم استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والاجنبية ، اضافة الى تحديد انماط استخدام الجمهور لهذه المنصات ورصد دوافعها (الطوقسية و النفعية) لاستخدامها ، بالإضافة الى الاشباع (العملية ، المحتوى) من استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية والعربية .

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث المسحية ، حيث اعتمد الباحث على استمارة الاستبيان كوسيلة رئيسية لجمع المعلومات من الجمهور السعودي نظرا لتعدد البيانات المطلوبة وتنوعها بشكل تتوافر فيه الشروط العلمية ، تم اختيار عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من مستخدمي المنصات التلفزيونية الدرامية والاجنبية ، لإمكانية تمثيل كل أفراد المجتمع السعودي بالعينة .

توصلت هذه الدراسة الى عدة نتائج أهمها :

- يتزايد اعتماد الجمهور على المنصات الرقمية لمشاهدة الأعمال الدرامية، سواء العربية أو الأجنبية مع اختلاف في معدلات الاستخدام حسب الفئة العمرية والمؤهل التعليمي .

- يلعب العمر والمستوى التعليمي دورًا في تحديد تفضيلات المشاهدة، حيث إن الشباب أكثر إقبالاً على المشاهدة الدائمة مقارنة بالفئات الأكبر سنًا .

-معظم الأفراد يشاهدون الأعمال الدرامية الرقمية بانتظام، مع تباين بين المشاهدة الدائمة، المشاهدة أحياناً، والمشاهدة النادرة .

-يفضل بعض المستخدمين الأعمال الدرامية الأجنبية أكثر من العربية، بينما هناك من يفضل الإنتاجات المحلية .
-للمشاهدة تأثيرات متنوعة حيث يشعر بعض الأفراد بتحسّن المزاج والتخلص من الضغوط اليومية كما أن هناك تأثيرات ثقافية واجتماعية، مثل تغيير التفضيلات والاهتمامات بناءً على ما يشاهدونه.

الدراسة الثانية :

دراسة هنية رزيق ، سعاد ولد جاب الله " المنصات الرقمية وتأثيرها على عادات تعرض الجمهور للمسلسلات التلفزيونية " (دراسة مسحية على عينة من المشتركين في منصة نتفلكس 2024) :

تناولت اشكالية الدراسة دوافع تعرض الجمهور للمسلسلات التلفزيونية عبر المنصات الرقمية التي باتت تمثل منافسا قويا للوسائل التقليدية ، وتعد منصة نتفلكس من أكثر المنصات التي غيرت في قواعد التعرض حيث وفرت للمشتركين تجربة مشاهدة مميزة من خلال منحهم حرية أكبر في كيفية اختيار ما يريدون مشاهدته ومتى وكيف يرغبون بعيدا عن قيود قاعات السينما وشاشات التلفزيون ، كما تهدف هذه الدراسة الى البحث عن دوافع اقبال الجمهور على مشاهدة الافلام عبر منصة نتفلكس الرقمية ، اضافة الى البحث عن التغييرات التي طرأت في انماط المشاهدة مثل وقت ومدة المشاهدة ونوع المسلسلات المفضلة ، والتعرف على طبيعة العلاقة بين الجمهور والمنصات الرقمية كوسيط مستحدث لعرض المحتوى التلفزيوني ، بالإضافة الى التعرف على أهم الخصائص التي قدمتها المنصات الرقمية للجمهور من خلال تجربتهم في مشاهدة المسلسلات التلفزيونية .

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية المسحية التي تهدف الى جمع المعلومات حول الظاهرة المقصودة ، اعتمد فيها الباحثان على استمارة الاستبيان الالكتروني لجمع البيانات المطلوبة من المبحوثين ، اشتملت الدراسة على عينة عمدية من الشباب الذين يتعرضون ويشاهدون المحتوى الدرامي المحتوي الدرامي والسينمائي عبر منصة نتفلكس الرقمية ، تكونت هذه العينة من 62 مفردة من الشباب الجزائري الذين هم فوق 18 سنة من كلا الجنسين ومختلف الطبقات الاجتماعية والاقتصادية.

توصلت هذه الدراسة الى عدة نتائج أهمها :

- أن الفئة العمرية الغالبة في العينة هي تلك الواقعة بين 18،24،25،29 ويعود ذلك الى كون هذه الفئة من الشباب تميل الى مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة والتكيف معها بفعالية وتعد منصات البث الرقمي مثل نتفلكس أحد أهم مظاهر هذا التطور فهي توفر العديد من المسلسلات التلفزيونية التي تتناول مواضيع تهم هذه الفئة وتتوافق مع اهتماماتها .

اوضحت نتائج الدراسة أن العوامل الرئيسية التي تدفع الافراد للاشتراك في منصة نتفلكس تتمثل في غياب الاعلانات التي تتيح تجربة مشاهدة سلسلة وخالية من التشتيث كما أنها توفر مكتبة واسعة من المسلسلات والبرامج والمحتوى الاصلي الذي لا يتوفر على أي منصة أخرى وهو ما يرتبط بالحصرية في العرض اي أنه اذا رغب شخص في مشاهدة برنامج معين فقد يكون الاشتراك في هذه المنصة هو الخيار الوحيد للوصول اليه فضلا عن ذلك تعرف نتفلكس بتقديم محتوى ذو جودة عالية يعزز ويثري تجربة المشاهدة .

كشفت نتائج الدراسة أن سهولة الوصول الى المحتوى وتوفر المسلسلات على منصة نتفلكس لهما تأثير كبير على عادات المشاهدة حيث ارتبطت زيادة معدلات التعرض بشكل وثيق بتوفر محتوى نوعي ومتميز من خلال مكتبة العروض والمسلسلات التلفزيونية الضخمة التي تنتجها منصة نتفلكس .

الدراسة الثالثة:

دراسة د. نايف بن خلف الثقيل " علاقة المرأة السعودية بالدراما التلفزيونية المقدمة عبر المنصات الرقمية".
(دراسة ميدانية في الاستخدامات والإشباعات 2022).

تناولت اشكالية الدراسة علاقة المرأة السعودية بالدراما التلفزيونية المقدمة عبر المنصات الرقمية؛ وذلك من خلال فهم وتحليل استخداماتها وإشباعاتها من هذه الدراما وفهم أنماط استهلاك المرأة السعودية للمحتوى الدرامي الرقمي ومدى تأثير الدراما الرقمية على تصوراتهن وسلوكاتهن اليومية. كما تهدف هذه الدراسة الى التعرف على وجهة نظر المرأة السعودية حول السلبيات المقدمة عبر هذا النوع من الدراما، وأنماط استخدام المرأة السعودية للدراما الرقمية، بالإضافة الى الكشف عن دوافع استخدام المرأة السعودية للدراما التلفزيونية عبر المنصات الرقمية وقياس الإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام.

تدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج المسحي، حيث استخدم الباحث الإستبانة الإلكترونية كأداة لجمع بيانات الدراسة وتم تصميمها بناء على أهداف الدراسة وتساؤلاتها وقد تم توزيعها عبر

الرابط الإلكتروني لضمان سهولة وصولها لعينة الدراسة المحددة، وقد تم اختيار عينة (أسلوب) كرة الثلج نظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة، أما العينة فقد بلغت (400 مفردة) من النساء السعوديات (فوق سن السادس عشر) واللاتي يتعرضن للدراما التلفزيونية من خلال المنصات الرقمية.

توصلت هاته الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

نتفليكس netflix، من بين المنصات الأكثر استخداماً، ثم يليها منصة شاهد نت إم بي سي MBC واتش ات، فيو vu، أي سي فليكس Iciflix، ثم أو أس إن osn، جوي تي في jawy tv، وأخيراً ستارز بلاي Starzplay.

- نسبة 46.25% من العينة يتابعن الدراما من ساعة إلى أقل من 3 ساعات يومياً.

- الشاشات التلفزيونية الذكية الأكثر استخداماً للمتابعة، ثم الهاتف الذكي، اللابتوب، الجهاز اللوحي، وأخيراً الكمبيوتر.

- فترة السهرة (9 مساءً - 12:30) هي الوقت المفضل للمشاهدة.

- المشاهدة الفردية هي المفضلة، ثم المشاهدة العائلية.

- الدراما الأمريكية هي المفضلة، ثم تليها الأوروبية، العربية، التركية، السعودية، الآسيوية، وأخيراً الهندية.

- الدوافع الطقوسية تتفوق على النفعية.

- الإشباع الاجتماعي وشبه الاجتماعي والمتعة والتسلية هي أبرز الدوافع للمشاهدة.

- المواضيع غير الواقعية والمبالغة في أنوثة المرأة والمشاهد المثيرة هي أبرز السلبيات.

الدراسة الرابعة:

دراسة د. محمد عاطف الشيخ "تعرض الجمهور للمحتوى الدرامي في المنصات التلفزيونية الرقمية وعلاقته بالحالة المزاجية : في اطار مفهوم سمة ما وراء المزاج". (دراسة مسحية على عينة من الجمهور وتعرضهم للمحتوى الدرامي في المنصات التلفزيونية الرقمية وعلاقته بالحالة المزاجية لهم 2022).

تناولت إشكالية هذه الدراسة محاولة فهم التأثير المتزايد للمحتوى الدرامي الرقمي على الحالة المزاجية للجمهور، خاصة مع الانتشار الواسع للمنصات التلفزيونية الرقمية. في ظل هذا التوسع، يصبح من الضروري استكشاف

كيف تتفاعل سمات ما وراء المزاج لدى الأفراد مع تعرضهم لهذه المضامين الدرامية، وما إذا كانت هذه السمات تلعب دوراً في تحديد طبيعة الاستجابة العاطفية لديهم، بالإضافة إلى ذلك، تتناول الدراسة الحاجة إلى فهم أعمق للعوامل التي قد تتدخل في هذه العلاقة. تهدف هذه الدراسة إلى فهم تأثير المحتوى الدرامي في المنصات الرقمية التلفزيونية على الحالة المزاجية للجمهور، وكذلك رصد أسباب التفضيل المحتوى الدرامي في المنصات الرقمية التلفزيونية، التعرف على معدل التعرض المحتوى الدرامي بالمنصات الرقمية التلفزيونية

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج المسحي من خلال آراء عينة من الجمهور وتعرضهم للمحتوى الدرامي في المنصات التلفزيونية الرقمية وعلاقته بالحالة المزاجية لهم، حيث يسهل هذا المنهج سهولة جمع البيانات ودراسة المتغيرات (النفسية والديمغرافية) المتعددة للمبحوثين.

وقامت الباحثة بتصميم صحيفة الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات، وقد تم اختيار عينة عشوائية، وتم تجميع بيانات الدراسة من خلال الاستبيان الإلكتروني عبر الأنترنت، أما حجم العينة فقد بلغت (423) مفردة من الجمهور العام بكل شرائحه.

توصلت هذه الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- المشاهدة المتكررة: غالبية المشاركين نسبة (53.9%) يشاهدون المسلسلات والأفلام على المنصات الرقمية "أحياناً"، بينما (23.4%) يشاهدونها "دائمًا".
- معظم المشاركين نسبة (43.3%) يشاهدون المحتوى الدرامي يوماً واحداً في الأسبوع، نسبة (28.4%) يشاهدونه يومين في الأسبوع.
- منصة "شاهد" هي الأكثر شعبية نسبة (63.8%)، تليها "نتفليكس" نسبة (44%).
- المسلسلات العربية هي الأكثر مشاهدة نسبة (57.4%)، تليها الأفلام الأجنبية نسبة (47.5%).
- السبب الرئيسي لمشاهدة هذه المنصات هو القدرة على مشاهدة عدة حلقات في نفس اليوم.
- أهم ما يجذب المشاهدين هو وجود ممثلين مشهورين في العمل (60.3%)، وأساليب الإنتاج والتصوير المتقنة (46.8%).
- أهم الأنشطة التي يقوم بها المشاركون عند شعورهم بالضيق وسوء المزاج هي مشاهدة هذه المنصات الرقمية.

- المصريون يشاهدون المسلسلات والأفلام على المنصات الرقمية بشكل متكرر، خاصة المسلسلات العربية على منصة "شاهد".

- الراحة والقدرة على مشاهدة حلقات متعددة في وقت واحد هي من أهم أسباب المشاهدة.

- الممثلون المشهورون وجودة الإنتاج يجذبون المشاهدين.

- يلجأ الكثيرون إلى مشاهدة هذه المنصات لتحسين مزاجهم عند الشعور بالضيق.

أوجه التشابه والاختلاف والاستفادة من الدراسات السابقة :

*** أوجه التشابه :**

- تشترك الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في تناول نفس المجال البحثي .

- تتشابه اهداف الدراسات السابقة مع أهداف الدراسة الحالية .

- تستند كل من الدراسات السابقة الى مفاهيم متقاربة في الاطار النظري مع الدراسة الحالية .

- تتوافق الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في المنهج والاداة المستخدمة .

***أوجه الاختلاف :**

- اختلفت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في مشكلة البحث على الرغم من تشابه الموضوع فقد عاجت

الدراسة الحالية زاوية الاتجاه نحو المنصات الرقمية التلفزيونية التي لم يتم التركيز عليها في الدراسات السابقة .

-اختلفت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في العينة من حيث العدد والنوع .

- تنوع المجتمع الدراسي في الدراسات السابقة (الشباب ، المرأة) ، بينما شملت الدراسة الحالية مجتمع أكثر دقة

والممثل في الطلبة الجامعيين .

-اختلفت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في نوع المحتوى المدروس .

***أوجه الاستفادة :**

- توفير الاساس النظري حيث ساعدت على بناء الاطار النظري للدراسة .

- ساعدت الدراسات السابقة في اختيار المنهج المناسب والادوات البحثية .

- توفر الدراسات السابقة ادلة علمية تدعم فرضيات البحث وتساعد في تفسير النتائج المتوصل اليها .

- الاعتماد على ابحاث موثوقة يعزز من مصداقية البحث ويجعله أكثر دقة وموضوعية .

- الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد المحاور الاساسية للاستبيان مثل محور الاستخدامات والدوافع والاشباع .

- الاطلاع على طريقة صياغة أسئلة الاستبيان في الدراسات السابقة يعطي نماذج لصياغة واضحة، محددة، وخالية من التحيز أو التوجيه ، هذا ما يعزز من الصدق الظاهري للأداة ويقلل من احتمالية وجود أسئلة غامضة أو غير دقيقة .

9-نظرية الدراسة :

تُعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع من المقاربات التي اندرجت ضمن نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام، والتي ظهرت في أواخر الستينيات من القرن الماضي. وتركز هذه النظرية على دراسة أسباب استخدام وسائل الإعلام والاتصال والتعرض لها من مختلف الفئات الاجتماعية، في محاولة للربط بين هذه الأسباب والاستخدام، وماذا يحقق الفرد من هذا الاستخدام ، و ما سنحاول التطرق إليه من خلال هذا الفصل هو معرفة أهم ما جاءت به هذه النظرية وبدايات ظهورها، كذلك أهم فروضها وعناصرها، والأهداف التي تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحقيقها، ومحاولة إسقاط هاته النظرية على البحث موضوع الدراسة.

1-التعريف بنظرية الإستخدامات والإشباع:

أ/ التعريف اللغوي:

الإستخدام: من استخدم استخداما، واستخدمه أي اتخذه خادما والرجل استوهبه خادما .

الإشباع : مأخوذة من الشبع والشبع، وتدل على امتلاء في أكل وغيره، وامرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمتها، وثوب شبيح الغزل أي كثير، وشبيح العقل أي وافر، والتشبع من يرى أنه شبعان .

ويعني أيضا: التوفية وبلوغ حد الكمال.¹

¹ المنجد في اللغة والإعلام، ط. 29، منشورات دار المشرق، بيروت، 1986، ص. 3.

ب/ التعريف الإصطلاحي :

إن مفهوم الاستخدام Usage الذي ظهر في اللغة الفرنسية في القرن 17 يشير منذ ذلك الحين إلى يومنا هذا إلى نشاط اجتماعي يتم ملاحظته بسبب تواتره ويتمثل في استخدام شيء ما والاستفادة منه لغاية محددة أو تطبيقية لتلبية حاجة ما .

- وفي دراسات الاستخدام فإن موضوع الاستخدام يحيل إلى ممارسة، كما يحيل أيضا إلى تصرفات أو عادات أو اتجاهات .

- وتشير الممارسة إلى جملة من العادات القائمة أو المكرسة أو طرق ملموسة في الفعل حيث أن السلوك أو التصرف يغطي جزئيا الممارسة لأنه يتشكل من كل ردود أفعال الفرد التي يمكن ملاحظتها بصورة موضوعية.¹

- ولذلك فإن الحديث عن الاستخدامات بدل الممارسات أو العادات يعني الإهتمام بانتظامية قابلة للقياس فيما يتعلق بطريقة استخدام الشيء أو خدمة ما، ويشير إلى "بوربولت" Perriault أن الاستخدام ليس أداتي instrumental إلا نادرا، إذ أنه يتزوج دائما مع دور رمزي يضيفه المستخدم على الأداة أو الجهاز.

- إن نظرية الاستخدامات والإشباعات هي عبارة عن محاولة للنظر إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور بشكل مختلف، حيث ترى أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه حيث أن وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الر وسائل الإعلامية التي يتلقاها، بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام.²

2- أصول ونشأة النظرية:

إن البحث حول استعمال "وسائل الإتصال" تحت عنوان (الإستعمالات والرضا أوالإستخدامات والإشباعات) uses and gratification جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذين أرادوا التعرف على "ماذا يفعل الجمهور بالوسائل؟" بدلا من "ماذا تفعل الوسائل بالجمهور؟".³

ومن هذا المنطلق نجد أن بدايات البحوث الأولى لهذه النظرية قد صاغت تصنيفات إستخدام الراديو والصحف حيث افترضت عالمة الإتصال "هيرتا- هيرزج" وجود خمسة احتمالات للجمهور من برامج المسابقات هي:

¹ نوي، إيمان. استخدام الإنترنت وعلاقته بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة بسكرة، 2012، ص. 23-22.

² نوي إيمان ، المرجع نفسه ، ص02

³ فضيل، ديليو. الاتصال: مفاهيمه - نظرياته - وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص. 3.

تنافسية ، تربوية ، التقدير الذاتي ، رياضية ، إشباعات مستمعي المسلسلات في الراديو وهي التحرر العاطفي ، التفكير المبني على الرغبة ، النصح ،) ومن ناحية ثانية استنتج الباحث "ستثمان" دوافع الإهتمام بالإستماع للموسيقى الجادة والراديو ، و"لازرسفيلد" و "وولف فيسك" عن تطور الطفل بالفكاهة ، بينما لاحظ "بيرلسون" استخدامات عديدة للصحيفة من أجل الأخبار وتفسير الشؤون العامة وكأداة من أدوات الحياة ، الراحة ، الإعتبار ، والإتصال الإجتماعي، ومن الجدير بالذكر أن هذه النظرية انطلقت بصورة خاصة على ضوء الأبحاث التي قام بها كل من "هيرتا-هيرزج" عام 1944 ، والتي هدفت للكشف عن اشباعات الجمهور والرأي وتوصلت إلى ضرورة إشباع الحاجات العاطفية

وفي عام 1945 فقد تمكن "بيرلسون" من تحليل توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال التوزيع حيث وجه سؤالاً للجمهور ما الذي افتقده بسبب غياب هذه الصحف ، وتوصل إلى أن ما تقوم به بأدوار مهمة للجمهور في نقل الأخبار والمعلومات والهروب من الواقع اليومي.¹

هذا وقد ظهرت هذه النظرية لأول مرة بشكل متكامل في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" من تأليف إيليهو كاتز وإليهو بلومر (Elihu Katz and Jay G. Blumler) سنة 1974. وقد دار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مفادها تصوّر الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد في التعرض لها من جانب آخر.

