



الإعلام التقليدي والجديد

"تحليل مقارن للقنوات الفضائية وموقع اليوتيوب"

رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الآداب، اجتماع، تخصص (إعلام)

مقدمة من

راندا محمد مصطفى عبد الجليل

المعيدة، بقسم الاجتماع - شعبة (الإعلام)

إشراف

أ.د/ وائل إسماعيل عبد الباري

أستاذ الإعلام، ورئيس قسم الاجتماع- كلية البنات- جامعة عين شمس

إشراف مشارك

د/ أمنية السيد على نور الدين

مدرس الإعلام- بمتحف الدراسات والبحوث البيئية- جامعة عين شمس

م 1438 هـ / 2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

سورة التوره (آلية: 105)



كلية البناء للآداب والعلوم والتربية

إدارة الدراسات العليا

تاريخ موافقة مجلس الكلية على تشكيل لجنة الحكم والمناقشة

فحص

____ / فى / م، وتكون من،

مناقشة

1. الأستاذ الدكتور/ _____
2. الأستاذ الدكتور/ _____
3. الأستاذ الدكتور/ _____
4. الأستاذ الدكتور/ _____

تاريخ موافقة مجلس الكلية على التوصية بمنح الطالب درجة

ماجستير

____ / فى / م.

دكتوراه

الموظف المختص: _____
أ.د/ وكيلة الكلية مدير الإدارة



كلية البناء للآداب والعلوم والتربية

قسم علم الاجتماع - شعبة الإعلام

اسم الطالبة: راندا محمد مصطفى عبد الجليل

الدرجة العلمية: ماجستير في الآداب، الاجتماع - تخصص إعلام

القسم التابع له: علم الاجتماع

الكلية : البناء

الجامعة: عين شمس

سنة التخرج: 2010

سنة المنح:

التقدير:



كلية البنات للآداب والعلوم والتربية

قسم علم الاجتماع - شعبة الإعلام

رسالة ماجستير

اسم الطالبة: راندا محمد مصطفى عبد الجليل

عنوان الرسالة: الإعلام التقليدي والجديد "تحليل مقارن لقنوات الفضائية وموقع
اليوتيوب"

اسم الدرجة: ماجستير في الآداب "اجتماع- تخصص إعلام"

لجنة الإشراف:

1. أ.د/ وائل إسماعيل عبدالباري: أستاذ الإعلام، ورئيس قسم الاجتماع - كلية البنات -
جامعة عين شمس.

2. د/ أمنية السيد على نور الدين: مدرس الإعلام - بمعهد الدراسات والبحوث البيئية -
جامعة عين شمس.

تاريخ البحث / /

الدراسات العليا

أجازت الرسالة بتاريخ

ختم الإجازة

موافقة مجلس الجامعة

موافقة مجلس الكلية

إهداء

إلى من علماني العطاء بدون انتظار ...

إلى من كان دعائهما سر نجاحى....

إلى والداب الغاليين... رمزا الحنان والعطاء

أدام الله عليهما نعمه الصحة والعافية وأطال الله في عمرهما.

وإلى زوجي الحبيب الذي كان خير سند وخير معين، وأبنائي الغاليين (سيف ومروان).

شُكْر وَفَقْدَر

الحمد لله رب العالمين والصلوة والسلام على أشرف المرسلين (سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم)، ومن اهتدى بهديه إلى يوم الدين، أسجد لله عز وجل حمداً وشكراً، لعظيم فضله، ولكريم عطائه ل توفيقه لي في إتمام هذه الدراسة.

كما أتوجه بخالص الحب والوفاء وبأرق كلمات الشكر والثناء وجزيل العرفان إلى من وجهني وعلمني وأخذ بيدي في سبيل إنجاز هذه الدراسة، إلى أستاذى ومعلمى الأستاذ الدكتور / وائل إسماعيل عبد البارى - أستاذ الإعلام، ورئيس قسم الاجتماع - كلية البنات - جامعة عين شمس؛ الذى اسهم بوقته وجهده فى اثراء ذلك البحث ولم يدخل قط يوماً عن تقديم يد العون والمساعدة لي، كما أن الكلمات لا تكفى ولا توفى ولكن لا أملك إلا حفظ الجميل والعرفان بالشكر الجليل لأستاذى فجزاه عن الله خير الجزاء.

