



قسم الإذاعة والتليفزيون

اتجاهات الجمهور السعودي نحو مصداقية القنوات الفضائية وموقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا الداخلية

رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإذاعة والتليفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

إعداد

عبد الرحمن أحمد الناصر السكران

إشراف

أ.د. حسن عماد مكاوي
عميد كلية الإعلام السابق
والأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون
جامعة القاهرة

إشراف مشارك

د/ بسنت مراد فهمي
مدرس بقسم الأذاعة والتليفزيون
كلية الإعلام - جامعة القاهرة

الاسم: عبد الرحمن أحمد الناصر السكران

تاريخ وجهة الميلاد: ١٩٦٣/١١/١٨

الدرجة: ماجستير في الإعلام

التخصص: الإذاعة والتلفزيون

المشرفون: أ.د/ حسن عماد مكاوي أستاذ في قسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

د/ بسمت مراد فهمي مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

عنوان الدراسة: اتجاهات الجمهور السعودي نحو مصداقية القنوات الفضائية وموقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا الداخلية

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات الجمهور السعودي نحو مصداقية القنوات الفضائية وموقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا الداخلية، كما تضمنت المقارنة بين القنوات الفضائية وموقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى التعرف على العلاقة بين درجات الاعتماد على تلك القنوات ومدركات المصداقية الخاصة بها والثقة الممنوحة لها في حالة تناولها للأحداث البارزة الداخلية" ، وأعتمدت هذه الدراسة على أسلوب المسح الإعلامي لعينة عمدية من الجمهور السعودي المستخدم للإنترنت حيث يقوم الباحث بعمل مسح للجمهور السعودي للتعرف على درجة مصداقية القنوات الفضائية وموقع التواصل الاجتماعي لديه ودرجة اعتماده عليها وأيضاً تعتمد الدراسة على المنهج المقارن حيث قامت الدراسة بالمقارنة بين عينة الدراسة من حيث درجة المصداقية لديهم، وقام الباحث بإستخدام استمار الاستبيان من خلال عينة عمدية يبلغ قوامها ٤٠٠ مبحوث من الجمهور السعودي مختلف الخصائص الديموغرافية . وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ملخصها:

- أن حرص الجمهور على مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية وعلى متابعتها لأنها تهتم بشؤون السعودية والدول العربية، كما يشاهد الجمهور القنوات الإخبارية الفضائية العربية لأنها تحرص على إظهار واقع حقيقي للعرب والمسلمين، كما يشاهد الجمهور القنوات الإخبارية لأنها عندها حرية في الطرح، ويشاهد الجمهور القنوات الإخبارية لأنها تحافظ على قيم

المجتمع العربي، ويتابع الجمهور مشاهدة القنوات الإخبارية لأنها تتصدى للشائعات التي تروجها الدول الأجنبية عن العرب والمسلمين.

- كما أن ارتفاع نسبة الاعتماد على تويتر للحصول على معلومات عن القضايا الداخلية فقد جاء في المرتبة الأولى من حيث الاعتماد، وحل بالمرتبة الثانية موقع الصحف الالكترونية، وجاء موقع الفيس بوك في المرتبة الثالثة ، وأخيراً جاء موقع اليوتيوب.

- أظهرت النتائج وجود فروق بين أفراد العينة فيما يتعلق بأكثر موقع له مصداقية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها حيث جاء موقع (تويتر) في المرتبة الأولى بينما جاء موقع (الصحف الالكترونية) في المرتبة الثانية، في حين جاء موقع (اليوتيوب) في المركز الثالث، في حين جاء في المرتبة الرابعة (صحيفة سبق الالكترونية)، جاء في المركز الخامس أن أفراد العينة لم يذكروا أجابة، جاء في المركز السادس موقع (الفيس بوك) ، أيضا جاءت قناة (الجزيرة)، أيضا جاءت قناة ال (BBC)، وأخيراً (الجريدة اليومية) وأخيراً قناة العربية.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عَلِمَّا لَنَا إِلَّا مَا عَلِمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ﴾

صدق الله العظيم

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، والصلوة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين،
الحمد لله الذي أعايني بفضله وكرمه على إنجاز هذه الدراسة.

ومن ثم فلأني أتقدم بأشكر الشكر والتقدير إلى الأستاذ الفاضل والمعلم الجليل
الأستاذ الدكتور / حسن عماد مكاوي - عميد كلية الإعلام السابق والأستاذ بقسم الإذاعة
والتليفزيون، لتفضله بالإشراف على هذه الرسالة، والذي لم يدخل وسعا في الدعم العلمي
والمعنوي وتوجيهاته القيمة لإنجاز هذه الدراسة .