ومن جهة أخرى، يرى "كاتز وبلومر" أن مدخل الاستخدامات والإشباعات يعني ما يلي :

➤ الأصول الإجتماعية والسيكولوجية .

➤ الإحتياجات التي تتولد عنها .

توقعات من وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى تؤدي الى :

➤ إشباعات للإحتياجات .

➤ ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة.²

¹ مشاقبة، بسام عبد الرحمن. نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص. 85.

² إسماعيل، محمود حسن. مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم، 2003، ص. 252.

3-فروض نظرية الإستخدامات والإشباعات:

وضع الباحثون الأسس العلمية والفروض الأساسية التي انطلقت من النظرية نفسها وذلك بعد أن اتضحت المداخل الرئيسية للنظرية عند هؤلاء الباحثين، وشكلت هذه الأسس والعناصر المداخل العلمية للنظرية، ولأن نظرية الإستخدامات والإشباعات قامت على إفتراض الجمهور النشط على العكس من نظريات التأثير السابقة، التي قالت بقوة تأثير وسائل الإعلام في الجمهور مثل نظرية الرصاصة، فقد أضفت هذه النظرية بذلك صفة الإيجابية على الجمهور، فلم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور متلقيا سلبيًا، بل أصبح ينظر إليه على أنه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل، والمضامين التي تلي حاجاته النفسية والإجتماعية، لذا وضع "اليهوكاتز" Elihu katz وزملائه خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الإتصال، والإشباعات التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الإستخدام¹ :

- إن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الإتصال واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلي توقعاتهم .
- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإتصال وليست وسائل الإتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- استجابة الفرد السلوكية لوسائل الإعلام؛ وبناء معاني الرسائل الإتصالية تمليها مجموعة من العوامل النفسية والإجتماعية: الأسرة، الأصدقاء، العلاقات الإجتماعية، البيئة التي يعيش خلالها.²
- الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الإتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الإتصال.³

4-اسقاط نظرية الاستخدامات والاشباعات على الدراسة

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباعات من النظريات التي تساعد الباحثين في التعرف على أنماط وعادات ودوافع والإشباعات المحققة من خلال أهم المداخل النظرية المناسبة. ومن أجل الحصول على المعلومات الكافية حول

¹ منال هلال المزاهرة : نظريات الإتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان 2012، ص 181 .

² حسن عماد مكاي، الشريف سامي، نظريات الإعلام، ط02، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، ص 273

³ محمود حسن اسماعيل، مرجع سابق، ص255،254.

الطلبة، فهم جمهور يُنظر إليه كجمهور نشط يمتلك حرية الاختيار، يستخدم الوسائل الجديدة للاتصال لإشباع حاجاته ورغباته. كما تهتم هذه النظرية بتفكيك الاحتياجات النفسية والاجتماعية والإشباع التي تحققها وسائل الإعلام المختلفة لدى الطلبة، سواء في مجال الترفيه، تعديل المزاج، التخفيف من ضغوط الدراسة، أو تلبية اهتماماتهم الفكرية والثقافية.

ومن خلال هذه الدراسة تم إسقاط هذه النظرية لفهم مدى استخدام الطلبة لهذه المنصات، والدوافع التي تقف وراء إقبالهم عليها، حيث أظهرت النتائج أن الدافع الأساسي هو البحث عن محتوى متنوع وحصري يتجاوز ما يقدمه التلفزيون التقليدي، إضافة إلى تحقيق ترفيه وتخفيف التوتر. كما أوضحت النتائج أن المنصات الرقمية تحقق مستوى رضا مرتفع لدى الطلبة نتيجة تلبية اهتماماتهم المتنوعة، وهو ما يتماشى مع ما تطرحه النظرية من أولوية للجمهور في اختيار الوسيلة المناسبة لتحقيق احتياجاته النفسية والاجتماعية والمعرفية.

10- نوع الدراسة :

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية و"هي إحدى أنواع البحوث العلمية التي تهدف الى وصف الظواهر أو المشكلات أو الأشخاص بدقة وموضوعية كما هي في الواقع دون التدخل فيها أو محاولة تغييرها، كما تعتمد هذه الدراسات على جمع البيانات وتحليلها لفهم خصائص الظاهرة.¹ وكان سبب اختيارنا لنوع الدراسة نظرا لكونه الأنسب لدراسة الظواهر كما هي في الواقع وتحليلها دون تدخل أو تعديل، تتيح هذه الدراسة فهم طبيعة تعرض الطلبة الجامعيين للمنصات التلفزيونية الرقمية واتجاهاتهم نحوها، من خلال وصف خصائص الظاهرة وتحليل العلاقات بين مكوناتها.

11- منهج الدراسة :

المنهج هو مجموعة الاجراءات والخطوات التي يتبعها الباحث من أجل الوصول الى نتائج موضوعية ودقيقة، حيث يعرفه موريس انجرس: "المنهج محدد هنا بمجموعة من الاجراءات والطرق الدقيقة المتبناة من أجل الوصول الى نتيجة، إن المنهج في العلم مسألة جوهرية"²

وبما أن طبيعة الموضوع هي التي تفرض نوع المنهج الذي ينتهج فإن دراستنا تنتمي الى البحوث المسحية التي تعتمد على جمع البيانات من مجموعة كبيرة من الافراد عن الظاهرة المدروسة بهدف دراستها وتحليلها بطريقة موضوعية

¹عبيدات محمد، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر والطباعة والتوزيع، 2010، ص18

²موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط02، دار القصة للنشر الجزائر، ص37

ودقيقة ، حيث يعرف المنهج المسحي : " منهج المسح يقوم على عدة محاولات منظمة للحصول على معلومات ضخمة من أعداد كبيرة لجمهور معين ، من خلال أساليب المقابلة المقننة او استبيانات مقننة " ¹

12-مجتمع الدراسة وعينته :

مجتمع البحث في البحث العلمي هو جميع الوحدات التي يسعى الباحث الى دراستها واستخلاص النتائج منها ، حيث يعرفه موريس انجرس " مجموعة عناصر لها خاصية او عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الاخرى والتي يجرى عليها البحث او التقصي " ²

يعرف ايضا أنه " الاطار الكلي الذي يتم من خلاله انتقاء مفردات البحث والتي تشكل هي الاخرى عينة الدراسة " ³

وقد تمثل مجتمع دراستنا في طلبة جامعة الوادي.

13-العينة :

العينة في البحث العلمي هي مجموعة الافراد او العناصر التي يتم اختيارها من المجتمع الكلي (مجتمع الدراسة) ، بهدف اجراء البحث عليها ، كوننا لا نستطيع دراسة كل المجتمع ، فيعرفها موريس انجرس : " ذلك الجزء من مجتمع البحث الذي سنجمع من خلاله المعطيات في ميدان العلم ، نتطلع ان تسمح لنا العينة المتكونة من العشرات المئات الآلاف من العناصر وذلك حسب الحالة ، والمأخوذة من مجتمع معين بالوصول الى التقديرات التي يمكن تعميمها على كل مجتمع البحث الاصيل " ⁴

ونظرا لصعوبة دراسة المجتمع الكلي ، تم اعتماد العينة الطبقية : " وهي أخذ عينة من مجتمع البحث بواسطة السحب بالصدفة من داخل مجموعات فرعية أو طبقات مكونة من عناصر لها خصائص مشتركة . " ⁵

يعود سبب اختيارنا لهذا النوع من العينات كونه يتلائم مع طبيعة الدراسة ، ورغبة في ضمان التمثيل العادل ، والدقة الاحصائية وامكانية تعميم النتائج ، حيث تم تقسيم المجتمع الى 08 كليات ، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية وكلية التكنولوجيا وكلية الحقوق والعلوم السياسية ، وكلية العلوم الدقيقة ، وكذلك كلية الآداب

¹ عبد الله محمد عبد الرحمن ، علم الاجتماع النشأة والتطور ، دار المعرفة الجامعية ، بيروت ، لبنان ، 1999 ، ص 154

² موريس انجرس ، مرجع سابق ، ص 298

³ محمد منير حجاب ، نظريات الاتصال ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2000 ، ص 23

⁴ موريس انجرس ، مرجع سابق ، ص 301

⁵ المرجع نفسه ، ص 304 .

واللغات ، وكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، و كلية العلوم الاسلامية ، وكذلك كلية علوم الطبيعة والحياة من جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي ، ثم الى مستويات ليسانس وماستر ، ثم حسب الجنس ذكور واثاث ، والاخذ من جميع التخصصات لهذه الكليات .

وقد طبقت على عينة قوامها 96 مفردة ، مقسمة كالاتي :12 مفردة من كل كلية 06 مفردات ليسانس موزعة بالتساوي (03 ذكور و03 اناث) ، و06 مفردات ماستر موزعة بالتساوي (03 ذكور و03 اناث) .

14- أداة جمع البيانات :

ادوات جمع البيانات هي الوسائل التي يستخدمها الباحث لجمع المعلومات والبيانات الخاصة بموضوع بحثه ، حيث اعتمدنا في دراستنا اداة الاستبيان الورقي كوسيلة لجمع المعلومات ، انطلاقا من طبيعة بحثنا ومنهجها وكذلك نظرا لكونه يتلائم مع قياس الظاهرة. " وهي تتطلب قدرات خاصة تتوفر لدى المحقق او المحققة ليس فقط على أساس توجيهاتها التي يمكن الانحراف عليها ، بل لأنها تأخذ ايضا شكل استجواب او ملء ذاتي " ¹

حيث تضمن الاستبيان 05 محاور كالاتي :

تضمن المحور الاول البيانات الشخصية المتمثلة في (النوع ، المستوى الجامعي ، الكلية)

والمحور الثاني عادات وانماط استخدام الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية وتضمن هذا المحور 05 فقرات .

والمحور الثالث تحت عنوان دوافع تعرض الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية و تضمن 07 فقرات . والمحور الرابع الاشباع التي يحققها الطلبة من استخدام المنصات التلفزيونية الرقمية ، كما تضمن 07 فقرات .

بالإضافة الى المحور الخامس والاخير والمتمثل في اتجاهات الطلبة نحو هذه المنصات والمتمكون من 07 فقرات وسؤال مفتوح .

تم تصميم الاستبيان بما يتوافق مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها، ومراعاة المعايير العلمية في بنائه من حيث الصدق الظاهري والثبات .

حيث تم استخدام مقياس ليكرت الرباعي : الذي يشمل الخيارات (دائما ، أحيانا ، نادرا ، أبدا) ، وذلك لقياس أنماط الاستخدام ، ودوافعه ، واشباعاته .

¹ المرجع نفسه، ص 349

وكذلك مقياس ليكرت الثلاثي : الذي يشمل الخيارات (موافق ، محايد ، معارض) وذلك لقياس اتجاهاتهم نحو المنصات التلفزيونية الرقمية .

15- حدود الدراسة :

تعتبر مرحلة تحديد حدود الدراسة خطوة اساسية في الجانب المنهجي لأي بحث علمي .

01/ الحدود الزمانية :

الحدود الزمانية هي أحد حدود البحث الرئيسية وهي المدة او الفترة التي يحتاجها الباحث في جمع المعلومات للدراسة .

امتدت الحدود الزمانية لإنجاز دراستنا من 2024/10/20 الى 2025/05/10.

حيث تم إعداد الجانب النظري بالاطلاع على المراجع والدراسات السابقة والبحوث العلمية التي مكنت من الامام بالموضوع وأهميته، حيث استغرق ذلك مدة 03 اشهر ، ثم الانتقال الى الجانب التطبيقي اين استغرق إعداد الاستمارة وتحكيمها شهرين ، لتأتي بعدها مرحلة توزيع الاستمارات على المبحوثين ، ثم عملية معالجة البيانات وتحليلها واستنباط نتائج الدراسة ، ثم إعداد الجانب المنهجي الذي وجدنا فيه سهولة نظرا لإعداد الجانب التطبيقي قبله ، حيث سهل لنا الجانب التطبيقي بعض خطوات الجانب المنهجي (كالأداة ، والمنهج ، والعينة)

02/ الحدود المكانية :

الحدود المكانية للدراسة هي الاطار المكاني لها وموضعها ، حيث أجريت هذه الدراسة ولاية الوادي ، " ولاية الوادي ، او ولاية وادي سوف ، هي ولاية جزائرية ، انبثقت عن التقسيم الاداري لعام 1984 " ¹ بجامعة الشهيد حمه لخضر ، الوادي " جامعة حكومية في الجزائر سميت على اسم محمد الاخضر عمارة المعروف ب(حمه لخضر) وهو أحد أشهر المناضلين ضد الاستعمار الفرنسي للجزائر " ²

03/ الحدود البشرية :

هي عدد الافراد المشاركين في موضوع الدراسة ، فالمجال البشري لهذه الدراسة هو مجتمع الطلبة من جامعة الوادي ، حيث اجريت الدراسة على عينة قوامها 96 مفردة والمتمثلة في عينة من طلبة كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

¹الموقع الالكتروني <https://ar.m.wikipedia.org> تم الاطلاع بتاريخ 2025/02/20 الساعة 21:00 سا

²تم الاطلاع بتاريخ 2025/02/21 الساعة 21:20 سا مؤشف من الاصل 2022/01/08 للموقع الالكتروني "من هو الشهيد حمه لخضر"

، وطلبة كلية التكنولوجيا ، وطلبة كلية الحقوق والعلوم السياسية ، وطلبة كلية العلوم الدقيقة ، وكذلك طلبة كلية اللغات والآداب ، وكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، وطلبة كلية العلوم الاسلامية ، وكذلك طلبة علوم الطبيعة والحياة .

16- الاساليب الاحصائية :

من أجل تحليل البيانات المتحصل عليها بواسطة أداة الاستبيان، فقد تم الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة أهداف الدراسة وبياناتها، وذلك باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS. وتمثل هذه الأساليب فيما يلي:

معامل سبيرمان-براون: للتحقق من ثبات أدوات الدراسة بطريقة التجزئة النصفية.

معامل جيتمان: للتحقق من ثبات أدوات الدراسة بطريقة التجزئة النصفية كبديل مكمل لمعامل سبيرمان-براون.

معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): لقياس درجة الاتساق الداخلي لفقرات أداة الاستبيان، والتحقق من مدى ثباتها.

اختبار تحليل التباين الثنائي ANOVA: لتحليل الفروق بين متوسطات المجموعات وفق المتغيرات المستقلة.

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري: لتحليل بيانات الاستبيان وتحديد اتجاهات العينة.

التكرارات والنسب المئوية: لمعرفة تكرار توزيع الإجابات.

الفصل الأول

المنصات التلفزيونية الرقمية

❖ تمهيد

❖ المبحث الأول: مدخل حول المنصات التلفزيونية الرقمية

❖ المطلب الأول: نشأة المنصات التلفزيونية الرقمية

❖ المطلب الثاني: خصائص المنصات التلفزيونية الرقمية

❖ المطلب الثالث: أنواع المنصات التلفزيونية الرقمية

❖ المطلب الرابع: أهمية وأهداف المنصات التلفزيونية الرقمية

❖ المطلب الخامس: مبادئ المنصات التلفزيونية الرقمية

❖ المطلب السادس: أبعاد المنصات التلفزيونية الرقمية

❖ المطلب السابع: سلبيات وإيجابيات المنصات التلفزيونية الرقمية

تمهيد:

مع التطورات التكنولوجية المتسارعة، ظهر مفهوم المنصات التلفزيونية الرقمية كأحد التحولات البارزة في مجال الإعلام والاتصال. تعتمد هذه المنصات على تقنيات الإنترنت لتوفير المحتوى السمعي البصري للمستخدمين، مما يتيح لهم الوصول إلى المواد الإعلامية بطرق مختلفة عن البث التلفزيوني التقليدي.

يعود ظهور المنصات التلفزيونية الرقمية إلى تداخل عدة عوامل من بينها تطور البنية التحتية الرقمية، وانتشار الأجهزة الذكية، وتزايد الحاجة إلى أنماط مشاهدة أكثر مرونة. وقد أدى هذا التطور إلى ظهور نماذج جديدة في إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي، مما ساهم في إعادة تشكيل العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام. وللتعرف أكثر على المنصات التلفزيونية الرقمية قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مبحث رئيسي، يتفرع إلى سبعة مطالب .

المبحث الأول: مدخل حول المنصات التلفزيونية الرقمية

المطلب الأول: نشأة المنصات التلفزيونية الرقمية

على الرغم من قلة عدد المنصات الإلكترونية التي كانت متواجدة على شبكة الإنترنت منذ أواخر القرن العشرين، ومحدودية وظائفها وخدماتها التي اقتصر على عرض المحتوى وإطلاع المستخدم على المنتجات والخدمات ووصول المستهلك بالمنتج، إلا أنه مع مطلع القرن الحادي والعشرين الذي أحدث فيه التطور التكنولوجي تغييراً جذرياً في تصور الشركات والأفراد، وإدراكهم أهمية المنصات الإلكترونية، فقد استقطبت هذه الأخيرة اهتمام الفاعلين الاقتصاديين من منتجين ومستهلكين، ووجهت تركيزهم نحوها. "فالمنصات موجودة منذ سنوات، ويتجلى ذلك في مراكز التسوق التي كانت تربط بين المستهلكين والتجار، والصحف التي كانت تصل بين المشتركين والمعلنين، ما تغير خلال القرن الحادي والعشرين هو أن تكنولوجيا المعلومات قللت بشكل كبير الحاجة إلى امتلاك البنية التحتية المادية والأصول، كما سهلت تقنية المعلومات بشكل كبير إمكانية إنشاء نطاق المنصات وتوسيعها، وجعلتها أقل تكلفة، وهو الشيء الذي يسمح بمشاركة ناعمة وسلسلة تقوي التأثير الشبكي، وتعزز القدرة على التقاط وتحليل وتبادل كميات هائلة من البيانات التي تزيد من قيمة المنصة للجميع"¹. وكما سبق وأشارنا في التعريف العام للمنصة بمعناها المتداول فإن اللفظ في اللغة الفرنسية "Forme-Plate" قد ظهر في القرن الخامس عشر وفق قاموس الأكاديمية الفرنسية، بينما تم تداوله فيما بعد في مجال السياسة والعمل النقابي في اللغة الإنجليزية للولايات المتحدة بلفظ Platform، أما فيما يخص الكلمة بمعناها الخاص المتداول في مجال الإنترنت والتكنولوجيا الرقمية الدال على المنصات الإلكترونية، فقد ظهر هذا الاسم مع التحول الذي طرأ على مجموعة من الشركات العالمية مثل شركة أمازون Amazon سنة 1995، شركة غوغل Google سنة 1998، وفيسبوك سنة 2004، وشركة أبل Apple سنة 2007، حينما قررت هذه الشركات الأربعة التخلي عن نموذج الشركات التقليدية القائم على نظام الإنتاج الخطي والتوجه إلى نموذج المنصات الإلكترونية القائم على النظام الشبكي.²

¹ سيف السويدي، المرجع السابق، ص 18.17

² Marshall W. Van Alstyne, Geoffrey G. Parker and Sangeet Paul Choudary, Pipelines, Platforms, and The New Rules of Strategy, Harvard Business Review, April 2016. <https://hbr.org/2016/04/pipelines-platforms-and-the-new-rules-of-strategy>

المطلب الثاني: خصائص المنصات التلفزيونية الرقمية

في ظل التطورات المتسارعة التي يشهدها العالم الرقمي، أصبحت المنصات التلفزيونية الرقمية بمختلف أنواعها من الوسائط الأساسية التي يعتمد عليها الأفراد والمؤسسات في نقل المعلومات وتبادل المحتوى. وقد ساهم هذا التحول في بروز مجموعة من الخصائص والميزات التي تميز هذه المنصات عن الوسائل التقليدية، مما جعلها أكثر جاذبية وفاعلية في تلبية احتياجات المستخدمين ومن هذا ما سيتم تناوله في هذا المطلب.