وأتوجه في الوقت ذاته بوافر الشكر وعظيم الامتنان لأستاذى الجميلة د/ أمنية السيد على نور الدين - مدرس الإعلام - بمعهد الدراسات والبحوث البيئية - جامعة عين شمس؛ لفضلها بالإشراف على الرسالة ولجهودها المستمرة على تقديم الملاحظات، واسداء النصح والإرشاد، فجزاها عن الله خير الجزاء.

كما أتقدم بأسى آيات الشكر والتقدير إلى الأستاذة الدكتورة / هويدا سيد مصطفى - أستاذ ورئيس قسم الإذاعة والتليفزيون - بكلية الإعلام - جامعة القاهرة؛ على تفضلها بمناقشة رسالتى، فلها منى كل الشكر والتقدير .

كما أتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى أستاذى ومعلمى الجميلة والرقبة الأستاذة الدكتورة / عالية أحمد عبد العال - أستاذ مساعد علم الاجتماع - بكلية البنات - جامعة عين شمس؛ التى تتلمذت على يديها، وتعلمت منها الكثير ليس على الجانب العلمى والأكاديمى فقط، بل على الجانب

الإنسانى أيضاً، فلها منى اسمى آيات الشكر والعرفان على تفضيلها بقبول مناقشتها وابداء ملاحظاتها الكريمة حولها، فجزاها الله عنى خير الجزاء.

وأخيراً وليس آخرًا، لا أحد الكلمات التي أتقدم بها شاكراً لوالدى الحبيب ووالدى الغالية على تعفهم وعنائهم معى لإتمام هذه الدراسة، ودعواتهم الغالية لى، فاللهم متعهما بالصحة والعافية واجزهما عنى خير الجزاء، كما أتقدم بالشكر لأخواتي الأعزاء على دعمهم ومساندتهم لى، ولا انسى أن أخص بالشكر والتحية زوجى العزيز فقد كان خير معين وسند أمين عند احتياجي له، هو وأبنائى الغاليين سيف ومروان فاللهم اجزهم عنى خير الجزاء.

كما اتوجه بالشكر لزميلاتى وأخواتى فاطمة، وولاء، وبالأخص أستاذتى وأختى وصديقتى د.إيمان شاهين؛ التي لم تبخل يوماً على بمساعدة أو بمعلومة فلها منى وافر الشكر وجزيل الإحترام.

ولا يفوتنى فى النهاية أن أتوجه بأصدق معانى الشكر والتقدير والإحترام لكل من مدلى يد العون والمساعدة فى سبيل إتمام هذه الدراسة، وبخاصة إلى جميع أسانذتى بقسم الإجتماع - بكلية البنات الذين لم يبخلوا بعلمهم ولا حبهم، فأشكراهم جميعاً وأنمنى من الله عز وجل أن يجعل ذلك فى ميزان حسناتهم.

الباحثة..،

فهرس الدراسة

أولاً: فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
الباب الأول: الإطار النظري والمنهجي للدراسة	
4-1	مقدمة الدراسة
25-5	الفصل الأول: المحددات المنهجية للدراسة
5	تمهيد
5	أولاً: مشكلة الدراسة
6	ثانياً: أهمية الدراسة
7	ثالثاً: أهداف الدراسة
7	رابعاً: تساولات الدراسة
8	خامساً: فروض الدراسة
10	سادساً: متغيرات الدراسة
10	سابعاً: نوع الدراسة ومنهجها: <ul style="list-style-type: none"> • المنهج • مجتمع الدراسة • عينة الدراسة الميدانية والتحليلية
15	ثامناً: أدوات الدراسة
23	تاسعاً: المفاهيم النظرية والإجرائية للدراسة
68-26	الفصل الثاني: تطور الدراسات الإعلامية
26	تمهيد
26	أولاً: الدراسات السابقة، وتحتوى على ثلاثة محاور :
26	المحور الأول: الدراسات التى تناولت الإعلام الجديد (موقع اليوتيوب) وتشكيل الرأى العام، ويتضمن:

26	1. دراسات اهتمت بالتعرف على الأحداث والقضايا السياسية الجارية في المجتمع
34	2. دراسات اهتمت بتفاعل الشباب مع الموقف من خلال (المشاركة- انتاج مضمون فيديو)
39	3. دراسات حول موقع اليوتيوب وأثره في تشكيل اتجاهات الرأي العام
44	المحور الثاني: الدراسات التي تناولت القنوات التليفزيونية الفضائية وتشكيل الرأي العام
56	المحور الثالث: الدراسات التي تناولت مقارنة ما بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد
65	ثانياً: التعليق على الدراسات السابقة
67	ثالثاً: أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة
111-69	الفصل الثالث: الإطار النظري والمعرفى
69	تمهيد
70	أولاً: نظرية ثراء وسائل الإعلام
79	ثانياً: نظرية المجال العام
109	ثالثاً: جوانب الاستفادة من النظرية
165-112	الفصل الرابع: الإعلام المرئي التقليدي والجديد: النشأة، والسمات، والخصائص
112	تمهيد
113	أولاً: الإعلام التقليدي:
113	1. تعريف الإعلام التقليدي وأشكاله
113	2. القنوات الفضائية الخاصة
119	3. ملامح المشهد الراهن للقنوات التليفزيونية المصرية
119	4. إشكاليات القنوات الفضائية
121	5. معوقات الإعلام التليفزيوني

122	6. جمهور وسائل الإعلام التقليدية
123	ثانياً: الإعلام الجديد:
125	1. تعريفات الإعلام الجديد
129	2. مزايا الإعلام الجديد
130	3. مبادئ وسمات الإعلام الجديد
131	4. التحديات التي تواجه الإعلام الإلكتروني في مصر
133	5. جمهور الإعلام الجديد
135	6. أدوات الإعلام الجديد
139	7. شبكات التواصل الاجتماعية
147	8. موقع اليوتيوب
195-166	الفصل الخامس: الإعلام التقليدي والجديد والاستفادة من عصر المعلومات
166	تمهيد
167	أولاً: أثر التطور التكنولوجي على الاتصال الجماهيري والإعلام
168	ثانياً: العلاقة ما بين الإعلام التقليدي والجديد
172	ثالثاً: أهم الفروق بين الإعلام التقليدي والجديد
173	رابعاً: العوامل التي ساعدت على التحول من الإعلام التقليدي إلى الجديد
176	خامساً: أهم انعكاسات الاتصال الإلكتروني التفاعلية على الإعلام التقليدي
177	سادساً: التفاعلية في الإعلام الرقمي
182	سابعاً: إعلام المواطن
190	ثامناً: كيفية الاستفادة من تقنيات الإعلام الجديد لمزيد من التطوير في الرسالة الإعلامية التقليدية
191	تاسعاً: نقاط التوافق والاختلاف بين كلٌّ من الإعلام التقليدي "القنوات التلفزيونية" والجديد "موقع اليوتيوب"

258-196	الفصل السادس: نتائج الدراسة الميدانية من واقع الاستبيان
196	تمهيد
197	أولاً: عرض النتائج الخاصة بموقع اليوتيوب:
197	1. مدى متابعة الشباب لموقع اليوتيوب
208	2. مدى المشاركة في موقع اليوتيوب
217	3. إيجابيات موقع اليوتيوب بالنسبة لعينة الدراسة
220	4. سلبيات موقع اليوتيوب لدى عينة الدراسة
223	5. مصداقية موقع اليوتيوب
225	6. اليوتيوب وتشكيل الرأي العام
229	ثانياً: عرض النتائج الخاصة بالقنوات الفضائية:
229	1. مدى متابعة الشباب للقنوات الفضائية
239	2. مدى المشاركة في القنوات الفضائية
241	3. إيجابيات القنوات الفضائية
244	4. سلبيات القنوات الفضائية
246	5. مصداقية القنوات الفضائية
248	6. قدرة القنوات الفضائية على تشكيل الرأي العام
251	ثالثاً: عرض النتائج الخاصة بالمقارنة ما بين موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية:
251	1. قضايا الرأي العام ووسيلة المتابعة
253	2. ما بين القنوات الفضائية وموقع اليوتيوب
255	3. معايير الأداء الإعلامي
290-259	الفصل السابع: نتائج الدراسة من واقع تحليل المضمون والمقابلات
259	تمهيد
259	أولاً: نتائج تحليل المضمون