كما أتقدم بأشكر الشكر والتقدير إلى الأستاذ الدكتور / محمد محمود المرسي
أستاذ ورئيس قسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام، لتفضله بقبول مناقشة هذه الرسالة
والحكم عليها.

كما أتوجه بأشكر الشكر والتقدير إلى الأستاذة الدكتورة / هبة أمين شاهين
أستاذ ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة عين شمس، لتفضلها بقبول مناقشة هذه
الرسالة والحكم عليها.

كما أتوجه بالشكر والتقدير إلى كل من أعايني في إتمام هذه الرسالة من أساتذة في
كلية الإعلام ومن خارجها، وبعض العاملين في مكتبة كلية الإعلام، وكل يد كريمة ساعدت
في ملء إسمارات الاستبيان وفي الترجمة والإمداد بالمعلومات.

وأبعث ببطاقة حب وشكر وعرفاناً بالجميل إلى روح والدى الغالى "رحمه الله" ، وإلى
والدى الحبيبة أطالت الله فى عمرها، وزوجتي الغالية وأبنائي الأعزاء.

أخيراً .. أتقدم بالشكر والتقدير لبلدي العزيز الثاني جمهورية مصر العربية قلب الأمة
العربية ومهد الحضارة والتاريخ ومنارة العلم التي أحضرتني بحب طوال فترة تحصيلي
العلمي.

ويطيب لي أيضاً أن أشكر كل من ساهم في إنجاز هذا الدراسة .

والله ولي التوفيق والسداد؛؛؛

الباحث

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ - ب	قائمة المحتويات
ج - و	جدول الدراسة
٢ - ١	مقدمة
٢٩-٣	الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة
٣٦-٤	تمهيد
٤	أولاً: مشكلة الدراسة
٤	ثانياً: أهمية الدراسة
٥	ثالثاً: أهداف الدراسة
١٢-٦	رابعاً: الإطار النظري: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
١٣	خامساً: الدراسات السابقة
١٣	المحور الأول: الدراسات السابقة التي تناولت مصداقية وسائل الإعلام
٢١	المحور الثاني: الدراسات السابقة التي تناولت اتجاهات الجمهور نحو وسائل الإعلام
٢٩	أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة
٣٠	تساؤلات الدراسة وفرضها
٣٠	أولاً: تساؤلات الدراسة
٣٠	ثانياً: فرض الدراسة
٣٠	الإجراءات المنهجية للدراسة
٣١	مجتمع الدراسة
٣١	عينة الدراسة
٣١	أسلوب جمع البيانات
٣١	متغيرات الدراسة
٣٢	مفاهيم الدراسة
٢٩	اختباراً الصدق والثبات
٣٤	مقاييس الدراسة
٣٥	أساليب التحليل الإحصائي

٦٢-٣٧	الفصل الثاني
مصداقية القنوات الفضائية وموقع التواصل الاجتماعي واتجاهات الجمهور نحوها	
٣٨	تمهيد
٣٩	مفهوم المصداقية وأبعادها وقياسها
٤٣	أنواع المصداقية
٤٧	ابعاد المصداقية
٤٩	مقاييس المصداقية
٥٠	الدراسات التي تناولت المصداقية
٥٤	مصداقية شبكة الإنترنت وأبعادها
٥٧	مصداقية موقع التواصل الاجتماعي
١٢٠-٦٣	الفصل الثالث
نتائج الدراسة المسحية لاتجاهات عينة من الجمهور السعودي	
٦٤	تمهيد
٦٤	توصيف عينة الدراسة الميدانية
٦٦	نتائج الدراسة الميدانية
٨٥-٦٦	المحور الأول : مصداقية القنوات الفضائية
١٠٣-٨٦	المحور الثاني : مصداقية موقع التواصل الاجتماعي
١٠٤	نتائج اختبارات فرض الدراسة
١٠٩	العلاقات بين متغيرات الدراسة
١٣٣-١٢٢	خاتمة الدراسة
١٣٤	توصيات الدراسة
١٤٣-١٣٦	مراجعة الدراسة
١٤٥	ملحق الدراسة