أولاً: المنصات الرقمية:

تتلخص مميزات المنصات الرقمية في النقاط التالية:

- **التفاعلية:** توفر المنصات تطبيقات أو أدوات مختلفة تسمح للمستخدمين بتشجيعهم على الإتصال، مما يجعل التفاعل الذي يقدمه المستخدمون ممكناً من خلال ردود الفعل المختلفة التي تظهر في المحتوى المنشور.
- **المرونة:** تسمح المنصات الرقمية الفرصة للمستخدم العودة للمحتويات التدريبية في أي زمان ومكان، ومن جهة أخرى تنوع محتوياتها الرقمية المواكبة للموضوعات العصرية.
- **الفورية:** تتيح هذه الخاصية للمستخدمين الحصول على المعلومات التي يحتاجون إليها في الوقت الفعلي (أي الحداثة في المعلومات) بالإضافة إلى القدرة على مشاركتها مع أشخاص آخرين.
- **الخصوصية:** تتيح هذه الميزة لكل مستخدم إمكانية إنشاء ملفات التعريف الخاصة به بحيث يتكيف كل واحد مع أسلوب حياته وبالتالي يعكس شخصية وذوق كل مستخدم.
- **قابلية الإستخدام:** تشير هذه الخاصية إلى سهولة والسرعة التي يتخذها كل مستخدم لتنفيذ مهامه الخاصة من خلال استهلاك المحتوى مع تحقيق ثلاث أهداف أساسية وهي الفعالية والرضا والكفاءة.
- **تخفيض التكاليف:** من خلال فتح مقاعد لاستيعاب أعداد كبيرة لإتاحة التعلم للجميع بأقل جهد وتكلفة.¹

¹ أحمد مساعد ربح منهل محمد العنزي، فاعلية برنامج تدريبي قائم على منصات التعلم الإلكتروني التفاعلية في تنمية مهارات تطبيقات الواقع المعزز لدى معلمي المرحلة المتوسطة بالكويت. مجلة كلية التربية جامعة الإسكندرية. 2021 ط1 .

ثانيا: المنصات التلفزيونية الرقمية:

يمكننا تلخيص خصائص المنصات التلفزيونية الرقمية فيما يلي:

المشاهدة حسب الطلب (VOD): توفر إمكانية اختيار المحتوى بجرية وفقاً لرغبة المستخدم، مما يتيح له التحكم في وقت المشاهدة وكيفيتها، بخلاف التلفزيون التقليدي الذي يفرض جدول بث ثابت.

التفاعل والتحكم: تتيح المنصات الرقمية للمستخدمين التحكم في تجربة المشاهدة من خلال إيقاف الفيديو مؤقتاً (Pause) أو تقديمه بسرعة (Fast Forward) أو الرجوع للخلف، على غرار أجهزة تسجيل الفيديو القديمة (VCR).

المرونة في الوصول: توفر بعض المنصات خدمات عبر الخادم المحلي (Server) أو الخادم البعيد (Remote Server)، مما يسهل على المستخدمين الوصول إلى المحتوى في أي وقت ومن أي مكان.

البث المباشر (Live Streaming) مقابل الفيديو حسب الطلب (VOD): هناك فرق بين المنصات التي تقدم محتوى مباشراً عبر البث الحي (Live Streaming) حيث يشاهد الجمهور المحتوى في الوقت الفعلي، وبين منصات الفيديو حسب الطلب (VOD) التي تتيح للمستخدمين اختيار المحتوى في أي وقت.

نموذج التوزيع: تختلف المنصات بين نموذج "واحد إلى واحد" (One to One) كما هو الحال في مكالمات Skype، ونموذج "واحد إلى العديد" (One to Many) المستخدم في منصات البث التلفزيوني الرقمي.¹

تتنوع المنصات التلفزيونية الرقمية بين منصات عالمية، إقليمية، ومحلية، وتختلف في طبيعة محتواها وخدماتها، فمنها ما يقدم محتوى عالمي متنوع، ومنها المتخصص في الإنتاج العربي أو المحلي، وأخرى تجمع بين الإنتاج الأصلي وعروض البث المباشر.

¹ د. أماني رضا، المنصات التلفزيونية الرقمية التعارض والتكامل في الإعلام الرقمي الجديد، دار النشر العربي للنشر والتوزيع-القاهرة-ص 20-21

المطلب الثالث: أنواع المنصات التلفزيونية الرقمية

يستعرض هذا المطلب أنواع المنصات التلفزيونية الرقمية، اهمها :

1-منصة نتفليكس "Netflix":

نتفليكس هي شركة أمريكية تأسست عام 1997 في كاليفورنيا، بدأت كخدمة لتأجير وبيع الأفلام عبر البريد، ثم تحولت عام 2007 إلى منصة بث عبر الإنترنت. تقدم الشركة محتوى متنوعاً يشمل الأفلام، المسلسلات، الوثائقيات، والعروض الكوميديية. توسعت عالمياً بدءاً من عام 2010، وأنتجت أول محتوى أصلي لها عام 2013 بمسلسل "هاوس أوف كاردز". تعد نتفليكس من أكبر المنصات الرقمية عالمياً حيث بلغ عدد مشتركها 232.5 مليون مشترك مع نهاية عام 2022.¹



الشكل (01) : يمثل منصة Netflix

المصدر <https://www.okaz.com.sa/ampArticle/2113997>

¹ “Netflix Annual Report 2021 SEC 10-k”. “Forbes Netflix (Netflix) Stock Key Data”. P47

2- منصة " شاهد " وشاهد vip :

شاهد هي أول منصة عربية تقدم خدمة "الفيديو حسب الطلب" في الشرق الأوسط، وأُعيد إطلاقها عام 2020 من قبل مجموعة MBC. تعد المنصة رائدة في المحتوى العربي النوعي، حيث تقدم مسلسلات وأفلامًا وعروضًا أصلية بمواصفات عالمية، إضافة إلى مكتبة ضخمة وبث مباشر لقنوات تلفزيونية. حتى نهاية عام 2024، بلغ عدد مشتركى "شاهد VIP" حوالي 5 ملايين مشترك، وعدد المستخدمين النشطين شهريًا لخدمة "شاهد" المجانية 18.6 مليون مستخدم. تمتلك "شاهد VIP" حصة 85% من سوق خدمة البث عبر الإنترنت (OTT) في المنطقة، وتقدم محتوى حصريًا وجماهيريًا من الأفلام والمسلسلات والبرامج.¹



الشكل (02) : يمثل منصة شاهد

المصدر <https://almalnews.com/>

¹ انطلاقة جديدة لـ "شاهد" www.filfan.com مؤرشف من الأصل في 11-06-2021 تم الاطلاع بتاريخ 2025/02/20

منصة واتش ات "watch it":

منصة Watch It هي منصة بث فيديو مصرية أُطلقت عام 2019 بالتزامن مع شهر رمضان، وتتبع الشركة المتحدة للخدمات الإعلامية. تُعنى بعرض الأعمال المصرية الكلاسيكية والحديثة من أفلام ومسلسلات وبرامج. تُعد الأولى من نوعها في مصر والأحدث في المنطقة، وبلغ عدد مستخدميها أكثر من 3 ملايين، وتضم مكتبة واسعة تضم أكثر من 65 ألف ساعة من المحتوى المتنوع الذي يناسب جميع الفئات.¹



الشكل (03) : يمثل منصة Watch it

المصدر <https://www.filfan.com/news/detailsamp/99900>

¹MediaLab Teom! “watch it-1 تطلق خدمة الدفع الإلكتروني لعملائها Ae mebusiness. مؤرشف من الأصل في 2020-05-21، تم الاطلاع بتاريخ

منصة هولو "Hulu" :

هي شبكة امريكية لبث المسلسلات والبرامج الحصرية ، وتعتبر من أشهر الشركات العالمية المزودة لخدمة بث البرامج والافلام عبر الانترنت (الفيديو حسب الطلب) ، تقدم المنصة منذ تأسيسها عام 2006 العديد من البرامج والانتاجات .¹



الشكل(04): يمثل منصة hulu

المصدر : <https://www.hulu.com/welcome>

¹<http://web.archive.org/web/20180131023637/https://www.hulu.com/hulu-tv-ads> الموقع الالكتروني

تم الاطلاع بتاريخ 2025/02/02 الساعة 20:00 .

منصة امازون " Amazon " :

ان شركة امازون الامريكية التي تأسست عام 1994 والتي بدأت نشاطها كمتجر للكتب الالكترونية ، سرعان ما توسعت في خطوة انتاجية جديدة ومتنوعة لتتحول الة عملاق التجارة الالكترونية عبر مختلف الخدمات التي تقدمها ، لذلك وبعيدا عن التجارة تنشط الشركة في خدمات الحاسوب التي سجلت ايرادات قدرت ب 8 مليارات دولار لعام 2015 ، وتعتبر خدمة امازون عنصرا استراتيجيا للهيمنة على عالم التجارة الالكترونية ، بحيث اطلقت ضمنها خدمة أخرى تتمثل في خدمة امازون فيديو ، في خطوة لمنافسة الشركات المزودة للمحتوى وملفات الفيديو عبر الانترنت .¹



الشكل (05) : يمثل منصة amazon

المصدر : <https://www.aljazeera.net>

منصة الجزيرة 360 "Al Jazeera" :

في سعيها للاستجابة لرغبة الجمهور ومواكبة تغيّر عادات استهلاك المحتوى عند المتابعين، أطلقت شبكة الجزيرة الإعلامية -اليوم الأحد- منصتها الرقمية الرائدة "الجزيرة 360" وهي منصة للمشاهدة وخدمة الفيديو وفق الطلب ، تضم مكتبة رقمية ضخمة للبرامج والوثائقيات ، وتضم منصة "الجزيرة 360" - بالإضافة إلى إرث الجزيرة وأرشيف برامجها منذ انطلاقتها في عام 1996 - جميع إنتاجات شبكة الجزيرة المرئية وقنواتها ومنصاتها، إنتاج أصلي ذي سمة خاصة بالمنصة ، لتصبح واحدة من أكبر المكتبات المرئية العربية ضمن عالم منصات "الفيديو تحت الطلب" ، ومتاحة للمشاهد العربي مجاناً ، وتنوع البرامج الأصلية للمنصة بين محتوى يتضمن برامج ثقافية، وترفيهية، وحوارية، ودينية في قالب جديد، مع عدد من الأفلام والبرامج الوثائقية والاستقصائية .¹



الشكل (06) : يمثل منصة الجزيرة 360

المصدر : <https://www.aljazeera.net/amp>

الموقع الإلكتروني <https://www.aljazeera.net/culture> تم الاطلاع بتاريخ . 20/02/2025 الساعة 21:30¹

تشهد صناعة الإعلام تحولاً جذرياً في عصرنا الرقمي، حيث تبرز المنصات التلفزيونية الرقمية كقوة دافعة للتغيير. لم تعد هذه المنصات مجرد وسيلة لبث المحتوى التلفزيوني التقليدي، بل أصبحت فضاءً واسعاً للإبداع والتفاعل والتواصل. تتجلى أهداف وأهمية هذه المنصات في عدة جوانب رئيسية.

المطلب الرابع: أهداف وأهمية المنصات التلفزيونية الرقمية

أولاً: أهداف المنصات الرقمية

تلعب المنصات الرقمية دوراً محورياً في حياتنا اليومية، حيث أصبحت وسيلة فعالة للتواصل والتفاعل بين الأفراد والمجتمعات. ولم تقتصر هذه المنصات على الجانب الاجتماعي فحسب، بل تنوعت غاياتها لتشمل مجالات مختلفة تلبي احتياجات المستخدمين ومن أبرز هذه الأهداف:

- **غايات دينية وأخلاقية:** تسعى المنصات التلفزيونية الرقمية إلى تقديم محتوى يساهم في نشر القيم الدينية والأخلاقية، من خلال البرامج الوعظية، والمسلسلات ذات الرسائل التربوية، والمواد المسموعة والمرئية والمكتوبة التي تدعو إلى الفضيلة وتبادل النصيحة.
- **غايات تجارية:** توظف هذه المنصات المحتوى المصور والإعلانات للترويج للمنتجات والخدمات المختلفة، ودعم المؤسسات التجارية من خلال التسويق الرقمي، بما يحقق أهدافاً اقتصادية واستثمارية.
- **غايات سياسية:** تعمل المنصات على نشر الوعي السياسي والتأثير في الرأي العام، عبر البرامج الحوارية والأفلام الوثائقية التي تناقش القضايا السياسية والاجتماعية، وتسليط الضوء على المستجدات المحلية والدولية.
- **غايات تعليمية:** توفر المنصات الرقمية فضاءً لتبادل المعارف والمواد التعليمية، من خلال البرامج التثقيفية والدورات التفاعلية، بالإضافة إلى نشر الأخبار والمعلومات والخبرات المتخصصة في مختلف المجالات.
- **غايات ترفيهية:** تسعى المنصات إلى إشباع حاجات الجمهور الترفيهية عبر تقديم مجموعة متنوعة من الأفلام، والمسلسلات، والبرامج الكوميدية، والموسيقى، وغيرها من المحتويات الترفيهية التي تلائم مختلف الأذواق.

- **غايات نفسية واجتماعية:** تلعب هذه المنصات دوراً في تعزيز الصحة النفسية والتواصل الاجتماعي من خلال تقديم محتوى يدعم التفاعل بين الأفراد، ويعالج القضايا الاجتماعية، ويوفر بيئة افتراضية تساهم في تخفيف الضغوط النفسية والاندماج المجتمعي.¹

ثانياً: أهمية المنصات التلفزيونية الرقمية

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها العالم، برزت المنصات الرقمية كأحد أهم الوسائط الحديثة التي أسهمت في إحداث نقلة نوعية في طرق التواصل، وتبادل المحتوى. من خلال هذا تتجلى أهمية المنصات التلفزيونية الرقمية من خلال مجموعة من النقاط الأساسية، يمكن إبراز أبرزها فيما يلي:

- تتمتع المنصات الرقمية بأهمية كبيرة تتلخص فيما يلي:
- إزالة الحواجز والعوائق أمام التواصل وتعزيز التفاعلات الاجتماعية.
- إتاحة قنوات تواصل مباشرة بين المطورين والجمهور، مما يعزز فرص الابتكار ويتيح للمطورين الاستجابة لاحتياجات الجمهور بشكل أكثر فاعلية.
- إمكانية الوصول إليها فالمنصات تسمح للمستهلكين بالوصول إلى المحتوى في أي مكان.
- تمكن المؤسسات من الوصول إلى جمهور عريض.
- انخفاض التكاليف وسهولة الاستخدام والمرونة وتحسين الإتساق في توصيل المحتوى.
- التحديث الفوري وضمن الإتساق في الإصدارات.
- توفير فضاء لتنظيم المؤتمرات عن بعد وإتاحة فرص للمناقشة وتبادل الآراء والمعارف عن طريق عرض المحتوى.²

تتميز المنصات التلفزيونية الرقمية بمجموعة من الأبعاد التي تشكل في مجملها وصفا شاملاً لها، كما لها مجموعة من المبادئ التي تسهل من عملية استخدامها، بالإضافة إلى تنوعها حسب الغرض المنشود منها.

¹ حامد سعيد الجرب، ابتسام محمد رشيد عقيل، منى عبد الحميد حسن، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد (179)، الجزء الثاني 2017، ص 93-94.

² حرمه، وفاء، وتلي، سيف الدين. واقع المنصات الرقمية للتجارة الإلكترونية: منصة أمازون الرقمية نموذجاً، مجلة المدبر: اقتصاد المنصات الرقمية. جامعة تمارست-الجزائر-، العدد 04 المجلد 09، 2022، ص 44-45.

المطلب الخامس: مبادئ المنصات التلفزيونية الرقمية

- يمكن تحديد بعض المبادئ الرئيسية للمنصات الرقمية في:
- شمولية الوصول إلى المنصات الرقمية لكافة الجمهور.
- سهولة وسرعة الوصول إلى المنصات الرقمية.
- توفير الأمن وضمان الخصوصية للمستخدمين من خدمات المنصات الرقمية.
- أن يكون استخدام المنصات الرقمية غير مكلف.
- عدم استخدام المعلومات المصريح بها من طرف المستهلك لأي غرض آخر إلا بعد موافقته.
- تعويض واجهة التعامل والتفاعل مع الإنسان في تقديم الخدمة بواجهة التفاعل (إنسان مع آلة).¹

المطلب السادس: أبعاد المنصات التلفزيونية الرقمية

تقدم المنصة الرقمية العديد من الخدمات والمعلومات وعادة ما تشمل أبعاد المنصة الرقمية على:

- **الأبعاد التقنية:** وتشمل الأجهزة الحاسوبية والبرمجيات الإتصالات اللاسلكية والشبكات والخوادم والتخزين السحابي وغيرها من التقنيات الحديثة التي تمكن تشغيل المنصة الرقمية وجعلها متاحة للمستخدمين.
- **الأبعاد الاجتماعية:** وتشمل المجتمعات والمجموعات التي تستخدم المنصة الرقمية والعلاقات الاجتماعية بينهم، بما في ذلك الاتصالات والتواصل والتفاعل وتبادل المعلومات والخبرات والتجارب.
- **الأبعاد الاقتصادية:** وتشمل الشركات و الأعمال التجارية التي تعمل على المنصة الرقمية، والتي تعمل على توفير الخدمات والمنتجات والحلول المتاحة للمستخدمين على المنصة، وتشمل أيضا العمليات التجارية المختلفة مثل التسويق والإعلان والمبيعات والتوزيع والتسليم والدفع الإلكتروني
- **الأبعاد القانونية:** وتشمل القوانين واللوائح والسياسات التي يتم تطبيقها على المنصة الرقمية والتي تحدد المسؤوليات، والحقوق والواجبات، للمستخدمين والشركات التي تعمل على المنصة.
- **الأبعاد الثقافية:** وتشمل القيم والمعتقدات، والتقاليد، والعادات، التي تؤثر على استخدام المنصة الرقمية والتفاعل بين المستخدمين على المنصة.²

¹نورة بن ناصر الهزاني. الخدمات الإلكترونية في الأجهزة الحكومية. دراسة لتقييم مواقع الوزارات السعودية على الأنترنت، مكتبة الملك فهد الوطنية،السعودية ، 2008،ص49

²Thijs.L.Brozkhuisen, **Digital platform openness: drivers, dimensions and outcomes**, journal of business

Research, 2019, p3

شهدت المنصات التلفزيونية الرقمية تطوراً كبيراً في السنوات الأخيرة، حيث أصبحت جزءاً أساسياً من وسائل الترفيه الحديثة. فقد أتاحت هذه المنصات للمستخدمين إمكانية الوصول إلى محتوى متنوع في أي وقت ومن أي مكان، مما أحدث تغييراً جذرياً في عادات المشاهدة التقليدية. ومع ذلك، مثل أي وسيلة تكنولوجية أخرى، تحمل هذه المنصات جوانب إيجابية تسهم في تحسين تجربة المشاهد، إلى جانب بعض السلبيات التي قد تؤثر على الأفراد والمجتمع بطرق مختلفة.