279	ثانياً: نتائج الم مقابلات
306 – 291	الفصل الثامن: نتائج اختبار فروض الدراسة
291	تمهيد
291	أولاً: الفروض الخاصة بموقع اليوتيوب
297	ثانياً: الفروض الخاصة بالقنوات الفضائية
343–307	الفصل التاسع: مناقشة نتائج الدراسة فى ضوء الدراسات السابقة والإطار النظري
366–344	المراجع
445–367	اللاحق
454–446	الملخص العربى والأجنبي

ثانيًا: فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
10	متغيرات الدراسة	(1-1)
13	الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة	(2-1)
197	درجة متابعة موقع اليوتيوب	(1-6)
198	متوسط مرات متابعة موقع اليوتيوب	(2-6)
199	عدد ساعات مشاهدة موقع اليوتيوب يومياً	(3-6)
200	المواد محل المشاهدة على اليوتيوب	(4-6)
201	عناصر الجذب لمشاهدة فيديو معين	(5-6)
202	ترتيب برامج الرأي على اليوتيوب	(6-6)
204	القنوات الفضائية المصرية المتابعة على اليوتيوب	(7-6)
206	الفرق بين مناقشة القضايا على اليوتيوب عنها على القنوات الفضائية	(8-6)
207	مدى اختلاف طبيعة القنوات الفضائية على التليفزيون عن بثها على اليوتيوب	(9-6)
207	الاختلافات التي تميز القنوات الفضائية الموجودة على اليوتيوب عن مثيلتها القنوات الفضائية	(10-6)
208	اهتمام عينة الدراسة بإبداء آرائهم عند مشاهدة فيديو معين	(11-6)
209	الطريقة التي تتبعها لإبداء رأيك	(12-6)
211	مدى الاهتمام بمناقشة الموضوعات التي شاهدها على اليوتيوب	(13-6)
211	مع من تناقش هذه الفيديوهات	(14-6)
212	رد فعلك إذا لم يعجبك مضمون فيديو معين	(15-6)
213	رد فعلك إذا أعجبت بفيديو معين	(16-6)
214	مدى تملك عينة الدراسة قناة على اليوتيوب	(17-6)
215	أهم الفيديوهات التي نشرتها على قناتك	(18-6)
216	مصادر الفيديوهات التي نشرتها	(19-6)

216	مدى محاولة تصوير حدثاً في الطريق	(20-6)
217	الموقف من إيجابيات اليوتيوب	(21-6)
220	الموقف من سلبيات اليوتيوب	(22-6)
223	اتجاه المبحوثين نحو مصداقية موقع اليوتيوب	(23-6)
225	الموقف من دور اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام	(24-6)
229	مدى مشاهدة القنوات الفضائية	(25-6)
230	متوسط مرات مشاهدة القنوات الفضائية	(26-6)
231	عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية المصرية	(27-6)
232	القنوات الفضائية المصرية الأكثر مشاهدة	(28-6)
232	ترتيب القنوات الفضائية حسب درجة مشاهدة المبحوثين لها	(29-6)
235	المضامين المفضل مشاهدتها على التليفزيون	(30-6)
236	ترتيب البرامج الحوارية	(31-6)
238	القنوات المفضلة لمتابعة القضايا المختلفة	(32-6)
239	مدى اهتمام عينة الدراسة بإبداء آرائها على القنوات الفضائية	(33-6)
240	شكل المشاركة على القنوات الفضائية	(34-6)
241	البرامج التي تفضل المشاركة فيها	(35-6)
241	الموقف من إيجابيات القنوات الفضائية	(36-6)
244	الموقف من سلبيات القنوات الفضائية	(37-6)
246	الموقف من مصداقية القنوات الفضائية	(38-6)
248	قدرة القنوات الفضائية على تشكيل الرأي العام	(39-6)
251	أهم القضايا التي أهتممت بمتابعتها في الفترة الأخيرة	(40-6)
252	وسيلة متابعة هذه القضايا	(41-6)
253	ما بين التليفزيون واليوتيوب	(42-6)
255	معايير الأداء الإعلامي	(43-6)
261	القضايا التي تناولتها الفقرة الحوارية ببرنامج الحياة اليوم	(1-7)
262	القضايا التي تناولها برنامج جو نি�وب	(2-7)
263	الضيف داخل الفقرة الحوارية ببرنامج الحياة اليوم	(3-7)