قائمة الجداول

الصفحة	الموضوع	جدول رقم
٦٤	توزيع عينة الدراسة وفقا للنوع	١
٦٤	توزيع عينة الدراسة وفقا للعمر	٢
٦٥	توزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى التعليمي	٣
٦٦	معدل مشاهدة المبحوثين عينة الدراسة للفنوات الفضائية	٤
٦٨	عدد أيام مشاهدة المبحوثين للفنوات الفضائية في الأسبوع	٥
٦٩	ساعات مشاهدة المبحوثين اليومية للفنوات الفضائية	٦
٧٠	تخصص الفنوات الفضائية التي يفضل المبحوثين	٧
٧٢	أهم الفنوات الفضائية التي يعتمد عليها المبحوثين في معرفة القضايا الداخلية	٨
٧٣	اعتماد المبحوثين على الفنوات الاخبارية الفضائية لمعرفة الاخبار والاحاديث الجارية	٩
٧٥	أسباب مشاهدة المبحوثين للفنوات الفضائية العربية	١٠
٧٦	أسباب تفضيل مشاهدة المبحوثين للفنوات الاخبارية الفضائية العربية	١١
٧٧	أهم عناصر وتكوينات المصداقية كما يراها المبحوثين	١٢
٧٩	مقياس عناصر وتكوينات مصداقية الفنوات الفضائية	١٣
٨٠	تقييم المبحوثين لعناصر مصداقية الفنوات الفضائية	١٤
٨١	أكثر القضايا الداخلية مشاهدة من قبل المبحوثين	١٥
٨٣	العوامل التي ساهمت في تحديد مصداقية الفنوات الفضائية	١٦
٨٤	درجة ثقة المبحوثين في الفنوات الفضائية التي إعتمدوا عليها لمعرفة القضايا الداخلية	١٧
٨٦	معدل استخدام المبحوثين للانترنت في الأسبوع	١٨
٨٧	عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في إستخدام الانترنت في اليوم	١٩
٨٩	أكثر موقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها المبحوثين للإعتماد عليها في معرفة القضايا الداخلية	٢٠

٩٠	أسباب اعتماد المبحوثين على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر إخباري	٢١
٩١	درجة مصداقية موقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين	٢٢
٩٣ أسم الموقع الأكثر مصداقية في رأي المبحوثين	٢٣
٩٥ اتجاه المبحوثين نحو مصداقية موقع التواصل الاجتماعي	٢٤
٩٧ أهم عناصر ومكونات المصداقية لدى المبحوثين في مصداقية موقع التواصل الاجتماعي	٢٥
٩٩ مقياس عناصر ومكونات المصداقية في موقع التواصل الاجتماعي	٢٦
١٠٠ تقييم المبحوثين لعناصر مصداقية موقع التواصل الاجتماعي	٢٧
١٠٢ أكثر القضايا الداخلية متابعة عبر موقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين	٢٨
١٠٣ درجة ثقة المبحوثين في موقع التواصل الاجتماعي التي اعتمدوا عليها لمعرفة القضايا الداخلية	٢٩
١٠٤ رأى المبحوثين في امكانية الزيادة من مصداقية موقع التواصل الاجتماعي	٣٠
١٠٥ معامل الارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين كثافة تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية ومستوى المصداقية	٣١
١٠٦ قياس الارتباط بين كثافة تعرض نوع المبحوثين للقنوات الفضائية ومستوى المصداقية طبقاً لنوع	٣٢
١٠٦ قياس الارتباط بين كثافة تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية ومستوى المصداقية طبقاً للعمر	٣٣
١٠٧ قياس الارتباط بين كثافة تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية ومستوى المصداقية طبقاً للتعليم	٣٤
١٠٨ معامل الارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين كثافة تعرض المبحوثين لموقع التواصل الاجتماعي ومستوى المصداقية	٣٥
١٠٨ قياس الارتباط بين كثافة تعرض نوع المبحوثين لموقع التواصل الاجتماعي ومستوى المصداقية طبقاً لنوع	٣٦
١٠٩ قياس الارتباط بين كثافة تعرض نوع المبحوثين لموقع التواصل الاجتماعي ومستوى المصداقية طبقاً للعمر	٣٧