المطلب السابع: سلبيات وإيجابيات المنصات التلفزيونية الرقمية

أولاً: سلبيات المنصات التلفزيونية الرقمية

تتضمن المنصات التلفزيونية الرقمية مجموعة من السلبيات التي تؤثر على تجربة المشاهدة بطرق مختلفة، وتمثل في¹

:

- الإدمان الإلكتروني مع تدنيا لآحساس بالوقت حيث قضيا المستخدم ساعات طويلة في المشاهدة والتصفح.
- ظهور الجرائم الإلكترونية على المنصات الرقمية وعولمتها نتيجة تنوع وتطور وسائل الاعلام الإلكترونية وتعددتها وانتشارها الواسع، ومنها الجرائم الثقافية والسياسية المالية والجنسية، كالاختيال والنصب والابتزاز المالي.
- الشعور بالفردانية والابتعاد عن المجتمع والأسرة والعائلة، ويسجل بعض علماء الاجتماع ان استعمال المفرط للوسائط الإلكترونية يشكل نوعاً من العزلة الاجتماعية للمستخدم المدمن.
- المساهمة في تغيير منظومة القيم الاجتماعية للمستخدم المدمن، حيث يحدث ضعف الروابط الأسرية والتفكيك الاجتماعي.
- ظهور بعض الأعراض النفسية على المدمنين الذين يستغرقون ساعات طويلة في المنصات مثل الاكتئاب والملل وغيرها.
- كما أن بعض المنصات تفرض محتوى غير ملائم دون رقابة كافية، مما قد يؤثر على الفئات العمرية الصغيرة
- الحاجة إلى إنترنت سريع: تتطلب جودة المشاهدة العالية اتصالاً قوياً بالإنترنت، مما قد لا يكون متاحاً للجميع.

¹ اللبان درويش (شريف)، اشكاليات الضوابط الأخلاقية والتشريعية لشبكات النواصل الاجتماعي في الدول العربية، متاح على موقع المركز العربي للبحوث والدراسات ، تم

ثانياً: إيجابيات المنصات التلفزيونية الرقمية

تتمثل إيجابيات المنصات التلفزيونية الرقمية في توفير محتوى متنوع وغني يُلبّي اهتمامات جميع الفئات العمرية والذوقية وتتلخص في ¹:

- سهولة التواصل والتعارف بين الأفراد من المجتمعات المختلفة رغم بعد المسافات.
- تتيح للمستخدمين متابعة المحتوى في أي وقت ومن أي مكان دون التقيد بجداول البث التقليدية.
- توفر مكتبات ضخمة تضم أفلاماً، ومسلسلات، ووثائقيات، وبرامج تلائم مختلف الفئات العمرية والاهتمامات.
- إمكانية تخصيص المحتوى: تعتمد خوارزميات ذكية لاقتراح المحتوى وفقاً لتفضيلات المشاهدين، مما يسهل العثور على البرامج المناسبة.
- جودة عالية: توفر محتوى بدقة عالية (HD و K4) مع إمكانية تحميل بعض العروض للمشاهدة دون اتصال بالإنترنت.
- إتاحة العروض الحصرية: تقدم العديد من الإنتاجات الأصلية التي لا تتوفر على القنوات التقليدية.
- سهولة الاستخدام: يمكن الوصول إليها عبر مختلف الأجهزة، مثل الهواتف الذكية، والتلفزيونات الذكية، والحواسيب.

¹ المرجع نفسه ، تم الاطلاع بتاريخ 2025/03/29 الساعة 13:30

خلاصة الفصل:

يتناول هذا الفصل أهمية المنصات التلفزيونية الرقمية باعتبارها من أبرز مظاهر التحول الرقمي في البيئة الإعلامية الحديثة، حيث تتيح مرونة الوصول إلى المحتوى في أي وقت، وتوفر تنوعًا واسعًا في الخيارات، مع إمكانية التفاعل المباشر مع الجمهور. كما تسهم هذه المنصات في إعادة تشكيل المشهد الإعلامي من خلال آلياتها الجديدة في إنتاج وتوزيع المحتوى. وتكمن في أهدافها في تقديم خدمات مشاهدة مرنة ومخصصة للمستخدم، توسيع نطاق الجمهور، تحقيق التفاعل والمشاركة، وتوفير محتوى متنوع يلبي مختلف الاهتمامات والاحتياجات، مع الاستفادة من التقنيات الرقمية الحديثة لضمان سرعة الوصول وسهولة الاستخدام.

الفصل الثاني

الأسس النظرية للتعرض لوسائل الإعلام

❖ تمهيد

❖ المبحث الأول: مدخل للتعرض لوسائل الإعلام

❖ المطلب الأول: آلية التعرض

❖ المطلب الثاني: أنواع التعرض

❖ المطلب الثالث: أهمية التعرض

❖ المطلب الرابع: الجمهور المتعرض

❖ المطلب الخامس: أنواع الجمهور المتعرض

❖ المطلب السادس: دوافع التعرض

❖ المطلب السابع: صعوبات التعرض

تمهيد:

في ظل التطور السريع لوسائل الإعلام والتكنولوجيا الرقمية، أصبح الأفراد أكثر ارتباطاً بالرسائل الإعلامية من خلال مختلف القنوات، سواء التقليدية كالتلفزيون والصحف، أو الحديثة كوسائل التواصل الاجتماعي. ويُعد مفهوم "التعرض" لوسائل الإعلام من المفاهيم الأساسية في الدراسات الإعلامية، حيث يشير إلى الطريقة التي يتفاعل بها الأفراد مع المحتوى الإعلامي، سواء كان ذلك بقصد أو دون قصد، ولتعرف أكثر على التعرض قمنا بتقسيم هذا الفصل الى مبحث رئيسي، يتفرع إلى سبعة مطالب رئيسية.

المبحث الاول : مدخل للتعرض لوسائل الاعلام

المطلب الأول آلية التعرض :

يمثل التعرض حلقة أساسية من حلقات العملية الاتصالية ، بل انه يعد أهم تلك الحلقات ، فأهداف أي نشاط اتصالي لا تتحقق ما لم يكن هناك من يستقبل الرسائل الاتصالية ، و التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري ليست عملية سهلة و لا هي عفوية ، و هي تتطلب عددا من المهارات والعادات ، وترتبط بقيم ومعتقدات الفرد ووضعه الاجتماعي في الجماعة أو الجماعات التي ينتمي لها ، وترتبط بعوامل اخرى عديدة.¹

بشأن ذلك كله انبثقت دراسات علمية عديدة استفاد منها المخططون الاعلاميون في مجال رسم الدورات البرمجية وهي تتعرض في الغالب للجوانب التالية : معرفة حجم الاستماع والمشاهدة والأوقات المفضلة ، وتقييم موقف الجمهور من الاستماع والمشاهدة والبرامج المفضلة لديه ومقترحاته التطويرية للبرامج في وسائل الاتصال الجماهيري.

2

إن اختيار الرسالة الاتصالية والتعرض لها يتوقف على عاملين أساسيين هما امكانية التعرض لها والعائد الشخصي المحتمل او الفائدة المتوقعة من هذا التعرض ، وقد صاغ ويلبور شرام رؤيته لاستخدام الأفراد لوسائل الاتصال ومحتواها في اطار العلاقة بالعائد المتوقع كنوع من التعزيز للاستجابة الى التعرض بشكل عام ، فكلما زاد العائد المتوقع و قل الجهد المطلوب زاد تعرض الأفراد الى وسائل الاعلام ومحتواها.³

المطلب الثاني: أنواع التعرض :

تعد عملية التعرض لوسائل الإعلام من المحاور الأساسية التي تقوم عليها دراسات الاتصال والإعلام، إذ يتوقف تأثير الرسائل الإعلامية وفعاليتها على كيفية استقبال الجمهور لها، وتكرار هذا التعرض، وطبيعته وظروفه. ونظرًا لتعدد دوافع الأفراد واحتياجاتهم، فقد صنف الباحثون التعرض إلى أنواع مختلفة بحسب الشكل والأسلوب، وفيما يلي نستعرض أهم أنواع التعرض كما حددها الباحثون.

¹ . هادي نعمان الهيتي ، الاتصال الجماهيري : المنظور الجديد ، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد ، 1998 ، ص 27

² علي حسين طوبينة و وسام فاضل راضي ، التعرض للقنوات التلفزيونية الفضائية في اليمن ، بحث منشور في مجلة كلية المعلمين الصادرة عن الجامعة المستنصرية - بغداد ، العدد 42 سنة 2004 ، ص 185 ، 186.

³ محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير ، ط 3 ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2004 ، ص 236 .

قسم الباحثون التعرض إلى سبعة أنواع كما يلي:

التعرض المباشر: ويقصد به تعرض الجمهور بصورة مباشرة لوسائل الإعلام، إذ إن الأفراد يقرؤون المطبوعات الجماهيرية أو يستمعون إلى الراديو، أو يشاهدون التلفزيون والأفلام السينمائية بصورة (مباشرة)، أي يتعرض الإنسان لمضمونها بصورة مباشرة في أثناء مدة قصيرة.

التعرض غير المباشر: (سريان المعلومات بمرحلتين): يكون انتقال المعلومات من الوسائل الجماهيرية إلى أفراد يمتلكون كمياً جيداً من المعلومات وتعرضوا لوسائل الإعلام بشكل مباشر فينقلون المعلومات إلى أفراد يقل تعرضهم للوسائل الجماهيرية ويعتمدون على الآخرين في حصولهم على المعلومات، وقد سمي من يكون لهم اتصالاً أكيداً بوسائل الاعلام (بقيادة الرأي) الذين يلعبون دوراً كبيراً في الاتصال الشخصي.

التعرض المتكرر: تتأثر معرفة الفرد بالتعرض المتكرر والمعرفة هي نتيجة تفاعل مضمون لوسائل الإعلام مع الخبرات الشخصية للمتلقين، ولكن تذكر المعلومات يتضاءل إذا لم يكن للمرء اهتمام أو مصلحة بالمعلومات، وتعتمد مقدرة المرء على سرد الأحداث على تكرار التعرض لوسائل الإعلام.

التعرض التعويضي: يعتبر من الدوافع المهمة في عملية تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، إذ إن جميع الأفراد يحققون توازنهم الاجتماعي والسيكولوجي بالتعويض، وكلما توافرت وسائل الإعلام ازدادت من إمكانية استخدامها للتعويض وتحقيق التوازن في حياة الناس، وهذا النوع من التعرض لوسائل الإعلام واستخدامها يعود إلى أنماط حياة الأفراد - مثل العمل ومستوى الدخل.

التعرض المحدود: قد تصل وسائل الإعلام إلى جمهور أصغر بكثير من التي تصل إليه الوسائل الإعلامية في الدول المتقدمة، مثلاً قد يصل بثها إلى منطقة محددة، أي إن ثلث جمهور منطقة معينة في الدول النامية لا تصلهم أي وسيلة إعلام أو اتصال، وهناك الثلث الثاني من هذا الجمهور تصله وسيلة إعلامية واحدة وهي الراديو، أما الثلث الأخير من هذا الجمهور فهو الذي يمكن أن يقع ضمن الجمهور الذي تصله وسائل الاتصال الإلكترونية من الراديو والمطبوعات والتلفزيون، وقد يعد تعرض الجمهور لوسائل الاتصال الجماهيري تكاليف الحصول عليها فضلاً عن حاجز انتشار الأمية.

التعرض الاستبدالي: وهو استبدال الأفراد الوسيلة الاتصالية بأخرى من أجل التعرف على مضمون معين من مضامين الوسائل الإعلامية، وهكذا يتضح أن الفرد ينتقي من المواد الإعلامية ما يريد أن يتعرض له، ولاحظ التعرض الاستبدالي كل من الباحثين (جاك لايل)، و(أويت باكر) في (دراسة ميدانية)، مقارنة أثر التلفزيون في

الخمسينات، غير أن التعرض الاستبدالي ليس شاملاً من خلال إثباتهم أن التلفزيون ليس الوسيلة الوحيدة لعرض مضمون معين، بل هناك ما يعرض عنه وهما السينما والإذاعة، إذ يستبدل الأفراد وسيلة بأخرى من أجل التعرف على مضمون معين من مضامين الوسائل الإعلامية.

التعرض الانتقائي: يقوم هذا المفهوم على أن الناس يبحثون عن المعلومات التي تتفق مع مخزونهم المعرفي، فيتعرضون لها، ويتجنبون تلك المعلومات التي تتعارض مع أفكارهم ومواقفهم وميولهم واعتقاداتهم، فالتعرض الانتقائي هو ميل الأفراد إلى تعريض أنفسهم اختياريًا للرسائل أما عن طريق وسائل الإعلام سواء (بالقراءة أو الاستماع أو المشاهدة)، فيختارون مضمونًا يتوافق مع ميولهم واتجاهاتهم ويتجنبون شعورًا أو لا شعوريًا وسائل الاعلام التي لا يتفقون معها ويعرف تشارلز رأيت (التعرض الانتقائي) بأنه بحث الأفراد عن المعلومات التي تتفق مع أفكارهم واتجاهاتهم، لذلك ينجح الناس إلى تعريض أنفسهم إلى المادة التي تتوافق مع مواقفهم السابقة.

ويضيف المؤلف مفهومًا نوعاً آخر من التعرض وهو التعرض الإعلامي لأغراض علمية، وكما يلي:

التعرض الإعلامي لأغراض علمية:

(عملية علمية من قبل الباحث لحصول الجمهور على المعلومات من وسائل الإعلام لأغراض البحث العلمي ، بقصد قياس مدى تأثير الرسائل عليه ، بعد الحصول على تحديد موافقة الجمهور المتعرض).¹

المطلب الثالث : أهمية التعرض

وتتلخص أهميته في البحوث العلمية في مساعدة الباحث على قياس أثر الرسائل في الجمهور المتعرض، كما يساعد في الوقوف على رجوع صدى الجمهور حول الرسائل الإعلامية التي يتلقاها، بهدف دراسة وقياس الابعاد الظاهرة الإعلامية المدروسة تحديداً في البحوث التي يستخدم فيها المنهج التجريبي، كما يهدف هذا النوع من التعرض إلى كيفية تعرض الجمهور للرسائل الاعلامية والتأثيرات الآنية التي تحدثها في الجمهور المتعرض، وتحديد الفروق المتعلقة بالتعرض لوسائل الاعلام، كما وينبغي أن يكون التعرض لأغراض علمية في إطار أحد البحوث العلمية محددًا الزمان والمكان ونوع التعرض مع توفير وسائل الاعلام بكامل عناصره للجمهور المتعرض.²

¹حسين عمر الهاروتي ، مرجع سابق ص 11، 12.

²المرجع نفسه ص 13 .

المطلب الرابع: الجمهور المتعرض

ان العملية الاعلامية تركز على (أربعة) عناصر أساسية هي المرسل الذي يقوم بتوجيه الرسالة عن طريق الوسيلة الاعلامية كالصحف والراديو والتلفزيون او الانترنت الى المتلقي الذي يعرف بالجمهور ، لذلك يمثل الجمهور أهمية أساسية في عملية الاتصال وهذا يعني أن لا وجود للاتصال دون جمهور الاتصال ، ومصدر النجاح وفاعلية الاتصال يتوقف على كيفية استقبال وادراك قبل المصدر بل أحيانا يقاوم وأحيانا يستقبل ويستجيب ، ويمكن أن يكون هذا الجمهور فردا او جهة تستقبل الرسالة وتفسرها ، وقد يكون عدة ملايين من الناس من خلال وسائل الاعلام والجمهور " مجموعة من الناس الذين يسهل توجيههم والسيطرة عليهم وطرح المعلومات عليهم بحيث يكون سلوكهم في الاتجاه المرغوب فيه".¹

المطلب الخامس: أنواع الجمهور المتعرض :

أولاً: الجمهور العام:

هو أكثر تجمع من التجمعات الأخرى أعضاؤه أكثر تبعثا متباعدين في المكان وأحيانا في الزمان، ولكنه ذو ديمومة أكثر. يتشكل حول قضية مشتركة من الحياة العامة، هدفه الرئيس تكوين اهتمام أو رأي عام حول قضية أو ظاهرة اجتماعية.

ثانياً: الجمهور الخاص:

• هو الجمهور الذي يجمع أفراده بعض الاهتمامات أو الحاجات أو الاجتهادات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور، مثل الأفراد المشتركين في صحيفة ما. ويصبح من بعد ذلك من واجب وسائل الإعلام استشارة هذا الاهتمام وتدعيمه وتلبية حاجاته، بحيث يمكن أن تحتفظ بهذا الجمهور الذي يندمج أعضاؤه في التركيز الجمعي، وينشرون بذلك اتصال الذي يرتبط بهذا التركيز وهذا ما يبرر اختيار وسائل الإعلام لموضوع شائع بين هذا الجمهور الذي تتخذه مدخلاً لتنظيم الاهتمامات وتكثيفها.²

¹ المرجع نفسه، ص 15 .

² المرجع نفسه ، ص 16 .

المطلب السادس: دوافع التعرض

يُعد التعرض لوسائل الإعلام سلوكًا مقصودًا تحكمه مجموعة من الدوافع والحاجات التي يسعى الأفراد لإشباعها من خلال استهلاك المضامين الإعلامية المختلفة. وقد سعى العديد من الباحثين إلى تصنيف هذه الدوافع وفهم طبيعتها. وفي هذا السياق، يمكن الإشارة إلى تصنيف "كاتز" وزملائه سنة 1973، الذي يُعد من أبرز التصنيفات في هذا المجال.

_دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاعلام :

قام كاتز وزملاؤه عام 1973 بتجميع 35 حاجة ، تم تجميعها في 05 فئات هي :

- الحاجات المعرفية : لتدعيم المعارف من خلال جمع المعلومات وتتبع الاخبار ومصادرهما .
- الحاجات العاطفية : الاستمتاع والحاجة الى الاحساس بالأخوة والمحبة والفرح .
- الحاجة للتكامل الشخصي أو حاجات التوحد الشخصي : وهي الحاجات المرتبطة بتدعيم المصدقية ، الثقة الاستقرار.
- الحاجة للتكامل الاجتماعي أو حاجات التوحد الاجتماعي : وهي الحاجات المتعلقة بتقوية الروابط مع الاسرة والاصدقاء ، ودعم العلاقات مع الاصدقاء والمحيط الاجتماعي وترتبط هذه الحاجة مع رغبة الافراد في الاندماج ضمن بيئاتهم الاجتماعية .
- الحاجة لتخفيف التوتر أو الحاجات الهروبية : الترفيه ، التسلية والهروب ، فعلى سبيل المثال مشاهدة التلفزيون للهروب من الضغط الناجم عن الموعد النهائي لتقديم مقال ، في حين أن بعض الناس يشعرون بالمتعة بمجرد استخدام الوسائل الاتصالية ، بمعنى أن فعل التعرض وحده كفيل بمنح هذا الشعور للفرد .¹

المطلب السابع: صعوبات التعرض :

إن المعوقات التي تقف في طريق تعرض الجمهور لوسائل الإعلام عدة، بعضها ذات علاقة بوسائل الإعلام والأخرى ذات علاقة بالجمهور، ومن أبرز تلك المعوقات:

1. درجة تيسر الوسيلة: إذ يؤلف عامل من العوامل المعوقة للتعرض لأن الفرد ينتقي عادة الطريق الأسهل في تعرضه.

