



# الإعلام التقليدي والجديد

## "تحليل مقارنة 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 - بمعهد الدراسات والبحوث البيئية - جامعة عين شمس

1438هـ/2017م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



صدق الله العظيم

سورة التوبة (الآية: 105)



كلية البنات للآداب والعلوم والتربية

إدارة الدراسات العليا

تاريخ موافقة مجلس الكلية على تشكيل لجنة الحكم والمناقشة

فحص

\_\_\_\_\_ فى / / م، وتتكون 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: مدير الإدارة أ.د/ وكيلة الكلية



كلية البنات للآداب والعلوم والتربية

قسم علم الاجتماع - شعبة الإعلام

اسم الطالبة: راندا محمد مصطفى عبد الجليل

الدرجة العلمية: ماجستير فى الآداب، الاجتماع - تخصص إعلام

القسم التابع له: علم الاجتماع

الكلية : البنات

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 للقنوات الفضائية وموقع اليوتيوب"

اسم الدرجة: ماجستير فى 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

أجيزت الرسالة بتاريخ

ختم الإجازة

موافقة مجلس الجامعة

موافقة مجلس الكلية

# إهداء

إلى من علمانى العطاء بدون انتظار ...

إلى من كان دعائهما سر نجاحى....

إلى والداي الغاليين... رمزا الحنان والعطاء

أدام الله عليهما نعمة الصحة والعافية وأطال الله فى عمرهما.

وإلى زوجى الحبيب الذى كان خير سند وخير معين، وأبنائى الغاليين (سيف ومروان).

# شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة 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 لتوفيقه لى فى إتمام هذه الدراسة.

كما أتوجه بخالص الحب والوفاء وبأرق كلمات الشكر والثناء وجزيل العرفان إلى من وجهنى وعلمنى وأخذ بيدي فى 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 إثراء ذلك البحث ولم يبخل قط يوماً عن تقديم يد العون والمساعدة لى، كما أن الكلمات لا تكفى ولا توفى ولكن لا أملك إلا حفظ الجميل والعرفان بالشكر الجزيل لأستاذى فجزاه عنى الله خير الجزاء.

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

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

كما أتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى أستاذتى ومعلمتى الجميلة والراقية 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 أيضا، فلها منى اسمى آيات الشكر والعرفان على تفضلها بقبول مناقشتى وابداء ملاحظاتها الكريمة حولها، فجزاها الله عنى خير الجزاء.

وأخيرًا وليس آخرًا، لا أجد الكلمات التى أتقدم بها شاكرة لوالدى الحبيب والدتى الغالية على تعبيهم وعنائهم معى لإتمام هذه الدراسة، ودعواتهم الغالية لى، فاللهم متعهما بالصحة والعافية واجزهما عنى خير الجزاء، كما أتقدم بالشكر لأخواتى الأعزاء على دعمهم ومساندتهن لى، ولا أنسى أن أخص بالشكر والتحية زوجى العزيز فقد كان خير معين وسند أمين عند احتياجى له، هو وأبنائى الغاليين سيف ومروان فاللهم اجزههم عنى خير الجزاء.

كما أتوجه بالشكر لزميلاتى وأخواتى فاطمة، وولاء، وبالأخص أستاذتى وأختى وصديقتى د. إيمان شاهين؛ التى لم تبخل يومًا علىّ بمساعدة أو بمعلومة فلها منى وافر الشكر وجزيل الإحترام.

ولا يفوتنى فى النهاية أن أتوجه بأصدق معانى الشكر والتقدير والإحترام لكل من مد لى يد العون والمساعدة فى سبيل إتمام هذه الدراسة، وبخاصة إلى جميع أساتذتى بقسم الإجتماع -بكلية البنات الذين لم يبخلوا بعلمهم ولا حبهم، فأشكرهم جميعًا وأتمنى من الله عز وجل أن يجعل ذلك فى ميزان حسناتهم.