١٠٩	قياس الإرتباط بين كثافة تعرض نوع المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى المصداقية طبقاً للتعليم	٣٨
١١٠	العلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية والنوع للمبحوثين	٣٩
١١١	العلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية والسن للمبحوثين	٤٠
١١٢	العلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية والمستوى التعليمي للمبحوثين	٤١
١١٣	العلاقة بين اعتماد المبحوثين على القنوات الاخبارية الفضائية لمعرفة الاخبار والاحاديث الجارية ونوع المبحوثين	٤٢
١١٤	العلاقة بين اعتماد المبحوثين على القنوات الاخبارية الفضائية لمعرفة الاخبار والاحاديث الجارية وسن المبحوثين	٤٣
١١٥	العلاقة بين اعتماد المبحوثين على القنوات الاخبارية الفضائية لمعرفة الاخبار والاحاديث الجارية والمستوى التعليمي للمبحوثين	٤٤
١١٦	العلاقة بين درجة ثقة المبحوثين في القنوات الفضائية التي اعتمدت عليها لمعرفة القضايا الداخلية والنوع	٤٥
١١٧	العلاقة بين درجة ثقة المبحوثين في القنوات الفضائية التي اعتمدت عليها لمعرفة القضايا الداخلية والسن	٤٦
١١٨	العلاقة بين درجة ثقة المبحوثين في القنوات الفضائية التي اعتمدت عليها لمعرفة القضايا الداخلية والمستوى التعليمي	٤٧
١١٩	العلاقة بين درجة ثقة المبحوثين في موقع التواصل الاجتماعي التي اعتمدت عليها لمعرفة القضايا الداخلية والنوع	٤٨
١٢٠	العلاقة بين درجة ثقة المبحوثين في موقع التواصل الاجتماعي التي اعتمدت عليها لمعرفة القضايا الداخلية والسن	٤٩
١٢١	العلاقة بين درجة ثقة المبحوثين في موقع التواصل الاجتماعي التي اعتمدت عليها لمعرفة القضايا الداخلية والمستوى التعليمي	٥٠

قائمة الأشكال

الصفحة	الموضوع	شكل رقم
٦٦	مدى مشاهدة المبحوثين لقنوات الفضائية	١
٧١	تخصص القنوات الفضائية التي يفضل المبحوثين مشاهتها	٢
٧٣	أهم القنوات الفضائية التي يعتمد عليها المبحوثين	٣
٧٤	اعتماد المبحوثين على القنوات الاخبارية لمعرفة الاخبار	٤
٨٢	أكثر القضايا الداخلية مشاهدة من قبل المبحوثين	٥
٨٥	درجة ثقة المبحوثين في القنوات الفضائية التي اعتمدوا عليها	٦
٨٧	معدل استخدام المبحوثين للانترنت	٧
٨٨	عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في استخدام الانترنت	٨
٩٠	أكثر موقع التواصل المفضلة لدى المبحوثين للاعتماد عليها	٩
٩٤	اسم الموقع الأكثر مصداقية في رأي المبحوثين	١٠

مقدمة:

يعتبر الإعلام من أهم آليات العصر الحديث في الدفاع عن شخصية المجتمع وتعتبر مصداقية الإعلام بمفهومها الشامل من أهم مقوماته في القيام بهذا الدور، مصداقية الإعلام تبدأ من انتقاء في كل ما يرد من الخارج أو الداخل والسعى إلى الاعتماد على مصادر موثوقة بها فضلاً عن توافر بعض الشروط في المضمون الإعلامي المسموح به للنشر أو البث، بداية من مراعاة هذا المضمون لاهتمامات الجمهور ومشاكله واحتياجاته ومروراً بآليات الإقناع المستخدمة بعرضه (التوبيخ، التعدية، التوازن، الشمول وتأكيد الثقة) وإنها باحترام ما يقوله المصدر وردود الجماهير والسماح بنشرها أو إذاعتها دون تدخل أو حذف أو إضافة أو تعديل أو تحويل أو تلقين. غير إن هذه المصداقية المنخفضة لإعلام العالم الثالث مستندة إلى انخفاض أو اهتزاز ثقة الجمهور لم تنشأ من فراغ ولكنها لعدة عوامل تاريخية وسياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية شاملة.

ومن ثم أصبحت دراسة العوامل المؤثرة في مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور ذات أهمية بالغة في الوقت الراهن، خاصة في ظل المنافسة الشديدة من جانب وسائل الإعلام وطبيعة الأحداث التي تتميز بالسرعة في التغطية الإخبارية حيث يعد الاعتماد على وسائل الإعلام ومدى الثقة فيها في غاية الأهمية وخاصة عندما يتعرض الأفراد لمعلومات متضاربة حول الأحداث المختلفة من خلال التعرض للعديد من المضمونين الإعلاميين في وسائل الإعلام.