¹عبد الرحمان عزي ، دراسات في نظرية الاتصال : نحو فكر اعلامي متميز ، ط 1 ، مركز دراسات الوحدة العربية ، لبنان ، 2003 ، ص 115 .

2. القصور في المهارات الاتصالية لدى الجمهور: وتتجسد هذه المهارات في القراءة والكتابة وإجادة العمل على الحاسوب.

3. ميل الأفراد إلى التعرض للرسائل التي تتوافق مع آرائهم ومعتقداتهم وأفكارهم: فالأفراد يميلون إلى ما يتوافق مع أفكارهم ويعزفون إلى حد ما عن التعرض لما لا يتوافق مع اتجاهاتهم.

4. الثقة بالمصدر: تعد الثقة بالمصدر درجة الصدق التي يوليها الفرد للوسيلة وللقائم بالاتصال وقد يؤدي ذلك إلى العزوف عن التعرض وانخفاض التعرض وقد يحدث العكس.

5. اللغة المستخدمة في الرسالة الاتصالية: إذ أن نجاح الرسالة الاعلامية يعتمد على المشاركة في الخبرات والأفكار بين المرسل والمستقبل فالارتفاع فوق مستوى المستقبل أو الهبوط الشديد دون مستواه في اللغة يقيد عملية التفاهم وبالتالي يقلل من عملية التعرض للعملية الاتصالية.

6. التشويش: ويعني كل ما يسبب اضطراباً في سلامة النقل الطبيعي للرسالة الاتصالية ويعد من معوقات التعرض للوسيلة الاتصالية وأنواعه:

أ. التشويش الهندسي.

ب. التشويش الدلالي.

ج. التشويش السيكلوجي.

وهناك معوقات أخرى تقلل من التعرض لوسائل الإعلام كعدم التشويق والجاذبية في الرسالة الإعلامية وحالة الفرد النفسية وعدم تقديم الرسالة في الوقت المناسب للفرد والوضع المالي للفرد أي ضعف الحالة الاقتصادية للمتعرض التي يحول دون حصوله على القنوات المشفرة والمعالجة الخاصة.¹

¹ حسين عمر سليمان الماروني ، مرجع سابق ، ص13، 14.

خلاصة الفصل:

يركز هذا الفصل على مفهوم التعرض لوسائل الإعلام كعملية أساسية في الاتصال الجماهيري، حيث يُعد التعرض الوسيلة التي يتلقى بها الجمهور الرسائل الإعلامية عبر مختلف الوسائط، سواء كانت مقروءة أو مسموعة أو مرئية أو رقمية. تتجلى أهمية التعرض في قدرته على إحداث التأثير في المتلقي، سواء كان هذا التأثير مقصودًا أو غير مقصود، أنياً أو تراكمياً، وهو ما يجعل من دراسة التعرض أداة مهمة لفهم استجابات الجمهور وتحليل فعالية الرسائل الإعلامية، أما أنواعه، فهي متعددة وتعكس أشكالاً مختلفة من التفاعل مع الوسيلة، كما يبرز الفصل العوامل التي قد تعيق عملية التعرض، مثل ضعف المهارات الاتصالية، غياب الثقة بالمصدر، أو صعوبة الوصول إلى الوسيلة الإعلامية. وتظهر أهمية فهم هذه العوامل في تحسين جودة الرسائل الإعلامية وتكييفها مع الجمهور المستهدف بشكل فعال.

الاطار التطبيقي

❖ تمهيد

❖ 1- اجراءات الصدق والثبات .

❖ 2- عرض وتحليل النتائج .

❖ 3- عرض وتحليل ومناقشة الفرضيات .

❖ 4- النتائج العامة.

تمهيد :

تعتبر الدراسات الميدانية من أهم جوانب البحث في مجال العلوم الانسانية ، لذا سيتم من خلال هذا الاطار اسقاط ما تم تناوله في الاطار النظري ، وذلك لاستخلاص النتائج التي نتحصل عليها كميًا وكيفيًا والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث وتحليلها وربط النتائج العامة بالدراسات السابقة .

01- إجراءات الصدق والثبات :

1-1 الصدق :

أ- صدق المحكمين:

تم عرض الصورة المبدئية للاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في المجال، بهدف تقييم العبارات من حيث وضوحها ومدى ملاءمتها لقياس ما وضعت من أجله. وقد وُزِع الاستبيان على أربعة محكمين¹، وبناءً على ذلك، تم اعتماد منهجية تقضي بحذف أي عبارة لم تحظَ بموافقة أغلب المحكمين، إلى جانب الأخذ بجميع الملاحظات والتعديلات التي اقترحوها، بما في ذلك صياغة بدائل للإجابات بما يتوافق مع آراءهم.²

ب- صدق الاتساق الداخلي: يؤدي هذا الأسلوب إلى الحصول على تقدير للصدق التكويني للاستبيان من خلال إيجاد معامل الارتباط بين نتيجة كل فقرة في الاختبار مع نتيجة الاختبار ككل، وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي، ندرس معاملات الارتباط بين كل محور من محاور الإستبيان مع الدرجة الكلية للاستبيان، وذلك بجمع درجات كل محور منفرداً لكل فرد من أفراد العينة الاستطلاعية، ثم نقوم بحساب الدرجة الكلية لمحاور كل مقياس، ثم نوجد ارتباط درجات كل بعد مع الدرجة الكلية باستخدام معامل الارتباط سييرمان وجيتمان وباستعمال برنامج الحزمة الاحصائية SPSS فكانت النتائج كالتالي :

لقد تم الاعتماد في حساب صدق الاداة لهذه الدراسة على طريقة الاتساق الداخلي أي ارتباط درجة البند بدرجة المحور الذي ينتمي إليه وارتباط درجة المحور بالدرجة الكلية للإستبيان والجداول الآتية توضح ذلك:

¹المحكمان الموافقان: د. صالحى دليلى ، د. زياد اسماعيل.

²المحكمان اللذان أبديا ملاحظات: د. بوذن محمد الأمين، د. هابة طارق.

جدول رقم (01): يوضح معامل ارتباط درجة البند بدرجة المحور الذي ينتمي إليه (المحور الثاني)

الرقم	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	الرقم	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
عبارة 1			عبارة 3		
1	0.66	0.01	1	0.39	0.01
2	0.56	0.01	2	0.65	0.01
3	0.46	0.01	3	0.70	0.01
4	0.46	0.01	عبارة 4		
5	0.45	0.01	1	0.45	0.01
6	0.70	0.01	2	0.52	0.01
7	0.45	0.01	3	0.55	0.01
عبارة 2			4	0.49	0.01
1	0.58	0.01	5	0.61	0.01
2	0.56	0.01	عبارة 5		
3	0.39	0.01	1	0.54	0.01
4	0.45	0.01	2	0.57	0.01
/	/	/	3	0.51	0.01

المصدر: بناء على نتائج SPSS

يتبين من خلال الجدول رقم (01) أن معاملات الارتباط بين درجة البند ودرجة المحور الذي ينتمي إليه (المحور الثاني) تراوحت ما بين (0.39 – 0.70) وهي كلها دالة عند مستوى الدلالة 0.01.

جدول رقم (02): يوضح معامل ارتباط درجة البند بدرجة المحور الذي ينتمي إليه (المحور الثالث)

الرقم	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	الرقم	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
6	0.60	0.01	10	0.78	0.01
7	0.53	0.01	11	0.81	0.01
8	0.52	0.01	12	0.60	0.01
9	0.64	0.01	/	/	/

المصدر: بناء على نتائج SPSS

يتبين من خلال الجدول رقم (02) أن معاملات الارتباط بين درجة البند ودرجة المحور الذي ينتمي إليه (المحور الثالث) تراوحت ما بين (0.52 – 0.81) وهي كلها دالة عند مستوى الدلالة 0.01.

جدول رقم (03): يوضح معامل ارتباط درجة البند بدرجة المحور الذي ينتمي إليه (المحور الرابع)

الرقم	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	الرقم	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
13	0.42	0.01	17	0.73	0.01
14	0.70	0.01	18	0.68	0.01
15	0.62	0.01	19	0.61	0.01
16	0.57	0.01	/	/	/

المصدر : بناء على نتائج SPSS

يتبين من خلال الجدول رقم (03) أن معاملات الارتباط بين درجة البند ودرجة المحور الذي ينتمي إليه (المحور الرابع) تراوحت ما بين (0.40 – 0.73) وهي كلها دالة عند مستوى الدلالة 0.01.

جدول رقم (04): يوضح معامل ارتباط درجة البند بدرجة المحور الذي ينتمي إليه (المحور الخامس)

الرقم	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	الرقم	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
20	0.46	0.01	24	0.63	0.01
21	0.42	0.01	25	0.69	0.01
22	0.44	0.01	26	0.65	0.01
23	0.42	0.01	27	0.65	0.01

يتبين من خلال الجدول رقم (04) أن معاملات الارتباط بين درجة البند ودرجة المحور الذي ينتمي إليه (المحور الخامس) تراوحت ما بين (0.42 – 0.69) وهي كلها دالة عند مستوى الدلالة 0.01.

جدول رقم (05): يوضح ارتباط درجة المحور بالدرجة الكلية للإستبيان

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	المحور
0.01	0.85	المحور الثاني
0.01	0.84	المحور الثالث
0.01	0.89	المحور الرابع
0.01	0.88	المحور الخامس

المصدر : بناء على نتائج SPSS

نلاحظ من الجدول رقم (05) أن المحاور المكونة للمقياس ترتبط بالدرجة الكلية ارتباطا دالا يمتد ما بين (0.84 و0.89)، وسجل أعلى معامل ارتباط بين المحور الرابع والدرجة الكلية بواقع (0.89)، وآخر المحور الثالث يقدر ارتباطه مع الدرجة الكلية (0.84) وهي قيم دالة عند مستوى 0.01، وفي ذلك دلالة على أن الأبعاد متسقة مع الدرجة الكلية للاستبيان أي أن هناك ارتباطا إيجابيا بين المحاور والاستبيان ككل، مما يدل على صدق الاستبيان في اتساقه الداخلي.

ومعنى ذلك أن الإستبيان يتمتع بدرجة عالية من الصدق، فهذه المعاملات مرتفعة بالقدر الذي يسمح لنا بقبولها واعتبار المقياس صادقا.

1-2 الثبات :

لقد تم حساب معامل ثبات الإستبيان بطريقتين الأولى ألفا كرونباخ والثانية التجزئة النصفية، وفيما يلي الجدول رقم (06) يوضح معاملات ثبات القائمة المستخدمة:

جدول رقم (06): يوضح معاملات الثبات بطريقة التجزئة النصفية وألفا كرونباخ

التجزئة النصفية		ألفا كرونباخ	عدد البنود	معامل الثبات المتغير
جيثمان	سبيرمان براون			
0.84	0.84	0.91	10	المحور الثاني
		0.89	10	المحور الثالث
		0.92	10	المحور الرابع
		0.94	11	المحور الخامس
		0.95	41	الاستبيان

المصدر : بناء على نتائج SPSS

يتضح من الجدول رقم (06) الخاص بمعاملات الثبات للاستبيان المستخدم في هذه الدراسة أن هذه المعاملات تراوحت ما بين (0.84 و0.95) بعد الاعتماد على معامل جيثمان وسبيرمان براون في طريقة التجزئة النصفية، وألفا كرونباخ، وهذا يعني أن الإستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات.

ومعنى ذلك أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات فهذه المعاملات مرتفعة بالقدر الذي يسمح لنا بقبولها واعتبار المقياس ثابتا.

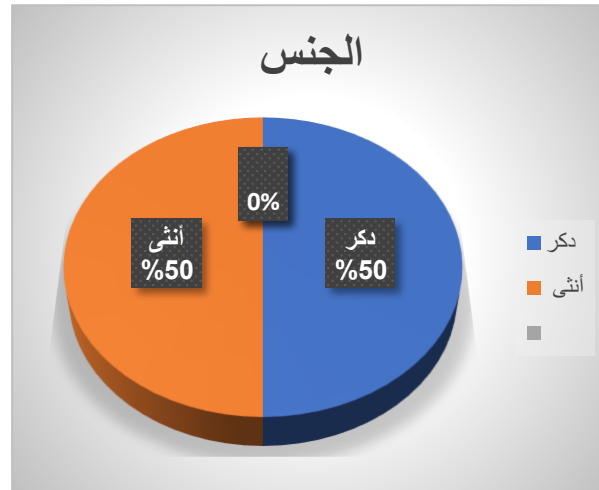
02- عرض وتحليل النتائج :

جدول رقم (07): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير النوع .

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
50%	48	ذكر
50%	48	أنثى
100%	96	المجموع

المصدر : بناء على نتائج SPSS

الشكل (07) : دائرة نسبية تمثل النسب المئوية للنوع .



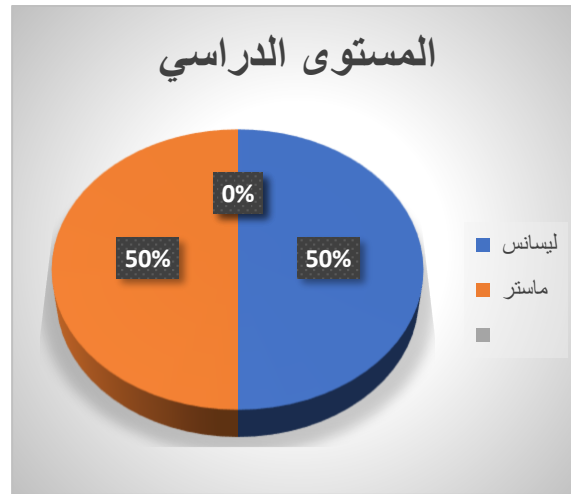
من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن تكرارات أفراد عينة الدراسة البالغ عددهم اجمالا 96 مفردة ،يتبين لنا أن نسبة العينة متساوية بين الاناث والذكور حيث بلغت 50% وهذا راجع الى طريقة التوزيع تم توزيع الاستبيان بالتساوي بين الذكور والإناث ،وذلك بهدف تحقيق تمثيل متوازن لكل جنس داخل المجتمع المدروس، مما يسمح بمقارنة عادلة وموضوعية بين المجموعات المختلفة.

جدول رقم (08): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي .

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الدراسي
%50	48	ليسانس
%50	48	ماستر
100%	96	المجموع

المصدر : بناء على نتائج SPSS

الشكل (08) : دائرة نسبية تمثل النسب المئوية للمستوى الدراسي



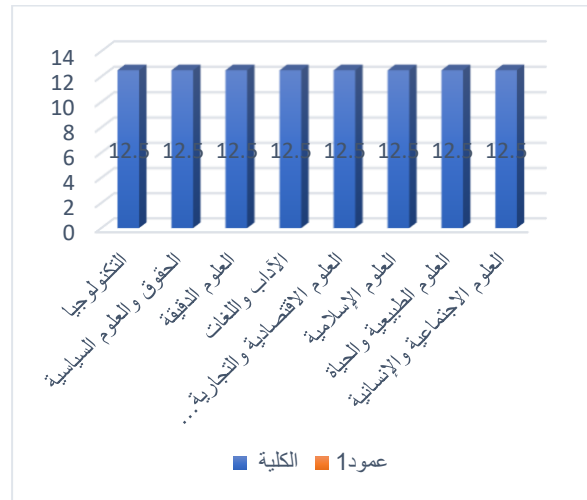
من خلال هذا الجدول نلاحظ أن عينة الدراسة توزعت بشكل متساوي بين مستويين دراسيين، حيث بلغ عدد طلبة الليسانس 48 مفردة بنسبة 50% وهو نفس عدد طلبة الماستر ويعكس هذا التوزيع المتكافئ حرصنا على تحقيق توازن في العينة من حيث المستوى الدراسي، بما يسمح بإجراء مقارنة منصفة بين آراء وتصورات طلبة الليسانس وطلبة الماستر حول موضوع الدراسة، مع ضمان تنوع مستويات التحصيل الأكاديمي دون تحيز .

جدول رقم (09): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الكلية :

النسبة المئوية	التكرار	الكلية
%12.5	12	كلية التكنولوجيا
%12.5	12	كلية الحقوق والعلوم السياسية
%12.5	12	كلية العلوم الدقيقة
%12.5	12	كلية الآداب واللغات
%12.5	12	كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
%12.5	12	كلية العلوم الاسلامية
%12.5	12	كلية العلوم الطبيعية والحياة
%12.5	12	كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
100%	96	المجموع

المصدر : بناء على نتائج SPSS

الشكل (09) : عمود بياني يمثل النسب المئوية للكلية .



يشير هذا الجدول إلى أن العينة تضم طلابا من ثماني كليات مختلفة، حيث مثل كل تخصص 12 طالبا بنسبة 12,5% ويسهم هذا التوزيع المتساوي في تنوع خلفيات المستجوبين ، مما يساعد على جمع آراء متنوعة من تخصصات متعددة بشكل متوازن .

جدول رقم (10): يوضح توزيع أفراد العينة حسب عادات وانماط استخدام المنصات التلفزيونية الرقمية.