الباحثة...،



## فهارس الدراسة

### أولاً: فهرس المحتويات

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

26	1. دراسات اهتمت بالتعرف على الأحداث والقضايا السياسية الجارية فى المجتمع
34	2. دراسات اهتمت بتفاعل الشباب مع الموقع من خلال (المشاركة- انتاج مضامين فيديو)
39	3. دراسات حول موقع اليوتيوب وأثره فى تشكيل اتجاهات الرأى العام
44	المحور الثانى: الدراسات التى تناولت القنوات التليفزيونية الفضائية وتشكيل الرأى العام
56	المحور الثالث: الدراسات التى تناولت مقارنة مابين الإعلام التقليدى والإعلام الجديد
65	ثانيًا: التعليق على الدراسات السابقة
67	ثالثًا: أوجه الإستفادة من الدراسات السابقة
111-69	<b>الفصل الثالث: الإطار النظرى والمعرفى</b>
69	تمهيد
70	أولًا: نظرية ثراء وسائل الإعلام
79	ثانيًا: نظرية المجال العام
109	ثالثًا: جوانب الإستفادة من النظرية
165-112	<b>الفصل الرابع: الإعلام المرئى التقليدى والجديد: النشأة، والسمات، والخصائص</b>
112	تمهيد
113	أولًا: الإعلام التقليدى:
113	1. تعريف الإعلام التقليدى وأشكاله
113	2. القنوات الفضائية الخاصة
119	3. ملامح المشهد الراهن للقنوات التليفزيونية المصرية
119	4. إشكاليات القنوات الفضائية
121	5. معوقات الإعلام التليفزيونى

122	6. جمهور وسائل الإعلام التقليدية
123	ثانيًا: 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	<b>الفصل الخامس: الإعلام التقليدي والجديد والاستفادة من عصر المعلومات</b>
166	تمهيد
167	أولاً: أثر التطور التكنولوجي على الاتصال الجماهيري والإعلام
168	ثانيًا: العلاقة ما بين الإعلام التقليدي والجديد
172	ثالثًا: أهم الفروق بين الإعلام التقليدي والجديد
173	رابعًا: العوامل التي ساعدت على التحول من الإعلام التقليدي إلى الجديد
176	خامسًا: أهم انعكاسات الاتصال الإلكتروني التفاعلي على الإعلام التقليدي
177	سادسًا: التفاعلية في الإعلام الرقمي
182	سابعًا: إعلام المواطن
190	ثامنًا: كيفية الاستفادة من تقنيات الإعلام الجديد لمزيد من التطوير في الرسالة الإعلامية التقليدية
191	تاسعًا: نقاط التوافق والاختلاف بين كلٍّ من الإعلام التقليدي "القنوات التلفزيونية" والجديد "موقع اليوتيوب"

258-196	<b>الفصل السادس: نتائج الدراسة الميدانية من واقع الاستبيان</b>
196	تمهيد
197	<b>أولاً: عرض النتائج الخاصة بموقع اليوتيوب:</b>
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	<b>ثانياً: عرض النتائج الخاصة بالقنوات الفضائية:</b>
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	<b>ثالثاً: عرض النتائج الخاصة بالمقارنة ما بين موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية:</b>
251	1. قضايا الرأي العام ووسيلة المتابعة
253	2. ما بين القنوات الفضائية وموقع اليوتيوب
255	3. معايير الأداء الإعلامي
290-259	<b>الفصل السابع: نتائج الدراسة من واقع تحليل المضمون والمقابلات</b>
259	تمهيد
259	<b>أولاً: نتائج تحليل المضمون</b>

279	ثانيًا: نتائج المقابلات
306 - 291	الفصل الثامن: نتائج اختبار فروض الدراسة
291	تمهيد
291	أولًا: الفروض الخاصة بموقع اليوتيوب
297	ثانيًا: الفروض الخاصة بالقنوات الفضائية
343-307	الفصل التاسع: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة والإطار النظري
366-344	المراجع
445-367	الملاحق
454-446	الملخص العربي والأجنبي

## ثانيًا: فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
10	متغيرات الدراسة	(1-1)
13	الخصائص الديموجرافية 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 يوميًا	(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 التلفزيون عن بثها على اليوتيوب	(9-6)
207	الاختلافات التي تميز القنوات الفضائية الموجودة على اليوتيوب عن مثيلاتها 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 تشاهدها 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 حدثًا فى 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 فى تشكيل اتجاهات رأى 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 التلفزيون	(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 التى 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 رأى العام	(39-6)
251	أهم القضايا التى أهتممت بمتابعتها فى الفترة الأخيرة	(40-6)
252	وسيلة متابعة هذه القضايا	(41-6)
253	ما بين التلفزيون واليوتيوب	(42-6)
255	معايير الأداء الإعلامى	(43-6)
261	القضايا التى تناولتها الفقرة الحوارية ببرنامج الحياة اليوم	(1-7)
262	القضايا التى تناولها برنامج جو تيوب	(2-7)
263	الضيوف داخل الفقرة الحوارية ببرنامج الحياة اليوم	(3-7)