وقد اهتمت البحوث الإعلامية خلال السنوات الماضية بتناول قياس مفهوم المصداقية في وسائل الإعلام (الصحافة - الإذاعة والتلفزيون - الإنترنэт) وتوصلت تلك البحوث إلى وضع مفاهيم وأبعاد متعددة للمصداقية في وسائل الإعلام وهي الدقة، الصدق، الخبرة، الحالية، التكامل، الوثوق بالمصدر، العملية التحريرية، العمق، الموضوعية، التفاعلية، عدم التحييز، الأهمية الإخبارية.

كما تعد مصداقية وسائل الإعلام أحد العناصر الهامة في تقييم الأداء الإعلامي على مختلف وسائل الإعلام بما في ذلك القنوات الفضائية وموقع التواصل الاجتماعي، كذلك يتفاوت توافر المعايير الخاصة بالمصداقية والالتزام بها بين القنوات الفضائية وموقع التواصل الاجتماعي وفق الأنظمة التي تحكمها والسياسات التحريرية لها، هذا التفاوت والتوفير من وجهة نظر المتلقى يجعله يقيم المصداقية الخاصة بتلك القنوات وموقع التواصل الاجتماعي بشكل

مرتفع أو منخفض وفق خبرات استخدامه لتلك القنوات وموقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته المسبقة نحو القضايا والأحداث الداخلية التي تتناولها والتي تجعله يعتمد عليها كمصدر أولي لمعلوماته أو ينصرف إلى غيرها من الوسائل والقنوات.

وتهتم الدراسة الحالية بدراسة بعض المستويات لمعرفة درجة المصداقية حيث يعد مجال قياس مصداقية الأخبار على القنوات الفضائية وموقع التواصل الاجتماعي مجال مهم لمعرفة مدى مصداقية هذه القنوات وموقع التواصل في نقل المعلومات عن أهم القضايا والأحداث.

وفي ضوء ما سبق تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على مصداقية القنوات الفضائية وموقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بدرجة الاعتماد عليهما كما يراها الجمهور السعودي نحو القضايا الداخلية، ومعرفة رأي الجمهور السعودي في مصداقية هذه القنوات الفضائية وموقع التواصل الاجتماعي وكيفية تقييمهم وما هي عوامل المصداقية من وجهة نظرهم.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

ويشتمل على ما يلي:

- تمهيد
- مشكلة الدراسة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- الإطار النظري: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
- الدراسات السابقة
- تساولات الدراسة وفرضها
- الإجراءات المنهجية
- نوع ومنهج الدراسة
- عينة الدراسة
- أداة جمع البيانات
- مفاهيم الدراسة
- إجراءات الصدق والثبات
- أساليب التحليل الإحصائي

تمهيد:

يحتوي هذا الفصل على الاجراءات المنهجية لهذه الدراسة متمثلة في (مشكلة الدراسة- أهمية الدراسة - أهداف الدراسة- الدراسات السابقة- تساوؤلات الدراسة وفرضها) الإطار النظري متمثل في (نظريّة الاعتماد على وسائل الإعلام)، والإجراءات المنهجية (نوع ومنهج الدراسة- عينة الدراسة- أداة جمع البيانات- مفاهيم الدراسة- إجراءات الصدق والثبات- أساليب التحليل الاحصائي).

أولاً: مشكلة الدراسة:

تأتي العوامل مجتمعة في ظل عصر نهاه أصبح فيه التطور التكنولوجي سمة رئيسية للبيئة الاتصالية في العصر الحديث والذي أفرز بدوره تقدماً بل ثورة في مجال البث الحي للأحداث من مواقعها مما كان له أكبر الأثر في تطور القنوات الفضائية بشكل عام وموقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص⁽¹⁾.

لذلك تتحدد مشكلة هذه الدراسة الحالية في :

"معرفة اتجاهات الجمهور السعودي نحو مصداقية القنوات الفضائية وموقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا الداخلية"، كما يتضمن المقارنة بين القنوات الفضائية وموقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى التعرف على العلاقة بين درجات الاعتماد على تلك القنوات ومدركات المصداقية الخاصة بها والثقة المنوحة لها في حالة تناولها للأحداث البارزة الداخلية.

ثانياً: أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة إلى:

1- أهمية علمية: تعد الدراسة إضافة في مجال دراسات مصداقية وسائل الإعلام وخاصة الفضائيات وموقع التواصل الاجتماعي وربط مستوى المصداقية بمعدل الاعتماد على وسائل الإعلام.

(1) Joseph R. Dominick, **The Dynamics of Mass Communications: Media in the Digital Age**, (New York: McGraw-Hill, 9th. Ed, 2007), p. 293.