الرقم:	العبارات	دائما	أحيانا	نادرا	أبدا	المتوسط	الانحراف
01	من بين المنصات التلفزيونية الرقمية التي أستخدمها:						
1-1	Netflix	27	16	26	27	2.45	1.17
2-1	(الأثير) Atheee	2	23	42	29	1.97	0.79
3-1	(ميم) MIM	3	17	42	34	1.88	0.80
4-1	(أمازون) Amazone	8	24	34	30	2.10	0.94
5-1	(الجزيرة360) Aljazeera360	28	29	19	20	2.67	1.10
6-1	(شاهد) Shahid	33	22	27	14	2.77	1.08
7-1	أخرى تذكر:	32	29	33	1	2.97	0.87
02	تقدر مدة استخدامي للمنصات التلفزيونية الرقمية:						
1-2	اقل من ساعة	33	28	24	11	2.86	1.02
3-2	من ساعة الى ساعتين	29	30	26	11	2.80	1.00
4-2	من ساعتين الى ثلاثة ساعات	27	18	39	12	2.62	1.02
5-2	أكثر من ثلاث ساعات	22	13	37	24	2.34	1.09
03	أفضل استخدام المنصات التلفزيونية الرقمية عبر وسيلة:						
1-3	الهاتف الذكي	71	17	5	3	3.62	0.72
2-3	الكمبيوتر الشخصي	13	25	36	22	2.30	0.97
3-3	لوحة الكترونية	10	15	46	25	2.10	0.91
4-3	تلفزيون ذكي	18	20	36	22	2.35	1.03
04	عند استخدامي للمنصات التلفزيونية الرقمية أفضل التعرض لي:						
1-2	المسلسلات والافلام	57	16	18	5	3.30	0.95
2-3	البرامج الرياضية	31	18	33	14	2.68	1.07
3-3	الاخبار	41	18	26	11	2.92	1.07
4-4	البرامج الترفيهية	32	26	24	14	2.79	1.06
5	أخرى تذكر:	23	53	20	0	3.03	0.67
05	عند استخدامي للمنصات التلفزيونية الرقمية أفضل:						
1-5	الاكتفاء بالمشاهدة	52	21	16	7	3.23	0.97
2-5	المشاهدة والتفاعل (الاعجاب التعليق).	30	26	29	11	2.78	1.01
3-5	مشاركة المحتويات مع الآخرين.	24	19	41	12	2.57	1.00

يشير الجدول أعلاه الى عادات وأنماط استخدام الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية :
 - من بين أكثر المنصات التلفزيونية الرقمية استخداما :
 تصدرت منصة (شاهد Shahid) المرتبة الاولى بمتوسط 2,77 ثم تليها (الجزيرة Aljazeera360) بمتوسط 2,67 ثم (نتفلكس Netflix) بمتوسط 2,45 في حين جاءت (ميم MIM) و (الأثير Atheer) في المراتب الأخيرة ، حيث يتبين أن الطلبة يفضلون المنصات العربية أو المحلية على العالمية، حيث تصدرت "شاهد" المرتبة الأولى، تليها "الجزيرة 360"، في حين جاءت "نتفلكس" ثالثاً هذا يدل على وجود توجه نحو المحتوى المحلي أو العربي ، وهذا راجع الى اللغة أو القرب الثقافي أو حتى توفر المحتوى المجاني أو الأقل كلفة.

- مدة استخدام الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية :
 معظم الطلبة يستخدمون المنصات التلفزيونية الرقمية (أقل من ساعة) بمتوسط 2,86 ثم من (ساعة إلى ساعتين) بمتوسط 2,80 ثم من (ساعتين الى ثلاثة ساعات) بمتوسط 2,62 وأخير (أكثر من ثلاث ساعات) بمتوسط 2,34، حيث يتبين أن أغلب الطلبة يستخدمون المنصات لفترات قصيرة (أقل من ساعة)، وهو ما يشير إلى أن الاستخدام غالباً ما يكون محدوداً ومركزاً على محتوى معين، ربما كوسيلة سريعة أو لمتابعة برنامج أو حلقة معينة، وليس لاستهلاك مطوّل .

- أفضل وسيلة لاستخدام المنصات التلفزيونية الرقمية :
 الغالبية من الطلبة يستخدمون (الهاتف الذكي) بمتوسط 3,62 ثم تليها (الكومبيوتر الشخصي) بمتوسط 2,30 ثم (التلفزيون الذكي) بمتوسط 2,35 وأخيراً (اللوحة الإلكترونية) بمتوسط 2,10 ، حيث يتبين الهاتف الذكي يحتل المركز الأول ، مما يعكس طبيعة الجيل الجامعي الذي يعتمد على الأجهزة المحمولة في كل أنشطته الرقمية ، ذلك يعكس أيضاً قابلية الوصول السريع للمحتوى ، وغياب الحاجة لاستخدام أجهزة أكبر مثل التلفاز أو الحاسوب .

- عند استخدامي للمنصات التلفزيونية الرقمية أفضل التعرض لي :
 احتلت (المسلسلات والافلام) المرتبة الاولى بمتوسط 3,30 تليها (اخرى تذكر) والمتمثلة في الوثائقيات والبرامج الدينية والطبخ بمتوسط 3,03 ثم (الاخبار) بمتوسط 2,92 ثم (البرامج الترفيهية) بمتوسط 2,79 لتحتل (البرامج الرياضية) المرتبة الاخيرة بمتوسط 2,68 ، يشير ذلك الى أن المسلسلات والافلام هي النوع الأكثر جذباً، تليها منصات متنوعة ، مما يبرز الجانب الترفيهي القوي في استخدام المنصات، على حساب الأخبار أو البرامج التثقيفية أو الرياضية، والتي جاءت في مراتب أدنى ذلك قد يعكس بحث الطلبة عن التسلية والاستراحة الذهنية أكثر من البحث المعرفي او الاخباري

- عند استخدامي للمنصات التلفزيونية الرقمية أفضل :
 تصدرت (الاكتفاء بالمشاهدة) المرتبة الاولى بمتوسط 3,23 لتليها (المشاهدة والتفاعل) بمتوسط 2,78 وتحتل (مشاركة المحتويات مع الآخرين) المرتبة الاخيرة بمتوسط 2,57، يشير هذا الى ان أغلبية الطلبة تفضل المشاهدة

دون تفاعل، أي أن الاستخدام سلبي غالباً، يقتصر على تلقي المحتوى دون مشاركة أو نقاش أو تفاعل، وهذا يُشير إلى أن العلاقة مع المنصات هي علاقة استهلاك فقط، وليست علاقة تفاعلية أو إنتاجية للمحتوى .

الجدول رقم (11) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب دوافع تعرض الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية.

الرقم	العبارات	دائماً	أحياناً	نادراً	أبداً	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
06	أستخدمها لأنها مبهرة أكثر من التلفزيون التقليدي	51	24	15	6	3.25	0.94
07	أجد فيها محتويات لا تتوفر في التلفزيون التقليدي	53	28	10	5	3.34	0.86
08	استخدمها للهروب من ضغوطات الحياة اليومية	36	29	26	5	3.00	0.92
09	أتابعها للاطلاع على المستجدات والاعخبار	48	28	17	3	3.26	0.86
10	تساعدني في التعلم واكتساب مهارات لغوية وتواصلية	40	37	16	3	3.18	0.82
11	أبحث فيها عن محتوى كوميدي وترفيهي	40	36	18	2	3.18	0.81
12	أبحث فيها عن محتوى يعزز من تقديري لذاتي وثقتي بنفسي	36	25	31	4	2.96	0.93

المصدر : بناء على نتائج SPSS

يشير الجدول اعلاه الى دوافع تعرض الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية حيث :

احتلت عبارة (أجد فيها محتويات لا تتوفر في التلفزيون التقليدي) المرتبة الاولى بمتوسط 3,34 يعكس ذلك سعي الطلبة إلى محتوى متنوع، حديث، وربما أكثر تخصصاً أو تحراً من قيود البث التقليدي، تليها عبارة (أتابعها للاطلاع على المستجدات والاعخبار) بمتوسط 3,26، مما يدل على وجود بعد وظيفي لهذه المنصات، خاصة تلك التي تقدم محتوى إخباري مثل "الجزيرة 360"، وهو ما يشير إلى أن عدداً من الطلبة يوظفون هذه المنصات للبقاء على اطلاع دائم بالأحداث، ضمن نمط استهلاك إعلامي جديد، ثم عبارة (أستخدمها لأنها مبهرة أكثر من التلفزيون التقليدي) بمتوسط 3,25، مما يبرز الجانب البصري والتقني كعامل مؤثر في تفضيل الطلبة لهذه المنصات، سواء من حيث جودة الصورة، التفاعلية، أو الواجهة التقنية الجذابة، ثم عبارة (أبحث فيها على محتوى كوميدي وترفيهي) بمتوسط 3,18 بنفس متوسط (تساعدني على التعليم واكتساب مهارات لغوية وتواصلية) مما يعكس تنوع أهداف الطلبة من استخدام هذه المنصات بين التسلية والتعلم الذاتي، وهو ما يتماشى مع طبيعة الجيل الرقمي الذي يدمج بين الاستهلاك الترفيهي والتعليمي في آن واحد، لتحل (أبحث فيها على محتوى يعزز من تقديري لذاتي وثقتي بنفسي) المرتبة الاخيرة بمتوسط 2,96. ما يدل على أن المحتوى المرتبط بالتنمية الذاتية ليس من أبرز الدوافع لدى فئة الطلبة، أو أنه ليس متوفراً بشكل جاذب ضمن هذه المنصات، أو أن الطلبة لا يدركون إمكاناته بشكل كاف .

الجدول (12) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب الاشباع التي يحققها الطلبة من المنصات التلفزيونية الرقمية :

الرقم	العبارات	دائما	أحيانا	نادرا	أبدا	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
13	استخدمها في التسلية والترفيه والتخلص من التوتر	54	28	13	1	3.40	0.76
14	أشعر بالإيجابية في التعرض لها وتصفحها	42	38	15	1	3.26	0.75
15	تساعدني في الانفتاح على ثقافات جديدة	44	41	9	2	3.32	0.73
16	تساعدني على تضيية الوقت عند الشعور بالفراغ	47	34	12	3	3.30	0.80
17	استخدمها لتنمية قدراتي اللغوية والتواصلية	39	41	14	2	3.21	0.77
18	تساعدني على الهروب من الواقع	30	28	31	7	2.84	0.95
19	أشعر بالانتماء الى المجتمع عبر المحتوى الذي أتابعه	26	28	35	7	2.76	0.93

المصدر : بناء على نتائج SPSS

يشير الجدول(12) الى الاشباع المحققة من استخدام المنصات التلفزيونية الرقمية :

حيث تصدرت عبارة (استخدمها في التسلية والترفيه والتخلص من التوتر) المرتبة الاولى بمتوسط يقدر بـ 3,40 ، يشير إلى أن أغلب الطلبة ينظرون إلى هذه المنصات كوسيلة للهروب من ضغوط الحياة اليومية وتوفير التسلية، وهو ما يؤكد البعد النفسي والترفيهي في استخدام هذه المنصات ، تليها عبارة (تساعدني على الانفتاح على ثقافات جديدة) بمتوسط 3,32 ، ما يعكس وعيا لدى فئة من الطلبة بأهمية هذه المنصات في كسر الحدود الجغرافية والثقافية، مما يدل على رغبة في التفاعل مع محتويات متنوعة والانفتاح على الآخر ، ثم عبارة (تساعدني على تضيية الوقت عند الشعور بالفراغ) بمتوسط 3,30 ، ثم عبارة (اشعر بالإيجابية في التعرض لها وتصفحها) بمتوسط 3,26 ، تدعم فكرة أن المنصات الرقمية أصبحت جزءاً من الروتين اليومي للطلبة، تملأ أوقات فراغهم وتوفر لهم شعوراً بالراحة ، ثم عبارة (استخدمها لتنمية قدراتي اللغوية والتواصلية) بمتوسط 3,12 ، جاءت في مرتبة متأخرة نسبياً، ما يشير إلى أن الجانب التعليمي أو التطويري لا يشكل الدافع الأساسي لمعظم المستخدمين، بالرغم من إمكانية استغلال هذه المنصات في هذا الجانب ، لتحتمل عبارة (تساعدني على الهروب من الواقع) و(أشعر بالانتماء الى المجتمع عبر المحتوى الذي أتابعه) المراتب الأخيرة ، ما قد يدل على أن الطلبة لا يستخدمون هذه المنصات كوسيلة للهروب من مشكلاتهم الواقعية بشكل كبير، ولا يشعرون من خلالها بانخراط فعلي أو اندماج في مجتمعات رقمية بديلة .

الجدول (13) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب الاتجاهات نحو المنصات التلفزيونية الرقمية .

الرقم	العبارات	دائماً	أحياناً	نادراً	أبداً	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
20	أشعر أن المنصات التلفزيونية الرقمية تؤثر سلباً على نشاطي الاجتماعي	1	48	37	10	2.41	0.69
21	أجد أن المنصات التلفزيونية الرقمية تسبب ضياع الوقت	0	58	34	4	2.56	0.57
22	أشعر أن المنصات التلفزيونية الرقمية معبأة بعوامل الإغراء والتشتيت التي تسبب الانغماس فيها وإدمان استخدامها	0	63	28	5	2.60	0.58
23	أرى أن مزايا المنصات التلفزيونية الرقمية أكبر من سلبياتها في حياتنا الاجتماعية	0	43	49	4	2.40	0.57
24	أرى أن المحتويات المقدمة في المنصات التلفزيونية الرقمية تلي اهتماماتي الفكرية والثقافية والفنية	0	62	30	4	2.60	0.57
25	أرى ان المحتوى المقدم عبر المنصات الرقمية يتميز بالإبداع مقارنة بالتلفزيون التقليدي	0	71	22	3	2.60	2.70
26	أجد أن المنصات التلفزيونية الرقمية وسائط تعليمية وتربوية نافعة	0	60	28	8	2.54	0.64

المصدر : بناء على نتائج SPSS

يشير الجدول (13) إلى اتجاهات الطلبة نحو المنصات التلفزيونية الرقمية : حيث أن العبارة (أشعر أن المنصات التلفزيونية الرقمية معبأة بعوامل الإغراء والتشتيت التي تسبب الانغماس فيها وإدمان استخدامها) حصلت على أعلى متوسط 2.60 ، ما يعكس إدراكاً واضحاً لدى الطلبة بمخاطر الإفراط في متابعة هذه المنصات، تليها العبارتان (تلي اهتماماتي الفكرية والثقافية والفنية) و(يتميز محتواها بالإبداع مقارنة بالتلفزيون التقليدي) بمتوسط 2.60 ، ما يدل على رضا الطلبة عن محتوى المنصات من حيث التنوع والابتكار ، تليها عبارة (أجد أن المنصات التلفزيونية الرقمية تسبب ضياع الوقت) متوسطها 2.56 مما يشير إلى قناعة متوسطة تميل إلى أن المنصات تؤثر على إدارة وقت الطلبة، تليها عبارة (أجد أن المنصات التلفزيونية الرقمية وسائط تعليمية وتربوية نافعة) متوسطها 2.54 ، عكس توجهها إيجابياً معتبراً تجاه القيمة التربوية للمنصات، تليها عبارة (أشعر أن المنصات التلفزيونية الرقمية تؤثر سلباً على النشاط الاجتماعي) متوسطها 2,41، ما يشير إلى وجود تأثير اجتماعي لكنه بدرجة أقل مقارنة ببقية العبارات، وعبارة (أرى أن مزاياها أكبر من سلبياتها في حياتنا الاجتماعية) أدنى متوسط 2.40 مما يعكس تردد الطلبة في اعتبار أن مزاياها الاجتماعية تتفوق على سلبياتها.

03- عرض وتحليل ومناقشة الفرضيات :

عرض وتحليل ومناقشة الفرضية الاولى :

بغرض معالجة الفرضية الاولى التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في عادات وأنماط استخدام الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغيري الجنس والتخصص. وللتحقق من ذلك قمنا بتطبيق اختبار أنوفا الثنائي بعد التحقق من شروط تطبيقه والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (14) : يوضح قيمة ودلالة الفروق في عادات وأنماط استخدام الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية تبعا لمتغيري الجنس والتخصص

المؤشرات	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	مستوى الدلالة
الجنس	155.042	1	155.042	4.053	.0470
الكلية	4176.125	7	596.589	15.597	.0000
الجنس * الكلية	431.458	7	61.637	1.611	.1440
الخطأ	3060.000	80	38.250	/	/
المجموع	367238.000	96	/	/	/

المصدر : بناء على نتائج SPSS

من خلال الجدول رقم (14): نجد أن قيمة F_1 تقدر ب (4.053) وهي قيمة دالة إحصائية حيث أن مستوى الدلالة يقدر ب: (0.047) وهو أصغر من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في عادات وأنماط استخدام الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغير الجنس، كما نجد أن قيمة F_2 تقدر ب (15.597) وهي قيمة دالة إحصائية حيث أن مستوى الدلالة يقدر ب: (0.000) وهو أصغر من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في عادات وأنماط استخدام الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغير التخصص، كما نجد أن قيمة F_3 تقدر ب (1.611) وهي قيمة غير دالة إحصائية حيث أن مستوى الدلالة يقدر ب: (0.144) وهو أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني أننا نقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في عادات وأنماط استخدام الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغيري الجنس والتخصص .

عرض وتحليل ومناقشة الفرضية الثانية:

بغرض معالجة الفرضية الثانية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع تعرض الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغيري الجنس والتخصص. وللتحقق من ذلك قمنا بتطبيق اختبار أنوفا الثنائي بعد التحقق من شروط تطبيقه والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (15): يوضح قيمة ودلالة الفروق في دوافع تعرض الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية تبعاً لمتغيري الجنس والتخصص

المؤشرات	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	مستوى الدلالة
الجنس	.8440	1	.8440	.1000	.7530
الكلية	142.490	7	20.356	2.401	.0280
الجنس * الكلية	199.740	7	28.534	3.366	.0030
الخطأ	678.167	80	8.477	/	/
المجموع	48325.000	96	/	/	/

المصدر : بناء على نتائج SPSS

من خلال الجدول رقم (15): نجد أن قيمة F_1 تقدر ب (0.100) وهي قيمة غير دالة إحصائية حيث أن مستوى الدلالة يقدر بـ: (0.753) وهو أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع تعرض الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغير الجنس، كما نجد أن قيمة F_2 تقدر ب (2.401) وهي قيمة دالة إحصائية حيث أن مستوى الدلالة يقدر بـ: (0.028) وهو أصغر من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع تعرض الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغير التخصص، كما نجد أن قيمة F_3 تقدر ب (3.366) وهي قيمة دالة إحصائية حيث أن مستوى الدلالة يقدر بـ: (0.003) وهو أصغر من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني أننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية دوافع تعرض الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغيري الجنس والتخصص.

عرض وتحليل ومناقشة الفرضية الثالثة:

بغرض معالجة الفرضية الثالثة التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع في تحقيقها الطلبة من استخدام المنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغيري الجنس والتخصص. وللتحقق من ذلك قمنا بتطبيق اختبار أنوفا الثنائي بعد التحقق من شروط تطبيقه والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (16): يوضح قيمة ودلالة الفروق في الإشباعات التي يحققها الطلبة من إستخدام المنصات التلفزيونية الرقمية تبعاً لمتغيري الجنس والتخصص

المؤشرات	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	مستوى الدلالة
الجنس	.0940	1	.0940	.0140	.9070
الكلية	207.156	7	29.594	4.372	.0000
الجنس * الكلية	104.990	7	14.999	2.216	.0410
الخطأ	541.500	80	6.769	/	/
المجموع	47803.000	96	/	/	/

المصدر : بناء على نتائج SPSS

من خلال الجدول رقم (16): نجد أن قيمة F_1 تقدر ب (0.014) وهي قيمة غير دالة إحصائية حيث أن مستوى الدلالة يقدر بـ: (0.907) وهو أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباعات التي يحققها الطلبة من إستخدام المنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغير الجنس، كما نجد أن قيمة F_2 تقدر ب (4.372) وهي قيمة دالة إحصائية حيث أن مستوى الدلالة يقدر بـ: (0.000) وهو أصغر من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباعات التي يحققها الطلبة من إستخدام المنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغير التخصص، كما نجد أن قيمة F_3 تقدر ب (2.216) وهي قيمة دالة إحصائية حيث أن مستوى الدلالة يقدر بـ: (0.041) وهو أصغر من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني أننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباعات التي يحققها الطلبة من إستخدام المنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغيري الجنس والتخصص.

