



قسم الإذاعة والتلفزيون

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

رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام من قسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

إعداد

عبد الرحمن أحمد الناصر السكران

إشراف

أ.د. حسن عماد مكاي

عميد كلية الإعلام السابق

والأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون

جامعة القاهرة

إشراف مشارك

د/ بسنت مراد فهمي

مدرس بقسم الأذاعة والتلفزيون

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

١٤٣٦هـ - ٢٠١٥م

الجنسية: سعودي

الاسم: عبد الرحمن أحمد الناصر السكران

تاريخ وجهة الميلاد: ١٩٦٣/١١/١٨

الدرجة: ماجستير فى الإعلام

التخصص: الإذاعة والتلفزيون

المشرفون: أ.د/ حسن عماد مكايي أستاذ فى قسم الأذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

د/ بسنت مراد فهمى مدرس بقسم الأذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

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

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات الجمهور السعودي نحو مصداقية القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا الداخلية، كما تضمنت المقارنة بين القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى التعرف على العلاقة بين درجات الاعتماد على تلك القنوات ومدرجات 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 ومواقع 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 باستخدام استمارة الاستبيان من خلال عينة عمدية يبلغ قوامها ٤٠٠ مبحوث من الجمهور السعودي مختلف الخصائص الديموجرافية . وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها مايلي:

- أن حرص الجمهور على مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية وعلى متابعتها لأنها تهتم بشئون 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 العربى، 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 الإلكترونية، 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 (التويتر) في المرتبة الأولى بينما جاء موقع (الصحف الإلكترونية) في المرتبة الثانية، في حين جاء موقع (اليوتيوب) في المركز الثالث، في حين جاء في المرتبة الرابعة (صحيفة سبق الإلكترونية)، جاء في المركز الخامس أن أفراد العينة لم يذكروا أجابة، جاء في المركز السادس موقع (الفيسبوك) ، أيضا جاءت قناة (الجزيرة)، أيضا جاءت قناة ال (BBC)، وأخيرا (الجريدة اليومية) وأخيرا قناة العربية.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ

أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ﴾

صدق الله العظيم

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين،
الحمد لله الذي أعانني بفضلته وكرمه على إنجاز هذه الدراسة.

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

كما أتقدم بإسمى آيات الشكر والتقدير إلى الأستاذ الدكتور/ **محمد محمود المرسى**
أستاذ ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام، لتفضله بقبول مناقشة هذه الرسالة
والحكم عليها.

كما أتوجه بإسمى آيات 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 أعانني في إتمام هذه الرسالة من أساتذة في
كلية الإعلام ومن خارجها، وبعض العاملين في مكتبة كلية الإعلام، وكل يد كريمة ساعدت
في ملء إستمارة الاستبيان وفي الترجمة والإمداد بالمعلومات.

وأبعث ببطاقة حب وشكر وعرفاناً بالجميل إلى روح والدى الغالي "رحمة الله"، وإلى
والدتي الحبيبة أطل الله في عمرها، وزوجتي الغالية وأبنائي الأعزاء.

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

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

والله ولي التوفيق والسداد؛؛؛

الباحث

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ - ب	قائمة المحتويات
ج - و	جداول 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 الاعلام
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 الاعلام
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	اختبار الصدق والثبات
٣٤	مقاييس الدراسة
٣٥	أساليب التحليل الإحصائي