عرض وتحليل ومناقشة الفرضية الرابعة:

بغرض معالجة الفرضية الرابعة التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الطلبة نحو المنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغيري الجنس والتخصص. وللتحقق من ذلك قمنا بتطبيق اختبار أنوفا الثنائي بعد التحقق من شروط تطبيقه والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (17): يوضح قيمة ودلالة الفروق في اتجاهات الطلبة نحو المنصات التلفزيونية الرقمية تبعاً لمتغيري الجنس والتخصص

المؤشرات	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	مستوى الدلالة
الجنس	8.167	1	8.167	2.195	.1420
الكلية	19.833	7	2.833	.7610	.6210
الجنس * الكلية	29.667	7	4.238	1.139	.3470
الخطأ	297.667	80	3.721		
المجموع	43366.000	96			

المصدر : بناء على نتائج SPSS

من خلال الجدول رقم (17): نجد أن قيمة F_1 تقدر ب (2.195) وهي قيمة غير دالة إحصائية حيث أن مستوى الدلالة يقدر بـ: (0.142) وهو أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الطلبة نحو المنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغير الجنس، كما نجد أن قيمة F_2 تقدر ب (0.761) وهي قيمة غير دالة إحصائية حيث أن مستوى الدلالة يقدر بـ: (0.761) وهو أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الطلبة نحو المنصات التلفزيونية الرقمية تعزى لمتغير التخصص، كما نجد أن قيمة F_3 تقدر ب (1.139) وهي قيمة دالة إحصائية حيث أن مستوى الدلالة يقدر بـ: (0.347) وهو أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني أننا نقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الطلبة نحو المنصات التلفزيونية

الرقمية تعزى لمتغيري الجنس والتخصص .

04- النتائج العامة للدراسة:

من خلال تحليل البيانات الميدانية لعينة الدراسة المتكوّنة من (96) طالبًا وطالبة من مختلف الكليات والمستويات الدراسية، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة :

1-4 نتائج توزيع العينة:

- أظهرت النتائج أن العينة كانت متوازنة بنسبة 50% ذكور و50% إناث، مما ساعد على تمثيل عادل للنوعين والحد من التحيز.

- من حيث المستوى الدراسي، جاءت النتائج متوازنة بنسبة 50% طلبة ليسانس و50% طلبة ماستر، ما سمح بتمثيل متكافئ لكلا المستويين.

- أما توزيع العينة حسب الكليات، فقد أظهرت النتائج توازنًا في تمثيل الكليات الثمانية بنسبة 12.5% لكل كلية، وهو ما ساعد على تعزيز قابلية تعميم نتائج الدراسة على مجتمع الطلبة الجامعيين.

2-4 النتائج الخاصة بالسؤال الاول ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة عينة الدراسة للمنصات التلفزيونية الرقمية ؟

- في ترتيب المنصات الأكثر استخدامًا، جاءت منصة "شاهد" في المرتبة الأولى من حيث نسب المتابعة بين الطلبة، بمتوسط حسابي مقداره 2,77، يعكس هذا ما تقدمه من محتوى عربي مجاني يتمشى مع اهتماماتهم الثقافية والاجتماعية، يليها "الجزيرة 360" بمتوسط 2,67، وهذا ما يعكس وجود اهتمام بالآخبار والمستجدات ثم "نتفلكس"، بمتوسط 2,45 في مرتبة متأخرة نسبيًا ما يشير إلى أنها منصة مدفوعة الاشتراك والاشتراك مرتفع نسبيًا، ثم "ميم"، وأخيرًا "الأثير"، يعكس هذا الترتيب تفضيل الطلبة للمحتوى العربي أو المحلي على حساب المنصات العالمية مثل نتفلكس، وذلك لعوامل متعددة، أبرزها: سهولة الوصول واللغة، القرب الثقافي، توفر المحتوى المجاني و الحصري، وانخفاض التكاليف، كما يُظهر هذا التوجه إقبالًا على الإنتاجات التي تعبّر عن الواقع المحلي والقضايا الإقليمية.

- أما مدة الاستخدام، فأفاد معظم الطلبة أن مدة الاستخدام اليومية تقل عن ساعة واحدة بمتوسط 2,86 تليها فترة الاستخدام من ساعة إلى ساعتين بمتوسط 2,80، ثم من ساعتين إلى ثلاث ساعات بمتوسط 2,62، وأخيرًا

أكثر من ثلاث ساعات بمتوسط 2,34 ، يشير ذلك إلى أن الاستخدام يتم غالبًا بشكل قصير ومحدد الهدف، كمتابعة حلقة، فيلم، أو برنامج معين، ما يعكس وعياً نسبياً بتنظيم الوقت أو محدودية الوقت المتاح بسبب الانشغال بالدراسة والالتزامات الجامعية.

- من حيث الوسيلة المفضلة لمتابعة المنصات الرقمية، تبين أن الهاتف الذكي هو الوسيلة الأكثر استخداماً بمتوسط 3,62 يليه الحاسوب الشخصي بمتوسط 2,30 ثم التلفزيون الذكي بمتوسط 2,35، وأخيراً اللوحة الإلكترونية بمتوسط 2,10، يعكس هذا طبيعة الجيل الرقمي الذي يعتمد بشكل كبير على الهواتف المحمولة بفضل سهولة حملها، وسرعة الوصول، وتوفر الإنترنت في أي مكان وزمان، بينما جاءت الأجهزة الأخرى في مراتب متأخرة، مما يدل على أن الاستخدام غالباً ما يتم في السياقات اليومية وليس في جلسات مشاهدة تقليدية.

- بالنسبة للمحتوى المفضل، جاءت المسلسلات والأفلام في صدارة المحتويات التي يتابعها الطلبة بمتوسط 3,30 يعكس هذا طابعها الترفيهي، إضافة إلى توفر محتويات حصريّة، تليها محتويات متنوعة، ثم الأخبار والبرامج الترفيهية، وأخيراً البرامج الرياضية، يشير هذا إلى أن الطلبة يستخدمون المنصات الرقمية أساساً كوسيلة للترفيه والهروب من ضغوط الحياة، مع ضعف واضح في التوجه نحو البرامج الرياضية أو البرامج ذات الطابع المعرفي المنتظم.

- كشفت الدراسة عن ضعف ملحوظ في تفاعل الطلبة مع المحتوى عبر التعليق أو المشاركة، حيث تصدر الاكتفاء بالمشاهدة المرتبة الأولى بمتوسط 3,23، مما يعكس استهلاكهم السلبي لهذه المنصات بغرض المشاهدة فقط، دون رغبة في التعبير أو التفاعل، يشير هذا إلى نمط الاستخدام السلبي أو الاستهلاكي، نتيجة ضعف الوعي الإعلامي، أو قلة الاهتمام بالمشاركة الرقمية، أو حتى انعدام الثقة في التعبير داخل الفضاء الرقمي.

- وهذا ما توصلت إليه نتائج دراسة أميرة محمد إبراهيم النمر (2024) أن الطلبة في البيئة الجامعية يفضلون منصات عربية مثل "شاهد" لارتباطها بمحتوى يعكس ثقافتهم.

3_4 النتائج الخاصة بالسؤال الثاني ماهي دوافع تعرض الطلبة عينة الدراسة للمنصات التلفزيونية الرقمية ؟

__ يتمثل الدافع الاول في الدافع النفعي الذي يؤكد على إختيار الفرد لنوع معين من المضامين وهو سعي الطلبة نحو محتوى متنوع وحصري يتجاوز مايقدمه التلفزيون التقليدي من حيث الشكل والمضمون بمتوسط حسابي يقدر ب 3,34 ، وهو مايعكس التوجه العام للاستقلالية في إختيار المحتوى المرغوب فيه .

__ يليها دافع المعرفة المتمثل في متابعة المستجدات والاطار بمتوسط حسابي قدره 3,26، مما يعكس توظيف الطلبة لهذه المنصات كمصدر بديل للبقاء على اطلاع دائم بأهم المستجدات ، مما يشير الى بعد وظيفي متزايد في حياة الطلبة .

__ ثم الدافع العاطفي المتمثل في الانبهار بالتقنيات الحديثة التي لا تتوفر في التلفزيون التقليدي بمتوسط حسابي مقداره 3,25 ، مما يعكس تأثر الطلبة بالجوانب التقنية والجمالية للمنصات مثل الصورة والتصميم البصري ، وهو مايجعل التجربة الرقمية أكثر متعة جذبا واقناعا من التلفزيون التقليدي .

__ ثم دوافع طقوسية ونفعية بنفس المقدار بمتوسط حسابي مقداره 3,18 ، مما يعكس أن الدوافع لا تقتصر على الترفيه فقط وانما تشمل التعليم واكتساب مهارات لغوية وتواصلية بنفس النسبة ، مما يعكس نمطا استهلاكيا متعدد الأبعاد يتماشى مع خصائص الجيل الرقمي الذي يدمج بين المتعة والفائدة في آن واحد .

__ كما جاء دافع التكامل الشخصي المتمثل في الاهتمام بمحتوى التنمية الذاتية في المرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي مقداره 2,96 ، توضح هذه النتيجة أن محتوى التنمية الذاتية لا يشكل أولوية لدى الطلبة، وقد يرجع ذلك إلى ضعف توفره بشكل جذاب وكاف، و نقص وعي الطلبة بأهميته ، وهذا ما توصلت إليه دراسة أحمد بن موسى الزهراني (2024) ، مؤكدة أن الدافع الترفيهي هو الأكثر حضوراً لدى مستخدمي المنصات الرقمية من فئة الشباب الجامعي .

4_4 النتائج الخاصة بالسؤال الثالث ماهي الاشباع المتحققة لدى الطلبة عينة الدراسة للمنصات

التلفزيونية الرقمية ؟

__ تصدر الاشباع الشبه توجيهي التسلية والترفيه والتخلص من التوتر قائمة الاشباع بمتوسط حسابي يقدر ب 3,40 ، ما يشير إلى أن المنصات الرقمية تؤدي وظيفة أساسية لدى الطلبة تتمثل في الترفيه والهروب المؤقت من

الضغوط اليومية ، تعكس هذه النتيجة البعد النفسي العميق لاستخدام المنصات، حيث يلجأ الطلبة إليها كوسيلة لتعديل المزاج وتخفيف التوتر الناتج عن الدراسة أو مشكلات الحياة .

__ يليها الاشباع الاجتماعي الانفتاح على ثقافات جديدة بمتوسط حسابي قدره 3,32 ، وجود هذه العبارة في المرتبة الثانية يعكس بعدا معرفيا وثقافيا مهما في استخدام الطلبة للمنصات التلفزيونية فهذه المنصات تتيح محتوى من مختلف أنحاء العالم ، مما يفتح أمام الطلبة نافذة على أنماط حياة مختلفة، وعادات وتقاليد ولغات وثقافات متعددة ، وهذا النوع من الإشباع يدل على وجود وعي لدى الطلبة بأهمية التفاعل مع الآخرين ، وكسر الحواجز الجغرافية والثقافية التي كانت في السابق تحدّ من الوصول إلى هذا النوع من المعرفة .

__ كما جاء الاشباع شبه اجتماعي تمضية الوقت عند الشعور بالفراغ في المتوسط الحسابي 3,30، هذه النتيجة توضح أن الطلبة يلجؤون إلى هذه المنصات كحلّ لمشكلة "الفراغ الزمني" ، أي كوسيلة لتعبئة الوقت المتاح بطريقة ممتعة، دون وجود هدف تعليمي أو معرفي ، ويكشف هذا عن بعد تنظيمي في استخدام الوقت، بحيث تصبح المنصات الرقمية جزءا من النشاط اليومي المعتاد، تشغل لحظات الفراغ .

__ ثم الدافع شبه اجتماعي الشعور بالارحية أثناء التعرض والتصفح بمتوسط حسابي قدره 3,26 ، يشير هذا الدافع إلى شعور الطلبة بالارحية أثناء استخدام هذه المنصات، ما يدل على أنها بيئة رقمية "آمنة" وسهلة الاستخدام، تلبي احتياجاتهم دون تعقيد ، هذا الإحساس بالراحة يرتبط بتجربة الطالب الإيجابية ، مما يشير إلى اندماج الطلبة مع هذه المنصات كجزء طبيعي من يومياتهم، مما يعزز فكرة الاعتياد والارتياح السلوكي .

__ ثم الاشباع التوجيهي المتمثل في تنمية القدرات اللغوية والتواصلية بمتوسط حسابي قدره 3,12 رغم تراجع هذا الدافع مقارنةً بما سبق، إلا أنه يعكس وجود وعي لدى بعض الطلبة بإمكانات هذه المنصات في تعزيز المهارات اللغوية والتواصلية ، مثل تعلم لغات جديدة أو تحسين الفهم الثقافي عبر المحتوى المترجم أو الأصلي ، لكن المتوسط المنخفض نسبياً يدل على أن هذا الاستخدام يبقى ثانوياً، ولا يمثل دافعاً رئيسياً عند غالبية الطلبة .

__ ثم الدافع شبه توجيهي وهو الهروب من الواقع بمتوسط حسابي قدره 2,84 ، وجود هذا الدافع مرتبة متأخرة يعكس أن معظم الطلبة لا ينظرون إلى المنصات كوسيلة دائمة للهروب من الواقع أو لمواجهة مشكلاتهم الاجتماعية والنفسية العميقة ، وهذا يشير إلى نمط استخدام أكثر توازناً، حيث تُستخدم المنصات للترفيه والتسلية ولكن دون أن تصبح بديلاً عن الحياة الواقعية أو أداة للانعزال عن المجتمع الحقيقي ، قد يفهم من هذا أن الطلبة يتمتعون بدرجة معينة من الوعي والقدرة على الفصل بين العالم الرقمي والعالم الواقعي .

__ كما جاء الدافع الاجتماعي الشعور بالانتماء الى المجتمع في المرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي قدره 2,76 ، يشير هذا الترتيب إلى أن الطلبة لا يشعرون بالخراب قوي في المجتمعات الرقمية أو التفاعلات الاجتماعية عبر هذه المنصات ، فهم يتلقون المحتوى بشكل فردي أكثر من كونه جماعياً، مما يعني أن الاستخدام يظل شخصياً وخاصاً، وليس وسيلة للتفاعل الاجتماعي أو لبناء هويات جماعية رقمية.

وهذا ما توصلت إليه دراسة أحمد بن موسى الزهراني (2024)، حيث بينت أن دوافع الطلبة الجامعيين ترتبط أساساً بالبحث عن محتوى ترفيهي غير متاح في القنوات التقليدية .

5_4 النتائج الخاصة بالسؤال الرابع ماهي اتجاهات الطلبة نحو المنصات التلفزيونية الرقمية؟

__ الشعور بعوامل الإغراءات والتشتيت والادمان الناتجة عن المنصات التلفزيونية الرقمية تصدرت أعلى متوسط حسابي بمقدار 2,60 وهذا يدل على وعي واضح لدى الطلبة بأن هذه المنصات قد تؤدي إلى الانغماس المفرط وادمان الاستخدام .

__ كما جاء الرضا عن تلبية الاهتمامات الفكرية والثقافية بالإضافة الى الرضا عن المحتوى بنفس المتوسط الحسابي 2,60 مما يعكس رضا الطلبة عن المحتوى الذي تقدمه المنصات من حيث الجودة والتنوع ، وتلبية مختلف الاهتمامات الخاصة .

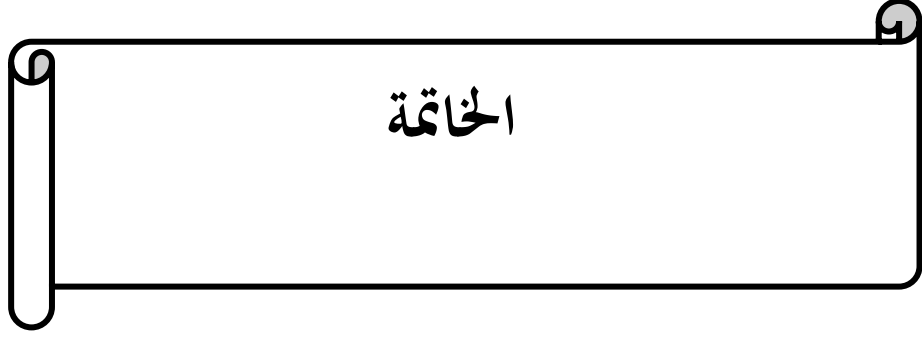
__ ثم أن من الخوف من إضاعة الوقت الذي تسببه هذه المنصات جاء بمتوسط حسابي 2,56 مما يشير الى وجود قناعة متوسطة تميل إلى الاعتراف بأن هذه المنصات قد تؤثر سلبيًا على تنظيم الوقت، وهذا يعكس صراع داخلي بين الرغبة في الاستفادة من المحتوى والترفيه وبين إدارة الوقت بشكل فعال .

__ كما أن الاعتراف بقيمتها التعليمية جاءت بمتوسط حسابي قدره 2,54 تشير إلى توجه إيجابي لدى الطلبة نحو الجانب التربوي والتنقيفي للمحتوى، مما يدل على إدراكهم للبعد التعليمي لهذه المنصات، وإن لم يكن بنفس قوة إدراكهم للمتعة أو الإبداع .

__ ثم التأثير الاجتماعي السلبي الذي جاء بمتوسط 2,41 ، مما يدل على وجود إدراك لتأثيرها الاجتماعي السلبي، لكنه ليس بمستوى حاد، وهو ما قد يعني أن الطلبة لا يشعرون بانعزال كامل بسبب هذه المنصات، لكنهم يلاحظون بعض التأثيرات .

_ كما أن هناك تردد في تقييم الأثر الاجتماعي الكلي حيث حصلت على أدنى متوسط حسابي 2,40 مما يكشف عن نوع من الحيرة أو التردد في الحكم على الأثر الكلي الاجتماعي للمنصات، وربما يعكس انقسامًا في الآراء بين الطلبة حول مدى فائدتها مقارنة بأضرارها على العلاقات الاجتماعية .

- وهذا ما توصلت إليه دراسة أميرة محمد ابراهيم النمر (2024)، على وجود علاقة بين زيادة مشاهدة طلبة الجامعات المصرية للمسلسلات الدرامية على المنصات الرقمية وبين اتجاهاتهم الفكرية والسلوكية، حيث أوضحت أن الطلبة يفضلون المسلسلات التي تعكس بيئتهم المصرية وتتناول قضايا مجتمعية قريبة منهم، كما يميلون إلى رفض المحتوى الذي يتعارض مع قيمهم وتقاليدهم، وهو ما يعكس وعيًا وانتقائية في اختيار المحتوى المتاح على هذه المنصات.



الخاتمة :

من خلال هذه الدراسة التي سعت إلى استكشاف وفهم دوافع تعرض الطلبة الجامعيين للمنصات التلفزيونية الرقمية، والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام، بالإضافة إلى الوقوف على طبيعة اتجاهاتهم نحو هذه المنصات، توصلنا إلى مجموعة من النتائج الهامة التي تسلط الضوء على التحولات الجذرية في نمط استهلاك المحتوى الإعلامي لدى شريحة الطلبة، لقد بينت نتائج الدراسة أن الدافع الأساسي لاستخدام هذه المنصات يتمثل في الرغبة في الوصول إلى محتوى متنوع، حصري، ومختلف عن ما تقدمه القنوات التلفزيونية التقليدية سواء من حيث الشكل أو المضمون، هذا المحتوى يتصف بالمرونة، والحداثة، وبأخذ بعين الاعتبار اختلاف الأذواق وتنوع الاهتمامات، وهو ما يجعله أكثر جاذبية بالنسبة للمستخدمين. أما فيما يتعلق بالإشباع المتحققة من استخدام هذه المنصات، فقد تبين أن أهم ما يسعى الطلبة إلى تحقيقه من خلال هذا التفاعل هو التسلية والترفيه في المقام الأول، بالإضافة إلى التخلص من الضغوط النفسية والتوترات اليومية، وتعد هذه الجوانب النفسية والاجتماعية من العوامل المحفزة التي تدفع الطلبة إلى اللجوء إلى هذه المنصات كوسيلة للهروب المؤقت من ضغوط الواقع ومشاكل الحياة اليومية، وهو ما يمنحها دوراً يتجاوز مجرد الترفيه، ليصل إلى تحقيق نوع من التوازن النفسي لدى المستخدم.

وفيما يخص اتجاهات الطلبة نحو هذه المنصات، فقد أظهرت نتائج الدراسة أن هناك وعياً متزايداً لدى الطلبة حيال ما تطرحه هذه المنصات من محتوى، إلى جانب إدراكهم لسلبياتها ومخاطرها المحتملة، خاصة تلك المرتبطة بالإفراط في الاستخدام أو الانغماس في محتوى قد يؤثر سلباً على الحياة الاجتماعية، ومع ذلك فإن هذا الوعي لم يمنع من وجود مستوى مرتفع من الرضا العام عن ما تقدمه هذه المنصات من حيث الجودة، والتنوع، والقدرة على تلبية مختلف الأذواق والاهتمامات، مما يعكس تفاعلاً واعياً وإيجابياً، من قبل الطلبة مع هذا الشكل الجديد من الإعلام.

وفي ضوء ما توصلت إليه هذه الدراسة، يمكن التأكيد على أن المنصات التلفزيونية الرقمية أصبحت واحدة من أبرز مظاهر التحول الذي يشهده مجال الإعلام في ظل الثورة الرقمية، من خلال ما توفره من خصائص تتسم بالمرونة، والحرية في اختيار الزمان والمكان، والإمكانية العالية للتفاعل مع محتوى غني ومتنوع يلبي الاحتياجات الفردية المتجددة للمستخدم، وقد أصبحت هذه المنصات اليوم تمثل مصدراً رئيسياً للتسلية والترفيه، ووسيلة فعالة للتخلص من التوتر والضغط، بل وأحياناً مصدراً للمعلومة والتثقيف، مما يعكس قدرتها على الجمع بين أكثر من وظيفة في آن واحد.

وفي الختام، تبقى هذه الدراسة جهداً متواضعاً يندرج ضمن حلقات البحث العلمي المتواصلة التي تسعى إلى فهم طبيعة المنصات التلفزيونية الرقمية وما تقدمه من محتويات وإشباع، خاصة في ظل التحولات التكنولوجية المتلاحقة، وتغير طبيعة الجمهور واهتماماته، ونأمل أن تكون هذه الدراسة قاعدة تنطلق منها دراسات أوسع وأعمق في المستقبل.

التوصيات والاقتراحات

التوصيات والاقتراحات:

في ضوء ما تم التوصل إليه من نتائج يمكن تقديم التوصيات والاقتراحات الآتية :

- تنظيم دورات وورشات توعوية لفائدة الطلبة حول مخاطر الاستهلاك السلي للمحتوى الرقمي وأهمية التفاعل البناء.
- تشجيع إنتاج محتويات رقمية عربية محلية تعبر عن اهتمامات الطلبة وقضاياهم الاجتماعية والثقافية.
- العمل على إدماج التربية الإعلامية ضمن الأنشطة الجامعية لتعزيز قدرات الطلبة النقدية تجاه المحتويات الرقمية.
- توفير محتويات معرفية وثقافية متنوعة على المنصات العربية إلى جانب المحتويات الترفيهية السائدة.
- استغلال المنصات الرقمية كوسائل داعمة في العملية التعليمية الجامعية لعرض محاضرات وندوات وأفلام وثائقية.
- دعوة الهيئات الإعلامية العربية إلى الاستثمار في إنتاج محتويات شبابية تتماشى مع اهتمامات الطلبة.
- توعية الطلبة بأهمية تنظيم وقت متابعة المنصات الرقمية وتجنب الإفراط في استهلاك المحتوى الترفيهي.
- اجراء دراسات مقارنة مستقبلية حول استخدام الطلبة الجامعيين للمنصات العربية والعالمية وتحليل اتجاهاتهم.
- دعم مبادرات إنشاء منصات تلفزيونية جامعية رقمية تعرض محتويات تعليمية وترفيهية هادفة لفائدة الطلبة.

المصادر والمراجع

1. هادي نعمان الهيبي. الاتصال الجماهيري: المنظور الجديد. دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، 1998.
2. ابن منظور. لسان العرب. دار صادر، بيروت.
3. أحمد زكي بدوي. معجم المصطلحات الإعلامية. ط1، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1975.
4. ابراهيم محمود. الإعلام الجديد وتحديات المستقبل. عالم الكتب، القاهرة، 2009.
5. حسين عمر سليمان الهاروتي. التعرض لوسائل الإعلام الرياضي ودوره في العوامل النفسية والأداء الرياضي. ط1، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2017.
6. حسن عماد مكاوي، الشريف سامي. نظريات الإعلام. ط2، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح. مصر.
7. حامد سعيد الجرب، ابتسام محمد رشيد عقيل، منى عبد الحميد حسن. واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت. مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد (179)، الجزء الثاني، 2017.
8. عبد الله محمد عبد الرحمن. علم الاجتماع النشأة والتطور. دار المعرفة الجامعية، بيروت، لبنان، 1999.
9. عبيدات محمد. منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات. دار وائل للنشر والطباعة والتوزيع، 2010.
10. فرح عبد القادر طه وآخرون. معجم علم النفس والتحليل النفسي. دار النهضة العربية، بيروت.
11. فضيل دليو. الاتصال مفاهيمه-نظرياته-وسائله. دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
12. محمود حسن إسماعيل. مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. الدار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم، 2003.
13. محمد عبد الحميد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
14. محمد منير حجاب. نظريات الاتصال. دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2000.
15. موريس أنجريس. منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر.
16. مجمع اللغة العربية. المعجم الوسيط. ط1، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2005.
17. المنجد في اللغة والإعلام. ط29، منشورات دار المشرق، بيروت، 1986.
18. نجم عبد خلف العيساوي. توظيف المنصات الرقمية في العلم والتعليم في زمن الكورونا: الاستخدام والتأثير. ملحق مجلة الجامعة العراقية.
19. نورة بن ناصر الهزاني. الخدمات الإلكترونية في الأجهزة الحكومية. مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية، 2008.
20. محمد عبد الحميد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط3، عالم الكتب، القاهرة، 200.

ثانياً: المقالات والدوريات والمجلات

1. ابراهيم محمود، سعد ولد جاب الله. "المنصات الرقمية وتأثيرها على عادات تعرض الجمهور للمسلسلات التلفزيونية". مجلة المحترف لعلوم الرياضة والعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد (11) العدد (03)، 2024.
2. بسام عبد الرحمن مشاقبة. نظريات الإعلام. دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
3. د. أماني رضا. المنصات التلفزيونية الرقمية: التعارض والتكامل في الإعلام الرقمي الجديد. دار النشر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
4. سيف السويدي. صناعة المنصات الرقمية. ط1، منصة أريد، ماليزيا، 2020.
5. قدور، نورة، غراز، طاهر. "الجامعة الجزائرية نظام ل.م.د ومدى نجاعته في تحقيق الإنماء الحضاري في المجتمع". مجلة اللغة والإعلام والمجتمع.
6. وفاء حرمه، سيف الدين تلي. "واقع المنصات الرقمية للتجارة الإلكترونية: منصة أمازون الرقمية نموذجاً". مجلة المدير اقتصاد المنصات الرقمية، جامعة قنطرة - الجزائر - العدد 04، المجلد 09، 2022.

7. أحمد مسعود محمد العنزي، فاعلية برنامج تدريبي قائم على التعلم الإلكتروني التفاعلية في تنمية مهارات تطبيقات الواقع المعزز لدى معلمي المرحلة المتوسطة بالكويت. مجلة كلية التربية جامعة الإسكندرية ط1. 2021.
8. علي حسين طويبة، وسام فاضل راضي. "التعرض للقنوات التلفزيونية الفضائية في اليمن". مجلة كلية المعلمين الصادرة عن الجامعة المستنصرية - بغداد، العدد 42، سنة 2004.

ثالثاً: المذكرات والأطروحات

1. نوي إيمان. استخدام الأنترنت وعلاقته بالإغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين. دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر (غير منشورة)، بسكرة، 2012.
2. نذيرة مرزارة، شعباني مليكة. واقع الطالب الجامعي الجزائري من الأمس إلى اليوم: ماذا نحقق؟ المنتقى الوطني حول تشخيص واقع الطالب الجامعي، مخبر الوقاية والإيرغونوميا. جامعة الجزائر 2.

رابعاً: المواقع الإلكترونية

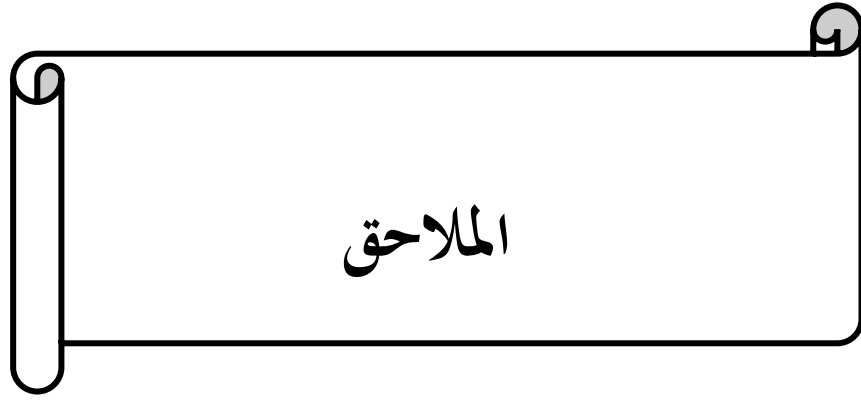
1. معجم المعاني. تم الاطلاع عليه بتاريخ <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-a.2024/02/20>
2. <https://ar.m.wikipedia.org.2025/02/20> تم الاطلاع بتاريخ
3. <https://www.hulu.com/hulu-tv-ads.2025/02/02> تم الاطلاع بتاريخ
4. <http://www.aljazeera.net/encyclopedia/economy.2025/02/20> تم الاطلاع عليه بتاريخ
5. <https://www.aljazeera.net/culture.2025/02/20> تم الاطلاع عليه بتاريخ
6. www.filfan.com.2025/02/20 تم الاطلاع عليه بتاريخ 11-06-2021. انطلاقة جديدة لـ "شاهد". مؤرشف من الأصل في 11-06-2021.
7. www.acrseg.org (شريف)، اشكاليات الضوابط الأخلاقية والتشريعية لشبكات التواصل الاجتماعي في الدول العربية
- المركز العربي للبحوث والدراسات. تم الاطلاع عليه بتاريخ 29/03/2025.

Marshall W. Van Alstyne, Geoffrey G. Parker and Sangeet Paul Choudary. Pipelines, Platforms, and .1
The New Rules of Strategy. Harvard Business Review, April 2016. <https://hbr.org/2016/04/pipelines-platforms-and-the-new-rules-of-strategy>

.Netflix Annual Report 2021 SEC 10-K .2

.Forbes Netflix (Netflix) Stock Key Data .3

Thijs L. Brozkhuisen. Digital platform openness: drivers, dimensions and outcomes. Journal of .4
.Business Research, 2019



الملحق رقم 01 : استمارة الاستبيان .



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي-

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم الاعلام



استمارة استبيان

بغرض إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام تخصص سمعي بصري، أعزائي الطلبة نضع بين

(في الخانة X ايديكم هذا الاستبيان ونرجو منكم قراءة عباراته بتمعن للإجابة عليه وذلك بوضع العلامة)

المناسبة، علما أن تعاونكم معنا سيكون سببا في نجاح هذا البحث. ونحيطكم علما أن المعلومات الواردة في هذا

الاستبيان ستعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

لا داعي لذكر الاسم واللقب كما يرجى عدم ترك أية فقرة دون إجابة، وتقبلوا منا فائق الإحترام والتقدير

لتعاونكم.

المحور الأول: البيانات الشخصية :أ. النوع : ذكر أنثى ب. المستوى الجامعي : ليسانس ماجستير ج. الكلية: كلية العلوم الاجتماعية والانسانية كلية التكنولوجيا كلية الحقوق والعلوم السياسية كلية العلوم الدقيقة كلية الآدابواللغات كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير كلية العلوم الإسلامية كلية علوم الطبيعة والحياة المحور الثاني: عادات وأنماط إستخدام الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية.

الرقم:	العبارات	دائما	أحيانا	نادرا	أبدا
01	من بين المنصات التلفزيونية الرقمية التي أستخدمها:				
1-1	Netflix				
2-1	(الأثير) Athecc				
3-1	(ميم) MIM				
4-1	(أمازون) Amazone				
5-1	(الجزيرة 360) Aljazeera360				
6-1	(شاهد) Shahid				
7-1	أخرى تذكر :				
02	تقدر مدة استخدامي للمنصات التلفزيونية الرقمية :				
1-2	أقل من ساعة .				
3-2	من ساعة الى ساعتين .				
4-2	من ساعتين الى ثلاثة ساعات .				
5-2	أكثر من ثلاث ساعات .				
03	أفضل استخدام المنصات التلفزيونية الرقمية عبر وسيلة:				

				الهاتف الذكي .	1-3
				الكمبيوتر الشخصي .	2-3
				لوحة الكترونية .	3-3
				تلفزيون ذكي .	4-3
				عند استخدامي للمنصات التلفزيونية الرقمية أفضل التعرض لي :	04
				المسلسلات والافلام .	1-2
				البرامج الرياضية .	2-3
				الاخبار .	3-3
				البرامج الترفيهية .	4-4
				أخرى تذكر :	5
				عند استخدامي للمنصات التلفزيونية الرقمية أفضل :	05
				الاكتفاء بالمشاهدة .	1-5
				المشاهدة والتفاعل (الاعجاب التعليق) .	2-5
				مشاركة المحتويات مع الآخرين .	3-5

المحور الثالث: دوافع تعرض الطلبة للمنصات التلفزيونية الرقمية.

الرقم	العبارات	دائما	أحيانا	نادرا	أبدا
06	أستخدمها لأنها مبهرة أكثر من التلفزيون التقليدي .				
07	أجد فيها محتويات لا تتوفر في التلفزيون التقليدي .				
08	استخدمها للهروب من ضغوطات الحياة اليومية .				
09	أتابعها للاطلاع على المستجدات والاخبار .				
10	تساعدني في التعلم واكتساب مهارات لغوية وتواصلية.				
11	أبحث فيها عن محتوى كوميدي وترفيهي .				
12	أبحث فيها عن محتوى يعزز من تقديري لذاتي وثقتي بنفسي.				

المحور الرابع: الإشباع التي يحققها الطلبة من إستخدام المنصات التلفزيونية الرقمية.

الرقم	العبارات	دائما	أحيانا	نادرا	أبدا
13	استخدمها في التسلية والترفيه والتخلص من التوتر .				
14	. أشعر بالإيجابية في التعرض لها وتصفحها				
15	تساعدني في الانفتاح على ثقافات جديدة .				
16	تساعدني على تضيئة الوقت عند الشعور بالفراغ .				
17	استخدمها لتنمية قدراتي اللغوية والتواصلية .				
18	تساعدني على الهروب من الواقع .				
19	أشعر بالانتماء الى المجتمع عبر المحتوى الذي أتابعه.				

المحور الخامس: اتجاهات الطلبة نحو المنصات التلفزيونية الرقمية.

الرقم	العبارات	موافق	محايد	معارض
20	أشعر أن المنصات التلفزيونية الرقمية تؤثر سلبا على نشاطي الاجتماعي .			
21	أجد أن المنصات التلفزيونية الرقمية تسبب ضياع الوقت .			
22	أشعر أن المنصات التلفزيونية الرقمية معبأة بعوامل الإغراء والتشتيت التي تسبب الانغماس فيها و ادمان استخدامها.			
23	أرى أن مزايا المنصات التلفزيونية الرقمية أكبر من سلبياتها في حياتنا الاجتماعية.			
24	أرى أن المحتويات المقدمة في المنصات التلفزيونية الرقمية تلي اهتماماتي الفكرية والثقافية والفنية.			
25	أرى ان المحتوى المقدم عبر المنصات الرقمية يتميز بالابداع مقارنة بالتلفزيون التقليدي .			
26	أجد أن المنصات التلفزيونية الرقمية وسائط تعليمية وتربوية نافعة .			

27/ برأيك ، كيف تؤثر المنصات التلفزيونية الرقمية على وعي وثقافة الطالب الجامعي ؟

.....

.....

شكرا لتعاونكم .

الملحق رقم 02 : قائمة الاساتذة المحكمين .

الاستاذ / ة	الرتبة	التخصص / الجامعة
بوذن محمد الأمين	أستاذ محاضر	اعلام واتصال / جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
زياد اسماعيل	أستاذ محاضر	اعلام واتصال / جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
صالحى دليلة	أستاذ محاضر	اعلام واتصال / جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
هابة طارق	أستاذ محاضر	اعلام واتصال / جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

SPSS الملاحق رقم 03 : بعض مخرجات برنامج

		VAR00099	VAR00100	VAR00101	VAR00102	VAR00103	VAR00104
N	Valid	96	96	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		2.4479	1.9792	1.8854	2.1042	2.6771	2.7708
Std. Deviation		1.17760	.79444	.80616	.94567	1.10972	1.08073

VAR00139

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ابدا	4	4.2	4.2	4.2
	نادرا	49	51.0	51.0	55.2
	احيانا	43	44.8	44.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Frequency Table

VAR00099

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ابدا	27	28.1	28.1	28.1
	نادرا	26	27.1	27.1	55.2
	احيانا	16	16.7	16.7	71.9
	دائما	27	28.1	28.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

VAR00100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ابدا	29	30.2	30.2	30.2
	نادرا	42	43.8	43.8	74.0
	احيانا	23	24.0	24.0	97.9
	دائما	2	2.1	2.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

VAR00101

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ابدا	34	35.4	35.4	35.4
	نادرا	42	43.8	43.8	79.2
	احيانا	17	17.7	17.7	96.9
	دائما	3	3.1	3.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

VAR00102

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ابدا	30	31.3	31.3	31.3
	نادرا	34	35.4	35.4	66.7
	احيانا	24	25.0	25.0	91.7
	دائما	8	8.3	8.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

VAR00103

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ابدا	20	20.8	20.8	20.8
	نادرا	19	19.8	19.8	40.6
	احيانا	29	30.2	30.2	70.8
	دائما	28	29.2	29.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

VAR00104

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ابدا	14	14.6	14.6	14.6
	نادرا	27	28.1	28.1	42.7
	احيانا	22	22.9	22.9	65.6
	دائما	33	34.4	34.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	