	الفصل الثاني
٣٧-٦٢	مصادقية القنوات الفضائية ومواقع التواصل الإجتماعي واتجاهات الجمهور نحوها
٣٨	تمهيد
٣٩	مفهوم المصادقية وأبعادها وقياسها
٤٣	أنواع المصادقية
٤٧	ابعاد المصادقية
٤٩	مقاييس المصادقية
٥٠	الدراسات التي تناولت المصادقية
٥٤	مصادقية شبكة الإنترنت وأبعادها
٥٧	مصادقية مواقع التواصل الاجتماعي
	الفصل الثالث
٦٣-١٢٠	نتائج الدراسة المسحية لاتجاهات عينة من الجمهور السعودي
٦٤	تمهيد
٦٤	توصيف عينة الدراسة الميدانية
٦٦	نتائج الدراسة الميدانية
٦٦-٨٥	المحور الأول : مصادقية القنوات الفضائية
٨٦-١٠٣	المحور الثاني : مصادقية مواقع التواصل الاجتماعي
١٠٤	نتائج اختبارات فرض الدراسة
١٠٩	العلاقات بين متغيرات الدراسة
١٢٢-١٣٣	خاتمة الدراسة
١٣٤	توصيات الدراسة
١٣٦-١٤٣	مراجع الدراسة
١٤٥	ملاحق 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 التعليمى	٣
٦٦	معدل مشاهدة المبحوثين عينة الدراسة للقنوات الفضائية	٤
٦٨	عدد أيام مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية في الأسبوع	٥
٦٩	ساعات مشاهدة المبحوثين اليومية للقنوات الفضائية	٦
٧٠	تخصص القنوات الفضائية التى يفضل المبحوثين	٧
٧٢	أهم القنوات الفضائية التى يعتمد عليها المبحوثين فى معرفة القضايا الداخلية	٨
٧٣	اعتماد المبحوثين على القنوات الاخبارية الفضائية لمعرفة الاخبار والاحداث الجارية	٩
٧٥	أسباب مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية العربية	١٠
٧٦	أسباب تفضيل مشاهدة المبحوثين للقنوات الاخبارية الفضائية العربية	١١
٧٧	أهم عناصر ومكونات المصادقية كما يراها المبحوثين	١٢
٧٩	مقياس عناصر ومكونات مصداقية القنوات الفضائية	١٣
٨٠	تقييم المبحوثين لعناصر مصداقية القنوات الفضائية	١٤
٨١	أكثر القضايا الداخلية مشاهدة من قبل المبحوثين	١٥
٨٣	العوامل التى ساهمت فى تحديد مصداقية القنوات الفضائية	١٦
٨٤	درجة ثقة المبحوثين فى القنوات الفضائية التى إعتمدوا عليها لمعرفة القضايا الداخلية	١٧
٨٦	معدل استخدام المبحوثين للانترنت فى الأسبوع	١٨
٨٧	عدد الساعات التى يقضيها المبحوثين فى استخدام الانترنت فى اليوم	١٩
٨٩	أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التى يفضلها المبحوثين للإعتماد عليها فى معرفة القضايا الداخلية	٢٠

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

١٠٩	قياس الارتباط بين كثافة تعرض نوع المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى المصادقية 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 والاحداث الجارية ونوع المبحوثين	٤٢
١١٤	العلاقة بين اعتماد المبحوثين على القنوات الاخبارية الفضائية لمعرفة الاخبار والاحداث الجارية وسن المبحوثين	٤٣
١١٥	العلاقة بين اعتماد المبحوثين على القنوات الاخبارية الفضائية لمعرفة الاخبار والاحداث 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 مواقع التواصل الاجتماعي التي اعتمدت عليها لمعرفة القضايا الداخلية والنوع	٤٨
١٢٠	العلاقة بين درجة ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي التي اعتمدت عليها لمعرفة القضايا الداخلية والسن	٤٩
١٢١	العلاقة بين درجة ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي التي اعتمدت عليها لمعرفة القضايا الداخلية والمستوى التعليمي	٥٠

قائمة الأشكال

الصفحة	الموضوع	شكل رقم
٦٦	مدى مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية	١
٧١	تخصص القنوات الفضائية التي يفضل المبحوثين مشاهدتها	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 مواقع 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 والسعي إلي الاعتماد على مصادر موثوق 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 (التنوير، التعددية، التوازن، الشمول وتأكيد الثقة) وإنهاءً 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 مستنداً إلي 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 المضامين الإعلامية في وسائل الإعلام.

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

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

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

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

وفي ضوء ما سبق تسعى الدراسة الحالية إلي التعرف على مصداقية القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بدرجة الاعتماد عليهما كما يراها الجمهور السعودي نحو القضايا الداخلية، ومعرفة رأى الجمهور السعودي في مصداقية هذه القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي وكيفية تقييمهم وماهي 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
- تساؤلات 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 متمثلاً في (مشكلة الدراسة- أهمية الدراسة - أهداف الدراسة- الدراسات السابقة- تساؤلات الدراسة وفرضها) الإطار النظري متمثل في (نظرية 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 نحياه أصبح فيه التطور التكنولوجي سمة رئيسية للبيئة الاتصالية في العصر الحديث والذي أفرز بدوره تقدماً بل وثورة في مجال البث الحي للأحداث من مواقعها مما كان له أكبر الأثر في تطور القنوات الفضائية بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص⁽¹⁾.

لذلك تتحدد مشكلة هذه الدراسة الحالية في :

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

ثانياً: أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة إلى:

١- أهمية علمية: تعد الدراسة إضافة في مجال دراسات مصداقية وسائل الإعلام وخاصة الفضائيات ومواقع 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.